

Ärendenr:
NV-04016-18

Beteenden bakom nedskräpning



Åsa Soutukorva Swanberg, Jenny Wallström vid Anthesis Enveco
Christina Gravert vid Impactually

2018

Förord

Naturvårdsverket har tillsammans med Havs- och vattenmyndigheten genom regeringsuppdraget *Uppdrag om nedskräpning* (M2017/01438/Ke) fått i uppdrag att föreslå åtgärder och styrmedel för att minska de negativa effekterna på marin miljö till följd av nedskräpning av plastavfall. För att kunna föreslå effektiva styrmedel och åtgärder krävs bland annat kunskap om beteenden och drivkrafter som påverkar nedskräpning av olika produkter. Denna rapport syftar till att förbättra kunskapen inom detta område. Rapporten har skrivits av Åsa Soutukorva Swanberg och Jenny Wallström vid Anthesis Enveco och Christina Gravert vid Impactually. Naturvårdsverket har inte tagit ställning till innehållet i rapporten. Författarna svarar ensamma för innehåll, slutsatser och eventuella rekommendationer.

Innehåll

| | |
|--|-----------|
| FÖRORD | 2 |
| 1 SAMMANFATTNING | 4 |
| 2 INLEDNING | 7 |
| 3 METOD | 9 |
| 3.1 Enkät till allmänheten | 10 |
| 3.2 Samtal med ungdomar | 10 |
| 3.3 Intervjuer med aktörer | 11 |
| 4 ENKÄT TILL ALLMÄNHETEN | 12 |
| 4.1 Representativitet | 12 |
| 4.2 Förpackningar och engångsartiklar i plast | 13 |
| 4.3 Cigarettfimpar | 23 |
| 4.4 Ballonger och ljuslyktor | 27 |
| 4.5 Validering och slutliga kommentarer | 32 |
| 5 SAMTAL MED UNGDOMAR | 34 |
| 5.1 Orsaker och sociala normer | 34 |
| 5.2 Åtgärder | 34 |
| 5.3 Ändrat beteende | 35 |
| 5.4 Situationer när ungdomar skräpar ner | 36 |
| 5.5 Cigarettfimpar – det vanligaste skräpet | 39 |
| 6 INTERVJUER | 40 |
| 7 SAMMANFATTNING AV LITTERATURGENOMGÅNG | 47 |
| 8 SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER | 48 |
| REFERENSER | 51 |
| BILAGA 1 INTERNATIONELL LITTERATURGENOMGÅNG | 52 |
| BILAGA 2 ENKÄT | 68 |

1 Sammanfattning

Syftet med denna studie är att öka kunskaperna kring människors attityder och beteenden bakom nedskräpning. Studien belyser den nedskräpning av plast, cigarettfimpar, ballonger och ljuslyktor som sker i olika typer av sammanhang och även vilka olika åtgärder och styrmedel som kan tänkas påverka människors beteende. Dessutom görs ett försök att bättre förstå hur aktörer som förser individer med nedskräpande material (t.ex. engångsplast) vill och kan ta ansvar för nedskräpningsproblematiken.

Metod och frågeställningar

Inom ramen för studien har en webbenkät genomförts med 1000 personer från hela landet, intervjuer har hållits med företag som tillhandahåller engångsplast, och under ett fokusgruppsmöte med ungdomar gavs tillfälle att dyka djupare ner i de bakomliggande sociala normer, beteenden och syn på åtgärder som unga människor har gällande nedskräpning. Dessutom har en internationell litteraturgenomgång på området beteenden bakom nedskräpning genomförts. Mer specifikt har studien gett svar på bland annat dessa frågor:

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

Sociala normer, bekvämlighet och otydligt ansvar

Ett viktigt och tydligt resultat från studien är att människor i allmänhet inte har för avsikt att skräpa ner. Det anses vara dåligt för miljön och människor stör sig på nedskräpning men ändå är det uppenbart att nedskräpning sker. Utifrån det faktum att det alltså tycks finnas ett gap mellan människors attityder och deras faktiska beteende ger litteraturen tre huvudsakliga förklaringar till förekomsten av nedskräpning; *sociala normer*, *bekvämlighet* och *otydligt ansvar*. När människor fattar beslut om nedskräpning väger de mer eller mindre omedvetet fördelar och nackdelar med att göra sig av med skräpet på ett korrekt sätt. Å ena sidan vet människor att det är fel att skräpa ner, vilket bidrar till känslor av skam och skuld när det ändå sker. Å andra sidan kan sociala normer, bekvämlighet och otydligt ansvar göra att människor känner sig mindre skamsna om de trots allt skräpar ner.

Två tredjedelar av respondenterna till enkätundersökningen svarar att de aldrig skulle lämna plastskräp på marken. Det finns dock en skillnad mellan aktiv och passiv nedskräpning. Ofta är vi inte ens medvetna om passiv nedskräpning som exempelvis att vi glömmer eller tappar skräp oavsiktligt. Detta kan förklara varför så många människor tror att de aldrig skräpar ner. Troligtvis underrapporterar enkätundersökningen alltså omfattningen av nedskräpningen - delvis eftersom individer uppriktigt inte kan minnas när de senast skräpade ner och delvis eftersom människor i enkätstudier vanligen svarar enligt sina preferenser (den person de vill vara) och inte deras faktiska beteende (den person de faktiskt är). Hälften av respondenterna till enkäten har kännedom om att det är förbjudet att slänga plastskräp på marken men nedskräpningen sker i lika hög grad oavsett om man vet att det är förbjudet eller inte. Såväl enkätundersökningen som fokusgruppen samt litteraturgenomgången visar att unga skräpar ner mer än äldre och att män skräpar ner mer än kvinnor. Det ska dock betonas att det kan finnas skillnader mellan hur olika grupper väljer att svara och att vissa grupper kan tänkas svara mer ”ärligt” än andra. Utbildningsnivå och födelseland påverkar inte sannolikheten att skräpa ner.

Vid fokusgruppsmötet framgick att en vanlig synpunkt bland unga är att de av olika skäl anser sig ”ha rätt” att skräpa ner – åtminstone om man har betalt för en tjänst och i situationer när det är uppenbart att någon annan kommer att städa upp efteråt. Dessutom är det uppenbart att om soptunnor saknas/är för långt borta ökar risken för nedskräpning markant. Detta tyder på att sociala normer (att ha rätt), otydligt ansvar (någon annan städar upp) och bekvämlighet (soptunnor saknas) har betydelse för att nedskräpning sker. Samtidigt tycker unga människor att det är mycket pinsamt att bli påkommen med att skräpa ner, och ännu värre att bli tillsagd om sitt beteende. Vad gäller cigarettfimpar anger en fjärdedel av rökarna i enkätundersökningen – särskilt äldre personer - att de aldrig har lämnat/slängt en cigarettfimp på marken. Vårt resultat tyder samtidigt på att det – jämfört med plastskräp - finns större social acceptans för att slänga cigarettfimpar på marken.

Bakomliggande orsaker och möjliga åtgärder i specifika sammanhang

Enkätundersökningen visar att de vanligaste tillfällena då nedskräpning av plast sker – sett över alla ålderskategorier – är kulturevenemang följt av sportevenemang och ute på krogen. Andra vanliga situationer är i kollektivtrafiken och i skogen/på picknick. De vanligaste förklaringarna till att nedskräpning sker är att det inte finns några soptunnor i närheten, att skräpet blåser iväg eller att respondenterna tappar skräpet. Den vanligast orsaken till att slänga cigarettfimpar på marken är att det inte finns någon askkopp i närheten, följt av att man undviker att slänga cigarettfimpar i soptunnor på grund av brandrisken eller att man inte ville bära med sig fimpen på grund av lukten.

Vad gäller kultur- och sportevenemang visar enkätundersökningen att fulla soptunnor, vetskap att någon annan kommer att städa upp efteråt (t.ex. efter konserter och matcher) samt hög alkoholkonsumtion är viktiga förklaringar till nedskräpning i dessa sammanhang. Resultatet från fokusgruppsmötet bekräftar detta med tillägget att trängsel, distraktion (fokus på matchen), och att särskilt ungdomar kan anse sig ”ha rätt” att skräpa ner om man har betalt för en tjänst också bidrar till nedskräpning vid kultur- och sportevenemang. En åtgärd för att motverka nedskräpning vid kultur- och sportevenemang kan alltså vara fler soptunnor och mer frekvent tömning av soptunnorna så att dessa inte blir överfyllda. De som skräpar ner vid sportevenemang anger även i högre grad än andra att orsaken till att de skräpade var att de visste att området ändå skulle städas snart. Med tanke på den höga alkoholkonsumtionen vid såväl kultur- som sportevenemang skulle en minskad alkoholkonsumtion också kunna leda till en viss minskning av nedskräpningen i dessa sammanhang.

Företag som förser individer med nedskräpande material vidtar redan idag åtgärder för att minska nedskräpningen, t.ex. att sätta upp soptunnor och gradvis fasa ut engångsplast, vilket gör att de känner att de ligger steget för lagstiftning och myndigheter. De hinder som företagen ser för att de ska kunna bidra till minskad nedskräpning handlar till stor del om ekonomi (att alternativa material och förpackningar är för dyra) och design (att alternativa material och förpackningar inte har den funktion och utseende som önskas), men också att hyresvärdar behöver erbjuda sorteringsmöjligheter. Företagen är (med vissa undantag) försiktigt positiva till pantsystem för matbehållare och muggar, men ser utmaningar kopplade till hygien, tvättmöjligheter och möjligheter att marknadsföra sina företag.

Vad skulle få allmänheten och företag som tillhandahåller nedskräpande material att ändra sina beteenden?

De lösningar/åtgärder för minskad nedskräpning som lyfts fram av respondenterna till enkätundersökningen och deltagarna i fokusgruppen är:

- Fler och synligare soptunnor och askkoppar som är bättre placerade och som töms oftare

- Soptunnor och askkoppar med bättre design, inklusive en mini-askkopp att kunna ta med sig i sin egen ficka
- Böter och pant
- Minskad alkoholkonsumtion särskilt vid kulturevenemang och på krogen
- Mer information/utbildning
- Reklam
- Att information/utbildning/reklam trycker på känslor, t.ex. samhörigheten med sitt lag, känslan av delaktighet, ägarskap och engagemang
- Mer information – visualisera nedskräpningens konsekvenser
- Engagera youtubers och influencers och andra stjärnor i kommunikationen med unga
- Appar som uppmuntrar till att plocka upp skräp

De intervjuade företagen efterfrågar bland annat hårdare bestämmelser som alla aktörer behöver följa för att inte snedvrída konkurrensförhållandena.

Några rekommendationer för att minska nedskräpningen

I allmänhet bör interventioner för att åstadkomma minskad nedskräpning fokusera på att stärka sociala normer, tydliggöra möjligheterna att göra sig av med skräp och betona det personliga ansvaret. Rent konkret innebär detta exempelvis:

- Information och reklam med budskap som stärker sociala normer t.ex. genom att trycka på känslor såsom samhörighet med sitt lag, känsla av delaktighet, ägarskap och engagemang.
- Engagera röster och kanaler som är särskilt riktade mot unga människor. Att youtubers, influencers och andra stjärnor som ungdomar ser upp till och tar mycket intryck av engagerar sig i nedskräpningsfrågan skulle kunna innebära ett nytt och betydelsefullt grepp för en effektiv kommunikation med den grupp som skräpar ner allra mest.
- Det behövs fler och synligare soptunnor och askkoppar som är bättre placerade och som töms oftare, samt soptunnor med bättre design (särskilt för fimpar).
- 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.

2 Inledning

Skräp upplevs som fult och störande, kostar mycket att städa upp samt kan påverka djur och ekosystem negativt. Denna studie handlar om beteenden bakom nedskräpning med särskilt fokus på plastskräp, cigarettfimpar och ballonger. Ljuslyktor har också inkluderats i studien för att kunna avgöra hur beteenden skiljer sig i jämförelse med nedskräpning av ballonger.

Plastskräp är ett av de farligaste skräpslagen eftersom det har lång hållbarhet vilket gör att mängden plast i naturen hela tiden växer. Enligt Håll Sverige Rent (HSR) tar det 50-100-tals år för en plastpåse och 450-1000 år för en PET-flaska att brytas ner (HSR, 2018a). Plasten sönderdelas till mindre och mindre bitar för att sedan bli till mikroplast. Plast utgör en risk för djur både i vattnet och på land eftersom att djuren kan få i sig plastskräp eller mikroplast i tron att det är föda. Potentiella konsekvenser är skador på mag-tarm-kanalen och en falsk mättnadskänsla som kan göra att djuret svälter (Naturskyddsföreningen, 2018). HSR genomför skräpmätningar på stränder längs den svenska ost- och sydkusten som visar att plastskräp är den överlägset vanligaste typen av skräp (HSR, 2018a). Det vanligaste skräpet på svenska stränder är plastbitar, följt av fimpar, plastpåsar och förpackningar från godis, glass och snabbmat. Mellan 2015 och 2017 ökade andelen plastskräp från 63 procent till 70 procent av den totala skräpmängden på stränderna, och under 2017 hittades i snitt drygt sex plastpåsar per 100 meter strand. Samtidigt ökar konsumtionen av snabbmat som ofta kommer i engångsförpackningar. I HSR (2018a) svarar respondenterna - som den vanligaste anledningen till att de skräpar ner - att skräpet är komposterbart (41 procent). Om det förhåller sig på det sättet att skräpet faktiskt är komposterbart eller om respondenterna tror att det är det framgår inte men eftersom studien bygger på en enkätundersökning är det rimligt att anta att det handlar om vad respondenterna faktiskt tror. Den näst vanligaste anledningen till att skärpa ner är att det inte finns någon papperskorg (39 procent).

Cigarettfimpar är det vanligaste skräpslaget i stadsmiljö och står för 63 procent av allt skräp i de större tätorterna, medan tobaksrelaterade produkter, som förutom fimpar även inkluderar cellofanpapper, snus- och cigarettförpackningar, står för hela 80 procent av skräpet i de större tätorterna (HSR, 2018a).

Ballonger räknas som ett av de farligaste skräpslagen för havslevande djur eftersom de kan trassla in sig i ballongerna och även misstar ballongerna för mat. I de skräpmätningar som HSR har gjort hittades så många som 37 ballonger på 10 meter strand (HSR, 2018a).

Nedskräpning är förbjudet i Sverige. Detta förbud gäller på platser som allmänheten har tillträde till eller insyn till, och inkluderar även markägare. Enligt 29 kapitlet Miljöbalken är straffet för nedskräpningsförseelse (mindre allvarlig nedskräpning) penningböter, vilket polisen kan utfärda på plats. Exempel på nedskräpningsförseelse är bortslängda snabbmatsförpackningar, plastpåsar, ölburkar eller engångsgrillar. Denna lagstiftning trädde i kraft 2011 men boten används sällan och i förhållande till det år lagen trädde i kraft blir allt färre idag bötfällda för nedskräpning. År 2017 skrevs endast 101 böter ut jämfört med andra halvåret 2011 då 261 böter skrevs ut (HSR, 2018c).

Nedskräpningsförseelser som är *ringa* omfattas av förbudet, men ger inget straff. Med ringa avses bagatellartade situationer som att man slänger t.ex. en enstaka cigarettfimp eller ett tuggummi. Det är alltså förbjudet men inte straffbart att slänga t.ex. enstaka cigarettfimpar. Vid bedömning av om nedskräpningen är ringa ska även hänsyn tas till hur känslig miljön är där nedskräpningen skett. Det skräp som hamnar på fel ställe måste städas upp. Trafikverkets ansvar för att städa längs statliga vägar och rastplatser regleras i Vägslag (1971:948) medan kommunen har ett ansvar för att städa kommunala

gator, torg och andra allmänna platser inom detaljplanelagt område. Kommunen kan också bli ansvarig att återställa andra platser utomhus där allmänheten får färdas fritt. Under vissa förutsättningar kan fastighetsägaren bli ansvarig för att åtgärda nedskräpning, främst när det handlar om kvartersmark och gångbanor inom detaljplanelagt område. Kommunens ansvar finns reglerat i lagen (1998:814) med särskilda bestämmelser om gatuhållning och skyltning.

Naturvårdsverket och Havs- och vattenmyndigheten har ett gemensamt regeringsuppdrag att se över möjligheterna att minska de negativa effekterna av plast till följd av nedskräpning (M2017/01428/Ke). Myndigheterna ska föreslå åtgärder och styrmedel för att minska plastavfallets negativa effekter på marin miljö. Naturvårdsverket behöver få en bättre kunskap om och förståelse för attityder och beteende kopplat till nedskräpning och hur aktörer som förser individer med t.ex. engångsplast vill och kan ta ansvar för nedskräpningsproblematiken. Av denna anledning har Anthesis Enveco på uppdrag av Naturvårdsverket under perioden maj-september 2018 genomfört en studie vars syfte är att öka förståelsen för vilka drivkrafter och beteenden hos olika grupper i samhället som leder till nedskräpning i olika sammanhang samt hur olika åtgärder/styrmedel skulle påverka deras beteende.

Mer specifikt ska studien ge svar på följande övergripande frågor:

- Vem är det som skräpar ned – vilka olika grupper kan urskiljas?
- 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? (ex. förbud, mer information, etc.)

Figur 1. Exempel på förpackningar och engångsartiklar i plast.



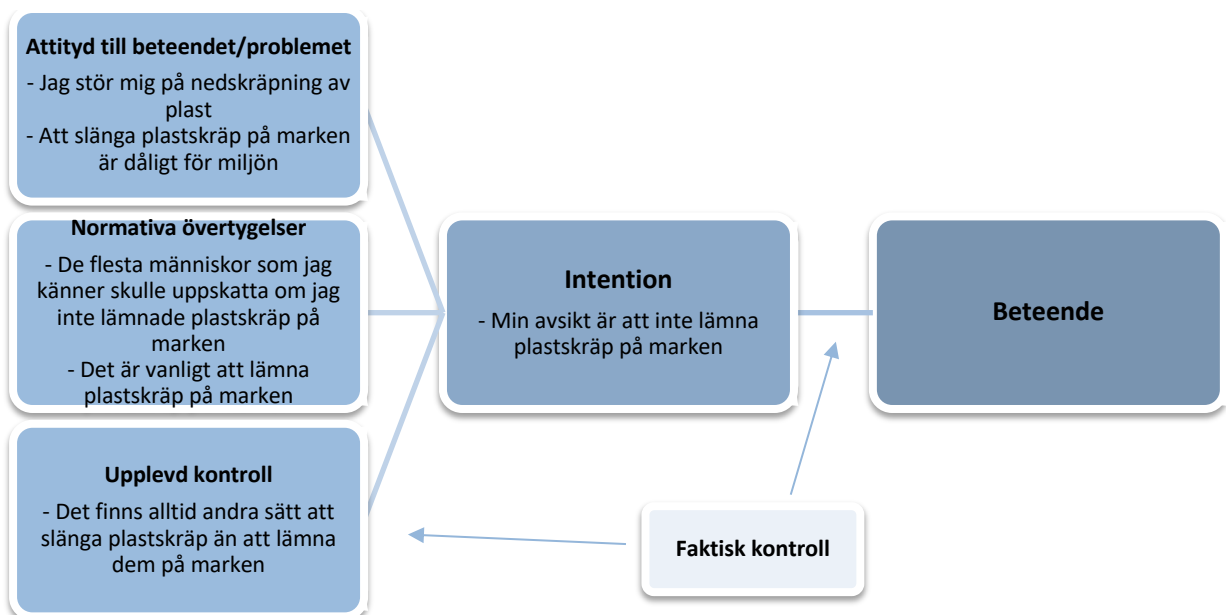
3 Metod

För att besvara de övergripande frågorna som studien syftar till att besvara genomfördes en enkätundersökning bland allmänheten, ett fokusgruppsmöte med ungdomar samt ett antal intervjuer med aktörer som förser individer med nedskräpande material.

Enkätundersökningar och intervjuer kan ge information om vad människor *påstår* vara orsakerna till att de skräpar ner, men det kanske inte avslöjar hela sanningen om deras beteenden. Ofta finns det en diskrepans mellan vad folk säger att de gör i undersökningar och hur de handlar i praktiken. (Carrington et al., 2012; Sheeran 2011, se Bilaga 1). Anledningen kan vara att de känner ett socialt tryck att ge svar på undersökningen utifrån vad de tror förväntas av dem eller att de faktiskt inte vet hur och varför de beter sig som de gör. Nedskräpning kan vara ett känsligt ämne, vilket ökar risken för att folk ger felaktiga svar. Bilaga 1 ger därför en översikt av litteratur som undersöker beteenden bakom nedskräpning. Den innehåller studier där människors nedskräpningsbeteende observeras, ytterligare enkätundersökningar av skräpbeteenden och teoretiskt arbete om beslutsfattande.

För att ändå försöka komma åt människors beteenden och orsakerna till dessa har både enkätundersökningen och samtalen med ungdomarna utformats utifrån Ajzens (2002) vägledning i att konstruera ett frågeformulär. Denna baseras på teorin om planerat beteende (Theory of Planned Behavior) enligt vilken mänskliga handlingar styrs av olika typer av överväganden; i) attityder till ett beteende/problem, ii) normativa övertygelser och iii) upplevd kontroll bidrar tillsammans till en människas intention och slutligen hennes beteende. Teorin illustreras i Figur 2. Formuleringen av enkätfrågorna i denna studie har på olika sätt försökt att förhålla sig till teorin om planerat beteende, t.ex. genom att fråga respondenterna om deras attityder till nedskräpning ("jag stör mig på nedskräpning"), deras normativa övertygelser ("andra människor skulle uppskatta om jag inte skräpar ner"), upplevd kontroll ("de finns alltid någon annanstans att slänga skräpet än på marken"), intention ("jag har för avsikt att inte slänga skräp") och beteenden ("jag brukar/brukar inte slänga skräp").

Figur 2. Teorin om planerat beteende. (Ajzen, 2002).



3.1 Enkät till allmänheten

Enkätundersökningen genomfördes som en webbenkät och gick ut till ett urval av samtliga personer i Sverige från 16 år och uppåt. Val av metod och utformning av frågeformulär skedde i samråd med Naturvårdsverket, och rekryteringen av respondenter gjordes med hjälp av surveyföretaget Norstat. Rekryteringen skedde successivt under tiden enkätsvaren kom in för att se till att det slutliga urvalet blev nationellt representativt. Som ett första steg genomfördes en pilotstudie med ca 100 respondenter. Efter utvärdering av pilotstudien och mindre revideringar av enkäten besvarades huvudstudien av 1000 personer. Ytterligare 420 personer öppnade enkäten, men valde att i något skede avbryta undersökningen. Detta innebär att svarsfrekvensen är 70 procent (1000/1420), vilket är normalt för denna typ av studier (referens). Bortfallet skulle kunna innebära en snedvridning av resultatet om t.ex. personer med större intresse för frågor om nedskräpning har slutfört enkäten i högre grad än andra. Bortfallet innebär ingen snedvridning vad gäller olika gruppers representativitet åtminstone med avseende på ålder och kön eftersom rekryteringen skedde successivt utifrån dessa parametrar. Det finns också en risk för systematisk snedvridning på så sätt att respondenter rapporterar ett ”bättre” beteende än deras faktiska beteende (se Bilaga 1). Denna risk har minimerats genom att bygga upp frågorna i enkäten i enlighet med teorin och planerat beteende.

Enkäten är uppdelad utifrån följande tre kategorier av skräp:

1. Förpackningar och engångsartiklar i plast (t.ex. plastpåsar, lock till kaffemuggar, godis-och glasspapper, förpackningar för snacks och hämtmat, sugrör, plastbestick)
2. Cigarettfimpar
3. Ballonger och ljuslyktor

Enkäten presenteras i sin helhet i Bilaga 2.

