

OSLOMET

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Bærekraftig koronaliv

Notat i forbindelse med SIFOs webinar 20. april 2021

Gunnar Vittersø, Marie Hebrok, Nina Heidenstrøm, Ingun Grimstad Klepp, Kirsi Laitala, Torvald Tangeland, Harald Throne-Holst og Hanne Torjusen

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
SIFO-Notat 1 – 2021

Forsidefoto: Unsplash

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.oslomet.no/om/sifo

Forbruksforskningsinstituttet SIFO utgir:

- Rapporter – som er kvalitetssikret og godkjennes av SIFO ved direktør/forskningsledere
- Notater – som godkjennes av prosjektleder.

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Tittel Bærekraftig koronaliv Notat i forbindelse med SIFOs webinar 20. april 2021	Antall sider 30	Dato 19.4.2021
Forfattere Gunnar Vittersø, Marie Hebrok, Nina Heidenstrøm, Ingun Grimstad Klepp, Kirsi Laitala, Torvald Tangeland, Harald Throne-Holst og Hanne Torjusen.	Prosjektnummer 202365	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver		
Sammendrag Resultatene i dette notatet bygger i hovedsak på et datamateriale fra en landsrepresentativ survey gjennomført i desember 2020 – februar 2021. SIFO gjennomfører jevnlig forbruksundersøkelser (SIFO-survey) som gir store mengder data om ulike sider ved forbruket inkludert forbrukernes holdninger, kunnskap og praksiser. I dette notatet har vi trukket fram data som kan fortelle noe om hvordan koronapandemien påvirket forbruket i Norge i 2020.		
Stikkord Forbrukspraksiser, Covid-19, bærekraft, forbruk, smitteverntiltak, korona, transport, handel, mat, klær, fritid, survey		

Forord

Dette notatet publiseres i forbindelse med SIFOs webinar «Bærekraftig koronaliv» 20. april 2021. Resultatene bygger i hovedsak på et datamateriale fra en landsrepresentativ survey gjennomført i desember 2020 – februar 2021. SIFO gjennomfører jevnlig forbruksundersøkelser (SIFO-survey) som gir store mengder data om ulike sider ved forbruket inkludert forbrukernes holdninger, kunnskap og praksiser. I dette notatet har vi trukket fram data som kan fortelle noe om hvordan koronapandemien påvirket forbruket i Norge i 2020. Denne studien er finansiert av SIFO ved OsloMet som del av kjerneområdet Bærekraftig forbruk, og notatet er resultat av et felles arbeid fra forskere tilknyttet dette kjerneområdet.

Oslo, april 2021

Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – Storbyuniversitetet

Innhold

Forord	2
Innhold	3
1. Introduksjon	4
2. Korona og endringer i folks holdninger til klima og miljø.....	6
2.1 Korona bra for klima og miljøet?.....	6
2.2 Historien, problemet og veien videre	6
2.3 Holdninger og mulighetsrom for endring.....	6
2.4 Reduksjon av eget forbruk.....	8
2.5 Miljøholdninger og reduksjon av eget forbruk	10
2.6 Konklusjon	10
2.7 Referanser	11
3. Handlevaner og fritid.....	13
3.1 Fritidsaktiviteter: Mer TV enn tur.....	13
3.2 Innkjøpsvaner for klær har endret seg mest	14
3.3 Mindre penklær og mer fritids og treningstøy.....	15
3.4 Konklusjon	17
3.5 Referanser	18
4. Mathandel på nett og endringer i matvaner under korona	19
4.1 Innledning	19
4.2 Bruk av digitale plattformer for kjøp av dagligvarer	19
4.3 Økt bruk av digitale plattformer for kjøp av dagligvarer under korona	20
4.4 Endrede matvaner under korona	21
4.5 Konklusjon	23
4.6 Referanser	24
5 Alternativ matforsyning under korona	25
5.1 Matanskaffelse utenom ordinær dagligvarehandel	25
5.2 Egen matforsyning	27
5.3 Både hygge og nytte	29
5.4 Konklusjon	29
5.5 Referanser	30

1. Introduksjon

Harald Throne-Holst, Gunnar Vittersø og Torvald Tangeland

Temaet for dette notatet er Bærekraftig koronaliv. Noen kan finne dette temaet kontroversielt eller til og med provoserende. For det er jo en gang slik at bærekraft er et mye diskutert begrep. Hvordan kan vi for eksempel hevde at noe er bærekraftig eller ei? Når vi her kobler det til koronapandemien, kan enkelte finne det provoserende på grunn av det alvorlige bakteppet: Mange har blitt syke og til dels alvorlig syke, og mer enn 700 er døde av koronapandemien i Norge (april 2021).

De strenge tiltakene som ble iverksatt av lokale og nasjonale myndigheter har dessuten rammet negativt på mange andre måter. Noen har blitt arbeidsledige, flere er permitterte og en del av disse står i fare for at de ikke har noen arbeidsplass å gå til når pandemien en gang er over. Dette er viktige sider ved pandemien som vi har hatt i mente under arbeidet med dette notatet.

Allikevel, pandemien har vært et stort sosialt eksperiment. Pandemiens globale karakter, og tiltakene som ble satt inn for å bremse den eller slå den ned, har gitt raske og store endringer i samfunns-, arbeids- og hverdagsliv. Det vi har ønsket med dette notatet er å se nærmere på hvordan og hvilke effekter endringene hadde på våre hverdagsliv. Kanskje gjorde pandemien at vi fikk et glimt av en bærekraftig fremtid? Veien mot en slik bærekraftig fremtid kan ikke være brolagt med pandemier, sykdom og arbeidsledighet. Snarere tvert imot, visjonene for et bærekraftig samfunn må være positive og inkluderende. Et samfunn du og jeg har lyst til å leve i.

Resultatene vi presenterer i dette notatet er i første rekke basert på en landsrepresentativ spørreundersøkelse utført i perioden 15. desember 2020 til 4. februar 2021, og ble besvart av 1297 respondenter i alderen 15 til 80 år. Utvalget er vektet slik at den er representativt for norsk befolknings kjønn, alder, utdanning og bosted. Tidspunktet for surveyen tilsier at respondentenes svar reflekterer nesten ett års erfaring med koronaliv. Ved SIFO gjennomfører vi jevnlig denne type undersøkelser, og hvor vi gjentar spørsmål og temaer fra tidligere år. Vi referer derfor ofte til disse undersøkelsene som «SIFO-surveyen» for å vise kontinuiteten i dataene som samles inn. Men vi skifter også på innholdet og nye temaer kommer inn i undersøkelsen fra gang til gang. Denne gangen var det derfor naturlig å inkludere nye spørsmål om forbruk under koronapandemien. Samtidig har vi bygd på temaer og spørsmål som har vært stilt i tidligere surveyer, og som på noen utvalgte områder kan bidra til å belyse i hvilken grad forbruket har endret seg under pandemien.

Først i dette notatet presenterer Torvald Tangeland endringer i holdninger til miljø- og klimaspørsmålene og folks oppfatninger av koronapandemiens mulige virkninger på forbruk, klima og miljø. Dernest diskuterer Kirsi Laitala og Ingun Grimstad Klepp hvordan fritidsmønsteret har endret seg under koronaen blant annet når det gjelder samvær med familie og venner, friluftsliv, trening, håndarbeid og oppussing. De ser videre på hvordan koronaen har påvirket innkjøpene av noen utvalgte produkter slik som møbler, elektronikk og sportsutstyr, og ikke minst hvordan klesforbruket har endret seg i løpet av pandemien. Nina Heidenstrøm og Marie Hebrok har undersøkt endringer i folks innkjøp av mat med vekt på ulike former for netthandel og bruk av digitale plattformer inkludert dagligvarehandel på nett, matkasser, nettsider og apper for matlevering. Ved å gjenta noen av de samme spørsmålene om endringer i matvaner som ble foretatt i april 2020, dvs. rett etter at de strenge tiltakene ble innført, har de også kunnet følge utviklingen i nordmenns vaner under koronaen når det gjelder matinnkjøp, tilberedning og behandling av mat. Avslutningsvis diskuterer Gunnar

Vittersø og Hanne Torjusen i hvilken grad koronaen kan ha hatt betydning for en mer bærekraftig, lokal matforsyning. De tar blant annet for seg innkjøp gjennom alternative distribusjonskanaler slik som torghandel, spesialforretninger og kjøp direkte fra produsent. De undersøker også utbredelsen av - og endringer i - ulike former for selvforsyning av mat slik som fiske, jakt, bærplukking, dyrking og høsting fra egen hage, vinduskarm eller lignende.

2. Korona og endringer i folks holdninger til klima og miljø

Torvald Tangeland

I dette kapitlet skal vi se nærmere på hvordan miljøholdningene blant forbrukerne har endret seg i løpet av de siste tiårene og hvordan dette er med på å påvirke samfunnets evne til å gjennomføre det grønne samfunnsskiftet.

2.1 Korona bra for klima og miljøet?

12. mars 2020 ble Norge delvis stengt ned på grunn av Korona-pandemien. Dette markerte starten på en periode med en annerledes hverdag i Norge preget av periodevis stengte skoler, barnehager, butikker, reisebegrensninger og at en stor del av befolkningen begynte å jobbe hjemmefra. Korona pandemien har medført at vi har måtte reorganisere hvordan vi lever våre liv. For eksempel har en stor del av befolkningen jobbet hjemme som igjen har redusert deres daglige transportbehov. I undersøkelsen fremgår det at et flertall (58 %) er enig i utsagnet *Koronautbruddet er bra for miljø og klima fordi vi reiser mindre*. Samtidig er det færre (30 %) som er enig i utsagnet *Koronautbruddet er bra for miljø og klima fordi vi kjøper mindre*.

2.2 Historien, problemet og veien videre

Miljødebatten har historisk dreid seg om hvordan redusere forurensende utslipp fra industri og produksjon. Etterhvert som kunnskapsgrunnlaget knyttet til hvordan det moderne industrisamfunnet bidrar til klimaendringer, tap av biodiversitet og økosystemer har blitt mer omfattende har også erkjennelsen av at det er behov for å redusere de negative klima- og miljøeffektene fra selve forbruksfasen økt (IPCC, 2018; IPBES, 2019). I utgangspunktet kan de negative effektene av forbruk på klima og miljø bli redusert ved å benytte tre strategier alene eller i kombinasjon: (1) erstatte produkter med høy negativ effekt med produkter med en lavere negativ effekt (eks bytte den fossile bilen med en elbil), (2) endre på hvordan vi forbruker (eks reise kollektivt istedenfor med egen bil) og (3) redusere forbruksnivået i seg selv (eks. reise mindre til og fra arbeidsplassen) (Vittersø, Strandbakken & Stø, 1998). I Klimakur 2030 peker man på at det er behov for ny teknologi og endret atferd innen flere forbudsområder dersom Norge skal klare å kutte ikke-kvotepliktige utslipp med 50 prosent innen 2030¹. I økende grad er vi blitt klar over at ny og renere teknologi ikke ubetinget vil kunne løse klima- og miljøproblemene. Dette fordi veksten i forbruket av varer og tjenester i seg selv er en viktig drivkraft som spiser opp mye av effektivitetsgevinstene som ny teknologi bringer med seg (Vittersø & Strandbakken 2016). I det offentlige ordskiftet blir det oftere diskutert hvordan man kan redusere de negative klima- og miljøeffektene fra selve forbruksfasen. I løpet av 2020 har også diskusjonen rundt hvorvidt Norge skal få et forbruksbasert klimaregnskap fått økt oppmerksomhet.

2.3 Holdninger og mulighetsrom for endring

Holdninger blant forbrukerne er i endring på flere områder. For å registrere endringene i miljøholdninger i perioden 1993–2020 har forbrukerne blitt spurt om hvor enige de er i to

¹ For mer informasjon les mer på <https://www.miljodirektoratet.no/klimakur>

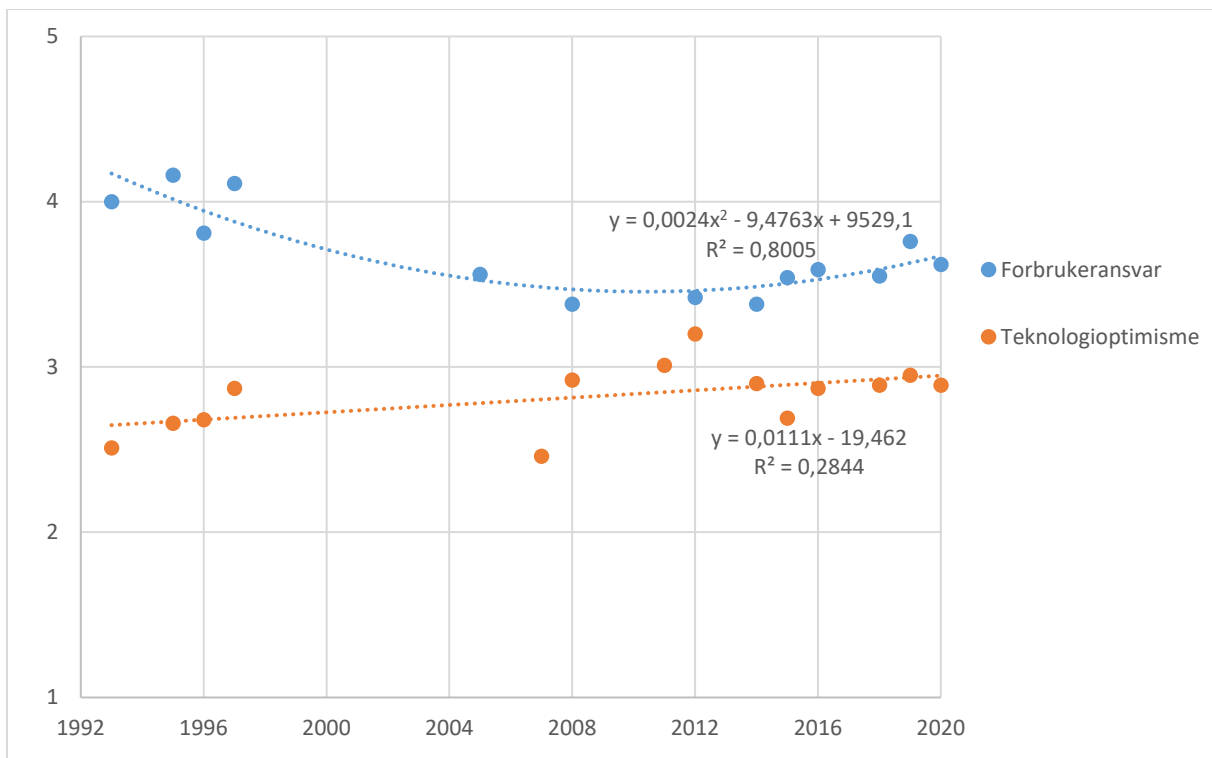
utsagn knyttet til hvordan problemene kan løses. Det første utsagnet søker å avdekke tiltroen til at ny teknologi vil løse problemene (teknologioptimisme):

– *Ny teknologi vil løse klima- og miljøproblemene uten at det fører til store forandringer i vårt levesett*

Det andre utsagnet søker å avdekke ansvaret den enkelte forbruker har (forbrukeransvar):

– *Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse klima- og miljøproblemene*

Figur 2-1 viser hvordan oppslutningen om de to holdningene har endret seg de siste to tiårene. I hele perioden har det vært størst oppslutning om at forbrukere selv kan bidra til å løse miljøproblemene. Oppslutningen om denne holdningen har imidlertid falt i perioden 1993–2014. I perioden 2015–2020 ser vi en svak økning i oppslutningen om forbrukeransvar. Graden av enighet blant forbrukerne med utsagnet knyttet til teknologioptimisme har vært økene i perioden 1993 til 2020.



Figur 2-1: Endringer i oppslutningen om teknologioptimisme og forbrukeransvar i perioden 1993–2020 (skala: 1-5 hvor 1 er helt uenig og 5 er helt enig).

At teknologioptimismen øker kan ha sammenheng med miljø- og klimadebatten som har pågått, hvor elektrifisering av bilparken har vært fremholdt som en del av løsningen for å kutte klimagassutslippene fra transportsektoren. I 2019-kartleggingen mente 45 prosent at elbil var et bra miljøtiltak. I 2020 hadde denne andelen økt til 54 prosent. Et annet tiltak som ofte blir trukket frem i klimapolitikken er CO₂-fangst og -lagring. Her er håpet at man skal kunne minske utslippene fra oljeinstallasjoner, gass- og kullkraftverk o.l. Slike tiltak fremstilles langt mer effektive enn å skulle prøve å påvirke folks forbruksmønstre. Forbruk er i det hele tatt lite berørt i bærekraftpolitikken (Kasa 2016). Det kan spekuleres i om dette skyldes en politisk vegring mot å innføre tiltak som griper inn i folks hverdagsliv og som mer direkte berører folks forbruk gjennom bruk av virkemidler som forbud, skatter og avgifter.

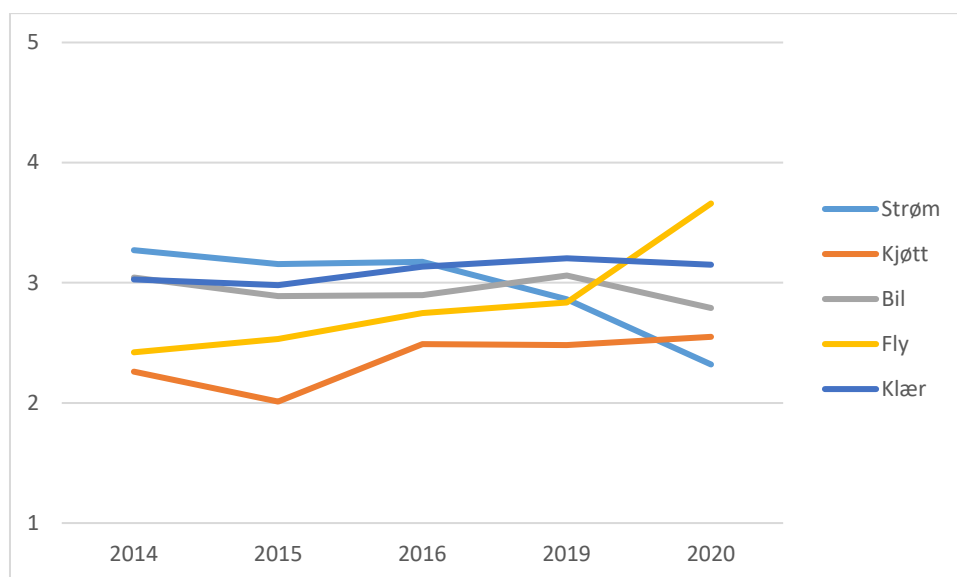
I 2020-kartleggingen ser vi at en høy andel (54 prosent) er positive til utsagnet «*Det burde koste mer å produsere varer som bidrar til miljøforurensning og klimautslipp, selv om det*

fører til at disse produktene blir dyrere i salg». Det er likevel en nedgang sammenlignet med 2019 undersøkelsen hvor 63 prosent var positive. Beveger vi oss nærmere på forbrukerens konkrete betalingsvilje faller graden av enighet. Av respondentene svarer 43 prosent at de er enige i utsagnet «Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/bærekraftige produkter». Resultatene fra 2019 tyder på at det er et flertall for å forby miljøskadelige produkter. 58 prosent av respondentene er enige i utsagnet «For å få mer miljøvennlig adferd må vi forby miljøskadelige varer og tjenester».