3.2 Samtal med ungdomar

Inom uppdraget hölls ett två timmar långt fokusgruppsmöte med syfte att få en fördjupad inblick i de drivkrafter och beteenden som leder till nedskräpning i olika sammanhang. Eftersom enkätundersökningen som genomfördes visade att ungdomar tenderar att skräpa ner i högre grad än äldre personer är det särskilt önskvärt att öka kunskaperna om just denna grupp (se även litteraturgenomgång i Bilaga 1). Sammanlagt deltog 12 personer i åldrarna 16–24 år (medelålder 21 år) under ett två timmar långt möte som handlade om i vilka sammanhang det är vanligast att ungdomar skräpar ner, vilka de bakomliggande orsakerna är samt vilka åtgärder och styrmedel som ungdomarna själva tänker skulle påverka deras beteende så att nedskräpningen i samhället minskar. Mer precist fick deltagarna diskutera bland annat följande frågor kopplat till det faktum att ungdomar skräpar ner mer än andra:

- Vad tror ni att det beror på?
- Har ni sett era vänner och bekanta glömma/lämna/slänga skräp på marken? Är det vanligt/ovanligt?
- Vad skulle era vänner och bekanta säga/tycka om du skräpade ner?
- Har deras åsikter någon betydelse för om ni skräpar ner eller inte?
- Beter ni er på olika sätt i olika grupper, t.ex. olika kompisgäng, med familjen etc.?
- Tycker ni att nedskräpning är ett problem? Varför?

- Stör ni er på nedskräpning?
- Finns det några åtgärder som skulle kunna få dig eller dina kompisar att skräpa ner mindre?

3.3 Intervjuer med aktörer

Intervjuer genomfördes med fyra aktörer som förser konsumenter med nedskräpande material, t.ex. matförpackningar, bestick och sugrör i plast. Syftet med intervjuerna var att ta reda på hur aktörerna ser på sitt ansvar för att förebygga nedskräpning, vad som skulle få dem att ändra sina beteenden (t.ex. förbud och mer information) och hur de upplever att de kan påverka nedskräpningen. Aktörerna är tre cafékedjor och en hamburgerkedja som samtliga är anonyma i rapporten och benämns aktör A, B, C och D. Intervjuerna tog ungefär 30 minuter att genomföra.

Följande frågor ställdes under intervjuerna:

- Gör ert företag något idag för att påverka nedskräpningen av plast? Vad i så fall?
- Vilka typer av åtgärder tror du skulle krävas av ert företag för att det ska blir mindre nedskräpning av produkter i plast?
- Vilka möjligheter ser du för att ert företag ska kunna genomföra de förändringar som krävs?
- Vilka hinder ser du för att ert företag ska kunna genomföra de förändringar som krävs?
- Vad skulle få ert företag att minska på plastanvändningen eller nedskräpningen av plast?
- Finns det något ert företag skulle vilja genomföra men som inte är möjligt idag?
- Anser du att det är ert ansvar att minska nedskräpningen av plast?
- Känner du personligen att du kan göra någon skillnad?
- Hur ofta händer det att kunder tar med sig egen mugg/matlåda?
- Vilken ”typ” av kunder tar med sig egen mugg/matlåda? (ålder, kön, etc.)
- Vad tycker ert företag om att folk tar med sig egen mugg/matlåda?
- Vad tycker du om idén med ett pantsystem för matlådor?

4 Enkät till allmänheten

4.1 Representativitet

Respondenterna fick börja med att besvara allmänna frågor om ålder, kön, sysselsättning, utbildningsnivå och födelseland (se Tabell 1). Fördelningen mellan män och kvinnor i urvalet är ungefär densamma som för hela populationen. Andelen respondenter med eftergymnasial utbildning är 57 procent, vilket är högre än det nationella genomsnittet som är 37 procent (SCB, 2018). Andelen arbetande är 59 procent och liknar populationen där 63 procent är sysselsatta (SCB, 2018). I enkäten anger 95 procent att de är födda i Sverige, vilket är högre än i populationen där motsvarande siffra är ca 80 procent. Av samtliga respondenter är 98 procent födda i Europa. Medelåldern bland respondenterna är 48 år, vilket är densamma som populationen (för personer från 16 år och uppåt).

Tabell 1. Allmän information om respondenterna

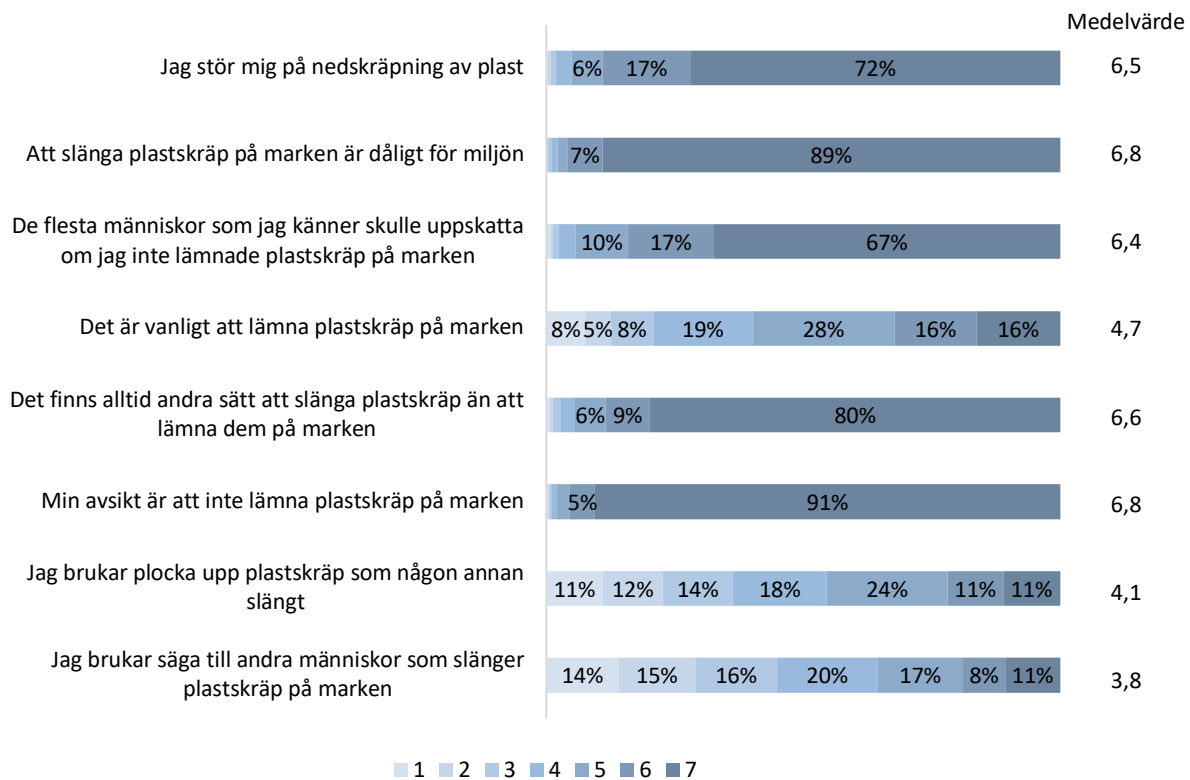
| | Antal | Andel (%) |
|---------------------------|-------|-----------|
| Kön | | |
| Man | 478 | 48 |
| Kvinna | 520 | 52 |
| Annan könsidentitet | 2 | 0 |
| Utbildningsnivå | | |
| Eftergymnasial utbildning | 574 | 57 |
| Gymnasieutbildning | 349 | 35 |
| Obligatorisk skola | 77 | 8 |
| Sysselsättning | | |
| Arbetande | 590 | 59 |
| Pensionär | 261 | 26 |
| Studerande | 90 | 9 |
| Arbetssökande | 24 | 2 |
| Annat | 35 | 4 |
| Bakgrund | | |
| Född i Sverige | 949 | 95 |
| Född i Europa | 983 | 98 |

4.2 Förpackningar och engångsartiklar i plast

Respondenterna ombads svara på ett antal frågor angående nedskräpning av förpackningar och engångsartiklar i plast. I enkäten benämns dessa som *plastskräp*.

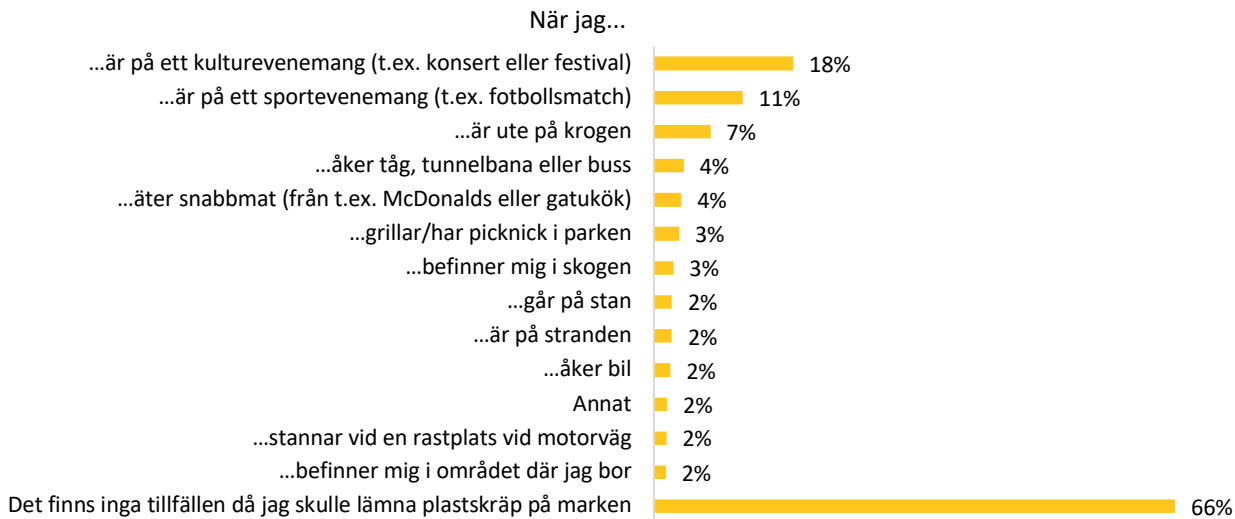
Respondenterna fick ta ställning till hur väl de instämmer till en rad påståenden på en sjugradig skala där ett betyder ”instämmer inte alls” och sju betyder ”instämmer helt”, se Figur 3. Resultatet visar att många stör sig på nedskräpningen av plast och att de anser att det är dåligt för miljön. Respondenterna tror att de flesta människor som de känner skulle uppskatta om de inte lämnade plastskräp på marken. Vidare instämmer de svarande till viss grad till påståendet att det är vanligt att slänga plastskräp på marken och till hög grad till påståendet att det alltid finns andra sätt att slänga plastskräp än att lämna dem på marken. Avsikten är att inte lämna plastskräp på marken. Respondenterna brukar inte plocka upp plastskräp som någon annan har slängt i särskilt hög utsträckning och säger ännu mer sällan till andra människor som slänger plastskräp på marken.

Figur 3. Fördelning av svar på attitydfrågor om plastskräp. 1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt



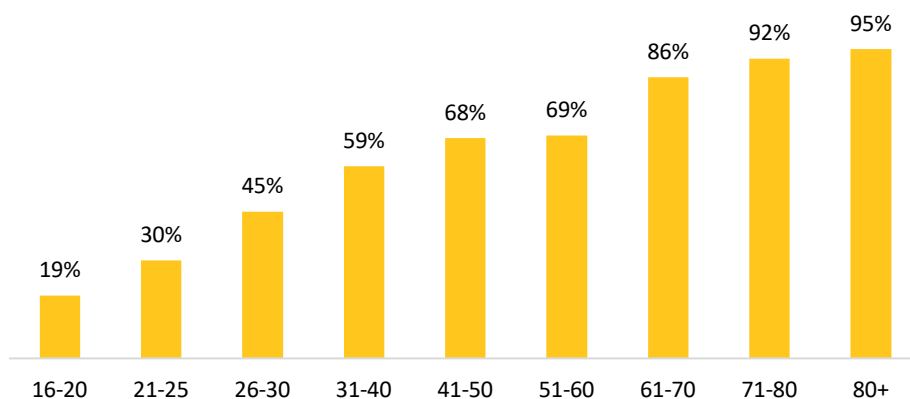
Därefter tillfrågades respondenterna om vid vilka tillfällen det är störst sannolikhet att de skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt). De flesta (66 procent) svarade att det inte finns några tillfällen då de skulle lämna plastskräp på marken (Figur 4). De vanligaste tillfällena bland övriga respondenter är kulturevenemang följt av sportevenemang och när de är ute på krogen.

Figur 4. Andelen svar på frågan: Vid vilka tillfällen är det störst sannolikhet att du skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt)? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



Andelen respondenter som angav att det inte finns några tillfällen då de skulle lämna plastskräp på marken varierar kraftigt mellan åldersgrupperna. Figur 5 visar att äldre valde detta alternativ i högre grad än yngre. Nedskräpning verkar alltså vara vanligare bland yngre personer än bland äldre.

Figur 5. Andel respondenter i olika åldersgrupper som svarade: Det finns inga tillfällen då jag skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt).



För att undersöka om sambandet mellan ålder och nedskräpning är signifikant samt huruvida det finns andra faktorer som påverkar resultatet genomfördes en logistisk regressionsanalys. Resultatet i Tabell 2 visar att ålder mycket riktigt korrelerar med nedskräpning. Dessutom svarar kvinnor i högre utsträckning än män att det inte finns några tillfällen de skulle skräpa ner. Pensionärer har också högre sannolikhet att instämma till påståendet än andra. Faktorer som inte visar någon signifikant effekt i denna modell är födelseland och utbildningsnivå.

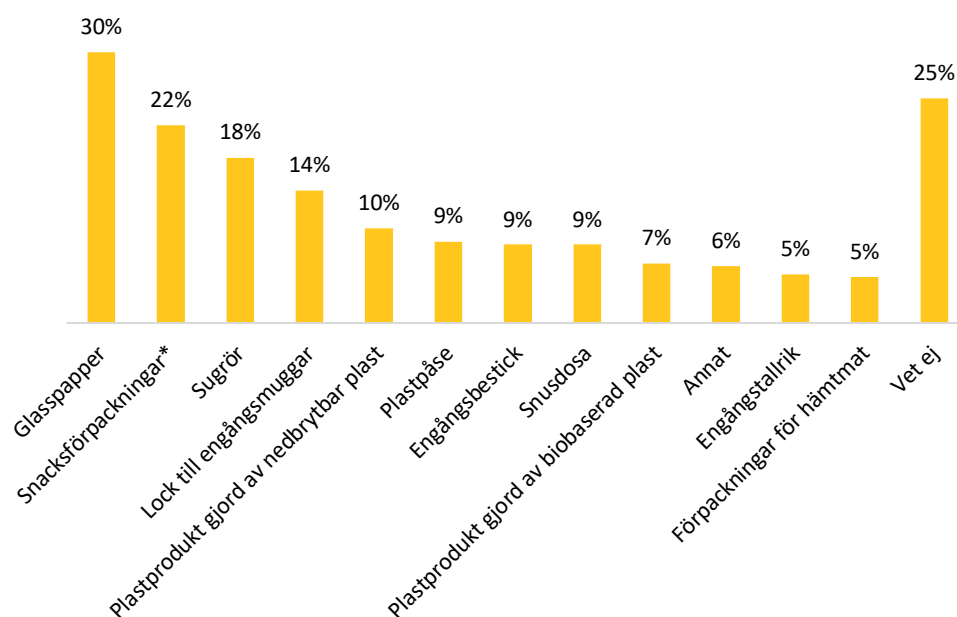
Tabell 2. Regressionsresultat från en logit-modell med responsvariabeln: Det finns inga tillfällen då jag skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt). N=1000.

| Förklaringsvariabel | Estimat | Standardfel |
|-------------------------|----------|-------------|
| Kvinna | 0,78 *** | 0,16 |
| Ålder | 0,04 *** | 0,01 |
| Född i Sverige | -0,24 | 0,46 |
| Född i Europa | -0,81 | 0,75 |
| Arbetande | 0,14 | 0,39 |
| Studerande | -0,74 | 0,47 |
| Pensionär | 0,93 * | 0,48 |
| Arbetsökande | -0,12 | 0,59 |
| Obligatoriskskola | 0,46 | 0,34 |
| Gymnasieutbildning | 0,11 | 0,16 |
| Intercept | -0,88 | 0,78 |
| % correct predictions | | 73,6 |
| McFadden R ² | | 0,18 |

p-värde: *** signifikant vid 1 %, ** signifikant vid 5 %, * signifikant vid 10 %

De respondenter som angav att det finns tillfällen då de skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt) ombads svara på vilken typ av skräp som är mest sannolik att de skulle lämna/slänga. Figur 6 visar att glasspapper är det vanligaste skräpet, följt av snacksförpackningar och sugrör. Det faktum att enkätundersökningen genomfördes under sommaren – som dessutom var mycket varm och solig – är troligen en viktig förklaring till att just glasspapper är ett så vanligt skräp. En fjärdedel svarar att de inte vet vilken typ av skräp de slänger, vilket kan tyda på att nedskräpning ofta sker omedvetet eller att man inte skiljer på olika typer av skräp. De som svarade *annat* på frågan angav bl.a. plastmugg (för öl), sugrörsförpackningar och bitar av plastförpackningar.

Figur 6. Andelen svar på frågan: Vilken typ av plastskräp är mest sannolik att du skulle lämna/slänga på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



*tex. chips, nötter, godis

Därefter ombads respondenterna att ange vad orsaken var till att de lämnade/slängde plastskräp på marken senast, se Figur 7. Den vanligaste orsaken var att det inte fanns några soptunnor i närheten, följt av att skräpet blåste iväg, att de tappade det och att de visste att området ändå skulle städas snart. Få respondenter anger att orsaken är att de inte anser att plastskräp på marken är ett problem, att de inte brydde sig eller att de aldrig tänkt på att det kan vara skadligt för miljön.

Figur 7. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du lämnade/slängde plastskräp på marken senast? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.

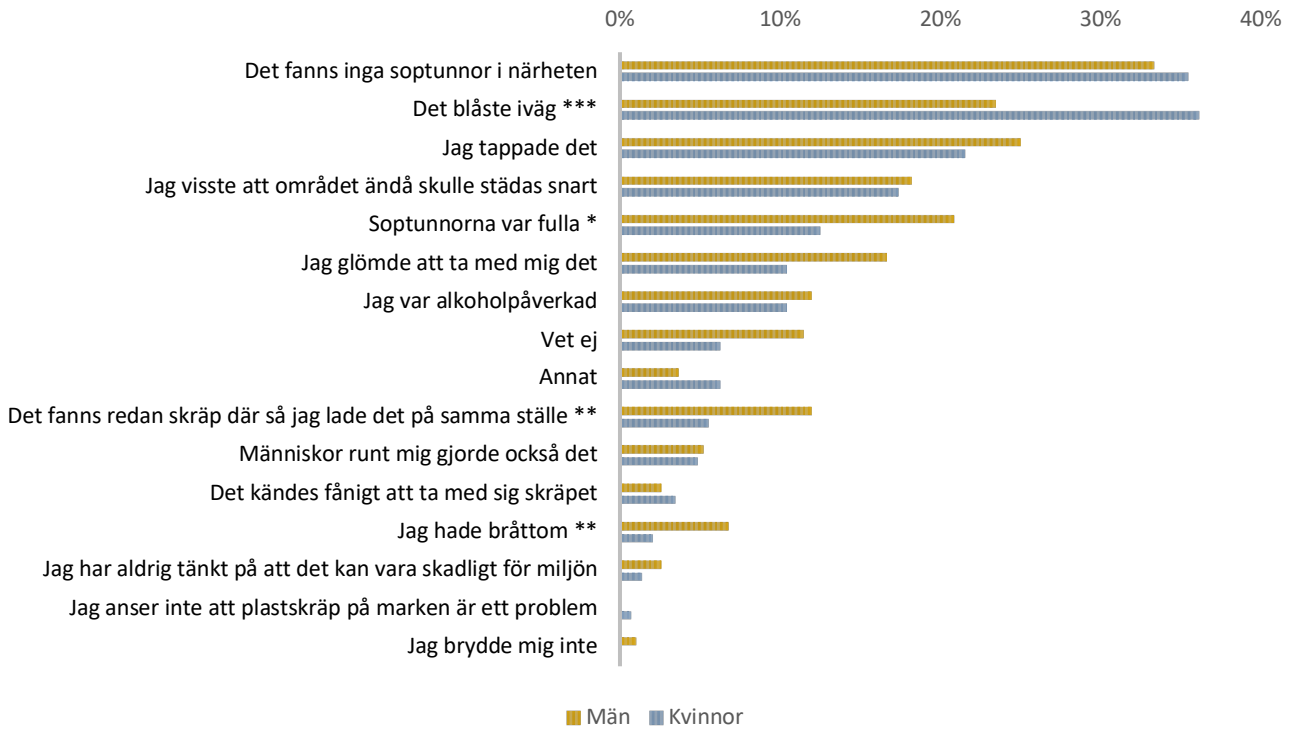


Figur 8. "Det fanns inte några soptunnor i närheten" är den vanligaste anledningen som uppges till att skräpa ned.



Figur 9 visar att en jämförelse mellan män och kvinnor visar att kvinnor tenderar att svara att skräpet blåste iväg, medan män i högre utsträckning än kvinnor svarar att soptunnorna var fulla, det redan fanns skräp på platsen eller att de hade bråttom. Skillnaden mellan andelen svar från män och kvinnor har analyserats statistiskt genom t-test.

Figur 9. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du lämnade/slängde plastskräp på marken senast? Fler än ett svarsalternativ var möjliga. Jämförelse mellan könen.



p-värde: *** signifikant vid 1 %, ** signifikant vid 5 %, * signifikant vid 10 %.

Frågan är hur orsakerna till nedskräpning skiljer sig mellan olika tillfällen. Denna information är viktig för att kunna sätta in rätt åtgärder i rätt sammanhang. För att undersöka detta genomförs en regressionsanalys i fem modeller där svaren på frågorna om vid vilka tillfällen det är störst sannolikhet att respondenterna skulle lämna plastskräp på marken används som förklarande variabler. Olika anledningar till att respondenterna skräpar ner används som responsvariabler (se Tabell 3).

Resultatet i Tabell 3 visar att de respondenter som anger att de skräpar ned vid sportevenemang och när de är ute på krogen tenderar att skräpa ned på grund av att soptunnorna är fulla. De som skräpar ner vid sportevenemang anger också i högre grad än andra att orsaken till att de skräpade var att de visste att området ändå skulle städas snart. Att vara alkoholpåverkad kan kopplas till nedskräpning vid kulturevenemang och krogen. De som skräpar ner när de är på ett kulturevenemang, grillar/har picknick i parken eller befinner sig i skogen anger i högre grad än andra att anledningen var att det inte fanns några soptunnor i närheten. Nedskräpning som sker pga. skräp blåser iväg verkar ske när man grillar/har picknick i parken, äter snabbmat eller stannar vid en rastplats vid motorväg. Frågan om orsaker till nedskräpning gällde den nedskräpning som respondenten gjorde senast, men det är inte helt säkert att denna nedskräpning skedde i den situation där det är mest sannolikt att respondenten skräpar ner. Resultaten får därför tolkas utifrån ett antagande att svaren avser samma situation.

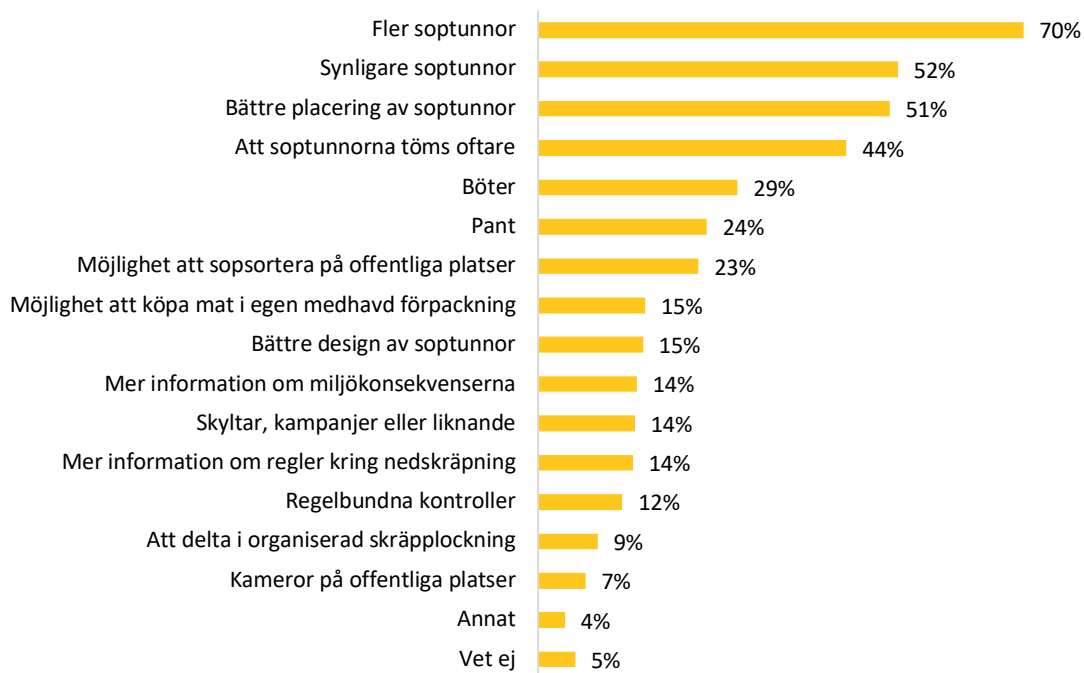
Tabell 3. Regressionsresultat från fem logit-modeller med orsaker till nedskräpning som responsvariabler och situationer då nedskräpning sker som förklaringsvariabler. N=338.

| | Soptunnorna var fulla | | Jag visste att området ändå skulle städas snart | | Jag var alkoholpåverkad | | Det fanns inga soptunnor i närheten | | Det blåste iväg | |
|---|-----------------------|------|---|------|-------------------------|------|-------------------------------------|------|-----------------|------|
| När jag... | Est. | SE | Est. | SE | Est. | SE | Est. | SE | Est. | SE |
| ...är på ett kulturevenemang (t.ex. konsert eller festival) | 0,07 | 0,31 | 0,39 | 0,31 | 1,04** | 0,41 | 0,47* | 0,25 | 0,14 | 0,27 |
| ...är på ett sportevenemang (t.ex. fotbollsmatch) | 0,63** | 0,32 | 0,88 *** | 0,30 | 0,25 | 0,44 | 0,15 | 0,25 | 0,29 | 0,28 |
| ...grillar/har picknick i parken | 0,52 | 0,54 | -0,63 | 0,79 | -0,91 | 0,99 | -0,99* | 0,53 | 0,90** | 0,45 |
| ...är ute på krogen | 0,84** | 0,35 | 0,15 | 0,37 | 2,38*** | 0,42 | 0,04 | 0,30 | 0,42 | 0,32 |
| ...äter snabbmat (från t.ex. McDonalds eller gatukök) | -0,18 | 0,52 | 0,08 | 0,50 | -0,15 | 0,67 | 0,36 | 0,38 | 1,00*** | 0,38 |
| ...går på stan | 0,80 | 0,58 | -0,04 | 0,68 | -0,46 | 0,98 | 0,11 | 0,51 | -0,12 | 0,55 |
| ...befinner mig i skogen | 0,75 | 0,54 | -1,2 | 1,06 | 0,41 | 0,80 | 1,04** | 0,47 | 0,17 | 0,50 |
| ...befinner mig i området där jag bor | -1,97 | 1,28 | - | - | 0,18 | 1,40 | -0,86 | 0,74 | 0,52 | 0,63 |
| ...är på stranden | 0,17 | 0,63 | -1,04 | 1,08 | 0,29 | 0,84 | 0,34 | 0,53 | 0,12 | 0,54 |
| ...åker tåg, tunnelbana eller buss | 0,43 | 0,44 | 0,38 | 0,43 | -0,83 | 0,68 | 0,37 | 0,37 | -0,04 | 0,41 |
| ...åker bil | 0,11 | 0,64 | -0,33 | 0,79 | 0,91 | 0,78 | 0,29 | 0,51 | 0,55 | 0,51 |
| ...stannar vid en rastplats vid motorväg | -0,19 | 0,72 | - | - | 0,64 | 0,82 | 0,16 | 0,56 | 1,12** | 0,56 |
| Annat | 0,04 | 0,80 | -1,02 | 1,07 | - | - | -0,64 | 0,67 | 0,70 | 0,57 |
| Intercept | -2,23*** | 0,32 | -2,01*** | 0,34 | -3,59*** | 0,45 | -1,05*** | 0,26 | -1,55*** | 0,29 |
| % correct predictions | 82,80 | | 82 | | 89,9 | | 67,80 | | 72,80 | |
| McFadden R2 | 0,05 | | 0,07 | | 0,18 | | 0,04 | | 0,06 | |

p-värde: *** signifikant vid 1 %, ** signifikant vid 5 %, * signifikant vid 10 %. Est.= Estimat. SE=standardfel.

De respondenter som angav att det finns tillfällen då de skulle lämna plastskräp på marken ombads ange vilken typ av åtgärder som skulle få dem att skräpa ner mindre, se Figur 10. En övervägande majoritet tror att fler soptunnor skulle hjälpa. Cirka hälften av de svarande anser att synligare soptunnor, bättre placering av soptunnor och att soptunnorna töms oftare skulle få dem att slänga mindre plastskräp på marken. Böter och pant är också någorlunda populära alternativ.

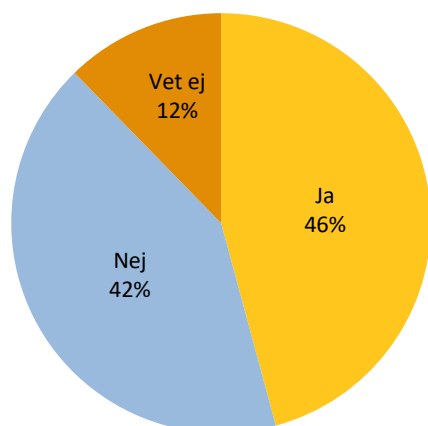
Figur 10. Andelen svar på frågan: Vilken eller vilka åtgärder tror du skulle få dig att lämna/slänga mindre plastskräp på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



Den vanligaste orsaken till att skräpa ner är att det inte finns några soptunnor i närheten (Figur 7). Fler soptunnor verkar därför, precis som respondenterna föreslår, vara en lämplig åtgärd. Andra vanliga orsaker till nedskräpning är att skräpet blåser iväg eller att de tappar det. Detta handlar snarare om hur själva produkten är utformad och skulle kanske kunna åtgärdas genom att byta material eller design.

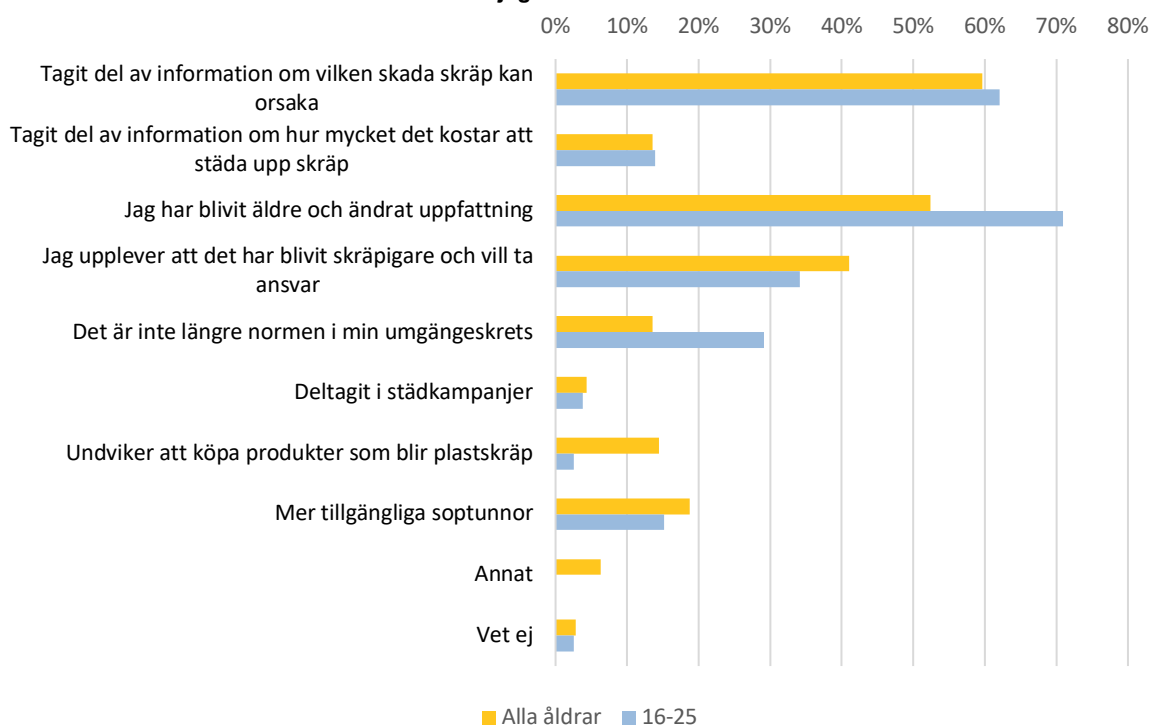
Alla respondenter tillfrågades om de lämnar/slänger mindre plastskräp på marken nu än för fem år sedan. Figur 11 visar att ungefär hälften gör det.

Figur 11. Andel respondenter som lämnar/slänger mindre plastskräp på marken nu än för 5 år sedan.



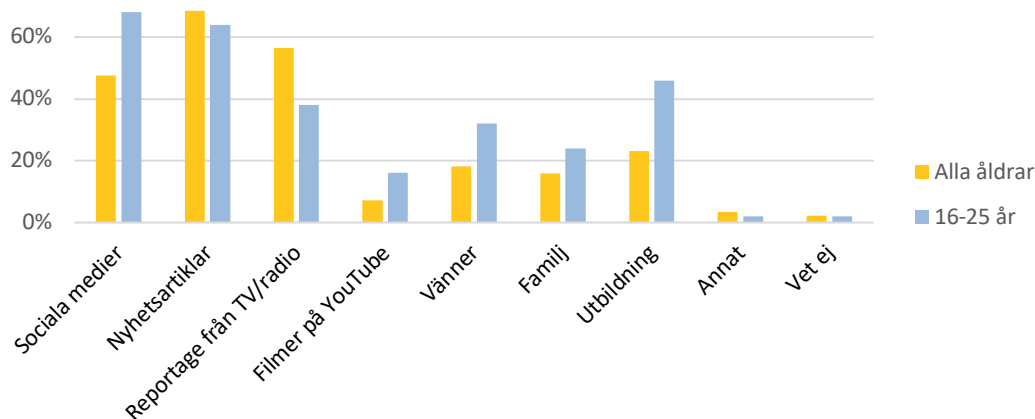
De respondenter som svarade *Ja* på frågan om de lämnar/slänger mindre plastskräp på marken nu än för fem år sedan ombads därefter ange orsaken till detta. Figur 12 visar att den vanligaste orsaken är att de har tagit del av information om vilken skada skräp kan orsaka. Unga personer svarar i högre grad än andra att orsaken till att de skräpar ner mindre är att de har blivit äldre och ändrat uppfattning och att det inte längre är normen i deras umgängeskrets. Ett ändrat beteende när människor blir äldre kan förstås även bero på faktorer såsom utbildning och mognad.

Figur 12. Andelen svar på frågan: Vad tror du har fått dig att lämna/slänga mindre plastskräp på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



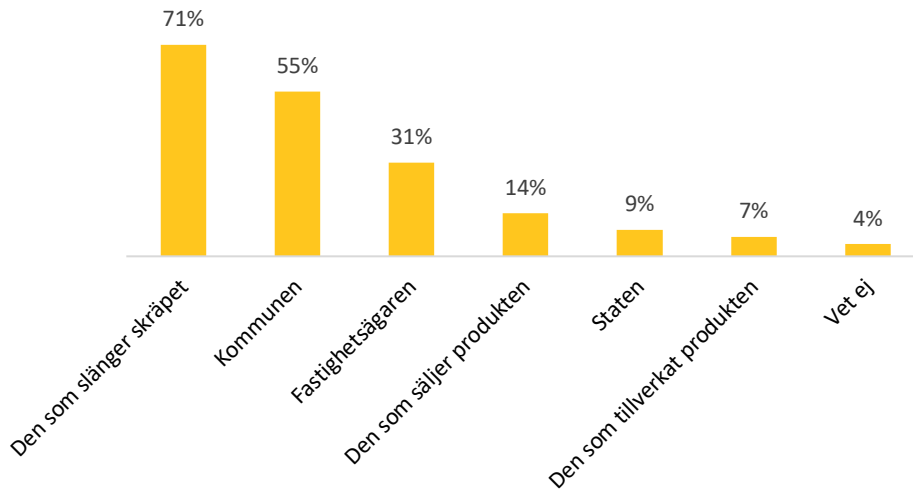
De respondenter som har tagit del av information om vilken skada skräp kan orsaka eller hur mycket det kostar att städa upp har framförallt gjort det genom nyhetsartiklar, följt av reportage från TV/radio och sociala medier (se Figur 13). Yngre respondenter tog del av informationen genom sociala medier och utbildning i högre utsträckning än äldre.

Figur 13. Andelen svar på frågan: Hur tog du del av informationen om vilken skada skräp kan orsaka eller hur mycket det kostar att städa upp? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



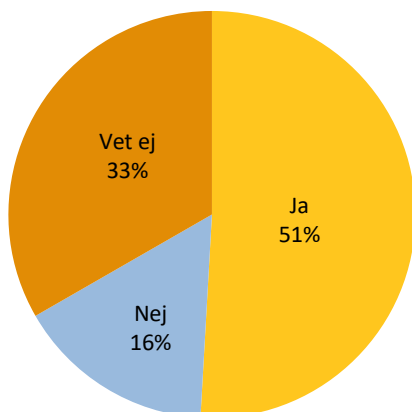
Alla respondenter ombads svara på frågan om vem eller vilka de tror har ansvar för att städa upp plastskräp på marken, se Figur 14. De flesta tror att den som slänger skräpet har ansvar för att städa upp, hälften tror att det är kommunen och en tredjedel tror att det är fastighetsägaren.

Figur 14. Andelen svar på frågan: Vem/vilka tror du har ansvar för att städa upp plastskräp på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



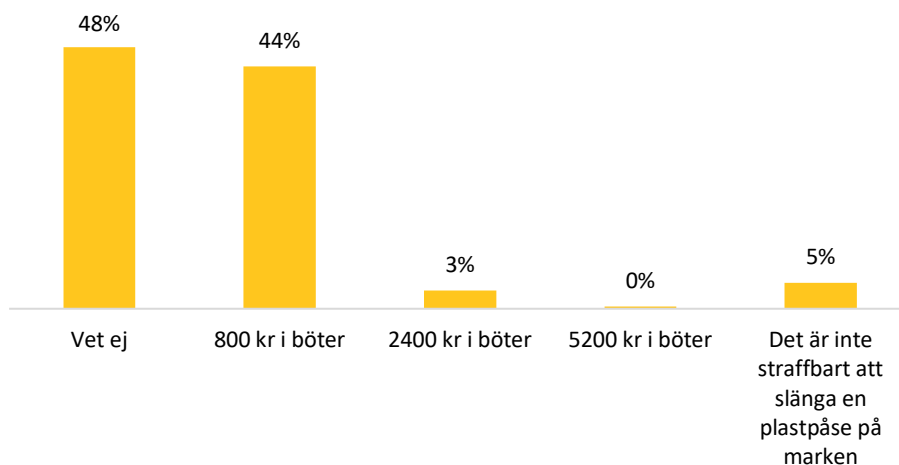
Figur 15 visar att hälften av respondenterna har kännedom om att det är förbjudet enligt lag att slänga plastskräp på marken. Av de respondenter som vet att det är förbjudet att slänga plastskräp på marken svarar 68 procent att det inte finns några tillfällen de skulle skräpa ner, vilket alltså innebär att ungefär 30 procent vet att det är förbjudet att skräpa ner men gör det ändå. Detta kan jämföras med den andel respondenter som inte känner till att det är förbjudet där 64 procent svarar att de inte finns några tillfällen de skulle skräpa ner. Kunskap om förbudet mot att skräpa ner verkar således inte ha någon större effekt på huruvida människor skräpar ner eller inte. Att kunskap och handling skiljer sig åt är förvisso inte unikt för nedskräpning. Det är t.ex. rimligt att anta att de flesta människor vet att det är förbjudet att köra bil för fort, men många väljer att göra det ändå.

Figur 15. Andelen svar på frågan: Är det förbjudet enligt lag att slänga plastskräp på marken?



De flesta respondenter vet inte vad straffet kan bli för att slänga t.ex. en plastpåse på marken. Figur 16 visar att 44 procent av respondenterna anger rätt svar, dvs. 800 kr i böter.

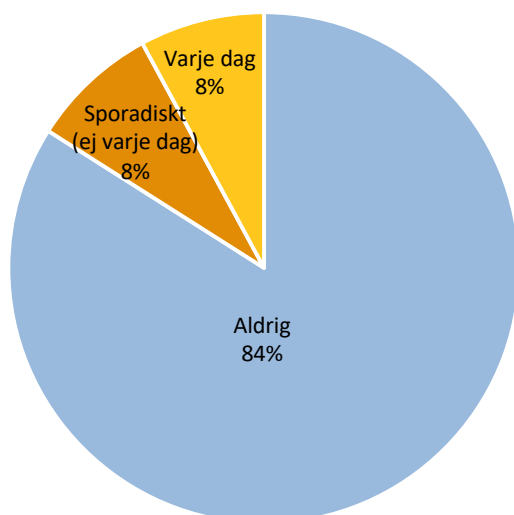
Figur 16. Andelen svar på frågan: Vad kan straffet bli för att slänga en plastpåse på marken?



4.3 Cigarettfimpar

Den andra delen av enkäten berörde cigarettfimpar. Figur 17 visar att 16 procent av respondenterna angav att de röker dagligen eller sporadiskt.

Figur 17. Andelen svar på frågan: Hur ofta har du rökt cigaretter under de senaste 30 dagarna?



Respondenterna fick ta ställning till hur väl de instämmer till en rad påståenden på en sjugradig skala där ett betyder ”instämmer inte alls” och sju betyder ”instämmer helt”, se Figur 18. De respondenter som angav att de röker dagligen eller sporadiskt stөр sig mindre på cigarettfimpar på marken än icke-rökarna. Båda grupperna anser att det är dåligt för miljön att slänga fimpar på marken och att det är

vanligt att människor gör det, men rökare anger något lägre värden än icke-rökare. Vare sig rökare eller icke-rökare plockar gärna upp fimpar som någon annan slängt men rökare gör det i högre utsträckning än icke-rökare. Få människor brukar säga till andra som slänger fimpar på marken. Rökare instämmer delvis till påståendena att de flesta människor som de känner skulle uppskatta om de inte slängde cigarettfimpar på marken (5,7), att det alltid finns andra sätt att slänga cigarettfimpar (5,3) och att deras avsikt är att inte slänga fimpar på marken (6,1). Dessa värden är dock lägre än motsvarande värden om plastskräp som var 6,4, 6,6 respektive 6,8. Detta tyder på att det både finns större social acceptans för att slänga cigarettfimpar på marken och en upplevelse av mindre kontroll över hur cigarettfimparna slängs än för plastskräp. Respondenterna instämmer också i lägre utsträckning till att cigarettfimpar på marken är dåligt för miljön i jämförelse med plastskräp (6,8).

Figur 18. Medelvärden för attitydfrågor om cigarettfimpar. 1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.

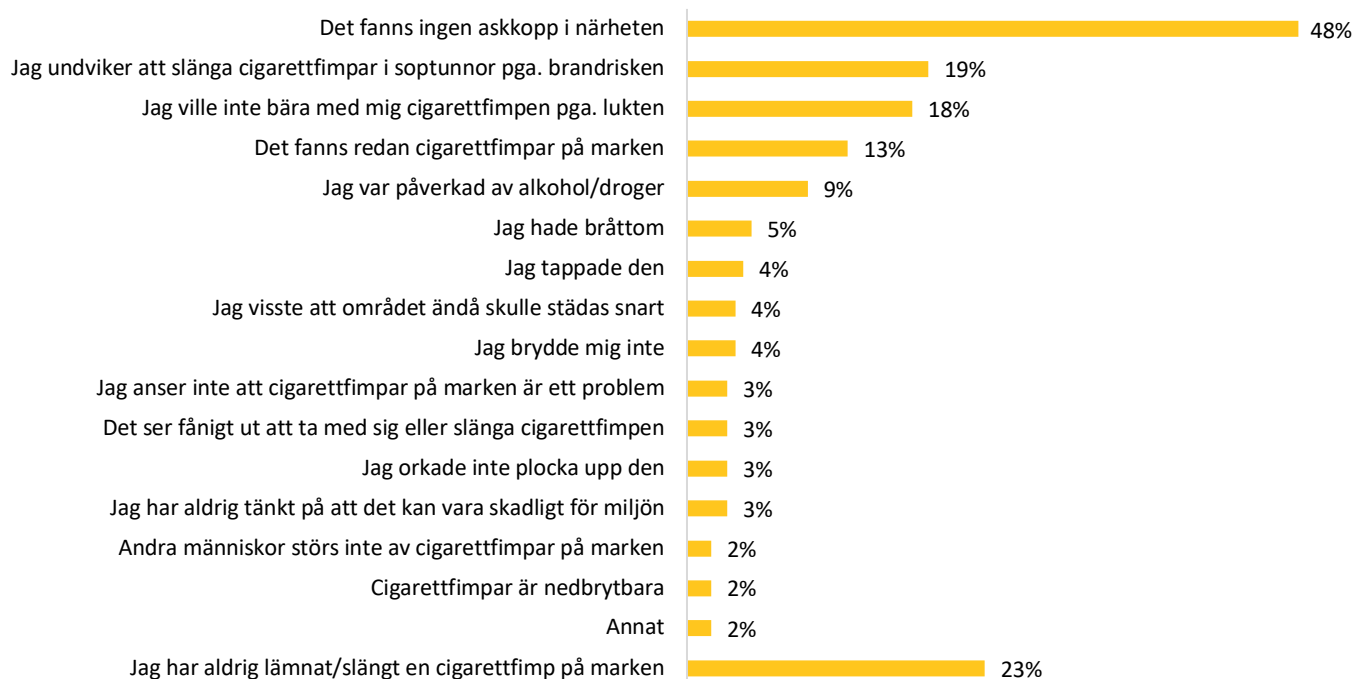


Figur 19. Rökare stör sig inte lika mycket på nedskräpning av cigarettfimpar som icke-rökare.



De respondenter som angav att de röker (dagligen eller sporadiskt) ombads svara på vad orsaken var till att de slängde en cigarettfimp på marken senast, se Figur 20. Den överlägset vanligaste orsaken var att det inte fanns någon askkopp i närheten (48 procent), följt av att de undviker att slänga cigarettfimpar i soptunnor pga. brandrisken (19 procent) och att de inte ville bära med sig fimpen pga. lukten (18 procent). Nästan en fjärdedel av respondenterna anger att de aldrig har lämnat/slängt en cigarettfimp på marken.