2.4 Reduksjon av eget forbruk

Dersom de globale utslippene av klimagass og overforbruket av ressurser og energi skal bli redusert, må totalvolumet i forbruket også reduseres. Men hvor villige er norske forbrukere til å redusere eget forbruksnivå? I 2020-undersøkelsen svarte 56 prosent at de var enige i det generelle utsagnet «Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser». Oppslutningen om å redusere eget forbruk har falt fra 62 prosent som det var i 2019-målingen.

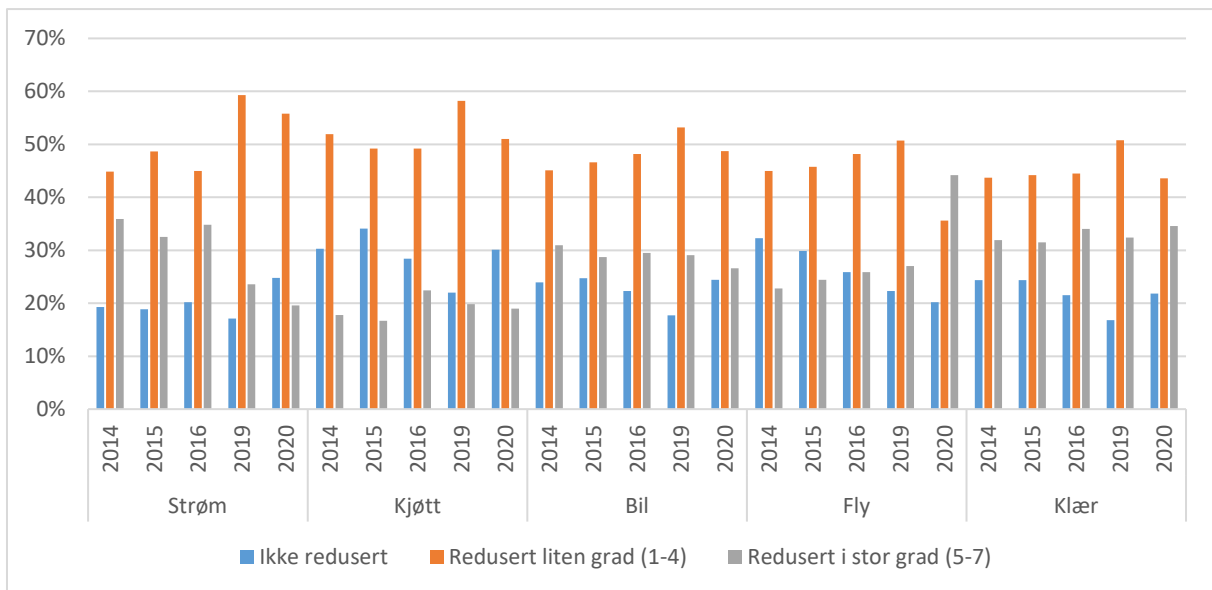
Fra før vet vi at det ofte er slik at folk er mer positive til generelle endringer som nødvendigvis ikke påvirker livene deres så direkte. For å få bedre innsikt i den reelle reduksjonsvilligheten spurte vi dem om i hvilken grad de av miljøhensyn hadde redusert sitt forbruk av kjøtt, strøm, bil, fly og klær på en skala fra null til syv, hvor null betyr *ingen reduksjon*, en betyr *svært liten reduksjon* og syv betyr *svært stor reduksjon*². Dette er ikke et eksakt mål på reduksjon, men gir et innblikk i deres intensjon om å redusere eget forbruk ut ifra miljøhensyn. I perioden 2014–2020 har det vært endringer i reduksjonsvilligheten innen alle fem forbruksområdene, figur 2-2.



Figur 2-2: Villigheten til å redusere eget forbruksnivå innen forbruk av strøm, kjøtt, bil, fly og klær i perioden 2014 – 2020, gjennomsnittsskår.

For å redusere kompleksiteten har vi i figur 2-3 redusert skalaen ned til tre nivåer: ingen reduksjon (0), liten reduksjon (1–4) og stor reduksjon (5–7), figur 2-3.

² Spørsmålsformulering: I hvilken grad har du av miljøhensyn redusert ditt forbruk innenfor følgende kategorier? Dersom du ikke har redusert ditt forbruk av miljøhensyn, bruk svaralternativet «ikke redusert».



Figur 2-3: Andel som svarer at de ikke har redusert versus de som i liten eller stor grad har redusert forbruket av miljøhensyn i 2014 (N = 1014), 2015 (N = 1003), 2016 (N=1004), 2019 (N = 1196) og 2020 (N = 1271).

For strøm har andelen som svarer at de har gjennomført moderate reduksjoner (1–4) økt fra 45 til 56 prosent i perioden 2014 – 2020, figur 2-3. Andelen som svarer at de har gjennomført store reduksjoner er lavere i 2019 (24 %) og 2020 (20 %) enn for de tre foregående årene (33 – 36 %). I 2020 er det en økning i andelen som svarer at de ikke har redusert noe (25 %) sammenlignet med de fire foregående målingene (17 – 20 %). Ser vi på gjennomsnittet ser vi at det i perioden 2014 – 2020 har vært en nedgang fra 3,27 i 2014 til 2,32 i 2020, figur 2-2. Det har beveget seg fra å være det området flest reduserte sitt forbruk innenfor av de fem forbruksområdene til å bli det med lavest reduksjonsandel. Nedgangen i reduksjonen i strømforbruk kan henge sammen med at de allerede har redusert sitt forbruk ved for eksempel å senke innetemperaturen eller slå av lyset i rom som ikke er i bruk. Det kan også henge sammen med at de allerede har gjort tiltak som å installere varmepumpe eller etterisolere huset (Heidenstrøm & Strandbakken 2012). En annen mulig forklaring kan være knyttet til at de opplever at forbruket deres har gått opp som en konsekvens av at de tilbringer mer tid hjemme som en konsekvens av koronanedstengingen av samfunnet.

For kjøtt har det vært en nedgang i andelen som svarer ingen reduksjon fra 30 til 22 prosent i perioden 2014 – 2019, figur 2-3. I 2020 målingen var andelen 30 % som svarte at de ikke hadde redusert noe. I perioden 2014 – 2020 har andelen som svarer at de har foretatt en liten reduksjon vært innenfor intervallet 49 – 52 prosent. Unntaket er i 2019 hvor andelen var 58 prosent. Ser vi på gjennomsnittskåren for perioden 2014 – 2020 ser vi at det er en svak økning i oppslutningen om å redusere kjøttforbruket, figur 2-2. Nivået for reduksjonsvillighet er fremdeles lavt. For kjøtt kan det være matkulturelle faktorer som bidrar til å sementere endringsvilligheten (Tangeland et.al., 2020). Det å ta bort kjøttet fra kostholdet vil oppleves som en reduksjon i livskvalitet for enkelte. Videre kan det være mangel på kunnskap om å lage ikke kjøttbasertmiddager som setter begrensninger for kostholdsendingene.

For bilbruk var det en nedgang i andelen som svarte at de ikke hadde redusert noe i perioden 2014 – 2019 fra 24 til 19 prosent, figur 2-3. I 2020 var andelen som ikke hadde redusert tilbake igjen på 24 prosent. Andelen som har redusert litt på sin bilbruk har vært økende, fra 45 til 49 prosent selv om det er en nedgang fra 2019 til 2020 hvor andelen var 53 prosent. Andelen som har foretatt større reduksjoner er også på vei ned. I 2014 var det 31 prosent, mens det var 27 prosent i 2020. Ser vi på gjennomsnittsskårene illustrert i figur 2-2 ser vi at reduksjonsandelen innen bilbruk har vært relativt stabil i perioden 2014-2019. I 2020

ser vi et fall. Bilbruk oppleves trolig som mer bundet opp og noe man har mindre fleksibilitet til å endre på. Dette på grunn av det daglige behovet for transport til og fra jobb, innkjøp, henting av barn osv. Alternative transportmuligheter kan av mange oppleves som lite tilgjengelige. I forbindelse med koronapandemien har også folk blitt oppfordret til å unngå å benytte seg av offentlig transport. Det kan ha medført at folk har erstattet kollektivtransport med økt bruk av bil når de har reist i 2020.

Reduksjonsvilligheten knyttet til det å fly har vært økende i perioden 2014-2020, figur 2-2. I 2020 ser vi et betydelig hopp. Andelen som svarer at de ikke har redusert sin flybruk har falt fra 32 prosent i 2014 til 20 prosent i 2020, figur 2-3. Det har vært en betydelig økning i andelen som svarer at de har redusert i stor grad i 2020 (44 %) sammenlignet med de foregående årene hvor denne andelen har vært på mellom 23 og 27 prosent. Koronanedstengingen medførte at folks behov og muligheter til fly ble mindre. Økningen vi finner i reduksjonsvillighet kan tyde en økning i villigheten i å fly mindre, men det kan også være at folk har rapportert at de har redusert ut fra miljøhensyn selv om det er andre årsaker som har medført at de har redusert.