Figur 20. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du slängde en cigarettfimp på marken senast? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



För att undersöka vilka grupper som slänger fimpar på marken genomförs en regressionsanalys på samma sätt som för plastskräp. Resultatet visar att, liksom för plastskräp, har ålder en signifikant positiv effekt på sannolikheten att respondent en svarar att denne aldrig ha lämnat/slängt en cigarettfimpar på marken (se Tabell 4). Resultatet visar dock ingen skillnad mellan könen när det gäller nedskräpning av cigarettfimpar.

Tabell 4. Regressionsresultat från en logit-modell med responsvariabeln: Jag har aldrig lämnat/slängt en cigarettfimpar på marken (även oavsiktligt). N=160.

| Förklaringsvariabel | Estimat | Standardfel |
|-------------------------|---------|-------------|
| Kvinna | 0,18 | 0,49 |
| Ålder | 0,04** | 0,02 |
| Född i Sverige | -0,96 | 0,86 |
| Född i Europa | -2,53 | 1,58 |
| Arbetande | -0,65 | 0,72 |
| Studerande | -1,67 | 1,55 |
| Pensionär | -0,12 | 0,89 |
| Obligatoriskskola | -1,29 | 0,91 |
| Gymnasieutbildning | -0,43 | 0,48 |
| Intercept | 0,70 | 1,67 |
| % correct predictions | 80,0 | |
| Mcfadden R ² | 0,19 | |

p-värde: *** signifikant vid 1 %, ** signifikant vid 5 %, * signifikant vid 10 %

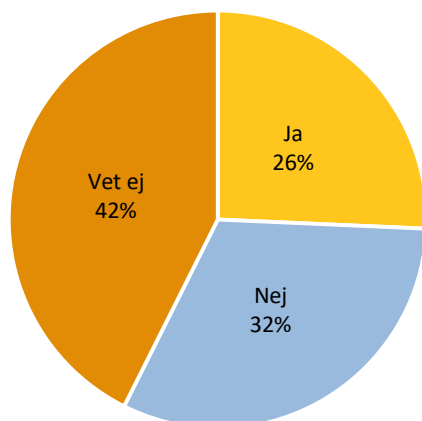
Rökarna tror att fler, synligare och bättre placerade askkoppar skulle kunna få dem att slänga färre cigarettfimpar på marken (se Figur 21).

Figur 21. Andelen svar på frågan: Vilken eller vilka åtgärder tror du skulle få dig att slänga färre cigarettfimpar på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



Alla respondenter fick svara på frågan om huruvida det är förbjudet enligt lag att slänga en cigarettfimp på marken, se Figur 22. De flesta (74 procent) kände inte till att det är förbjudet. Av de rökare som kände till förbudet svarar 38 procent att de aldrig har slängt en cigarettfimp på marken. Bland de som svarade *Nej* eller *Vet ej* har 19 procent aldrig slängt en cigarettfimp på marken. Kunskap om reglerna kring nedskräpning av cigarettfimpar verkar således ha en effekt på människors beteenden.

Figur 22. Andelen svar på frågan: Är det förbjudet enligt lag att slänga cigarettfimpar på marken? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.

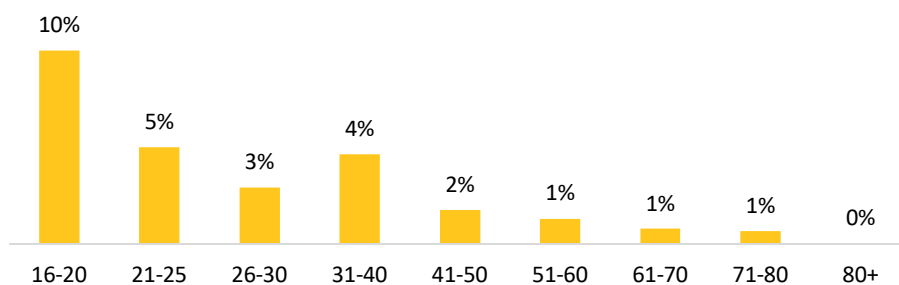


4.4 Ballonger och ljuslyktor

4.4.1 Uppsläpp av ballonger

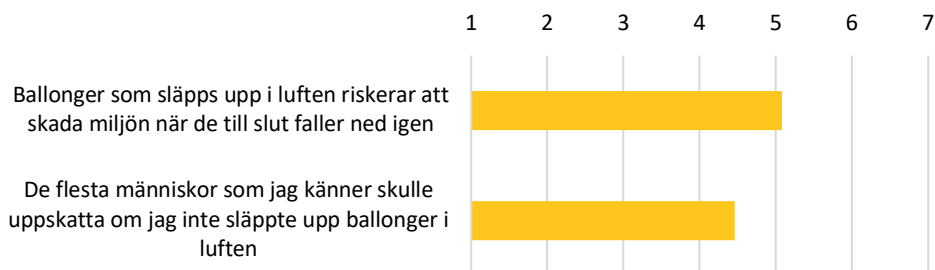
Ballonguppsläpp verkar vara ovanligt - endast 24 av de 1000 respondenterna angav att de under det senaste året släppt upp en ballong och 16 att de under det senaste året har deltagit vid ett organiserat ballonguppsläpp där stora mängder ballonger släpptes upp i luften. 9 personer svarade *Ja* på båda frågorna. Figur 23 antyder att det är vanligare med ballonguppsläpp bland yngre personer än äldre.

Figur 23. Andel respondenter i olika åldersgrupper som svarade att de under de senaste 12 månaderna har släppt upp en ballong i luften.



De respondenter som svarade att de har släppt upp en ballong eller deltagit vid ett organiserat ballonguppsläpp ombads svara på hur väl de stämmer in till två påståenden (se Figur 24). Respondenterna instämmer delvis till att ballonger som släpps upp i luften riskerar att skada miljön när de faller ned igen. De tror bara till viss del att människor de känner skulle uppskatta om de inte släppte upp ballonger i luften.

Figur 24. Medelvärden för attitydfrågor om ballonguppsläpp. 1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.



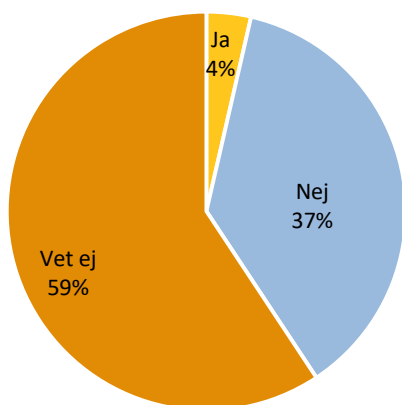
Den vanligaste anledningen till att respondenterna släppte upp en ballong i luften var att de firade något, följt av att människor runt dem gjorde det (Figur 25. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du släppte upp en ballong i luften? Fler än ett svarsalternativ var möjliga). En fjärdedel av respondenterna anger att de var tillverkade av material som bryts ned. Det är dock viktigt att ha i åtanke att statistiken baseras på ett litet antal observationer och att resultatet därför behöver tolkas med försiktighet.

Figur 25. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du släppte upp en ballong i luften? Fler än ett svarsalternativ var möjliga



Alla respondenter ombads svara på frågan om huruvida det är förbjudet enligt lag att släppa upp ballonger i luften. Endast 4 procent av respondenterna tror att det är förbjudet att släppa upp ballonger i luften, se Figur 26. Det är inte förbjudet att släppa upp ballonger och det krävs enligt Transportstyrelsen (2018) inget tillstånd för att släppa upp leksaksballonger som är gjorda av latex. Vissa regler måste dock följas, t.ex. får ballongerna inte innehålla metallfolie, om en flygplats finns inom 10 km radie från utsläppsplatsen måste den kontaktas, högst 1000 ballonger får släppas upp vid ett och samma tillfälle och ballongerna får inte vara ihopknutna med varandra. De flesta (59 procent) svarar att de inte vet om det är förbjudet eller inte.

Figur 26. Andelen svar på frågan: Är det förbjudet enligt lag att släppa upp ballonger i luften?



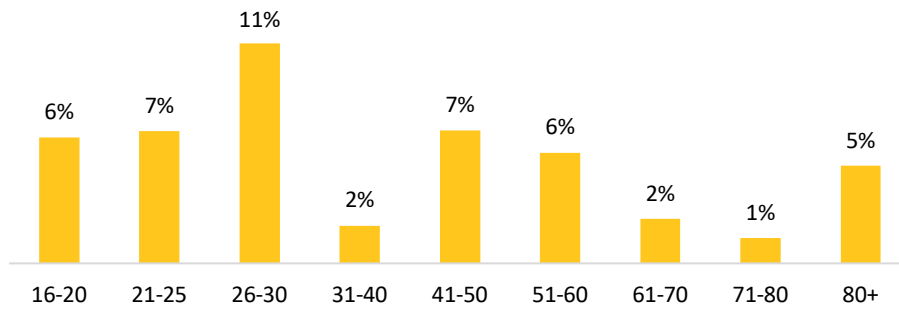
Figur 27. Endast 4 procent av respondenterna tror att det är förbjudet med ballonguppsläpp.



4.4.2 Uppsläpp av ljuslyktor

Sammanlagt fem procent av respondenterna angav att de under de senaste 12 månaderna släppt upp en ljuslykta i luften. Till skillnad mot ballonguppsläpp finns inga tecken på samband mellan ålder och uppsläpp av ljuslyktor (se Figur 28).

Figur 28. Andel respondenter i olika åldersgrupper som svarade att de under de senaste 12 månaderna har släppt upp en ljuslykta i luften.



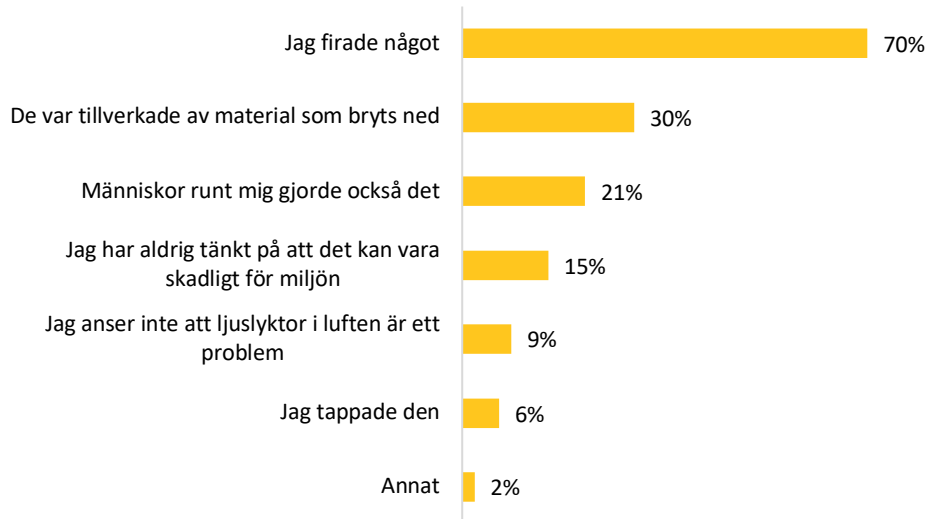
De respondenter som under det senaste året släppt upp en ljuslykta ombads svara på hur väl de stämmer in till två påståenden (se Figur 29). Respondenterna instämmer delvis till att ljuslyktor som släpps upp i luften riskerar att skada miljön när de faller ned igen. De lutar mot att de inte instämmer till påståendet att människor de känner skulle uppskatta om de inte släppte upp ljuslyktor i luften. Det verkar som att det finns en större social acceptans för att släppa upp ljuslyktor än ballonger.

Figur 29. Medelvärden för attitydfrågor om uppsläpp av ljuslyktor. 1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.



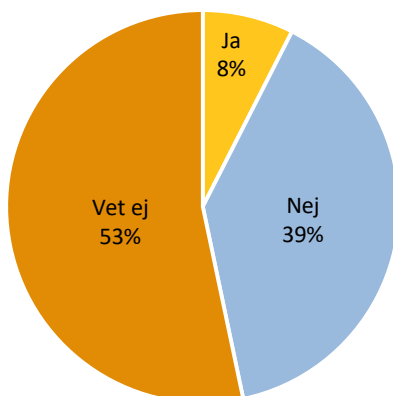
Den vanligaste anledningen till att respondenterna släppte upp en ljuslykta i luften var att de firade något, följt av att de var tillverkade av material som bryts ned (se Figur 30).

Figur 30. Andelen svar på frågan: Vad var orsaken till att du släppte upp en ljuslykta i luften? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



Alla respondenter ombads svara på frågan om huruvida det är förbjudet enligt lag att släppa upp ljuslykter i luften. Jämfört med ballongerna är det en något större andel (8 procent) som tror att det är förbjudet att släppa ut lykter. Studien har inte undersökt explicit vad detta kan bero på men en möjlig förklaring skulle kunna vara att människor tänker att lyktorna är förbjudna på grund av andra aspekter än nedskräpning, t.ex. brandrisken. De flesta (53 procent) svarar att de inte vet om det är förbjudet eller inte (se Figur 31). Sedan 2013 behövs inget tillstånd från Transportstyrelsen för att släppa upp svävande lykter. Lyktorna får vara som mest 100 cm höga och det är tillåtet att släppa upp som mest 50 lykter vid ett och samma tillfälle, oavsett stigningshöjd. Tillstånd krävs för att få släppa upp fler än 50 lykter på en gång och för att släppa upp lykter med en höjd som överstiger 100 cm. Om en flygplats finns inom 10 km radie från utsläppsplatsen måste den kontaktas (Transportstyrelsen, 2018).

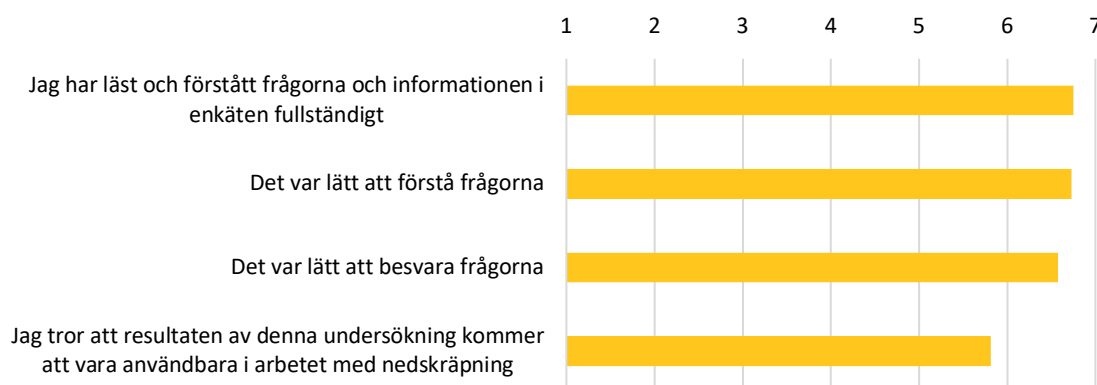
Figur 31. Andelen svar på frågan: Är det förbjudet enligt lag att släppa upp ljuslykter i luften? Fler än ett svarsalternativ var möjliga.



4.5 Validering och slutliga kommentarer

För att försäkra oss om att respondenterna har läst och förstått frågorna ställdes en fråga om detta på slutet av enkäten. Av Figur 32 framgår att respondenterna i hög grad instämmer till att de har läst och förstått frågorna och informationen i enkäten samt att det var lätt att förstå och besvara frågorna. Respondenterna instämmer delvis till påståendet att resultaten av undersökningen kommer att vara användbara i arbetet med nedskräpning.

Figur 32. Medelvärden för frågor om förståelse av enkäten. 1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.



Slutligen fick respondenterna ge valfria kommentarer på undersökningen eller de frågor undersökningen berör. 17 procent av respondenterna valde att lämna kommentarer. Nedan är ett urval av kommentarerna.

- *Inför Mulle igen, så kanske det blir mindre nedskräpning. Bötfull vuxna som skräpar ned, det finns ju en lag.*
- *Jag tycker företag, privatpersoner och lagstiftare skulle lägga mer resurser på att minska antalet plastförpackningar. Det finns alldeles för mycket onödigt emballage.*
- *Man borde informera betydligt mera om vilka konsekvenser, inte bara för en själv utan för andra människor och djur och natur, som den i dag enorma nedskräpningen har.*
- *Uppfostran om nedskräpning måste komma från tidig ålder med information om konsekvenserna. Samtidigt måste föräldrar föregå med gott exempel. Barn gör inte som man säger, barn gör som man gör.*
- *Varför får jag så mycket "plastmaterial" med mig hem när jag har handlat mat? Går det att lösa det problemet?*
- *Det borde informeras mer mot nedskräpning i förskolor och skolor.*
- *Om vi vill minska nedskräpning kan ett enkelt alternativ vara att göra soptunnor mer tillgängliga.*

- *Det är bra att ni försöker motverka nedskräpningen men ni arbetar tyvärr i motvind. Förr skulle man inte "skräpa ner i naturen" men det var då. Det borde vara böter på att kasta fimpas.*
- *Det som gäller är att fortsätta med information i tidningar, sociala medier, radio och TV.*
- *Jag tror att väldigt få har fått böter för nedskräpning. Det är ett tråkigt sätt att stoppa nedskräpningen på men jag tycker ändå att fler borde bötfällas. Har du fått en bot så tror jag ändå att du blir mer försiktig sedan.*
- *Jag tänker ofta på att det inte finns tillräckligt många papperskorgar ute på stan - särskilt när man behöver slänga något. Det vore toppen om det kan åtgärdas, jag tror verkligen det skulle ge resultat. Inte bara bättre miljö och trivsel, det skulle också skapa jobb som bonus.*
- *Informationen ska börja i egna hemmet sen skolan. Att det blir kännbart straff vid nedskräpning.*
- *Ungdomar idag verkar mindre insatta i skräpproblematiken än för säg 20-25 år sedan! Gör skolan vad den ska? Föräldrar har naturligtvis huvudansvaret men en tydlig förstärkning och utbildning i skolan vore en bra investering*
- *Tillhör generationen som var med då "Håll Sverige rent" kampanjen fanns. Den var effektiv! Nu är det en annan generation och också personer födda i andra länder som inte tagit del av kampanjen, och det skulle behövas en ny liknande kampanj. Ibland är dåliga vanor helt enkelt bara dåliga vanor och inte medvetna handlingar.*
- *Vi måste sluta att tillverka plastpåsar som förpackning. Det gick bra med papperspåsar förr i tiden. Vi får gå tillbaka till det.*
- *Hoppas att vi alla förstå att vi har bara denna jord att leva i. Vi måste behandla den med kärlek och respekt.*

5 Samtal med ungdomar

Detta kapitel summerar vad som framkom under fokusgruppsmötet med ungdomar. Syftet och målsättningen med mötet var att diskussionerna skulle ge kompletterande infallsvinklar vad gäller de orsaker och sociala normer som ligger bakom nedskräpning bland ungdomar, vilka åtgärder som skulle kunna fungera enligt ungdomarna själva, samt en ökad förståelse för orsaker och åtgärder i de specifika situationer som är vanligast att ungdomar skräpar ner, dvs. främst kultur- och sportevenemang, på krogen och i kollektivtrafiken.

5.1 Orsaker och sociala normer

Deltagarna är eniga om att nedskräpning är ett problem på grund av risker för människa och miljö, t.ex. att fulla sopcontainrar är äckliga, luktar illa och lockar till sig råttor ochflugor. Somliga tar upp riskerna för djur. Deltagarna konstaterar även att nedskräpning är mycket vanligt, särskilt bland ungdomar. Flera lyfter fram att en orsak kan vara att unga människor tycker att de har rätt till att någon annan ska plocka upp efter dem men att det också handlar om mognad och att beteendet därför minskar med åren. Vissa drar slutsatsen att äldre människor känner mer ansvar för miljön och kommande generationer. Otillräcklig utbildning som fokuserar mer på det som uppfattas som de stora miljöproblemen och mindre på nedskräpning i skolan samt bristande föräldransvar lyfts också fram som möjliga förklaringar.

”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.”

Deltagarna säger att de tycker att nedskräpning är ett dåligt beteende och att det är pinsamt att bli påkommen med att skräpa ner. Det framgår till och med av diskussionen att det är en ”extrem skämsfaktor” att skräpa ner – eller möjligen snarare att bli upptäckt och tillsagd – och att det är extra pinsamt om det sker när familj och nära vänner är med jämfört med om man är ensam. De flesta verkar tycka att så länge ingen säger åt en är det lätt att inte bry sig. Deltagarna lyfter även fram att deras beteendet påverkas av vilken typ av skräp som det rör sig om.

”Alltså cigg och sånt tror jag inte att någon av mina kompisar skulle säga till om, om någon bara fimpade på marken. Det skulle nog inte mina föräldrar heller göra.”

5.2 Åtgärder

Nedan listas ett antal konkreta åtgärder som deltagarna i fokusgruppen tror skulle kunna påverka ungdomars beteende:

- **Säga till.** Det är viktigt att säga till om man ser någon annan skräpa ner och även att plocka upp efter andra ibland.
- **Följa andra.** Det är viktigt att någon börjar skräpa ner mindre för då kanske man själv också ändrar sitt beteende.

- **Informera om hur djur drabbas.** Barn och ungdomar kan möjligen vara extra mottagliga för beskrivningar av hur djur drabbas av nedskräpning.
- **Utbilda föräldrar.** Det vore bra att börja med att utbilda föräldrar. Om föräldrar inte plockar upp skräp då kommer inte barnen heller att göra det.
- **Reklam.** Flera deltagare i fokusgruppen lyfter fram betydelsen av reklam och särskilt Pantamera.

”Det har ju varit mycket reklam såhär när man var liten om att panta (...) och det känns det som att alla i vår ålder fattar att man ska panta. Kanske att Stockholms stad eller någon skulle gå ut med någon reklamfilm om att sorterar eller slänger vi det här skräpet så kan det användas till det här eller så. Man behöver bli påmind om det hela tiden. Alltså även om man lärde sig detta när man var 12, så kanske man behöver se igen att djur mår dåligt av det.”

- **Youtube- och andra stjärnor och influencers.** Flera av gruppdeltagarna menar att det skulle räcka med att en stor Youtube-stjärna involveras i arbetet för att minska nedskräpningen i samhället.

”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. Eller influencers kan också göra ganska mycket. Vi får alltså hyra Pewdiepie. Ja några stycken influencers och sen kör vi, då skulle vi kunna få stor impact på det här.”

”Det finns någon Youtube-film med en soptunna där det låter som att någonting faller jättelångt, har ni sett den? Om det var såna soptunnor så att det liksom lät ”wiiiiie”.”

”Om Zlatan hade sagt ”nu skiter jag i det – nu slänger jag skräp överallt”. Då hade ju alla bara ”okej”. Så gör han tvärtom blir det ju en helt annan grej.”

- **Appar.** Ytterligare ett konkret förslag för att minska nedskräpningen vore om det fanns appar som uppmuntrar en att gå, enligt samma modell som exempelvis Pokémon GO och Sweatcoin.

” Kanske finns det något sätt som man kan utveckla en app som gör att folk tycker att det är roligare att slänga mer. Jag vet inte riktigt hur man skulle connecta det, men kanske att ju mer skräp du slänger desto mer belöningar får du. Alltså inte pengar som du får i verkligheten, men liksom typ en hatt till din gubbe eller så.”

5.3 Ändrat beteende

Gruppdeltagarna resonerade om att det är viktigt att bättre förstå konsekvenserna av nedskräpning och att ett av de bästa sätten att påverka barns och ungdomars beteende är att närstående personer säger åt dem. Det betonas även hur viktigt det vore om stjärnor och influencers tog ställning i nedskräpningsfrågan genom att trycka på känslor på ett eller annat sätt.

”... att du kan relatera till en viss person och du vill kanske se upp till den personen och göra som den personen.”