Villigheten til å redusere eget klesforbruk har vært på et stabilt nivå i perioden 2014 – 2020, figur 2-2. I 2020 er det på andre plass etter fly. Andelen som svare ingen reduksjon, moderat reduksjon og stor grad av reduksjon har holdt seg relativt stabile i perioden, figur 2-3. Unntaket er 2019 hvor det var en økning i andelen som svarte moderate reduksjoner.

2.5 Miljøholdninger og reduksjon av eget forbruk

Vi skal nå se nærmere på hvordan de to generelle miljøholdningene – teknologioptimisme og forbrukeransvar, påvirker forbrukerens villighet til å redusere eget forbruk i 2020 (tabell 2-1). For alle forbruksområdene finner vi negativ effekt av teknologioptimisme og en positiv effekt av forbrukeransvar på egenrapporterte reduksjonsnivåer. Modellen forklarer tre til syv prosent av variasjonen i reduksjonsgraden. Det tyder på at det er en rekke andre faktorer som også påvirker folks villighet til å redusere sitt forbruk av disse produktkategoriene.

Tabell 2-1: Effekten av miljøholdningene på reduksjonen av eget forbruk 2020

	Kjøtt	Strøm	Bilbruk	Flyreiser	Klesforbruk
Teknologioptimisme	-,259***	-,184***	-,131**	-,273***	-,305***
Forbrukeransvar	,439***	,344***	,431***	,525***	,558***
Konstant	1,520	1,929	1,675	2,577	2,081
R²_{adj}	,05	,033	,034	,047	,070
N	1133	1126	1110	1117	1130

P-verdi (*≤ 10 %, ** ≤ 5 % og *** ≤ 1 %)

2.6 Konklusjon

Målingen i 2020 avviker noe fra trendene vi har observert tidligere for klima- og miljøholdningene blant forbrukerne. Om dette skyldes koronanedstengingen av samfunnet eller et skifte i holdningene til forbrukerne er det vanskelig å si med utgangspunkt i denne undersøkelsen. Det store spørsmålet er om holdningene står i veien for en nødvendig omlegging av forbruket slik at de negative belastningene på klima og miljø blir redusert? Resultatet fra kartleggingen i 2020 tyder på at forbrukernes miljøholdninger er i endring og det kan åpne opp for mer radikale endringer enn man tidligere har sett. Teknologioptimismen er fremdeles på en oppadgående trend noe som vil bidra til at det er lettere å overbevise forbrukerne om at de bør kjøpe elbiler enn det er å få dem til å redusere volumet i

reiseaktivitetene sine. Likevel er det det mye som tyder på at vi er ved et veiskille. Oppslutningen om forbrukeransvar er på en oppadgående kurve etter mange år med fall.

Forbrukernes miljøholdninger er på vei til å være et mindre hinder for en mer bærekraftig fremtid. Likevel er det naivt å tro at man kan få til den hurtige omstillingen som FNs klimapanel påpeker at vi trenger globalt (IPCC 2018), dersom man overlater det til forbrukerne og de frie markedene. Myndighetene må gjennom lovgivning og regulering legge til rette for en rettferdig omstilling av samfunnet i en mer bærekraftig retning. Denne og tidligere undersøkelser viser en klar tendens til at forbrukerne mener at det er myndighetene og dernest næringslivet som har størst ansvar for å få til en omstilling (Tangeland & Vittersø, 2014). Forbrukere anser at de selv har ansvar, men i mindre grad. Dette kan tyde på at forbrukere mener at overgangen til lavutslippssamfunnet først og fremst må løses politisk.

2.7 Referanser

- Heidenstrøm, N., & Strandbakken, P. (2012). *Air to air heat pumps in Norwegian households. Technological and market development, media analysis, and the use of practice theory to study consumption.*
- Kasa, S. (2016) Bærekraftig forbruk som miljøpolitikk i Norge og Storbritannia: Ulike strategier, felles begrensninger. I Vittersø, G., Borch, A., Laitala, K., & Strandbakken, P. (red). *Forbruk og det grønne skiftet.* Oslo: Novus forlag.
- IPCC (2018). Summary for Policymakers. In: *Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty.* V. Masson-Delmotte, P. Zhai, H.-O. Pörtner et al. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)
- IPBES (2019). *Global assessment report on biodiversity and ecosystem services of the Intergovernmental Science- Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services.* E. S. Brondizio, J. Settele, S. Díaz and H. T. Ngo. Bonn, Germany, Intergovernmental SciencePolicy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES) Secretariat.
- Tangeland, T., Heidenstrøm, N., Haugrønning, V., Throne-Holst, H., Hebrok, M., Klepp, I. G., Laitala, K. & Steinnes, K. K. (2020). *Virkemidler for forbruksendringer–med utgangspunkt i tiltak fra Klimakur 2030.* SIFO RAPPORT 15-2020
- Tangeland, T., & Heidenstrøm, N. (2015). *Indikatorer for forbruksutviklingen i Norge - Implikasjoner for bærekraft.* Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Tangeland, T. & Vittersø, G. (2014) *Miljø og forbruk.* I Lavik, R. & Borgeraas, E. *Forbrukstrender 2014. Sifo-survey.* Prosjektnotat nr. 8-2014. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Throne-Holst, H. (2003). *The Fallacies of Energy Efficiency: The Rebound Effect.* Paper presented at the The SAMSTEMT programme, Trondheim.
- Throne-Holst, H., Stø, E., & Strandbakken, P. (2007). The role of consumption and consumers in zero emission strategies. *Journal of Cleaner Production*, 15(13–14), 1328-1336. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.07.018>
- Venter, Z. S., Barton, D. N., Gundersen, V., Figari, H., & Nowell, M. (2020). Urban nature in a time of crisis: recreational use of green space increases during the COVID-19 outbreak in Oslo, Norway. *Environmental Research Letters*, 15(10), 104075.

Vittersø, G. & Strandbakken, P (2016) Forbruk og det grønne skiftet. I Vittersø, G., Borch, A., Laitala, K., & Strandbakken, P. (red). Forbruk og det grønne skiftet. Oslo: Novus forlag.

Vittersø, G., Strandbakken, P., Stø, E. (1998) *Grønt husholdningsbudsjett. Veiledning til et mindre miljøbelastende forbruk*. Rapport nr. 7-1998. Lysaker: SIFO.

3. Handlevaner og fritid

Kirsi Laitala og Ingun Grimstad Klepp

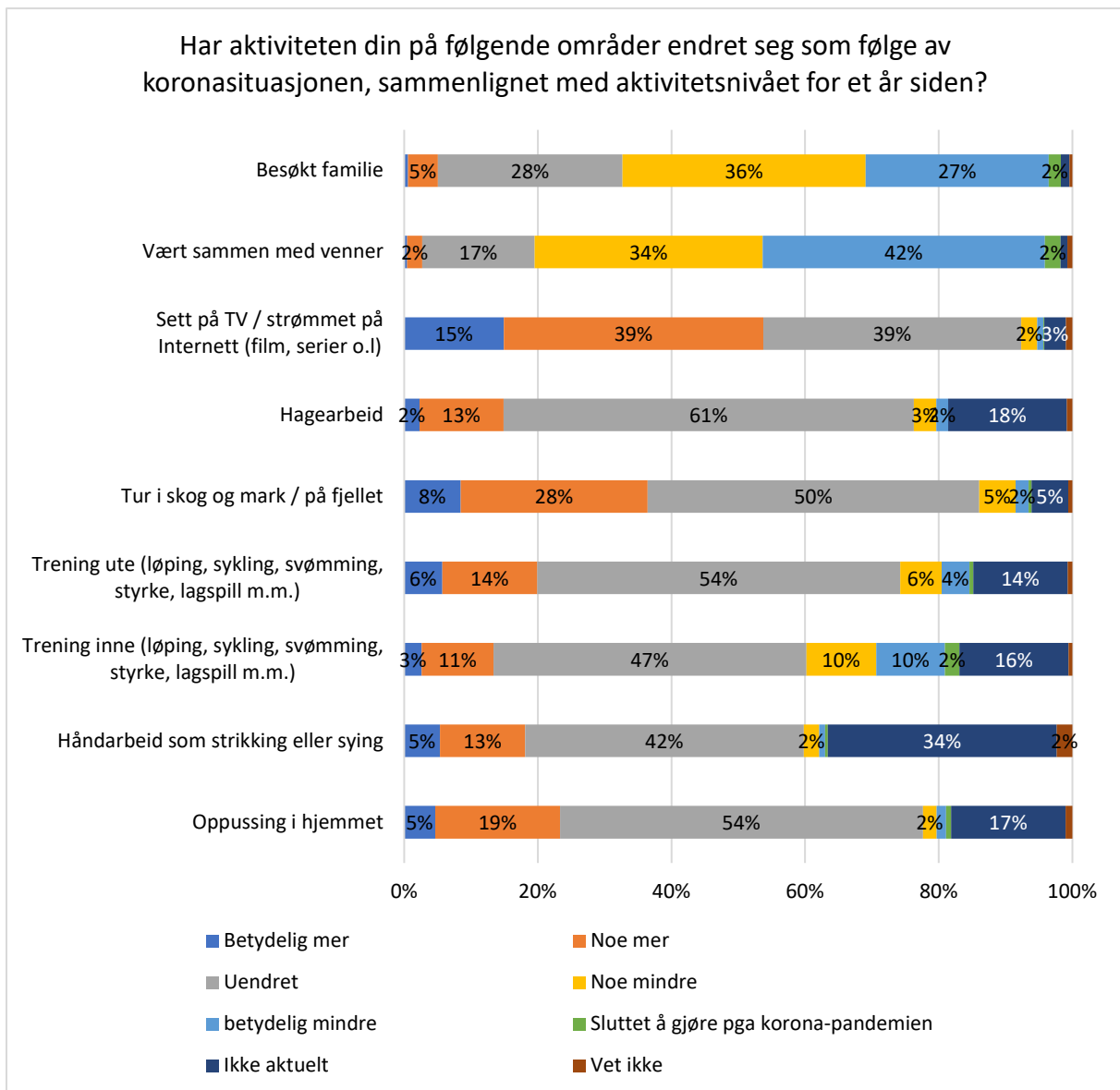
I dette kapittelet ser vi på hvordan befolkningens handlevaner, fritidsaktiviteter og klesbruk har endret seg som følge av smitteverntiltak. Spørsmålene er stilt slik at respondentene bes om å fortelle om aktiviteten har økt, redusert, frafalt helt, eller ikke er endret sammenlignet med for ett år siden, eller om aktiviteten ikke var aktuell før pandemien heller.

3.1 Fritidsaktiviteter: Mer TV enn tur

Vi ser tydelig mønstre i endringer i fritidsaktiviteter. Det har vært betydelig nedgang i sosiale aktiviteter. Dette er direkte følger av restriksjonene i det siste året. 76% sier at de har vært mindre sammen med venner, og 64% har redusert besøk hos familien. To prosent har sluttet helt med dette under pandemien. Det er ikke overaskende pensjonister og de som bor i Oslo som har størst nedgang i familiebesøk. Det har vært tydelig kommunisert fra myndighetene at smitten er farligst for eldre. Den lange perioden med strengere tiltak i Oslo sammenlignet med resten av landet synes også godt i materialet.

Aktiviteten som har økt mest er det å se på TV eller strømmetjenestene på internett, der 54% sier at de har økt og bare 3% har redusert. Det er spesielt de unge under 30 som har økt TV og internett-tiden. Oppussing i hjemmet har økt. 23% sier at de har gjort noe mer av dette, og vi ser tendenser til at de med høyere inntekt har økt dette noe mer enn de med lav inntekt. Det har også vært en økning i håndarbeid som strikking eller sying (18%). Flere kvinner og arbeidsledige har økt tidsbruken. Andelen som har gjort mer hagearbeid har også økt med 15%. Majoriteten opplever allikevel at hagearbeid ikke har endret seg under korona tiden.

Vi ser også endring i treningsmønstre, der flere som har gått ut på turer i skog eller på fjellet (36%) og trener ute (20%). Det er også en andel som har redusert disse treningsaktivitetene (7% har gått mindre turer og 10% har redusert trening ute). Det er flere som har redusert trening inne (21%) enn økt denne formen for trening (13%). Dette kan forklares med at treningsentre har vært stengt i perioder. Spørsmålene skiller ikke mellom organisert og uorganisert trening, og inne hjemme eller inne på treningscenter. Det er sannsynlig at mange har endret treningsvanene slik at de har trent mer hjemme, enten alene eller med bruk av ulike former for treningsvideoer eller apper. Det er sannsynlig at endringer i enkeltes arbeidssituasjon på grunn av covid-19 har påvirket mulighetene til trening. Noen har fått mer å gjøre enten på jobb eller med hjemmeundervisning av barna, mens andre har blitt permittert og fått redusert inntekt, men mer tid. I Oslo har treningscenter vært stengt over flere måneder. Ikke overaskende rapporterer respondentene fra Oslo mer redusert trening inne enn de som bor i andre steder av landet.



Figur 3-1 Endringer i fritidsaktiviteter (N=1209)

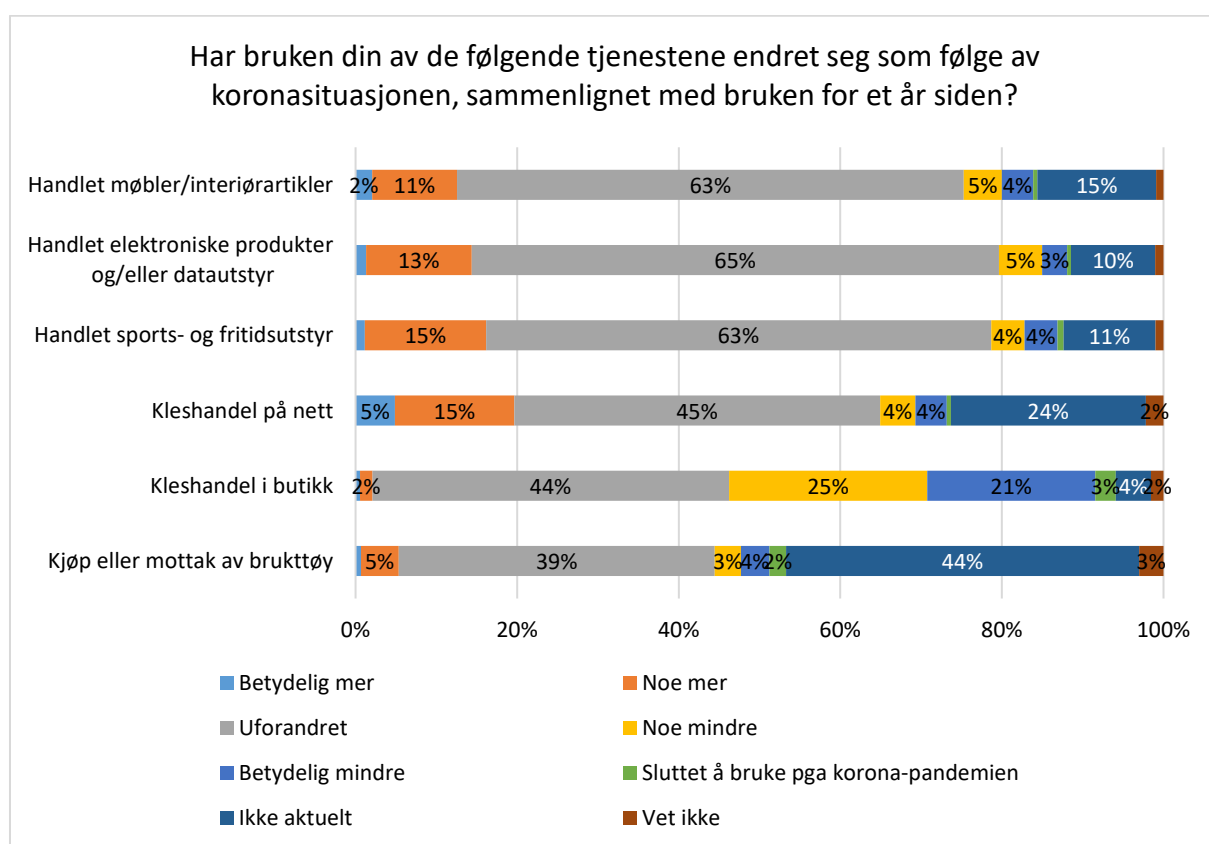
3.2 Innkjøpsvaner for klær har endret seg mest

Når vi sammenligner endringer i handlevaner innen ulike områder knyttet til fritids- og klesforbruk, ser vi de tydeligste endringene i innkjøp av klær. Nesten halvparten av respondentene rapporterte at de har redusert kleshandel i butikk, i tillegg til 3% som har sluttet helt. Hver femte sier at de har økt kleshandel på nett, mens det er 8% som har redusert også dette. For 24% var kleshandel på nett uansett uaktuelt.

Det rapporteres noe økning i handel av møbler /interiørartikler, med noen flere som sier de har handlet mer (13%) mot de som sier de har handlet mindre (9%). Vi kan se det samme mønsteret i handel av elektroniske produkter og/eller datautstyr, der 14% har handlet noe mer mens 8% sier de har handlet mindre. Handel av sports og fritidsutstyr følger også samme mønster, der 16% sier de har kjøpt mer, mens 8% sier at de har kjøpt mindre. Det er spesielt de med høy inntekt som har økt kjøp og bruk av friluftstøy og treningstøy.

Disse tallene viser samme tendenser som undersøkelsen utført av SpareBank1. Deres kunder brukte 36% mer i elektrobutikker, 23% mer på streaming og 35% mer på sportsutstyr i de to første ukene i januar 2021 sammenlignet med de samme ukene i 2020 (Askeland, 2021). Samtidig fant de 9% reduksjon i kleshandel, noe lavere enn våre funn. Dette kan delvis forklares med tidspunktet for undersøkelsen. Kleshandel hadde mer markant reduksjon i starten av pandemien, da den norske befolkningen brukte om lag fire millioner kroner per dag på klær, men etter at koronatiltakene ble iverksatt i mars 2020 så falt tallet til rundt én million kroner, mens denne kurven har gradvis gått oppover igjen i løpet av det siste året (Johansson, 2020).

Kjøp eller mottak av brukttøy har hatt en liten reduksjon i det siste året. Syv prosent sier at de har fått/kjøpt mindre, 2% har sluttet helt, mot 5% som sier at de har anskaffet noe mer. Hele 44% sier at dette ikke var aktuelt før epidemien heller.