Särskilt viktigt är att hitta personer som kan nå ut till ungdomar.

”Det är ju viktigt att hitta någon som kan, alltså jag tror liksom inte att kommunen bara kan gå ut och såhär ”vad dåligt det är att skräpa ner”. För då kommer alla bara tänka såhär ”jo det vet vi liksom”. Man måste hitta någon som kan förmedla det, som har en respekt. Vad heter hon, Therese Lindgren. Hade hon sagt någonting så tror jag att många 16 och 17-åringar bara skulle sluta.”

”Säger de att kokt ägg är det bästa som finns då kommer liksom ägg börja säljas mycket mer. Det är ju sinnessjukt vilken kraft de har.”

Även skolan har en roll att fylla för att påverka attityder och beteenden genom ökad kunskap. Ett konkret förslag på något som skolor kan göra är att anordna tävlingar där de som samlar in mest skärp får någon form av belöning. Genom att vara ute och städa i unga år bör risken för ett nedskräpande beteende i vuxen ålder minska. Ett annat förslag är att visualisera problemet med nedskräpning på ett sätt som gör att unga människor tar till sig det i högre utsträckning och ändrar sitt beteende.

”Alltså folk kanske mer behöver se hur mycket skräp som finns (...). Kanske att man skulle ta någon ganska sopig park och städa av den och placera soppåsarna för allmänheten och säga liksom att ”såhär mycket skräp finns det i den här parken”.

5.4 Situationer när ungdomar skräpar ner

5.4.1 Kulturevenemang

Ungdomars nedskräpning är allra vanligast vid kulturevenemang. Det verkar enligt deltagarna i fokusgruppen finnas ett flertal orsaker till att just denna typ av nedskräpning sker:

- **Alkoholkonsumtion.** Alkohol grumlar människors omdöme och motorik och då är det lättare hänt att nedskräpning sker.

”Ja till exempel när man tar bort den här plastbiten på ciggpaketet och bara slänger den på bordet eller att man tagit med sig någon mat och slänger bort saker.”

- **Fulla soptunnor.** Om det inte finns plats i soptunnorna händer det lätt att skräpet läggs bredvid tunnorna.

”Men man märker ju det på biografer typ såhär precis när man går ut då är det såhär översvämmat med popcornkartonger och läskburkar. Det liksom ligger på soptunnan och överallt och går man tre meter till då finns det fler soptunnor som är helt tomma för att folk vill bara bli av med det liksom.”

- **Valuta för pengarna.** Nedskräpning vid kulturevenemang (men även vid sportevenemang och på krogen) kan hänga ihop med uppfattningen att om man betalar för sig ska man inte behöva städa upp efter sig själv.

- **Någon annan städer.** Vid evenemang som pågår endast under en viss tid och på en viss plats vet man att det kommer att komma någon och städer upp, om inte under evenemanget så efteråt.

”Ja, men precis man känner att här sker liksom underhåll. Så då kan man slänga.”

Vad gäller möjliga åtgärder för att minska nedskräpningen vid kulturrevenemang diskuteras ett antal möjliga spår:

- **Fler skyltar.** Ungdomarna skulle vilja se fler skyltar som informerar om att nedskräpning inte är tillåtet och även att vägen till soptunnor borde pekats ut tydligare. Rent allmänt lyfts betydelsen av mer uppmuntran fram som viktigt.

”Då skulle man veta vart soptunnorna finns liksom. Annars springer man ju runt och letar efter någonstans att slänga.”

- **Högre böter.** Förutom mer uppmuntran betonar vissa behovet av högre böter eller andra typer av straff och att bötesbeloppet bör vara så pass högt att det verkligen är avskräckande men att denna typ av brott samtidigt är svårt att bevisa. Få tror att nedskräpning är brott som polisen prioriterar.

”För det är ju som under grillförbudet nu, då fick ju någon 20 000 kronor i böter. Och då kanske folk tänker att liksom ”aha, det gäller verkligen” (...) Men jag tänker typ såhär utanför klubbar och så kommer polisen förbi och kollar. Det är inte som att dom bara ”shit nu va det någon som slängde en fimp”. Det är ju inte det dom tänker på när dom är där liksom.”

5.4.2 Sportevenemang

Vanliga orsaker till att nedskräpning sker vid sportevenemang enligt ungdomarna:

- **Trängsel.** När det är folktätt ser ingen om man skräpar ner, vilket gör beteendet mindre pinsamt och även möjligt att skylla ifrån sig.
- **Distraction.** En annan förklaring som gruppen diskuterar är att man vid sportevenemang kan vara så fokuserad på matchen/tävlingen att man inte tänker på att inte skräpa ner.

Vad gäller möjliga åtgärder för att minska nedskräpning vid sportevenemang diskuterades följande:

- **Fler soptunnor.** Gruppens deltagare lyfte fram ett det skulle behövas fler soptunnor särskilt i sammanhang när det är mycket trångt.
- **Delaktighet och personligt ansvar.** Att betona en känsla av delaktighet och personligt ansvar kan vara mer verkningsfullt än att tillämpa pekpinna:

”Exempelvis på fotbollsarenor som Tele2 om man har skyltar där man skriver typ ”skräpa inte ner VÅR arena” eller ”ta hand om VÅR arena” att man liksom ökar skämsfaktorn genom att tänka på att detta är inte bara en arena, utan VÅR arena. Eller inne i stan såhär att det här är ”DITT Stockholm – skräpa inte ner DIN stad” liksom.”

- **Ägarskap.** Ett sätt att betona fördelarna med att minska på nedskräpningen vore att kommunicera hur mycket som exempelvis en sportklubb har kunnat spara på minskat behov av städning och som därmed kan gå tillbaka till laget. Känslan av ägarskap till arenan kan bidra till mindre nedskräpning tror flera av ungdomarna. På samma sätt skulle kommuner kunna informera om hur mycket pengar som kunnat sparas genom minskat behov av städning och vad pengarna istället kan användas till.

”Jag tror att ägarskap spelar in jättemycket för du skräpar ju inte ner på din egen tomt. För du vet att det är du som kommer att få plocka upp det.”

5.4.3 Krogen

Bakomliggande orsaker till nedskräpning i samband med krogbesök är i hög grad de samma som för den nedskräpning som sker vid kulturevenemang, framför allt att alkohol ofta finns med i bilden. En skillnad mellan kultur- och sportevenemang å ena sidan och krogen å andra sidan är att det på krogen vanligen inte finns lika många soptunnor. Förutom kvitton verkar plastförpackningen runt cigarettpaketet vara ett särskilt vanligt skräpslag på krogen.

De åtgärder som ungdomarna lyfter fram som lovande är:

- **Ordningsvakter.** Om ordningsvakter får ökade befogenheter kan respekten öka för att nedskräpning faktiskt inte är tillåtet. Vissa gruppdeltagare tycker att en acceptabel konsekvens av nedskräpning på krogen vore att faktiskt bli utslängd, åtminstone om nedskräpningen sker vid upprepade tillfällen och personen som skräpar ner känns igen sedan tidigare.
- **Små sopkorgar.** Ett konkret förslag specifikt kopplat till uterestauranger är att istället för en parasoll placera en liten sopkorg i ”det lilla hålet” mitt i bordet. Ungdomarna tycker att det är ett problem att berusade personer oftast inte vill lämna sina platser och att det därför vore bra att underlätta för dem.

”Krogar har ju oftast inte skräp som luktar. Vi snackar ju plastbitar, så om man kanske bara kunde ha någon smart lösning med en pytteliten ish-sopkorg. En sån dom brukar ha på tåg, typ SJ-tåg, plastpåsar som du kan öppna om du ska slänga något.”

5.4.4 Snabbmatsrestauranger, kollektivtrafiken och skogen

Gruppdiskussionen om orsaker till den nedskräpning som sker i samband med besök på snabbmatsrestauranger går ut på att om man har betalat för sin mat bör det ingå i tjänsten att någon i personalen ska städa upp efter en. Detta berör dock framför allt nedskräpningen inne på restaurangerna och inte utanför.

”Det är liksom lite mer okej att inte bete sig hövligt på McDonalds och snabbmatsrestauranger än om man liksom sätter sig vid ett bord och får menyn där. Det har en liten annan aura runt omkring sig.”

Ungdomarna tror att en viktig orsak till nedskräpning i kollektivtrafiken är bristen på soptunnor, t.ex. finns inga överhuvudtaget på tunnelbanan i Stockholm. Gruppdeltagarna föreslår som möjliga åtgärder

fler ”stängbara” soptunnor på perrongerna för att undvika dålig lukt men de ser också en säkerhetsrisk om föremål (t.ex. fimpar) slängs i tunnorna som kan orsaka brand.

Anledningen till att nedskräpning sker i skogen tror ungdomarna handlar om att ingen ser vad man gör och att den så viktiga skämsfaktorn då försvinner. Dessutom är ett problem att det saknas soptunnor och att man därför måste bära med sig exempelvis engångsbestick och kladdiga förpackningar. Dessutom handlar nedskräpningen om ren lathet och brist på disciplin.

”Men sen vill man nog inte ha en massa soptunnor överallt i skogen, men ja jag tror att det kanske vara en orsak.”

5.5 Cigarettfimpar – det vanligaste skräpet

Eftersom cigarettfimpar är det vanligaste skräpslaget diskuterades detta specifikt under mötet. Ungdomarna tror att en viktig orsak till att människor slänger fimpar på marken är att det finns en tillåtande kultur vad gäller den typen av nedskräpning.

”...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.”

Andra orsaker som gruppen resonerar om är att människor faktiskt inte vet var de ska slänga fimparna och att det finns en motvilja att slänga dem i papperskorgar på grund av brandrisken. Det finns även en motvilja att bära med sig fimparna på grund av lukten och en osäkerhet om fimpen är tillräckligt släckt.

”Det vore jobbigt om det började brinna i ens ficka. Särskilt när det ligger en massa andra fimpar bredvid som också är lättantändliga.”

Ungdomarna har flera tankar kring på vilket sätt nedskräpningen med fimpar skulle kunna minska:

- Fler specialutformade papperskorgar för att slänga fimpar.
- Introducera fler rökrutor utomhus på samma sätt som i Japan där rökning inte är tillåten på gatan (men däremot inomhus på restauranger och barer osv)
- Fler rökfria evenemang.
- Fler brandsäkra ”fimpstationer” i direkt anslutning till vanliga soptunnor.
- Att fler börjar röka e-cigaretter.

6 Intervjuer

Tabell 5 summerar resultatet med fyra aktörer; tre cafékedjor och en hamburgerkedja. De viktigaste slutsatserna som kan dras av intervjuerna är att:

- Företagen vidtar redan idag åtgärder för att minska sin användning av engångsmaterial och gradvis gå över till andra material än plast.
- Företagen ser att de kan bidra till att minska nedskräpningen t.ex. genom att se till att det finns papperskorgar, att tillhandahålla mer flergångsmaterial och informera kunderna.
- Existerande hinder för att företagen ska kunna bidra till minskad nedskräpning handlar i hög grad om ekonomi (att alternativa material och förpackningar är för dyra) och design (att alternativa material och förpackningar inte har den funktion och utseende som önskas).
- Företagen vill ha hårdare krav på sig. De vill förändras, men samtidigt inte vara de enda som gör – ofta resurskrävande – förändringar, eftersom att detta kan påverka deras konkurrenskraft.
- Företagen känner ibland att de ligger steget före lagstiftning och myndigheter vad gäller exempelvis produktval. Ett av företagen menar att incitament saknas till att använda de förpackningar som har högst återvinningsbarhet eftersom allt ändå förbränns. Detta riskerar att bidra till att företagen blir mindre motiverade att fortsätta sitt arbete att minska plastanvändningen.
- Cafékedjorna är positivt inställda till att kunder tar med sig egen mugg/matlåda, men hamburgerkedjan är negativt inställd bl.a. på grund av hygien- och ansvarsskäl.
- Aktörerna är försiktigt positivt inställda till ett pantsystem för matlådor. Den tveksamhet som finns kan kopplas till utmaningar gällande hygien och produkternas fräschhet, tvättmöjligheter och om det kommer fungera att få med sina loggor på matlådorna på ett tillfredsställande sätt.

Tabell 5. Svar från intervjuer om nedskräpning med aktörer som förser konsumenter med nedskräpande material

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|---|---|---|---|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| Gör ert företag något idag för att påverka nedskräpningen av plast? Vad i så fall? | <p>Vi erbjuder alternativ till engångsartiklar, exempelvis flergångskoppar till förmånligt pris.</p> <p>Vi försöker använda porslin och liknande istället för engångsmaterial för de kunder som sitter inne på fiket (vilket är ca 65%), t.ex. vill vi ge kalla drycker i glas. Fokus har legat på att reducera och minimera användningen av plast i shopen, eftersom det ser bättre ut och innebär minskade kostnader. Vi säljer mer take away i stora städer än mindre, men andelen kunder som väljer take away verkar vara konstant över tid.</p> | <p>Vi har bytt ut nästan alla engångsmaterial mot majs och sockerrör. Sugrören och plastglaset är gjorda av sockerrör (tål därför inte värme). Besticken är gjorda av majs.</p> <p>Kunderna måste också själva leta upp engångsartiklarna, de ger t.ex. inte locket direkt till kunden.</p> <p>Vi tar också bort möjligheten att roffa åt sig servetter och engångsmaterial bara för att det är smidigt. Istället för en hög med servetter kan användandet av portioneringsbehållare t.ex. sänka förbrukningen med 70 %.</p> | <p>Vi byter ut plast mot majs. Vi använder nedbrytbar plast i muggar, matlådor och sugrör. Det är lite dyrare, men vi tycker att det är värt det.</p> <p>Sugrör och take away-muggar har vi bara vid kassan så att folk inte kan ta själva. Intentionen var inte att minska mängden skräp, men det blev en positiv effekt.</p> | <p>Vi uppmanar gästerna att inte slänga skräpet på marken, särskilt de som kommer med bil i "driven".</p> <p>Vi ser till att vi har tillräckliga soptunnor runt restaurangerna. Den nedskräpning som ändå sker där städar vi själva upp.</p> <p>Man får inte sugrör och lock om man inte plockar det själv. Det var längesen vi slutade att ge ut sugrör och lock till alla kunder.</p> <p>Vi har plockat bort barnboxen eftersom den ju slängdes direkt.</p> |
| Vilka typer av åtgärder tror du skulle krävas av ert företag för att det ska bli mindre nedskräpning av produkter i plast? | <p>Nedskräpning kommer främst från engångsmaterialet som lämnas till kunden. Frågan är då hur långt vårt ansvar för vad kunden gör med skräpet sträcker sig. Men vi ser i alla fall till att det finns tillgängliga papperskorgar i närheten, t.ex. i shoppingcenter.</p> | <p>Bättre sorteringsmöjligheter och hårdare regler av hyresvärdarna. De har inte soprum som är källsorterade.</p> <p>Wake up call behövs för alla människor.</p> <p>Pantsystem, rabatt på kaffet osv. Problemet är att det inte ligger i gästernas kultur än.</p> | <p>Även om vi försöker göra mycket, så måste vi tjäna pengar så jag tror att det handlar mycket om konsumentkunskap. Vi har också väldigt medvetna kunder som ibland väljer att inte efterfråga t.ex. sugrör. Vi försöker göra våra kunder medvetna om att vi har nedbrytbar plast och vad man ska göra av med det.</p> <p>Majsmuggar börjar sin komposterbara process i högre temperaturer, för vilket det finns speciella stationer. Men de kan också brännas upp.</p> | <p>Personer som har studerat dikesrenar säger att folk ibland slänger ut hela påsen med skräp som blivit över från driven. Detta skulle kanske kunna bero på att det luktar illa. I så fall skulle vi kunna uppmana kunderna att stänga påsen ordentligt. Men det kan också finnas de som skäms för att de äter snabbmat och inte vill komma hem med påsen. I så fall måste man hantera det på något annat sätt.</p> <p>Vi skulle kunna använda mer flergångsmaterial på restaurangen och installera disk. Det tar dock utrymme och tid. Arbetstid för nån som ska diska, men också hur du ger det till gästen.</p> |

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|--|---|---|--|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| | | | | <p>Det är viktigt att det går snabbt. Å andra sidan tar en tredjedel av gästerna med sig mat från restaurangen och det är antagligen de som står antagligen för nedskräpningen.</p> <p>Vi skulle kunna byta ut vissa material. Eller fundera över om det går att servera maten med smartare förpackningar som skapar mindre skräp.</p> |
| Vilka möjligheter ser du för att ert företag ska kunna genomföra de förändringar som krävs? | <p>Kollar mycket på att byta ut plast till papper, kommer att hända mycket under de kommande åren. En förutsättning för att byta ut plast till andra material är att det kan tas hand om sedan. Det borde finnas fler sopsorteringar i närheten.</p> <p>Rabatt på kaffet i medtagbar mugg kan både leda till minskade kostnader för material samt skapa lojalitet med gästerna.</p> | <p>Inga större problem om inte regler t.ex. Livsmedelsverket sätter stopp. Men mycket går att göra.</p> | <p>Vi sprider kunskap om hur de kan återvinna våra material, men vi kan ju inte påverka så mycket vad de gör med förpackningarna när de har lämnat caféet. Folk är nog ganska lata och slänger iväg det om det inte finns en papperskorg eller återvinningsstation i närheten.</p> <p>Mer kunskapsspridning, mer energi, vikt och pengar på att förmedla hur det ser ut.</p> | <p>Vi tittar på hur vi kan byta ut vissa av förpackningarna.</p> |
| Vilka hinder ser du för att ert företag ska kunna genomföra de förändringar som krävs? | <p>Ekonomiska hinder framförallt. Är det rimligt att de biologiska nedbrytbara materialen ska vara så dyra? Andra problem är att stora partier köps in så mycket finns på lager. Framförallt prislappen som är problemet. Ett problem med att ta bort t.ex. sugrör är att de utgör hjälpmedel för t ex handikappade.</p> | <p>Hyresvärdarna är ett stort problem, allt beror på vad de har för sorterings-möjligheter.</p> <p>Påverkas av politik – billigare att köpa "skit" än bra grejer.</p> <p>Svårt att motivera folk att sortera rätt och i flera länder har man inte kommit så långt som i Sverige. Möjligheter och utmaningar med detta.</p> | <p>Brist på återvinningsplatser i närheten. Sen finns det inte så mycket papperskorgar tillgängliga, även om de har blivit bättre i och med de nya papperskorgarna som är stängda (de med solsensor).</p> <p>Så länge det är lönsamt har ägarna inte problem med att vi tar beslut för att minska engångsmaterial.</p> | <p>När det gäller material kan vi ju välja andra förpackningar. Men ofta behövs ett fuktskydd, t.ex. till en varm kopp kaffe behövs ett plastfilmsskydd så inte koppen går sönder. Det finns egentligen inga hinder för att byta ut plast mot andra material, t.ex. sockerrör. Det handlar mer om huruvida det finns förpackningar som passar oss, både prismässigt och designmässigt. Vi har frågat leverantörerna länge och de har inte så roliga grejer. Antingen blir det sämre</p> |

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|---|--|---|--|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| | | | | designmässigt eller prismässigt. Det är lätt snabbt många miljoner kronor skillnad när man byter förpackningar. |
| Vad skulle få ert företag att minska på plastanvändningen eller nedskräpningen av plast? | Bra att det ställs krav på företagen. Priserna kan pressas och en marknad kan skapas. Positivt med övergång till cirkulär ekonomi, men kan behöva påtryckning utifrån. En skatt på plast känns rimligt. | Har minskat stor del av plastanvändningen redan. Andra länder har kommit väldigt långt, t.ex. San Francisco har inte längre plastflaskor. Handlar mer om att våga ta ett beslut. Förbjud all dålig plast t.ex. Vi skulle anpassa oss. Högre priser för take away-förpackningar skulle få stor inverkan. Vi vill inte vara först att göra det, men vill göra det om andra gör det samtidigt. Problemet är att det är svårt att ändra människors beteende. | Lönsamhet. Många väljer att använda plast för att det är billigare, så kanske någon skattelättnad eller så för att göra det billigare. Just nu skiljer det ganska mycket i pris så det gör en väldigt stor skillnad. Men det kommer nog mer. Problemet är också att mycket slängs i naturen så att det finns mer möjligheter att göra sig av med det. | Jag tror att det skulle behövas en större svensk attitydkampanj om att man inte ska skräpa ner i naturen. De flesta upplever nog att det inte är så stökigt i Sverige. Vissa menar att nedskräpning är ett stort problem, men som det är idag vet inte vi hur stor del vi är av problemet. En kampanj som är inriktad på lokala samhället skulle vara bra då, till skillnad mot Håll Sverige Rent som hade nationellt fokus, eftersom man antagligen är mer engagerad i den miljö man lever i. Det skulle vi kunna tänka oss att stötta. Sen kan man diskutera vad som är bäst - plast eller papper? Just nu pågår det en drive mot plast, men plast är ju också väldigt bra och funktionellt. Frågan är hur vilken typ av plast och hur det kan återvinnas. Eftersom allting förbränns idag finns det inga incitament till att använda de förpackningar som har högst återvinningsbarhet. Så något styrmedel för det vore bra. Det borde finnas en nationell plaststrategi. Idag gör kommuner olika, vilket gör det svårt för oss att införa förändringar som påverkar alla restauranger. Kommunerna måste vara byggda på samma sätt för att ta hand om |

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|---|--|--|---|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| | | | | <p>avfallet. Det kommunala avfallsmonopolet är ett problem här. Bättre möjligheter att återvinna eller sortera materialen skulle påverka oss positivt. Vi skulle också behöva lagar eller riktlinjer om vilka typer av plaster som ska användas. Det kan räcka med rekommendationer. Om man hittar tre material (t.ex. polypropen, polyeten) som går att återvinna bra så kan vi anpassa oss till det.</p> <p>Det vore bra om det fanns ett ekonomiskt värde på plast i andrahandsled. Då kan det finnas incitament att även plocka upp det som hamnat i naturen. Kan man hitta fram till den typen av affärsmodeller så att företagen har ett ordentligt andrahandsvärde på förpackningarna kan det gå in i företagets arbete.</p> |
| Finns det något ert företag skulle vilja genomföra men som inte är möjligt idag? | Byta ut allt material är inte ett så stort problem i sig, men återvinningen måste också funka. Att ta bort sugrör är inte svårt, men ger en liten effekt och är mest en PR-grej. | Vi vill ha fler ekologiska (mat)produkter som inte går att hitta idag. | Vi skulle kunna göra mer om t.ex. fastighetsägarna vill det, återvinning osv. | |
| Anser du att det är ert ansvar att minska nedskräpningen av plast? | Mycket av ansvaret borde ligga på staten då det är ett samhällsproblem. T.ex. att förse samhället med papperskorgar och sortering. För att minska nedskräpningen krävs en gemensam insats både från företag och privatpersoner. | Vi måste ta ansvar som företag. Besluten behöver inte alltid vara omtyckta. | Ja vi är ett företag som tycker att sådana här frågor är viktiga. Våra kunder är också miljömedvetna och vi vill att våra kunder ska vara nöjda. | 5 % av vår klimatpåverkan kommer från förpackningar. Köttet är därför mycket mer intressant för oss. |