Figur 3-2 Endringer i handel og bruk av tjenester (N=1209)

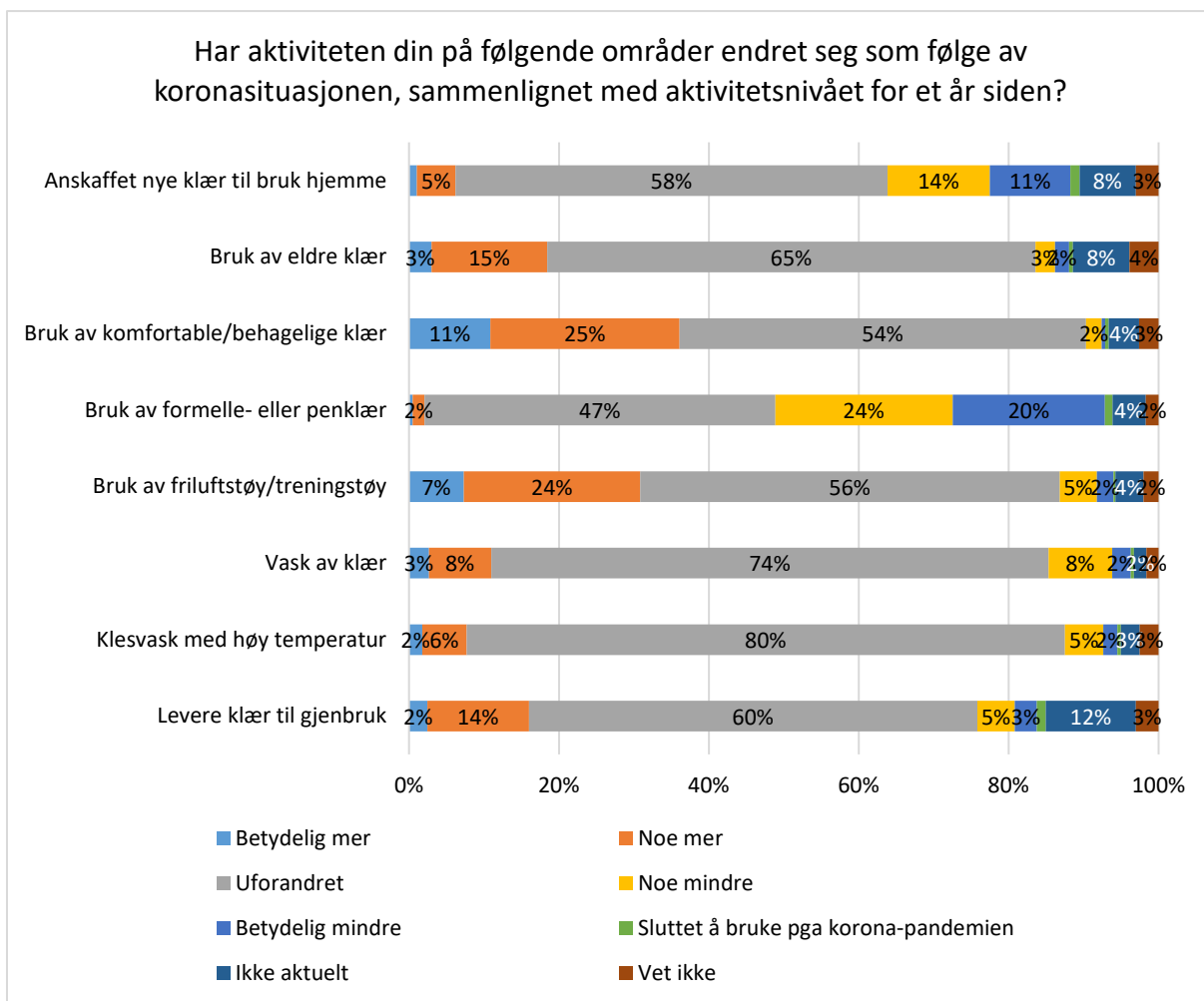
3.3 Mindre penklær og mer fritids og treningstøy

Det er tydelige endringer i hvilke typer klær vi har brukt under pandemien. Hele 44% sier at de bruker mindre formelle- eller penklær, mens 31% har økt bruk av friluftstøy/treningstøy, 36% har økt bruk av komfortable/behagelige klær. Flere sier at de bruker mer eldre klær (18%). Litt overraskende, har det også vært reduksjon i anskaffelse av klær til bruk hjemme, der 24% sier de har redusert dette i forhold til 6% som har økt dette. Det er også tydelige kjønnsforskjeller her. En større andel av kvinnene har brukt mer av sine eldre klær og økt sitt forbruk av komfortable/behagelige klær, samtidig som de har redusert bruken av formelle

eller penklær. En mulig forklaring er at kvinnenes klesvaner skiller mer mellom de typer anledninger som har blitt påvirket av pandemien, som klær for arbeid hjemme kontra på kontoret og ulike sosiale anledninger. Det er også noen geografiske forskjeller. De som bor i Oslo har økt bruk av komfortable klær og redusert bruk av formelle klær mer enn de som bor i andre deler av landet. Livssituasjon har også betydning her, da studenter har anskaffet noe mer nye klær til bruk hjemme og økt sin bruk av komfortable/behagelige klær. De som var hjemmeværende også før korona, har endret sine klesvaner minst.

Oppmerksomhet omkring smitte og renslighet kan tenkes å øke vasketemperatur eller vaskehypighet. Motsatt er det reduserte krav til nyvaskede klær på grunn av mindre sosial kontakt utenfor hjemmet. Svarene vi har fått på disse spørsmålene indikerer at Korona samlet ikke har endret våre klesvaskevaner. Det er like mange som sier at de vasker mer klær som de som vasker mindre (11%), og 74% sier at dette er uforandret. 80% rapportere at bruk av høyere temperatur er uforandret, og det er cirka like mange som sier de har vasket mer på høy temperatur (8%) som de som sier de har vasket mindre (7%). Her skiller ikke de ulike aldersgruppene seg fra hverandre, med unntak av at de voksne aldersgruppene mellom 30 og 80 år har økt vaskefrekvensen noe mer enn de unge under 30.

Det er en liten endring i avhending av klær. 16% av respondentene sier at de har levert mer klær til gjenbruk, mot 8% som sier at de har levert mindre. 12% sier at dette ikke er aktuelt for dem. Dette stemmer med tall fra de største klesinnsamlerne, som rapporterer økning i mottak av brukttøy i løpet av første månedene med korona tiltak (Setten, 2020). Det er kun etter over ett år med tiltak at de ulike innsamlerne har merket reduksjon i mengden (Hjelle, 2021).



Figur 3-3 Endringer i klesbruk (N=1209)

3.4 Konklusjon

Tiltakene mot Korona har påvirket hva vi gjør, og hva vi kjøper. Noen av disse endringene har positive effekter på miljøet, slik som mindre innkjøp av nye klær og mer bruk av gamle klær. Positivt er også evnen til å endre dagligliv og vår tilpasningsdyktighet i mulighetene som finnes, for eksempel ved å endre treningsvaner til det som er tilgjengelig. Denne viljen og evnen til endring kan potensielt aktiveres også for å finne løsninger på klima- og andre miljøutfordringer.

Negativt i funnene er ulikhetene mellom grupper, slik som betydelig nedgang i sosiale aktiviteter for pensjonister. Det har vært mye oppmerksomhet rundt økt bruk av skog og mark og andre nærområder. Undersøkelsen viser at det først og fremst er de med høyere inntekt som har kunnet kjøpe mer fritidsutstyr. Det er ikke alle som har vært mer på tur, overraskende mange svarer de har vært mindre. Igjen peker det på at Korona ikke er en felles erfaring, og at alder, kjønn, inntekt og bosted er viktige for hvordan tiltakene har preget vårt daglige liv og forbruk.

Spørsmålene har vært rettet mot endring, og de er rettet mot områder der vi forventet at forbruket har endret seg. Den største overraskelsen i materialet er dermed de mange som

har svart at forbruket er uforandret. Samlet for alle spørsmålene er at «uforandret» er det svaret som oftest går igjen. Det er en nyttig påminnelse. Selv om Korona har ført til endringer, forteller de fleste at gjør som før. Et unntak fra dette er det som direkte er styrt av offentlige tiltak, å være sammen med andre.

3.5 Referanser

Askeland, Ø. K. (2021) Slik bruker vi pengene når koronaviruset endrer samfunnet: Sparebank1. <https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/nyheter/slik-bruker-vi-pengene-nar-koronaviruset-endrer-samfunnet.html>.

Hjelle, A.-W. (2021) 'Tall innsamling 2020', Sirkulære Tekstiler, arbeidsgruppemøte - innsamling, sortering og gjenbruk, Oslo, 18.3.2021.

Johansson, E. (2020) Forbruket vårt har endret seg drastisk under korona: Sparebank1. <https://www.sparebank1.no/nb/smn/om-oss/nyheter/forbruket-vart-har-endret-seg-drastisk-under-korona.html>.

Setten, K. (2020) 'Fretex fortviler – får mer og mer klær de ikke vil ha', *TV2 nyheter*, 10.09.2020. <https://www.tv2.no/a/11639606/>

4. Mathandel på nett og endringer i matvaner under korona

Nina Heidenstrøm og Marie Hebrok

4.1 Innledning

I dette kapittelet diskuterer vi mathandel på nett før og under koronapandemien basert på data fra følgende undersøkelser og forskningsprosjekter:

- SIFO-surveyen: Spørreundersøkelse desember-februar 2020, presentert i kapittel 1.
- PLATEFORMS: Europeisk forskningsprosjekt om digitale plattformer for matanskaffelse. Intervjuer med 30 norske husholdninger i perioden 2019-2021 om bruk av matkasser, dagligvarehandel på nett, REKO-ring, og Too Good To Go.
- Digitalt hverdagsliv under korona: Spørreundersøkelse 1.-7.april 2020 (Slettemås & Storm-Mathisen, 2020).
- Korona 2020: Spørreundersøkelse om forbrukerforhold 12.-16.mars 2020 (Berg, 2020).