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|---|--|--|---|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| Känner du personligen att du kan göra någon skillnad? | Vi är en centraliserad organisation. När något nytt testas sker det ofta i en shop, sedan tre och sedan implementeras det i alla shoppar. Därför kan en liten förändring ge väldigt stor effekt. Om ett enskilt café tar ett eget initiativ måste det alltid godkännas centralt. | Har stor möjlighet att påverka. Har 45 000 gäster varje dag. Känner själv att det är lätt att påverka. | Jag är inte driftschef, endast lokalchef, men det finns ändå möjligheter att påverka. | Stor möjlighet att påverka. |
| Hur ofta händer det att kunder tar med sig egen mugg/matlåda? | Det finns möjlighet till detta, men det händer inte så ofta. Diskuterar om det går att ge rabatt för de som tar med egen mugg, vilket kan innebära en ökning. Dock kommer detta troligtvis inte leda till någon större ökning. Matlåda har ingen tagit med sig, men koppar/termos kan hända i större städer. | I princip aldrig. Däremot tycker vi svenskar om att sitta på caféet och dricka sitt kaffe, i "riktig" kopp, vilket minskar antalet take away muggar. | Matlåda har jag inte sett, men egen termos är ganska vanligt och då får man en liten rabatt. | I princip aldrig. |
| Vilken "typ" av kunder tar med sig egen mugg/matlåda? (ålder, kön, etc.) | Kvinnor, 25–25 år. Mer miljömedvetna cityfolk. | Svårt att svara på. En del föredrar att ha egen termos pga. håller värmen. Majoriteten gör det nog inte ur miljösynpunkt. | Oftare unga människor som tar med sig egen termos. Det märks att de är medvetna och det är ofta fina och bra muggar. | Inga. |
| Vad tycker ert företag om att folk tar med sig egen mugg/matlåda? | Helt okej, ser inga problem i detta. | Inga problem alls. Det blir bara billigare för företaget och bättre för miljön. Vi skulle t.ex. kunna ge rabatt om personer tar med sig egen matlåda. | Jättebra. Om folk tar med sig eget hos oss så får de rabatt. | Vi vill inte att de ska göra det. Så fort muggen eller lådan kommer in på restaurangen har vi ansvar. Om man har varit dålig på att diska kan det spridas bakterier. Sedan är det inte ens säkert att det är bättre ur klimatsynpunkt. Ett stålsugrör behöver man använda t.ex. 10 000 ggr innan det lönar sig i jämförelse med plast. Det är svårt att tänka sig att man inte tappar bort eller slänger det innan det blir bättre för klimatet. |

| | Aktör A | Aktör B | Aktör C | Aktör D |
|---|--|--|---|--|
| Typ av företag | Cafékedja | Cafékedja | Cafékedja | Hamburgerkedja |
| Roll på företaget | Hållbarhetsansvarig | Produktutvecklare | Platschef, lokalt | Informations- och hållbarhetschef |
| Vad tycker du om idén med ett pantsystem för matlådor? | <p>Eventuellt skulle det kunna funka, men känns väldigt komplext bl.a. pga. hygienfrågan.</p> <p>Det är också svårt för ett enskilt företag att genomföra. Ska t.ex. våra koppar användas i andra caféer?</p> <p>Dock hade det kunnat vara en kul och bra grej att få rabatt när man lämnar in lådan.</p> | <p>En take away-mugg i miljövänligt material som kan tvättas hemma och användas igen på samma café är kanske 2 år bort i Sverige i nuläget.</p> <p>Problemet är att vi inte kan ha loggan på returmuggen om alla ska ha en gemensam. Å andra sidan går folk ofta går till samma café och behöver då bara en returmugg för ett café.</p> <p>Om 15 år hoppas/tror jag att vi kommer att ha övergått från engångsmaterial.</p> | <p>Det hade kunnat funka, men vad vi har här är ganska begränsat. Och matlådorna vi har går att kompostera.</p> | <p>Då behöver vi ha en anläggning för att tvätta.</p> <p>Frågan är i så fall om det skulle vara lika lådor överallt och så sätter man sitt eget märke på den eller om vi skulle ha en egen typ av låda?</p> <p>Gissar spontant att det kan vara svårt att få dem att kännas fräscha och attraktiva.</p> |

7 Sammanfattning av litteraturgenomgång

Detta avsnitt sammanfattar den internationella litteraturgenomgång som presenteras i sin helhet i Bilaga 1. I Sverige, precis som i större delen av världen, vet människor att nedskräpning är dåligt för miljön. Samhället tillhandahåller soptunnor och andra platser att göra sig av med skräpet och vi har en lagstiftning som borde ge incitament för att inte skräpa ned men inte gör det eftersom straff i stort sett saknas vid överträdelser mot förbudet. Den genomförda enkätundersökningen och fokusgruppsmötet visar att människor i allmänhet mycket riktigt anser att man inte ska skräpa ner. Givet detta borde nedskräpning egentligen inte förekomma men är ändå ett vanligt fenomen. Inom beteendevetenskapen kallas denna skillnad mellan vad människor å ena sidan säger att de gör och vad de å andra sidan faktiskt gör för "intention action gap", dvs. gapet mellan avsikt och beteende. I litteraturgenomgången presenteras olika förklaringar till *varför* det finns ett glapp mellan vad människor säger och vad de gör. Tre särskilt viktiga faktorer har identifierats:

- sociala normer
- bekvämlighet
- otydligt ansvar

När människor fattar beslut om nedskräpning sammanvägs omedvetet fördelar och nackdelar med att göra sig av med skräpet på ett korrekt vis. Å ena sidan vet människor att det är fel att skräpa ner, vilket bidrar till känslor av skam och skuld när det ändå sker. Å andra sidan kan sociala normer, bekvämlighet och otydligt ansvar göra att människor känner sig mindre skamsna om de faktiskt skräpar ner. Litteraturgenomgången ger stöd för att människor i olika hög grad är beredda att göra avvägningar för att "göra rätt för sig" och inte skräpa ner. Somliga personer har en låg och andra har en hög moralisk tröskel när det kommer till nedskräpning, men litteraturen visar att människor påverkas av sin omgivning vilket förklarar varför de flesta människor skräpar ner åtminstone ibland och varför nästan ingen skräpar ner hela tiden.

När det kommer till sociala normer påverkas vi av vad andra människor gör. I allmänhet känner vi oss mindre dåliga om andra också skräpar ner. Om andra skräpar ner är det lätt att tänka att det inte kan vara så farligt, och vi känner oss mindre ensamma i vårt beteende. Att inte se en soptunna eller askfat i sin närhet är också en vanlig ursäkt för att skräpa ner utan att få skuldkänslor. Vi kan beskylla beslutsfattare/samhället för att inte tillhandahålla soptunnor och askkoppar där vi kan göra oss av med skräp på ett bekvämt sätt. Särskilt vad gäller cigarettfimpar finns ett mycket stort avstånd mellan människors attityder till fimpar och viljan att ändra sitt eget beteende. Om fimpen inte är mycket lätt att göra sig av med slängs den oftast på marken. Få människor skräpar ner med avsikt men det är också få som är beredda att gå långa avstånd för att slänga sitt skräp om det inte finns någon soptunna i närheten. Om det krävs en alltför stor ansträngning för att inte skräpa ner tenderar människor att av bekvämlighetsskäl bortse från den positiva känslan av att vara en "moralisk" person och skräpar ner ändå. Slutligen känner vi oss mindre skyldiga till nedskräpning om vi kan intala oss själva att nedskräpningen var oavsiktlig, t.ex. att vi glömde att ta med oss skräpet, att det blåste iväg eller att vi trodde att någon annan skulle städa upp efter oss (otydligt ansvar).

Interventioner för att aktivt minska nedskräpningen bör fokusera på att stärka sociala normer, tydliggöra möjligheterna att göra sig av med skräp och betona det personliga ansvaret. När det kommer till passiv nedskräpning är det svårt att skapa interventioner eftersom människor inte är medvetna om att deras beteende är problematiskt.

8 Slutsatser och rekommendationer

Syftet med denna studie är att öka kunskaperna kring människors attityder och beteenden bakom nedskräpning. Rapporten belyser den nedskräpning av plast, cigarettfimpar, ballonger och ljuslyktor som sker i olika typer av sammanhang och även vilka olika åtgärder och styrmedel som kan tänkas påverka människors beteende. Dessutom görs ett försök att bättre förstå hur aktörer som förser individer med nedskräpande material (t.ex. engångsplast) vill och kan ta ansvar för nedskräpningsproblematiken. Studien har bland annat besvarat dessa frågor:

- 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?

Följande slutsatser kan dras från studien:

- Ett viktigt och tydligt resultat från studien är att människor i allmänhet inte har för avsikt att skräpa ner. Två tredjedelar av respondenterna till enkätundersökningen svarar att de aldrig skulle lämna plastskräp på marken. Det anses vara dåligt för miljön och människor stör sig på nedskräpning men ändå är det uppenbart att nedskräpning sker.
- Utifrån det gap som finns mellan människors attityder (det är fel att skräpa ner) och faktiskt beteende (vi skräpar ner ändå) ger litteraturen tre huvudsakliga förklaringar till förekomsten av nedskräpning; *sociala normer*, *bekvämlighet* och *otydligt ansvar*.
- Troligtvis underrapporterar enkätundersökningen omfattningen av nedskräpningen - delvis eftersom individer uppriktigt inte kan minnas när de senast skräpade ner och delvis eftersom människor i enkätstudier vanligen svarar enligt sina preferenser (den person de vill vara) och inte deras faktiska beteende (den person de faktiskt är).
- Hälften av respondenterna har kännedom om att det är förbjudet att slänga plastskräp på marken men nedskräpningen sker i lika hög grad oavsett om man vet att det är förbjudet eller inte. Kunskap om förbudet mot att skräpa ner verkar således 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. Ungefär hälften av de respondenter som har kännedom om att det är förbjudet visste inte vad straffet kan bli för att skräpa ner.
- Såväl enkätundersökningen som fokusgruppen samt litteraturgenomgången visar att unga skräpar ner mer än äldre och män mer än kvinnor. Det ska dock betonas att det kan finnas skillnader mellan hur olika grupper väljer att svara och att vissa grupper kan tänkas svara mer ”ärligt” än andra. Utbildningsnivå och födelseland påverkar inte sannolikheten att skräpa ner.
- Samtidigt som det är pinsamt att bli påkommen och tillsagd anser sig vissa unga ”ha rätt” att skräpa ner, åtminstone om man har betalt för en tjänst och i situationer när det är uppenbart att någon annan kommer att städa upp efteråt. Dessutom är det uppenbart att om soptunnor saknas/är för långt borta ökar risken för nedskräpning markant. Detta tyder på att sociala

normer (att ha rätt), otydligt ansvar (någon annan städar upp) och bekvämlighet (soptunnor saknas) har betydelse för att nedskräpning sker.

- Vad gäller cigarettfimpar anger en fjärdedel av rökarna i enkätundersökningen – särskilt äldre personer - att de aldrig har lämnat/slängt en cigarettfimp på marken. Vårt resultat tyder samtidigt på att det – jämfört med plastskräp - finns större social acceptans för att slänga cigarettfimpar på marken.
- Andelen respondenter som svarat att de släppt upp ballonger och/eller ljuslyktor är mycket liten. Det finns vissa indikationer på att det är vanligare med ballongutsläpp bland yngre än äldre personer, men resultatet är osäkert på grund av få observationer. Till skillnad mot ballongutsläpp finns inga tecken på samband mellan ålder och uppsläpp av ljuslyktor.
- De vanligaste tillfällena då nedskräpning av plast sker – sett över alla ålderskategorier – är kulturevenemang följt av sportevenemang och ute på krogen. Andra vanliga situationer är i kollektivtrafiken och i skogen/på picknick. De vanligaste förklaringarna till att nedskräpning sker är att det inte finns några soptunnor i närheten, att skräpet blåser iväg eller att respondenterna tappar skräpet. Den vanligast orsaken till att slänga cigarettfimpar på marken är att det inte finns någon askkopp i närheten, följt av att man undviker att slänga cigarettfimpar i soptunnor på grund av brandrisken eller att man inte ville bära med sig fimpen på grund av lukten.
- Vad gäller kultur- och sportevenemang visar enkätundersökningen att fulla soptunnor, vetskap att någon annan kommer att städa upp efteråt (t.ex. efter konserter och matcher) samt hög alkoholkonsumtion är viktiga förklaringar till nedskräpning i dessa sammanhang. Resultatet från fokusgruppsmötet bekräftar detta med tillägget att trängsel, distraktion (fokus på matchen), och att särskilt ungdomar kan anse sig ”ha rätt” att skräpa ner om man har betalt för en tjänst också bidrar till nedskräpning vid kultur- och sportevenemang.
- Företag som förser individer med nedskräpande material vidtar redan idag åtgärder för att minska nedskräpningen, t.ex. att sätta upp soptunnor och gradvis fasa ut engångsplast, vilket gör att de känner att de ligger steget för lagstiftning och myndigheter. De hinder som företagen ser för att de ska kunna bidra till minskad nedskräpning handlar till stor del om ekonomi (att alternativa material och förpackningar är för dyra) och design (att alternativa material och förpackningar inte har den funktion och utseende som önskas), men också att hyresvärdar behöver erbjuda sorteringsmöjligheter. Företagen är (med vissa undantag) försiktigt positiva till pantsystem för matbehållare och muggar, men ser utmaningar kopplade till hygien, tvättmöjligheter och möjligheter att marknadsföra sina företag.
- De lösningar/åtgärder för minskad nedskräpning som lyfts fram av respondenterna till enkätundersökningen och deltagarna i fokusgruppen är:
 - Fler och synligare soptunnor och askkoppar som är bättre placerade och som töms oftare
 - Soptunnor och askkoppar med bättre design, inklusive en mini-askkopp att kunna ta med sig i sin egen ficka
 - Böter och pant
 - Minskad alkoholkonsumtion särskilt vid kulturevenemang och på krogen
 - Mer information/utbildning

- Reklam
- Att information/utbildning/reklam trycker på känslor, t.ex. samhörigheten med sitt lag, känslan av delaktighet, ägarskap och engagemang
- Mer information – visualisera nedskräpningens konsekvenser
- Engagera youtubers och influencers och andra stjärnor i kommunikationen med unga
- Appar som uppmuntrar till att plocka upp skräp

De intervjuade företagen efterfrågar bland annat hårdare bestämmelser som alla aktörer behöver följa för att inte snedvrída konkurrensförhållandena.

Några avslutande rekommendationer för att minska nedskräpningen:

I allmänhet bör interventioner för att åstadkomma minskad nedskräpning fokusera på att stärka sociala normer, tydliggöra möjligheterna att göra sig av med skräp och betona det personliga ansvaret. När det kommer till passiv nedskräpning är det svårt att skapa interventioner eftersom människor inte är medvetna om att deras beteende är problematiskt. Följande rekommendationer kan ges:

- Information och reklam med budskap som stärker sociala normer t.ex. genom att trycka på känslor såsom samhörighet med sitt lag, känsla av delaktighet, ägarskap och engagemang.
- Engagera röster och kanaler som är särskilt riktade mot unga människor. Att youtubers, influencers och andra stjärnor som ungdomar ser upp till och tar mycket intryck av engagerar sig i nedskräpningsfrågan skulle kunna innebära ett nytt och betydelsefullt grepp för en effektiv kommunikation med den grupp som skräpar ner allra mest.
- Det behövs fler och synligare soptunnor och askkoppar som är bättre placerade och som töms oftare, samt soptunnor med bättre design (särskilt för fimpar).
- Vidta ytterligare åtgärder särskilt i de sammanhang då nedskräpning är allra vanligast, dvs. vid kultur- och sportevenemang. Fler soptunnor och mer frekvent tömning av soptunnorna så att dessa inte blir överfyllda är sannolikt viktigast eftersom att de som skräpar ner i dessa situationer i högre grad än andra uppger att orsaken till att de skräpade var att de visste att området ändå skulle städas snart. Med tanke på den höga alkoholkonsumtionen vid såväl kultur- som sportevenemang skulle en minskad alkoholkonsumtion också kunna leda till en viss minskning av nedskräpningen.
- Kunskap om det existerande 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.

Referenser

Ajzen, I., 2002. (Reviderad 2006). Constructing a theory of planned behavior questionnaire. Conceptual and Methodological Considerations.

<https://pdfs.semanticscholar.org/0574/b20bd58130dd5a961f1a2db10fd1fcbac95d.pdf>

Håll Sverige Rent, 2018a. Skräpprapporten 2018.

Håll Sverige Rent, 2018b. Blir nyårslyktor skräp? <https://kundo.se/org/hall-sverige-rent/d/blir-nyarslyktor-skrap/>

HSR, 2018c. Vad säger lagen? <https://www.hsr.se/fakta-om-skrap/samlade-fakta-om-skrap/vad-sager-lagen>.

Naturskyddsföreningen, 2018. FAQ Frågor och svar om plast i naturen.

https://www.naturskyddsforeningen.se/fr%C3%A5gor_och_svar_om_plast.

Transportstyrelsen, 2018. Krav för raketer, latexballonger och svävande lyktor.

<https://www.transportstyrelsen.se/sv/luftfart/flygplatser-flygtrafiktjanst-och-luftrum/Luftrum/Raketer/>

Bilaga 1 Internationell litteraturgenomgång

Denna bilaga summerar en internationell litteraturgenomgång på området beteenden bakom nedskräpning. Texten är författad på engelska av Christina Gravert som är beteendekononom på företaget Impactually AB och även verksam vid Köpenhamns universitet.

Introduction

Most individuals *believe* that litter is unpleasant to see and that littering is an undesirable and socially not accepted behavior. (Smith and Novotny 2010; Bickman 1972; Beck 2007; Campbell 2007; Straughan et al. 2011). Nevertheless, litter continues to be a problem.

The survey results discussed in this report outline the stated motivations discovered behind littering, but these responses might not reveal the full story behind littering behavior. Often there is a divide between what people say they believe – and how they respond on surveys – as compared to how they act in practice. (Carrington et al. 2012; Sheeran 2011). Therefore, a thorough review of the literature regarding littering habits is important.

This literature review includes theoretical work on decision making as it relates to the environment, additional surveys of littering habits, and observational studies on when people litter. It includes all types of littering behavior, not only plastic waste littering. Most of the findings can be applied to all types of littering.

On such a sensitive topic, survey data alone is not enough to paint a complete picture of the true reasons people engage in such behavior. Given the anti-social nature of littering, people could easily feel social pressure to give answers to surveys that conform with what they see as the accepted answer. Thus, a literature review is necessary to provide a holistic analysis of the causes of littering.

Why is behavioral science relevant to understand littering behavior?

Broadly, individuals demonstrate a divide between their beliefs about ideal littering behavior and their actions regarding littering. They have the correct information to make the right decision, they have the right intentions when asked about them removed from the decision-making context, and they have the right incentives in forms of fines, yet when forced to decide, they often throw garbage away improperly. This attitude-behavior gap, and how it comes about, motivate much of littering according to the literature.

Behavioral science is the study of human decision-making and behavior. Analyses of decision-making have historically focused on humans as rational actors driven by inherent preferences and the provided incentives. However, recently, this classic utility-maximizing model has been extended by predictable biases such as inconsistent time preferences, social and risk preferences, and biases and heuristics. One of the major contributions of behavioral science for policymaking is to explain why occasionally, the traditional policy instruments – rules and regulations, economic incentives and information – are not sufficient to change behavior.

What types of people litter more?

Before exploring behavioral science findings, it is important to review general trends in the literature that do not relate to a gap between attitudes and behaviors. Many studies review demographic information to identify any correlation with littering habits, the results of which are summarized below.

Finding 1: Younger people and males appear to litter more, according to surveys of behavior.

Two main trends in the contributors to litter exist: younger people and males are found to state they litter more than older people and females. Specifically, Shultz et al., in a survey of over 9,000 individuals, found that the stated littering rate was 11% higher for individuals between 18-29 than for individuals over 29 – 26% as opposed to 15%. (2013:46). These authors also found a gender effect of 6%, with men littering at a 21% rate while females littered at a 15% rate. These results are backed up by surveys by Arafat et al. (2007), and (in sum) Beck (2007). Arafat et al. additionally found that education was a predictive factor in littering behavior, with more educated individuals littering less. Beck reviewed eight surveys on littering in America, five of which found that younger and male individuals littered more, while three found no effect or did not have a gender breakdown. There is no evidence to suggest that older individuals and females have a higher propensity to litter.

Are men more honest than women when it comes to litter?

One potential issue with these results is that men and youth might simply be more willing to admit to littering on a survey than females and older individuals, while not actually littering more in practice. Cialdini's (1990) observational study of littering provided evidence for this, as well as Geller's observations described in Beck (2007:4-2), but Meeker (1997) did find that gender had a statistically significant impact on littering behavior. Thus, it is inconclusive whether these demographics actually litter more or whether they are simply more willing to admit to this type of behavior.

In general, these results show that personal characteristics and identity can affect behavior, including littering. Different demographics could potentially be targeted differently regarding litter behavior prevention. Individuals are socialized in different ways according to age and gender, and different behaviors are acceptable in different peer groups – which ties into the idea of social norms discussed below. It could also be that men and women have different activities that lead to more or less litter, but there is no clear evidence.

Passive and Active Littering

Littering can happen passively or actively, according to Sibley and Liu (2003). Singaporeans surveyed by Straughan et al. (2011) also recognized this divide, with individuals considering passive littering to be more acceptable. Passive littering occurs when an item is forgotten or left behind in an area, while active littering is when an item is intentionally disposed of improperly. Passive littering is a more difficult behavior to change, as there is less intent involved. (Sibley and Liu 2003). Thus methods such as fines might be less effective, as someone isn't taking into account factors such as fines when littering. This relates to larger ideas regarding accessibility and ease of access that impact littering behaviors – individuals only ascribe a certain amount of effort to properly disposing of garbage. When this effort threshold is exceeded individuals will discard an item improperly. This could be a trade-off between “being moral” and “being lazy”. If the effort of disposing waste is low, we are happy to be “good people”, if it goes up, the value of being a good person does not make up for the extra effort. Similarly, in a setting where, proper disposal of waste is encouraged but someone will clean up after you if you don't throw things away correctly, there is a similar effort threshold tied to remembering your waste at all.

Do people have incorrect information about the consequences of littering?

It is also important to recognize that there are some instances where individuals show an incorrect understanding of the consequences of their actions when it comes to littering. A lack of knowledge about environmental effects can easily lead to increased anti-environmental behavior. For example, a meta-analysis of literature produced by cigarette companies on cigarette-based litter by Smith and Novotny found that while most smokers realized cigarette butts are non-biodegradable, many still rejected or were unaware of their environmental consequences. (2010:i3). This may be a contributing factor in the 45% to 92% (according to different studies) of smokers who actively litter. (*id.*). Smokers failing to realize their environmental impact may be part of their disproportionate impact on litter, even though they also recognize the aesthetic downsides of cigarette butts.

Finding 2: There are instances such as with cigarette butts and organic waste where individuals have incorrect information regarding the harm caused by littering.

Organic waste is also seen as more okay to litter, especially in green spaces. (Beck 2007; Campbell 2007). Yet this type of litter can still cause damage to local wildlife, attract pests, and contribute to the unsightliness of a city. Individuals may believe that organic waste is either compostable or will be eaten by wildlife, but it can still cause harm – particularly in urban settings. Similar to the case with smokers and cigarettes, incorrect information may impact individual decision making.

If individuals have the wrong information, it is hard for them to reach the decisions that are most optimal for them. They may have a set of values which align with good decision making (in that they disapprove of harmful waste being disposed of improperly) but when they do not know what type of waste is harmful and what is not, they will end up making the wrong decisions. Thus to address this type of behavior, informational campaigns could be a start in changing behavior. However, there is little scientific evidence that information campaigns have an immediate effect. In the longer run they can be effective. We will come back to this when we talk about social norms. As long as people learn and take into account the correct information, one would assume that they will adjust their behavior.

Do people do what they say they do?

The underlying idea behind behavioral science research on littering is that attitudes and behaviors do not always align. Studies show that individuals generally hold beliefs about the undesirability of litter and littering behavior, yet littering continues to be prevalent. The reasons for this disconnect lie in insights taken from behavioral sciences.

Through the literature, we have identified the three most important forces behind littering behavior, based on the available evidence – *social norms, accessibility, and diffused responsibility*. These forces act to divert the well-intentioned citizen from properly disposing of their waste. This is not to say that the only reasons people litter are these factors – but a thorough review of existing literature paints a picture in which these flaws in human judgment and environment, rather than morality or the value individuals place on the environment, play a determining role in littering habits.

Few people have an interest in deliberately destroying the environment.

The attitude-behavior gap as a phenomenon regarding sustainable consumption is examined by Terlau and Hirsch, as well as Vermeir and Verbeke. Terlau and Hirsch (2015) found that many purchasing decisions are made by what Daniel Kahneman calls “System 1” thinking. (2011). System 1 and System 2 thinking are broad categories of ways of making decisions. System 1 thinking is quick, instinctual, and automatic, and subject to heuristics and biases to a large extent. This is opposed to System 2 thinking, where individuals think through decisions slowly and consider a wide variety of

factors. In decisions made using System 2, our actions are more likely to align with our values. While System 2 thinking is still subject to these flaws in judgment, it is to a much lesser extent.

Littering is often passive, and often a System 1 behavior. Though they may care about the environment when prompted, it is not always at the top of individuals' minds. There is nothing to prompt a System 2 decision – though when prompted about littering *in surveys* these topics are recalled and people state their true preferences. In *actual situations*, decisions are made with little conscious thought, based on proximity, availability, and relevant heuristics rather than a full factoring of all pertinent information. Individuals may have the best of intentions when surveyed and express a desire to act in a sustainable fashion, yet when faced with a choice on what to do they can easily default to System 1 decision making. They default to a socially acceptable, convenient, or easy action even if it is not in alignment with their values.

Finding 3: There exists a divide between individuals' attitudes towards littering and their littering behavior.

People are broadly opposed to littering. These attitudes generalize across gender and age demographics, with disapproval of littering holding for studies performed in a variety of locations. For instance, a majority of smokers think throwing cigarette butts on the ground is insensitive and inconsiderate. (Smith and Novotny 2010). 94% of college students in one survey said that individuals had a responsibility to pick up litter. (Bickman 1972). Most individuals thought that littering of most types of items was inappropriate, and that litter, in general, was socially unacceptable. (Campbell 2007). In a survey conducted in Singapore, 93% of respondents agreed that “we should only place trash in litter bins.” (Straughan et al. 2011). The literature shows general attitudes oppose littering, in many cases strongly. All these studies are in line with the findings from our survey.

These strong beliefs that litter is bad are not mirrored by corresponding behavior. Instead of the extremely rare littering that we would see if these beliefs translated into action, these same studies reveal littering habits are commonplace. Often the very same populations that profess such strong attitudes report behaviors that are at odds with these general attitudes and values.

For instance, cigarette smokers thought cigarette waste disgusting and inconsiderate, yet between 45 and 92% of smokers litter. (Smith and Novotny 2010). In one survey that Smith and Novotny reviewed, “half of all smokers said they would not bother to use an ashtray if it were ‘more than 10 paces away’”. (*id.*). That degree of disconnect between beliefs and attitudes is astounding, yet dwarfed by what Bickman found among college students. In a study performed at Smith College in the United States, the author found that 94% of people claimed individuals shared some responsibility for cleaning up litter. Yet only 2% of individuals, after being asked this question, proceeded to pick up a piece of litter placed in public by researchers prior to the experiment. (Bickman 1972). According to Schultz et al.'s observational study, 17% of all waste disposals are improper, with the number rising as high as 65% for cigarettes. (2013). Where did the previously stated belief in personal responsibility and opposition to litter go? That is one of the questions behavioral science hopes to answer. Campbell (2007) and Straughan et al. (2011) both also found that though people valued the environment and opposed littering in general, they diverted blame away from their inconsistent values to the circumstances they found themselves in (distance from litter bins, dirty surroundings, etc.).

This divide between attitudes towards litter and actual behavior regarding litter is crucial to understanding why people litter, what causes them to litter, and what can be done to prevent or reduce littering.

Behavioral Biases that lead to littering

We have identified three major factors that contribute to littering by creating a divide between attitudes and behaviors – between the general opposition to littering behavior and its prevalence. The factors are social norms, convenience, and diffused responsibility.

We will now go through the three factors one by one and present the available evidence.

Social Norms – we are influenced by the people around us

Social norms are one of the driving forces behind littering behavior. Norms represent the usual or typical case – behavior that society generally approves of: either what is done or what ought to be done. Norms can be as simple as crossing the street at a crosswalk, or as complex as dating and relationship behaviors. Norms are created and destroyed through repetition and performance, individual choices coming together to form a seemingly cohesive whole. The way people typically behave in any given situation, or what people generally believe about a situation, constitutes a norm. Social norms are context and culture dependent, as different groups of people in different situations will naturally act differently. Yet though norms come into being through collective social behavior, they also dictate social behavior. Social norms constitute a web of sociality and dictate forms of human-human as well as human-environment interaction. Not a single decision we make is outside the influence of social norms.

Social norms can be divided into two types: injunctive and descriptive. (Cialdini et al. 1990). These refer to what we ought to do and what is. An injunctive norm is what others believe we should do – statements such as “most people believe littering is wrong”. They can also be statements forming a command: “Do not litter!” – which implies an injunctive norm against littering. This type of norm relies on implied social sanction in that one can feel guilt or similar emotions when acting in ways out of line with injunctive norms.

Descriptive norms, on the other hand, are what actually happens. Evidence for descriptive norms can take the form of direct observation or indirect knowledge. These descriptive norms exist whether or not they conform with what ought to be done in a given situation. For instance, even if we know most people disapprove of littering such that this disapproval constitutes an injunctive norm, there could still be a descriptive norm that a large number of people litter, evidenced by the amount of litter in an area.

Both injunctive and descriptive norms can vary from broad to narrow – from a characterization of the entire population (“most people believe throwing trash on the street is wrong”) to a characterization of a specific population in a specific situation (“your immediate neighbors properly dispose of cardboard boxes rather than leaving them in the hallway”).

Norms have more force when they are brought to the attention of individuals. (Cialdini et al. 1990 citing [Berkowitz 1972; Berkowitz & Daniels 1964; Gruder, Romer, & Korth 1978; Miller & Grush 1986; Rutkowski, Gruder, & Romer 1983; Schwartz & Fleishman 1978]). An individual does not always conform to social norms, whether descriptive or injunctive. Their degree of conformance to as well as the impact of said norms relies upon the salience of these norms. If one is reminded about how other people behave in a given situation, one is generally more likely to act in accordance with that norm.

Injunctive Norms – what we believe people should do

Cialdini’s (1990) study of littering behavior emphasizes the role of norms in determining whether an individual will decide to litter. In Cialdini’s five-part study of littering behavior, he finds support for both injunctive and descriptive norms regarding littering behavior.

Injunctive norms relate to how other people think and statements relating to the same. In Cialdini's studies, explicit statements against littering led to large changes in immediate behavior of participants regarding littering. One of his studies observed both injunctive and descriptive norms in the form of observed litter, either swept into piles or not. Simply having the litter swept into piles decreased the rate of 127 subjects littering from 45% to 18%. In another study, fliers with either a "Do Not Litter" message or an alternative message were placed on vehicles in a parking lot. The fliers with the explicit message promoting an anti-litter injunctive norm were subsequently littered at a lesser rate than the alternative fliers, with the rate declining as the normative message became more related to the anti-littering message (ie. A general prosocial message to a pro-recycling message to an anti-littering message). 259 subjects were observed, with the rate of littering decreasing from 25% to 22% to 17% to 15% to 10%, based on the type of norm displayed. Thus, exposure to injunctive norms – reminders of how society feels on a given topic – influenced the rate at which people violated a societal norm regarding littering.

Finding 4: The opinions of other people and how salient these opinions are in our decision-making processes affect our behavior.

Similarly, Meeker (1990) found that a more indirect form of injunctive norm also influenced individuals regarding their litter habits. Since injunctive norms relate to what we feel we should do, the social setting impacts the degree to which injunctive norms are salient. If we are surrounded by peers, we will feel a stronger pressure to comply with norms. Meeker found that when people were eating in a lounge area, individuals littered more when they were alone than when they were joined by another person. Sitting alone in a lounge area, the study observed an average of 30,9% of people littering, while this was only 15,5%percent when another person was present. This result that groups litter less than individuals by themselves was mirrored by Al-Mosa et al. (2017). This is theorized to be the result of the pressure of norms, as the behavior others desire is moved to the forefront of an individual's mind when in the presence of others.

Does it matter who the reference group is?

Interestingly, Abhayankar and Krasny (2018) examine a social movement in India called "The Ugly Indian", in which a group of citizens conducts spot clean ups (cleaning up a small area of a street for a few hours) to induce others to litter less. The movement has hundreds of thousands of followers on Facebook, and participants have conducted spot clean-ups throughout India. This movement utilizes injunctive social norms to attempt to drive broad changes in behavior. By using social media and generating a message of collective responsibility – "We Are All Ugly Indians" – there is social pressure on people to change their behavior away from littering. The thousands of spot cleans that have occurred since the movement's inception are testament to the power of injunctive social norms and the statements contained within the campaign that work to change how Indians view litter.

These results describing the relationship between injunctive norms and littering habits are additionally connected to ideas of community and the relationship between a sense of belonging and personal behavior.

Finding 5: Community ties decrease littering behavior due to the impact of social norms.

Community ties also decreased individuals' willingness to litter, as when they were more affiliated with a specific community they were less likely to litter in it (van der Meer 2013). This connection exemplifies another way social norms impact littering habits. Norms have more force when an individual is physically inhabiting a space with which they are connected. People believe in a general norm against littering, but this norm has more strength in terms of their actions when they identify more strongly with the space they are in. This finding was supported by Long et al.'s result where they

discovered that for students, the individuals they are surrounded by and those students' behavior had a strong impact. (2013). The researchers found social clustering taking place, as friends' behavior was a predictor of an individual's. Friend's encouragement was also a statistically significant behavior of students' future littering habits. (2013:468). Similarly, Straughan et al. found a connection between individuals' littering habits and their family members' views of littering. (2013:103).

These ideas of community are related to Murphy's examination of how certain groups come to be seen as litterers. In Murphy's study, she examines a Philadelphia suburb in which poor, black individuals are blamed for litter, even though rarely if ever are individuals observed to litter. (2012). These poor and black individuals are coded as "other", and seen as not true residents of the community. This implies a norm by which community members don't litter in their community, while only outsiders litter. Individuals, "stake a claim in defining themselves as moral, community insiders", constructing themselves in opposition to the idea of a litterer. (2012:224). Community and community norms not only affect littering behavior, but also perceptions of litter and litterers as necessarily outside of a self-defined community.

In an additional Cialdini study (2003) concerning petrified wood theft, injunctive norm information reduced the incidence of theft from 7.92% to 1.67% when compared with descriptive norms. The information provided at the beginning of a trail varied from a message about the incidence of petrified wood theft to a plea to not remove wood, without information about others' behavior. The injunctive norm was vastly more successful, as people sought to comply with the social pressure of normative behavior. Similarly, in a study on recycling behavior, an individual's family members expectations concerning recycling had a moderate effect on behavior. (Bratt 1999). Social pressure and expectations can guide the choices individuals make.

The effectiveness of laws relies on social norms (O'Donnell 2007). In this sense, the effectiveness of anti-littering laws relies on social norms that work to keep people from littering, but are also context dependent. Social norms can explain anti-littering behavior, but can also work to explain where and why people litter – primarily in contexts where social norms against littering aren't as strong. Social norms apply both when one is observed and not observed, as there are feelings of guilt associated with littering. (Rege and Telle 2001).

Descriptive Norms – what we see people doing

Descriptive norms are connected with behavior we observe or are told about, as opposed to the approval or disapproval of others. Both statements and observations can act as descriptive norms.

The environment one finds oneself in is one of the main sources of descriptive norms. If one is in an environment in which people act a certain way, they are likely to act in that way. Descriptive norms are necessarily tied to injunctive norms, as the approval or disapproval of others may be moderated by the situation. In a sense, descriptive norms can function as a signal or indicator for injunctive norms. We often treat descriptive norms as evidence for injunctive norms – if we find all of our neighbors recycle (a descriptive norm), that provides evidence that our neighbors generally approve of recycling (an injunctive norm). Descriptive norms are one of the forces influencing people's behavior regarding improper waste disposal. In numerous studies, the state of the environment and what those around us do impact the rate at which people litter.

In Cialdini's (1990) study on littering, descriptive norms relate to how clean or dirty an environment is and how that affects the propensity to litter. We observe an environment and its cleanliness, making an implicit judgment about the norm regarding littering in said environment. This observation forms a descriptive norm. In Cialdini's studies with varied environments, participants were generally more willing to litter in an environment already containing a great deal of litter, as opposed to one containing little or no litter. One study showed a drop from 54% to 6% of subjects littering in a high litter to no litter environment when accompanied by high norm salience. The total sample was 139

subjects. Another study showed a drop from 40% to 10% of subjects littering with a sample of 358 total subjects when there was one as opposed to sixteen pieces of litter present. Subjects also took less time to litter when there was more litter present.

More broadly, an observed violation of descriptive norms leads to more violations of norms. (Keizer, Lindenberg, and Steg 2008). This idea draws on Wilson and Kelling's broken windows theory. (1982). This theory states that observable conditions of a locale, such as whether the windows in a neighborhood are broken, contributes to behavior within that locale. If individuals observe broken windows and graffiti in a neighborhood, they will be more prone to acting in anti-social ways within that neighborhood. Keizer, Lindenberg, and Steg found that violations of norms (such as bicycles illegally locked to a fence) led to a large increase in the violation of another norm (such as trespassing). (2008:1683).

Geography plays a role in litter in that the norms of a place contribute to littering behavior within that locale, in a process that feeds on itself and produces ever more litter. How people imagine a space to be and what people observe as the norms of the place dictate their behavior. Even if one knows a behavior, such as littering, is generally unacceptable, in certain situations it is more unacceptable than others. According to the literature, one of the situations, where it is more acceptable, is when there is already litter in an area. Individuals read the norms of an area from the amount of litter present, and then reproduce these norms through their behavior. Thus areas with litter continue to have people litter in them, while the opposite occurs with areas with little litter. Areas become clean and unclean through a self-reinforcing process of norm reproduction.

Finding 6: We model our behavior on those around us – thus if we are in an environment full of litter we are more likely to litter.

The most acceptable and excusable situations to litter, according to a British study, are “if the area is already dirty or run-down” and “when everyone else is doing it”. (Campbell 2007:13). These are both examples of descriptive norms – modeling our behavior after that of those who surround us. Conversely, respondents were leery of littering in nice areas. The state of an environment can change how people act in it, as we mirror the behavior of those in our surroundings.

We also evaluate the impact of our behavior and whether it is concordant with those around us. Al-mosa et al. (2017) similarly find the amount of litter in an area and beautification efforts have a significant impact on individual propensity to litter, while Schultz et al. (2013) examined 9,000 individuals and found that the presence of litter is a statistically significant predictor of littering behavior. Keep America Beautiful and ASU research found similar – people tend to litter more in areas where litter is already present. (Beck 2007). One of the top reasons for street littering in an Arafat et al. study was the “dirtiness of the streets” (2007). The norms of an area change how individuals behave within it.

Outside of littering, Cialdini et al. (2008) as well as Alcott (2010) and Ferraro et al. (2011) find that descriptive norms have strong effects on behavior in other environmental areas. Cialdini et al. (2008) studied norms regarding hotel towel use. Many hotels attempted to increase the number of guests who reuse their towels, rather than put them on the floor to be washed. This reuse is an environmental issue, as otherwise, the hotel must launder these towels, using both water and electricity to clean towels which are often not very dirty. The authors of this study investigated whether the types of statements attached to a request to reuse towels impacted the propensity of guests to keep their towels for another day. Cialdini et al. examined towel use in hotel rooms and discovered that the effect size for a descriptive norm message was much stronger than that of an industry standard message. These statements took two forms: statements about hotel guests generally, or statements about guests in a specific hotel or room – what Cialdini et al. refers to as provincial norms. With a total of 1,058 potential towel reuse instances, the reuse percentage increased by 10% when the message was switched to a descriptive norm. The authors additionally found that the type of descriptive norm

matters – an 8% increase in reuse was detected when the messaging was changed from a general descriptive norm to a “provincial” one – that XX% of guests in that specific hotel room reused their towels. The more specific the statement, the more improvement there was in towel reuse practices. This can be applied to littering in that descriptive norm statements (such as fliers informing the public that most people don’t litter) can be made targeted by locale for greater effect. This method of using provincial norms to improve decision making has since been used widely by hotels concerning towel reuse – including by Nordic Choice Hotels in Sweden.

Alcott (2010) and Ferraro et al. (2011) both studied resource use and descriptive norm-related messaging. Alcott examined energy use in the UK through the OPOWER program, where a letter which included a descriptive norm reduced energy use by as much as a 17 to 28% price increase. (2010:20). Information about neighbors’ energy use had a substantial effect on that of an individual’s, without a change in cost, tax rate, or other factors normally thought to affect energy use. Knowledge of the norm regarding energy use changed how people used energy – people have a desire to act in accordance with community norms. Ferraro similarly examined water use by households in Atlanta, USA. Providing households with technical advice had minimal effect on their water use, while providing them with information about a social norm had a significant effect (~2.5% less water use). (2010:320). Descriptive norms (social comparison statements) also still had an effect two years later, while injunctive norms (pro-social statements) diminished in strength over time. (2010:321). These findings are translatable to littering behavior in that our knowledge of other people’s littering behavior can impact our habits.

Tyran and Feld (2006) examine mild laws (such as littering laws) and how compliance can be brought about. They determine that mild laws bring about compliance when they are endogenous and not exogenous. Thus they need to be supported by the community to work, but if they are perceived as solely coming from an outside force, they will have less success. Additionally, the authors discovered that laws, “achieve compliance if we expect many others to comply.” (2006:153).

This relates to descriptive norms, in that our belief about other people’s behavior impact how we act. If we have an idea that other people will behave in a certain way, we will also behave in that way. Thus about littering, individuals will act how they expect others to act: if one is in an environment where people litter frequently, an individual, in turn, will view littering as more acceptable themselves. Regarding social norms and policy solutions, both Cialdini (2003) and Alcott (2010) discuss the differences between injunctive and descriptive norms. Both find that descriptive norms work better when an individual is behaving worse than a norm, while injunctive norms work better otherwise.

Finding 7: Individuals may adjust their behavior downwards to fit norms as well as upwards – this has important implications for who should be targeted by descriptive norms.

Nudge Don’t Shove

Geller’s (1980) finding that statement designed to keep individuals from littering can be too forceful is a crucial insight into nudging the public in favor of sustainability. His study investigated different types of statements designed to encourage reduced littering. While gentle statements had some effect, when stronger statements were used they unexpectedly resulted in increased littering: “He also noted that when messages became so specific that they threaten individual freedom, they may elicit rebellion and result in decreased compliance.” (Geller 1980). Similarly, “Smokers were sensitive to anything that could be interpreted as accusatory or critical, preferring a ‘gentle nudge’ to modify their behaviour.” (Smith and Novotny 2011). In these instances, overt messages produced negative responses, harming the efficacy of the overall nudge.

Individuals show a tendency to match their behavior with those around them, so if they are currently exceeding the standard set by their neighbors or community, they may adjust their behavior downwards to match their surroundings. Even if individuals are currently praised for their good behavior and if they know how others are currently acting they can reduce their habits to match their peers. Yet individuals will also comply upwards – for example, if they litter frequently but are in a community that is spotless.

How fines interact with behavioral biases

One common method used by governments to reduce environmentally harmful behavior is fines or penalties. Alberts et al. (2016) investigated how financial incentives interact with information based on social norms – similar to the information provided in Alcott (2010) and Ferraro et al. (2011). Alberts et al. found that information on its own had a similar effect as in other studies, reducing energy use far below that of the control group. Yet when financial incentives were added on top of this information provision the effect lessened. Individuals initially reduced their energy use but then reverted to previous levels. It is possible that financial incentives reduce the permanence of the effect of information, dampening the desire to conform with social norms. There may also be a more general effect in which individuals, when faced with strong pressure to take pro-social action, rebel against what may be perceived as overt coercion.

Similarly, autonomous reasons work better than non-autonomous reasons to promote conservation. (DeCaro and Stokes 2008). Autonomous reasons are personally motivated and are related to personal expression and growth, whereas non-autonomous reasons primarily take the form of economic rewards. The example described above added non-autonomous reasons (a financial prize) alongside autonomous reasons (altruistic feelings and an internal desire to conform with social norms), which may have weakened the autonomous reasons or diminished their strength – thus the decline in reduction of electricity use.

The effect of planning on littering behavior

One way researchers have found to increase environmentally-friendly behavior is to plan it. This ties into larger research on commitment and consistency, where individuals feel a compulsion to act in ways that are consistent with their specific past statements. [Holland et al. 2006 citing Festinger (1957), Heider (1946), and Newcomb (1953)].

Take-out Food and Convenience

Takeout food packaging makes up 13.1% of litter, while snack wrappers and beverage containers make a combined additional 21.4% of litter. (according to IAR surveys summarized in Beck (2007)). These types of food-related items are often eaten on the go, whether in vehicles or on foot. Convenience is a large factor contributing to their consumption in this manner, and thus the littering of them. Belk (1975) shows that the situation and context affect food choice.

The amount of food consumed prepared away from home has increased drastically in the past fifty years. (Guthrie et al. 2002). Though some of this food is consumed in restaurants, other food is consumed on the street or in vehicles.

Yet Barnes et al. (2011) provide survey-based evidence that consumers are willing to pay more for plant-based takeout containers as opposed to plastic ones. This preference indicates a recognition of the damage takeout containers do and a value placed on the environment.

The continued littering of these containers provides evidence that the same convenience that goes into their purchase leads to their improper disposal on streets and the side of the road – people are in a rush and not taking a full account of factors.

Finding 8: When individuals pre-commit to a specific path of action, they are more likely to follow through with it than if they have not made an external commitment.

If an individual makes a specific promise to take action at a time, they are more likely to follow through than if they state a general belief, and much more likely than if they do nothing at all. Holland et al. found this to be consistent with recycling, as planning creates habits with regard to recycling. (2006). This finding is slightly hard to translate to littering, as most littering is semi-random and not planned to the extent that household recycling is. Littering often occurs in certain spaces at certain times or prompted by certain events such as a smoking break or a take-out food purchase. Commitments could potentially be integrated into the act of leaving an office-space to smoke or of purchasing food to-go – a simple reminder often goes a long way.

Convenience – We behave well, when it is easy

The convenience factor also greatly impacts people's littering habits. Whether litter receptacles are accessible, clearly visible, and able to be used are some of the largest indicators of people's littering habits. This is derived from a number of insights in behavioral science that indicate when faced with decisions under uncertainty, people often make the easy choice. Whether this is the first item on the menu or the first item in a store, people choose an option based on convenience. (Mantonakis et al. 2009; Wasink and Just 2011; Chandon et al. 2009). Convenience often outweighs other factors as long as these factors aren't too salient. The easiest decision, the decision made instinctually and with little thought, the decision that is habitual – these decisions are reinforced by convenience and accessibility.

According to a multitude of studies, a similar decision-making process occurs when an individual decides whether to discard an item as litter or to retain it until they reach a garbage can. (Smith and Novotny 2011; Al-Mosa et al. 2017; van der Meer 2018). The individual makes a quick decision on the basis of how far away the garbage can is, often resulting in increased litter in areas with few places to throw away trash. This finding mirrors study results which show that one of the most commonly cited reasons for littering is laziness. Individuals simply find it easier to throw something away outside than to carry it to a trash bin an unknown distance away.

Convenience and ease of use play a large role in the likelihood of individuals to litter. Individuals make decisions inconsistent with their anti-littering values if littering is even a small amount more convenient. This ties in with behavioral science ideas that individuals often make quick decisions based on heuristics and impacted by biases – without fully thinking through the decision. Littering appears to often be this type of mindless act where convenience and salience are important.