Tross dens enorme skadevirkninger kan koronapandemien også ses på som et mulighetsvindu for å studere endringer i forbruket vårt, samt hvilke konsekvenser disse endringene kan ha også utover kriseperioden. Dette kapittelet kan leses som et første innblikk i mulige endringer av matvaner under korona. Det gjenstår imidlertid å se hvorvidt disse endringene vil vare når restriksjonene reduseres og til slutt fjernes. Tidligere forskning har dessverre vist at vanene våre har en tendens til å gli tilbake etter en krise, blant annet i et forsøk på å ta tilbake en slags normaltilstand (Rinkinen, 2013).

Vi vet foreløpig ikke om dagligvarehandel på internett er mer bærekraftig enn å handle mat i butikken. Imidlertid er det mulig å tenke seg at økt netthandel vil redusere den totale transportmengden brukt til å frakte dagligvarer fra butikken til hjemmet ved å overføre transportlogistikken til et koordinert distribusjonsledd. Det er videre mulig å tenke seg at andelen matsvinn i husholdningene kan reduseres ved mulighet for økt planlegging av matinnkjøp basert på eksisterende beholdning i kjøleskap, fryser og matskap og mindre impulshandling. I tillegg kan de digitale plattformene i fremtiden utformes med hensikt å oppfordre forbrukerne til kjøp av økologiske produkter, vegetaralternativer, samt informasjon om porsjonering og oppskrifter med for eksempel redusert kjøttmengde. På den andre siden kan økt netthandel forringe bærekraftig byutvikling og sosial bærekraft i form av redusert utøvelse og deling av matkultur.

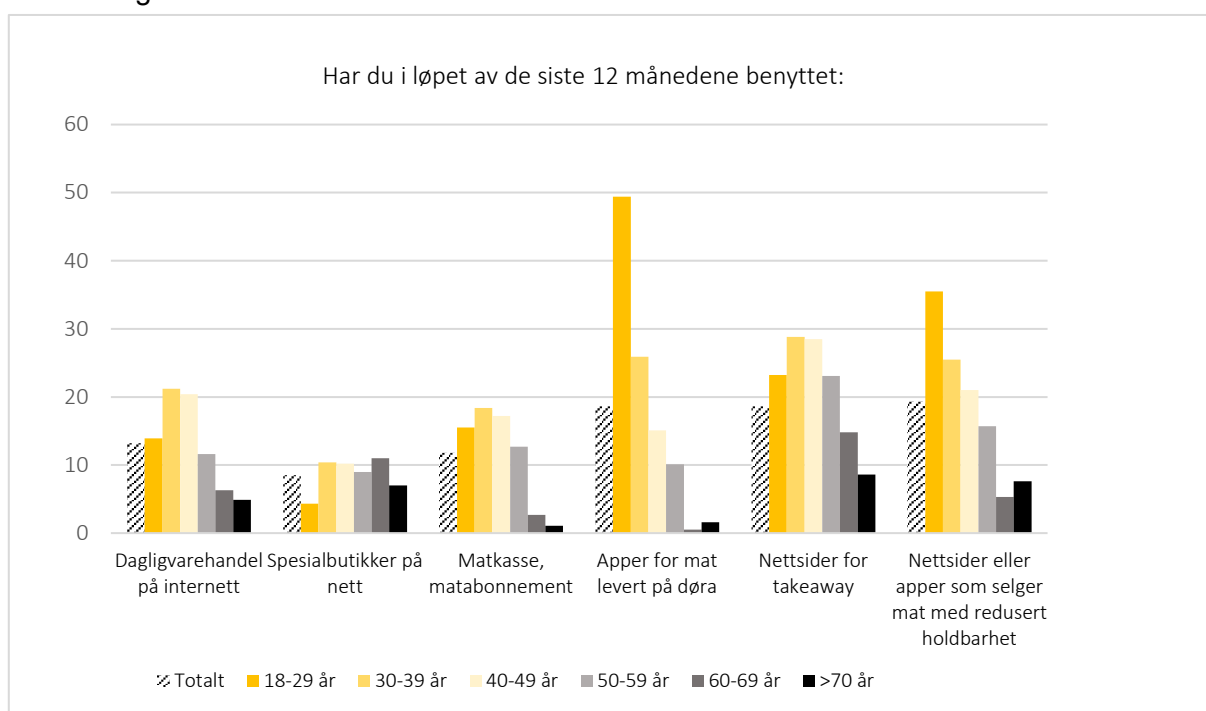
I det følgende redegjør vi først for bruk av digitale plattformer for dagligvarer de siste årene. Deretter ser vi på endringer i bruk av plattformer og av matvaner under koronapandemien.

4.2 Bruk av digitale plattformer for kjøp av dagligvarer

Allerede i 2013 etablerte Kolonial.no sin nettbutikk for dagligvarer. Meny.no og Spar.no fulgte etter i 2017. De to største matkasseleverandørene Godt levert og Adams matkasse ble etablert i henholdsvis 2010 og 2013. Særlig matkassene har hatt noe varierende omsetning

de siste årene, men det ser ut til at omsetningen for både dagligvareleverandørene og matkassene har vært stigende de siste årene.

SIFO-surveyen har undersøkt bruk av digitale plattformer for kjøp av dagligvarer siden 2015. I 2015 svarte 4,7 prosent av forbrukerne at de hadde kjøpt dagligvarer på nett i løpet av de siste fire ukene. I 2018 svarte 14 prosent at de hadde kjøpt dagligvarer på nett i løpet av de siste 12 månedene. Disse spørsmålene er ikke helt sammenlignbare, men gir en viss indikasjon på økning i bruk. I 2020 har vi spurt spesifikt om hvilke digitale plattformer forbrukerne har brukt i løpet av de siste 12 månedene, vist i figur 4-1. Merk at denne undersøkelsen skiller mellom ulike typer plattformer, noe som ikke ble gjort i 2015 og 2018. Respondentene kan videre krysse av for flere svaralternativer. Tallene er derfor ikke sammenlignbare.



Figur 4-1: Bruk av digitale plattformer for matanskaffelse 2020, etter aldersgrupper

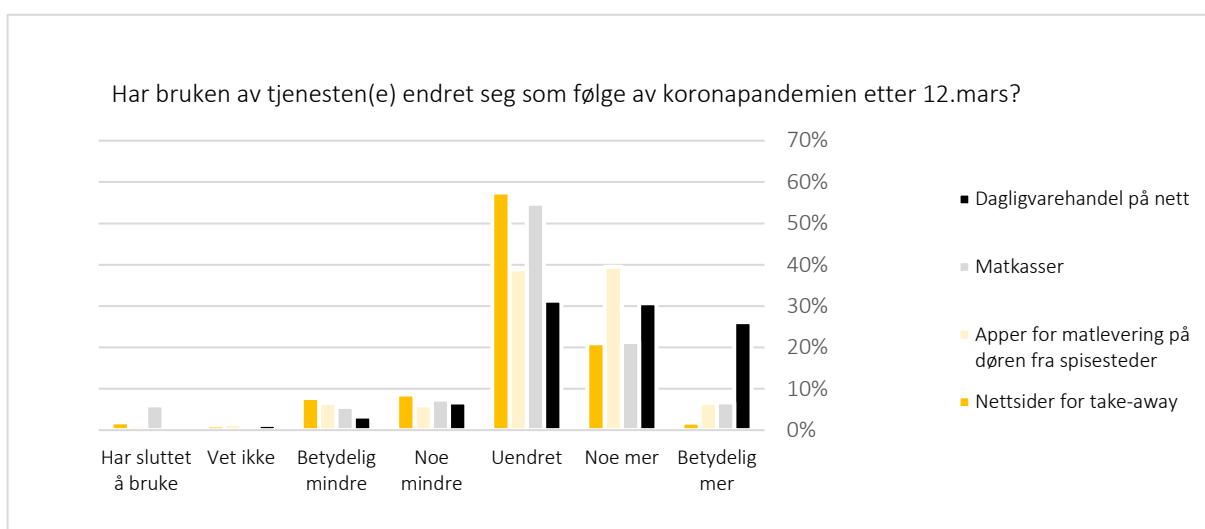
Vi ser en tydelig tendens til at digitale plattformer for kjøp av dagligvarer er mer utbredt blant de yngre enn de eldre aldersgruppene. Særlig ser vi at apper er mest brukt av den yngste gruppen (18-29 år). 22,6 prosent av de som benytter seg av dagligvarehandel på internett svarer også at de bruker tjenestene 2-3 ganger i måneden, mens 44,7 prosent bruker det sjeldnere enn en gang i måneden. Vi ser de samme tendensene for matkasser. 49,3 prosent av de som bruker matkasser, bruker dem sjeldnere enn en gang i måneden. Dette stemmer godt overens med resultatene fra forskningsprosjektet PLATEFORMS der vi har snakket med husholdninger som bruker digitale plattformer for matanskaffelse. Mange av informantene i studien forteller at de bruker tjenestene sporadisk, og at det er vanskelig å innlemme en ny måte å anskaffe mat på med organiseringen av hverdagen.