Schultz et al. recorded the littering behavior of 9,757 people at 130 locations across the United States. Of the acts of improper disposal, most observations occurred a significant distance (>10 meters) from a bin. (2013:49). Each additional meter from a receptacle increased the probability an individual would litter by 2%. When an individual was under three meters from a trash can, the littering rate was 12%. When an individual was at least 20 meters from a trash can, the littering rate was 30%. (2013:49). This stark relationship between distance and littering propensity indicates that there are a large number of people who could potentially be nudged not to litter. There are many people and acts of littering which could be affected by an increase in number of littering bins. According to Schutz et al., every additional trash receptacle on a site (the number ranged from 0-19 observed receptacles) decreased the littering rate by 1%, while for smoking each additional receptacle decreased the rate by 9%. (2013:50). These results show that there are strong factors of convenience influencing people's decision making – even when people disapprove of litter, they still are strongly affected by the situation and context they find themselves in – primary among these factors the availability of litter bins and accessibility of litter bins.

Finding 9: If garbage cans are easily accessible and available as well as salient, people are less likely to litter.

Supporting this, in Meeker's study of littering in restaurants and coffee lounges, distance to trash bins had a statistically significant effect on littering rates – the littering rate increased from 20% to 40% with a 5-meter increase in distance. (1997). Similarly, some of the top cited reasons among British individuals as causes of their littering habits were “a lack of bins, or bins that were full or overflowing”. (Campbell 2007:24). Al-mosa et al. also find that distance to litter bins have an effect on littering habits. (2017). A lack of nearby bins, ashtrays, and the inconvenience of keeping waste were additionally some of the top reasons cited by individuals in numerous studies reviewed by Beck (2007). Van der Meer et al. also found the size of the openings on litter bins in Berlin to have an effect on littering behavior. (2018). Individuals appear to feel as if they have an effort threshold connected with throwing trash away properly, and if proper disposal takes more than this amount of effort the individual will end up littering. Increased availability of litter cans was one of the top two preventative measures respondents gave when asked what would make them litter less. (Arafat et al. 2007). If a litter bin is too far away, it feels easier on an instinctual level to throw the garbage on the ground rather than carrying it.

The issue of convenience is particularly salient with cigarettes, as half of all smokers admitted they would not use an ashtray more than ten steps away. (Smith and Novotny 2011:i6). The effects described above in Schultz et al. regarding distance from litter bins were also much stronger with cigarettes than with general litter. (2013). These findings are particularly important as cigarette butts make up around 25% of all litter. (Beck 2007).

Default choices make good decisions more convenient

These findings relate to research done on default option choice, in which people seldom deviate from a default option even when it is costlier, financially or otherwise. For instance, a study by Egebark and Ekstrom on printer use at a university found that when the default option on printing was switched from simplex to duplex, paper consumption drops by 15%. (2013). These substantial environmental savings vastly outperformed an attempt at raising consumer awareness. People responded much more to a change of the default option than increased information. If this is mirrored in litter habits, and evidence on convenience suggests it is, this would lead to a recommended course of action involving an increase in the number of trash cans and increase in their cleaning, as opposed to consumer awareness campaigns. People simply go with what is there – rarely are people going to throw an item on the ground if a trash can is relatively available (though this is not as much the case with cigarettes).

Diffused Responsibility – we do not feel responsible

Diffused responsibility provides another reason for individuals to litter. Though individuals primarily believe litter to be a problem that falls on both individuals and the state, there are instances where individuals feel less responsibility for their litter. The lack of responsibility can pose issues from a policy perspective, as governments would like to keep streets clean, but the feeling that someone else will clean up reduces the likelihood an individual will put in the effort to properly dispose of their waste. As Beck says, “people will litter more if they believe someone will clean up after them.” (2007:6-1). Responsibility plays a role in defining littering habits and in creating the spatial circumstances of littering behavior.

Finding 10: Individuals feel less responsibility for litter when they know it will be cleaned up by someone else – which can lead to increased littering behavior.

For instance, Straughan et al. discovered that individuals feel less responsibility to keep common and public spaces clean, determining them to be primarily the government’s responsibility. (2013:3). Individuals additionally denied responsibility if they didn’t feel responsible for generating the litter in the first place – such as fliers placed in their mailbox by another person. (2013:60). They also felt that it was somewhat okay to leave items in common spaces in apartment buildings. These instances of a reduction in responsibility can increase the propensity of individuals to litter in these spaces. Campbell similarly found that citizens feel it is more okay to litter in situations where they know someone else will clean it up – such as a concert in a park. (2007). In addition to

Gamifying Trash Disposal

To reduce the instance of cigarette litter, Selagea et al. found that introducing a game aspect helped reduce smokers improperly disposing of their cigarettes. (2016). In their experiment, researchers placed containers in a designating smoking area on a college campus. These disposal containers were clear and were in essence a voting mechanism – one box was marked “yes” and one “no”, with a question displayed above. This voting mechanism helped motivate students to dispose of their cigarette butts properly: a butt equaled a vote. Instead of a 5:1 discrepancy in favor of littering, there now existed a 5:1 discrepancy in favor of properly disposing of the cigarette butts.

Gamifying litter disposal can impact individuals who may otherwise be too lazy to properly throw away their trash. By giving an extrinsic reason and a motivation to put garbage in the proper space, Selagea et al. overrode the inherent laziness which previously led students to throw their butts on the ground. This result is particularly important with cigarettes with improper disposal rates so high.

issues of attribution of responsibility, these instances also relate to how the consequences of the litter. When someone else will quickly clean after you, the litter likely does less harm. This can pose a conundrum as individuals feel less responsible when their waste is removed quickly, yet litter more when there is more litter present.

Similarly, issues can arise if trash receptacles aren't emptied often enough. One source of litter that individuals often fail to recognize is placing litter near a full bin. In Campbell's (2007) study, individuals state that they abdicate responsibility for their waste if they place it near a full trash can – yet this act also constitutes littering because this garbage can easily blow away before it is cleaned up. Once this trash can is the default option, it takes more will to recognize the trashcan is full and to bring the trash to another area. In essence, the trash becomes seen as someone else's responsibility.

Brekke et al. posit that individuals feel responsible to act as moral citizens, and their sense of responsibility is informed by how others feel. (2010). This ties in with the idea of social norms in that individuals create an image of a moral citizen based on the behavior they observe in others and attempt to comply with it. An individual feels responsible if they notice others acting responsibly. Yet this feeling of responsibility can be minimized if an individual is uncertain of another's actions. (2010:780). Responsibility isn't simply a personal philosophy but reliant on the behavior of those around us.

In summary, social norms, convenience, and diffused responsibility have been identified as the three main causes of littering, despite individuals' best intentions and a prevalent belief that littering is undesirable behavior.

References

- Abhyankar, A., & Krasny, M. E. (2018). FROM PRACTICE TO FLEDGLING SOCIAL MOVEMENT IN INDIA Lessons from “The Ugly Indian”. *Grassroots to Global: Broader Impacts of Civic Ecology*, 231.
- Alberts, G., Gurguc, Z., Koutroumpis, P., Martin, R., Muûls, M., & Napp, T. (2016). Competition and norms: A self-defeating combination?. *Energy Policy*, 96, 504-523.
- Allcott, H. (2011). Social norms and energy conservation. *Journal of public Economics*, 95(9-10), 1082-1095.
- Arafat, H. and Issam A. Al-Khatib, Raeda Daoud, and Hadeel Shwahneh (2007) Influence of socio-economic factors on street litter generation in the Middle East: effects of education level, age, and type of residence *Waste Management & Research*, Vol 25, Issue 4, pp. 363 – 370.
- Barnes, M., Chan-Halbrendt, C., Zhang, Q., & Abejon, N. (2011). Consumer preference and willingness to pay for non-plastic food containers in Honolulu, USA. *Journal of Environmental Protection*, 2(9), 1264-1273.
- Beck, R.W. (2007) A review of litter studies, attitude surveys and other litter-related literature. Report.
- Bickman, L. (1972) Environmental attitudes and actions *Journal of Social Psychology*; 87.
- Bratt, C. (1999). The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. *Environment and behavior*, 31(5), 630-656.

Brekke, K., Kipperberg, G., & Nyborg, K. (2010). Social Interaction in Responsibility Ascription: The Case of Household Recycling. *Land Economics*, 86(4), 766-784.

Campbell, F. (2007) People who litter, Environmental Campaigns Limited (ENCAMS)

Carrington, M., Benjamin A. Neville, Gregory J. Whitwell, Lost in translation: Exploring the ethical consumer intention–behavior gap, *Journal of Business Research*, Volume 67, Issue 1, 2014, Pages 2759-2767.

Cialdini, R. (2003). Crafting Normative Messages to Protect the Environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 105-109. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/20182853>
Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of personality and social psychology*, 58(6), 1015.

DeCaro, D., & Stokes, M. (2008). Social-psychological principles of community-based conservation and conservancy motivation: attaining goals within an autonomy-supportive environment. *Conservation Biology*, 22(6), 1443-1451.

Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The journal of abnormal and social psychology*, 51(3), 629.

Egebark, J., & Ekström, M. (2016). Can indifference make the world greener? *Journal of Environmental Economics and Management*, 76, 1-13.

Ferraro, P. J., Miranda, J. J., & Price, M. K. (2011). The persistence of treatment effects with norm-based policy instruments: evidence from a randomized environmental policy experiment. *American Economic Review*, 101(3), 318-22.

Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of consumer Research*, 35(3), 472-482.

Guthrie, J. F., Lin, B. H., & Frazao, E. (2002). Role of food prepared away from home in the American diet, 1977-78 versus 1994-96: changes and consequences. *Journal of nutrition education and behavior*, 34(3), 140-150.

Holland, R. W., Aarts, H., & Langendam, D. (2006). Breaking and creating habits on the working floor: A field-experiment on the power of implementation intentions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(6), 776-783.

Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science*, 322(5908), 1681-1685.

Khawaja, F. S., & Shah, A. (2013). Determinants of littering: an experimental analysis. *The Pakistan Development Review*, 157-168.

- Long, J., Harré, N., & Atkinson, Q. D. (2014). Understanding change in recycling and littering behavior across a school social network. *American journal of community psychology*, 53(3-4), 462-474.
- Meeker, F. L. (1997). A comparison of table-littering behavior in two settings: A case for a contextual research strategy. *Journal of Environmental Psychology*, 17(1), 59-68.
- Murphy, A. K. (2012). "Litterers" How Objects of Physical Disorder Are Used to Construct Subjects of Social Disorder in a Suburb. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 642(1), 210-227.
- Schultz, P. W., Bator, R. J., Large, L. B., Bruni, C. M., & Tabanico, J. J. (2013). Littering in context: personal and environmental predictors of littering behavior. *Environment and Behavior*, 45(1), 35-59.
- Ioan, S. V., Maria, S. C., & Alexandra, S. E. Nudge: Cigarette butts-Not for littering but for voting.
- Sibley, C. G., & Liu, J. H. (2003). Differentiating active and passive littering: A two-stage process model of littering behavior in public spaces. *Environment and Behavior*, 35(3), 415-433.
- Smith, E. A., & Novotny, T. E. (2011). Whose butt is it? Tobacco industry research about smokers and cigarette butt waste. *Tobacco Control*, 20(Suppl 1), i2-i9.
- Straughan, P. T., GANAPATHY, N., GOH, D., & HOSEIN, E. (2011). Towards a cleaner Singapore: Sociological study on littering in Singapore.
- Sunstein, C. R., & Reisch, L. A. (2014). Automatically green: Behavioral economics and environmental protection. *Harv. Envtl. L. Rev.*, 38, 127.
- Torgler, B., García-Valiñas, M. A., & Macintyre, A. (2012). Justifiability of littering: An empirical investigation. *Environmental Values*, 21(2), 209-231.
- Tyran, J. R., & Feld, L. P. (2006). Achieving compliance when legal sanctions are non-deterrent. *scandinavian Journal of Economics*, 108(1), 135-156.
- Gerlach, R., van der Meer, E., Nimke-Sliwinski, B., & Beyer, R. Wahrnehmung von Sauberkeit im öffentlichen Raum—eine Replikationsstudie. In *Empirische Evaluationsmethoden Band 21 Workshop 2016* (p. 5).

Bilaga 2 Enkät



Nedskräpning

Hej!

Den här enkäten handlar om varför vi människor skräpar ned och vad som kan göras för att minska nedskräpningen. Enkätundersökningen är en del av ett uppdrag som bedrivs av Naturvårdsverket och den genomförs av Anthesis Enveco.

Du har tillsammans med ca 1000 personer i Sverige blivit utvald att besvara enkäten. Oavsett om du skräpar ned eller inte är dina svar viktiga då det hjälper oss att bättre förstå hur vi kan arbeta för att lösa problemen med nedskräpning. Försök att svara så ärligt du kan. **Dina svar är helt anonyma.**

Tack på förhand!

Allmänna frågor

1. Vilket är ditt kön?

- Kvinna
- Man
- Annan könsidentitet

2. Vilket år är du född?

Rullista

3. Är du född i Sverige?

- Ja -> gå till fråga 5
- Nej

4. I vilket land är du född?

Rullista med alla länder

5. Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?

- Arbetande
- Pensionär
- Studerande
- Arbetssökande
- Annat: _____

6. Vilken är din högsta utbildningsnivå?

Kryssa i den ruta som bäst överensstämmer med din högsta utbildningsnivå.

- Eftergymnasial utbildning (yrkesutbildning/högskola/universitet)
- Gymnasieutbildning (även t.ex. realexamen, folkhögskola eller motsvarande)
- Obligatorisk skola (t.ex. grundskola, folkskola eller motsvarande)

Förpackningar och engångsartiklar i plast

Exempel på sådana är plastpåsar, lock till kaffemuggar, snusdosor, godis, snacks- och glasspapper, förpackningar för hämtmat samt sugrör och bestick. Fortsättningsvis benämns de plastskräp.

7. Jag stör mig på nedskräpning av plast

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

8. Att slänga plastskräp på marken är dåligt för miljön

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

9. De flesta människor som jag känner skulle uppskatta om jag inte lämnade plastskräp på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

10. Det är vanligt att lämna plastskräp på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

11. Det finns alltid andra sätt att slänga plastskräp än att lämna dem på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

12. Min avsikt är att inte lämna plastskräp på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

13. Jag brukar plocka upp plastskräp som någon annan slängt

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

14. Jag brukar säga till andra människor som slänger plastskräp på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

15. Vid vilka tillfällen är det störst sannolikhet att du skulle lämna/slänga plastskräp på marken? (kryssa i ett eller flera alternativ)

När jag...

- ...är på ett kulturevenemang (t.ex. konsert eller festival)
- ...är på ett sportevenemang (t.ex. fotbollsmatch)
- ...grillar/har picknick i parken
- ...är ute på krogen
- ...äter snabbmat (från t.ex. McDonalds eller gatukök)
- ...går på stan
- ...befinner mig i skogen
- ...befinner mig i området där jag bor
- ...är på stranden
- ...åker tåg, tunnelbana eller buss

- ...åker bil
- ...stannar vid en rastplats vid motorväg
- Annat: _____
- Det finns inga tillfällen då jag skulle lämna/slänga plastskräp på marken (även oavsiktligt) -> gå till fråga 19

16. Vilken typ av plastskräp är mest sannolik att du skulle lämna/slänga på marken? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Plastpåse
- Glasspapper
- Snacksförpackningar (tex. chips, nötter, godis)
- Lock till engångsmuggar
- Sugrör
- Engångsbestick
- Engångstallrik
- Förpackningar för hämtmat
- Snusdosa
- Plastprodukt gjord av biobaserad plast
- Plastprodukt gjord av nedbrytbar plast
- Annat: _____
- Vet ej

17. Vad var orsaken till att du lämnade/slängde en förpackning eller engångsartikel i plast på marken senast? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Jag anser inte att plastskräp på marken är ett problem
- Människor runt mig gjorde också det
- Det kändes fånigt att ta med sig skräpet
- Det fanns inga soptunnor i närheten
- Soptunnorna var fulla
- Det fanns redan skräp där så jag lade det på samma ställe
- Jag visste att området ändå skulle städas snart
- Jag glömde att ta med mig det
- Jag hade bråttom
- Jag tappade det
- Det blåste iväg
- Jag var alkoholpåverkad
- Jag har aldrig tänkt på att det kan vara skadligt för miljön
- Jag brydde mig inte
- Annat: _____
- Vet ej

18. Vilken eller vilka åtgärder tror du skulle få dig att lämna/slänga mindre plastskräp på marken? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Regelbundna kontroller
- Kameror på offentliga platser
- Pant
- Böter
- Mer information om miljökonsekvenserna
- Mer information om regler kring nedskräpning
- Skyltar, kampanjer eller liknande
- Att delta i organiserad skräpplockning
- Möjlighet att köpa kaffe/godis/hämtmat etc. i egen medhavd förpackning
- Möjlighet att sopsortera på offentliga platser
- Fler soptunnor

- Synligare soptunnor
- Bättre placering av soptunnor
- Bättre design av soptunnor
- Att soptunnorna töms oftare
- Annat: _____
- Vet ej

19. Jag lämnar/slänger mindre plastskräp på marken nu än för 5 år sedan

- Ja
- Nej -> hoppa över nästa fråga
- Vet ej -> hoppa över nästa fråga

20. Vad tror du har fått dig att lämna/slänga mindre plastskräp på marken? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Tagit del av information om vilken skada skräp kan orsaka -> svara på nästa fråga
- Tagit del av information om hur mycket det kostar att städa upp skräp-> svara på nästa fråga
- Jag har blivit äldre och ändrat uppfattning
- Jag upplever att det har blivit skräpigare och vill ta ansvar
- Det är inte längre normen i min umgängeskrets
- Undviker att köpa produkter som blir plastskräp
- Deltagit i städkampanjer
- Mer tillgängliga soptunnor
- Annat: _____
- Vet ej

21. Hur tog du del av informationen om vilken skada skräp kan orsaka eller hur mycket det kostar att städa upp? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Sociala medier
- Nyhetsartiklar
- Reportage från TV/radio
- Filmer på YouTube
- Vänner
- Familj
- Utbildning
- Annat: _____
- Vet ej

22. Vem tror du har ansvar för att städa upp plastskräp på marken (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Den som slänger skräpet
- Kommunen
- Staten
- Fastighetsägaren
- Affären/kiosken/restaurangen som säljer produkten
- Den som tillverkat produkten
- Vet ej

23. Är det förbjudet enligt lag att slänga plastskräp på marken?

- Ja

- Nej -> hoppa över nästa fråga

24. Vad kan straffet bli för att slänga en plastpåse på marken?

- Det är inte straffbart att slänga en plastpåse på marken
- 800 kr i böter
- 2400 kr i böter
- 5200 kr i böter
- Vet ej

Cigarettfimpar

25. Hur ofta har du rökt cigaretter under de senaste 30 dagarna?

- Varje dag
- Sporadiskt (ej varje dag)
- Aldrig -> svara på fråga 26, 27, 29, 32, 33 och 36 i detta avsnitt

26. Jag stör mig på cigarettfimpar på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

27. Att slänga cigarettfimpar på marken är dåligt för miljön

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 instämmer helt

28. De flesta människor som jag känner skulle uppskatta om jag inte slängde cigarettfimpar på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

29. Det är vanligt att människor slänger cigarettfimpar på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

30. Det finns alltid andra sätt att slänga en cigarettfimp än på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

31. Min avsikt är att inte slänga cigarettfimpar på marken

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

32. Jag brukar plocka upp cigarettfimpar som någon annan slängt

Instämmer helt 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer inte alls

33. Jag brukar säga till andra människor som slänger cigarettfimpar på marken

Instämmer helt 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer inte alls

34. Vad var orsaken till att du slängde en cigarettfimp på marken senast? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Jag anser inte att cigarettfimpar på marken är ett problem
- Det fanns redan cigarettfimpar på marken
- Andra människor störs inte av cigarettfimpar på marken
- Det ser fånigt ut att ta med sig eller slänga cigarettfimpen
- Jag visste att området ändå skulle städas snart
- Det fanns ingen askkopp i närheten
- Jag undviker att slänga cigarettfimpar i soptunnor pga. brandrisken
- Jag ville inte bära med mig cigarettfimpen pga. lukten
- Jag orkade inte plocka upp den
- Cigarettfimpar är nedbrytbara
- Jag hade bråttom
- Jag tappade den
- Jag var påverkad av alkohol/droger
- Jag har aldrig tänkt på att det kan vara skadligt för miljön
- Jag brydde mig inte
- Annat: _____
- Jag har aldrig lämnat/slängt en cigarettfimp på marken -> hoppa över nästa fråga

35. Vilken eller vilka åtgärder tror du skulle få dig att slänga färre cigarettfimpar på marken? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Regelbundna kontroller
- Kameror på offentliga platser
- Pant
- Böter
- Att delta i organiserad skräpplockning
- Mer information om miljökonsekvenserna
- Mer information om regler kring nedskräpning
- Skyltar, kampanjer eller liknande
- Att ha med mig en mini-askkopp i fickan
- Möjlighet att källsortera cigarettfimpar
- Fler askkoppar
- Synligare askkoppar
- Bättre placering av askkoppar
- Bättre design av askkoppar
- Annat: _____
- Vet ej

36. Är det förbjudet enligt lag att slänga cigarettfimpar på marken?

- Ja
- Nej
- Vet ej

Ballonger

37. Jag har under de senaste 12 månaderna deltagit vid ett organiserat ballongutsläpp där stora mängder ballonger släpptes upp i luften

- Ja
- Nej

38. Jag har under de senaste 12 månaderna släppt upp en ballong i luften

- Ja
- Nej -> gå till fråga 41

37. Ballonger som släpps upp i luften riskerar att skada miljön när de till slut faller ned igen

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

39. De flesta människor som jag känner skulle uppskatta om jag inte släppte upp ballonger i luften

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

40. Vad var orsaken vara till att du släppte upp en ballong i luften? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Jag firade något
- Jag tappade den
- Människor runt mig gjorde också det
- Jag anser inte att ballonger i luften är ett problem
- De var tillverkade av material som bryts ned
- Jag har aldrig tänkt på att det kan vara skadligt för miljön
- Annat: _____

41. Är det förbjudet enligt lag att släppa upp ballonger i luften?

- Ja
- Nej
- Vet ej

Ljuslyktor

42. Jag har under de senaste 12 månaderna släppt upp en ljuslykta i luften

- Ja
- Nej -> gå till fråga 46

43. Ljuslyktor som släpps upp i luften riskerar att skada miljön när de till slut faller ned igen

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

44. De flesta människor som jag känner skulle uppskatta om jag inte släppte upp ljuslyktor i luften

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

45. Vad var orsaken vara till att du släppte upp en ljuslykta i luften? (kryssa i ett eller flera alternativ)

- Jag firade något
- Jag tappade den

- Människor runt mig gjorde också det
- Jag anser inte att ljuslyktor i luften är ett problem
- De var tillverkade av material som bryts ned
- Jag har aldrig tänkt på att det kan vara skadligt för miljön
- Annat: _____

46. Är det förbjudet enligt lag att släppa upp ljuslyktor i luften?

- Ja
- Nej
- Vet ej

Avslutande frågor

47. Jag har läst och förstått frågorna och informationen i enkäten fullständigt

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

48. Det var lätt att förstå frågorna

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

49. Det var lätt att besvara frågorna

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

50. Jag tror att resultaten av denna undersökning kommer att vara användbara i arbetet med nedskräpning

Instämmer inte alls 1 2 3 4 5 6 7 Instämmer helt

51. Har du några avslutande kommentarer på undersökningen eller de frågor undersökningen berör?

Fritextsvar

Tack för ditt deltagande!