4.3 Økt bruk av digitale plattformer for kjøp av dagligvarer under korona

Den 12.mars 2020 innførte den norske regjeringen de strengeste restriksjonene for befolkningen siden andre verdenskrig. På tross av at dagligvarebutikkene var åpne opplevde

Norge, i likhet med mange andre land, tendenser til hamstring i dagene etter de første restriksjonene. Resultatene fra en spørreundersøkelse SIFO gjennomførte mellom 12.-16.mars 2020 viste for eksempel at 84 prosent kjøpte tørrvarer og 40 prosent kjøpte toalettpapir (Berg, 2020). I denne perioden eksploderte også bruken av digitale plattformer for matinnkjøp, som matkasser og dagligvarehandel på nett. De to største matkasseleverandørene, Adams matkasse og Godt levert, meldte om en vekst på 290 prosent i nye abonnenter, og en av de største leverandørene for dagligvarer på nett, Kolonial, meldte om en økning i antall ordre på 250 prosent.³

I SIFO-surveyen som ble gjennomført i desember 2020 spurte vi de forbrukerne som allerede har benyttet dagligvarehandel på internett (13,2 prosent), matkasser (11,8 prosent), apper for matlevering på døren fra spisesteder (18,6 prosent), og nettsider for takeaway (21,6 prosent) om de hadde endret bruken av dagligvarehandel på internett som følge av pandemien og i så fall på hvilken måte, vist i figur 4-2.



Figur 4-2: Endringer i dagligvarehandel på nett under koronapandemien 2020

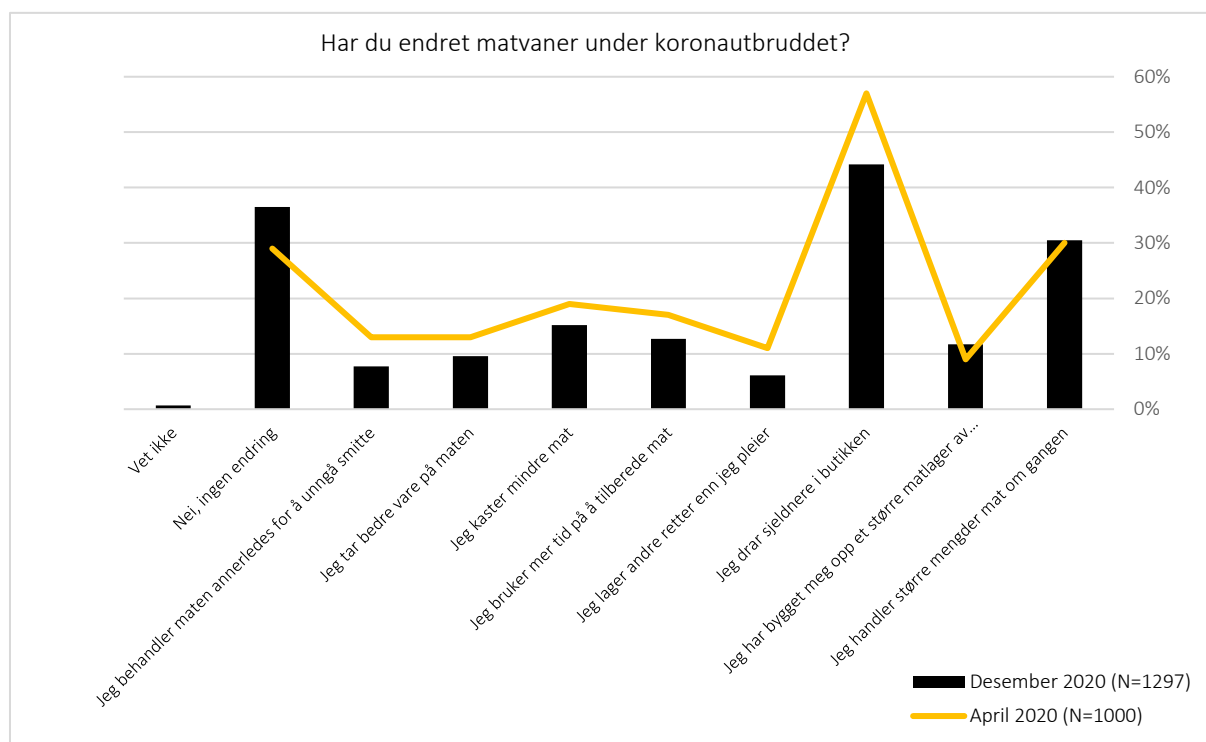
56,8 prosent av brukerne sier at de har brukt dagligvarehandel på nett noe eller betydelig mer under pandemien. Vi ser samme tendens for andre digitale plattformer, selv om den ikke er like sterk. 28 prosent svarer at de har brukt matkasser noe eller betydelig mer under korona, 46 prosent svarer at de har brukt apper for mat levert på døren noe eller betydelig mer, og 23 prosent har brukt nettsider noe eller betydelig mer. Det er altså en klar tendens til at større deler av matanskaffelsen har blitt flyttet over på digitale plattformer under pandemien, selv om dagligvarebutikkene er åpne. Mer bruk av apper og nettsider for ferdigmat/takeaway kan også tyde på at det ikke bare er hvor vi anskaffer maten som er endret, men også hva vi spiser.

4.4 Endrede matvaner under korona

I løpet av det siste året har vi ved to anledninger spurt forbrukerne om de har endret matvaner under korona. Den første undersøkelsen ble gjennomført mellom 1.-7.april 2020 og

³ [Corona-viruset fører til kapasitetsproblemer for dagligvarehandel på nett – E24](#)
[Matkassegigant: – Vi jobber med 3–4 bemanningsbyråer for å ha nok folk – E24](#)

dreide seg om digitalt hverdagsliv under korona (Slettemås & Storm-Mathisen, 2020). Samme spørsmål ble stilt i SIFO-surveyen i desember 2020. Resultatene vises i figur 4-3. Merk at i april inngikk også svaralternativene «ja, jeg handler mer mat på nett» og «ja, jeg kjøper mer ferskvarer».



Figur 4-3: Endringer i matvaner under korona 2020

I april svarte 29 prosent at de ikke hadde gjort noen endringer av sine matvaner under korona, mens tallet steg til 36,5 prosent i desember. Det kan tyde på at noen endringer ble gjort i et kort tidsrom rett etter de første restriksjonene.

Av de som har svart at de har endret noe, svarer flest at de drar sjeldnere i butikken og at de handler større mengder mat om gangen. Disse endringene har vedvart i hele perioden. Dette samsvarer godt med anbefalingene fra myndighetene om å redusere mobiliteten under pandemien, og vi ser det i særlig grad i april 2020 der 57 prosent svarer at de drar sjeldnere i butikken.

For tallene fra SIFO-surveyen i desember ser vi noen forskjeller i endringer av matvaner mellom de som bor i større byer og de som bor i rurale strøk. For eksempel svarer 10,5 prosent av de som bor i sentrum av en storby at de behandler maten annerledes for å unngå smitte, mot 4,4 prosent av de som bor på landet. Det kan skyldes at det generelt har vært mer smitte i byene enn i rurale strøk. Videre kan det tenkes at det også kan skyldes en forskjell i mathåndteringskompetanser. Hebrok og Heidenstrøm (2017) finner i en studie av matsvinn at de som hadde kjennskap og nærhet til matproduksjon på gård, eller hadde vokst opp med foreldre som hadde slik kjennskap var flinkere til å vurdere matens spiselighet og stolte på sin egen vurderingsevne. I et bærekraftperspektiv kan vi tenke oss at kompetanse til å vurdere matens spiselighet kan redusere mengden matsvinn i husholdningene.

Alternativene «Jeg tar bedre vare på maten», «jeg kaster mindre mat» og «jeg bruker mer tid på å tilberede mat» kan alle sies å vise at forbrukerne er mer aktive i sin egen mathåndtering under korona. Økt bruk av hjemmekontor frigir tid til andre aktiviteter, inkludert matlaging. Vi

har sett økende interesse for matlaging (surdeigsbrødet har kanskje vært det fremste eksempelet i mediene). Økende interesse og aktivitet kan bidra til at mindre mat kastes fordi maten tillegges høy relasjonell verdi (maten er laget av en selv, andre i nære relasjoner, eller sammen med andre), kvalitetsmessig verdi (maten er laget ved bruk av råvarer og ikke halv-, eller helfabrikata), samt tidsmessig verdi (tid brukt på matlagingen) (Hebrok & Heidenstrøm, 2017). Her ser vi også noen aldersforskjeller. I SIFO-surveyen fra desember finner vi at i den yngste aldersgruppen (18-29 år) oppgir 14,3 prosent at de lager andre retter enn de pleier, mot bare 3,8 prosent i de to eldste aldersgruppene (60-69 år og over 70 år). 23,6 prosent av de yngste oppgir også at de bruker mer tid på å tilberede mat, mens 17,1 prosent oppgir det samme i de to eldste gruppene. Vi vet ikke hvorfor det er slik, men det er mulig at yngre i større grad spiste mat tilberedt utenfor hjemmet (restaurant, studentkantiner eller lignende) før pandemien enn de eldre, og at de nå er mer hjemme og dermed lager mer mat hjemme.

Selv om det ikke har noen direkte tilknytning til bærekraftig forbruk merker vi oss at kun 9 prosent i april og 11,7 prosent i desember svarer at de har opparbeidet seg et matlager. Den marginale økningen kan tyde på at på forbrukerne ikke ser det som hensiktsmessig å ha et eget beredskapslager, hverken tidlig i krisen eller etter ti måneder. Dette stemmer godt overens med Heidenstrøm (2020) sin studie av beredskap som finner at norske husholdninger ikke lagrer mat med beredskap som hensikt fordi de har høy tillit til at lokale og nasjonale myndigheter håndterer langvarige kriser.

4.5 Konklusjon

Restriksjonene som følge av koronapandemien har ført til endringer i forbrukernes handle- og spisevaner. Flere kjøper mat på nett, særlig dagligvarer, men også ferdige retter. Omtrent halvparten har brukt slike tjenester mindre enn en gang i måneden, noe som tyder på at tjenestene kan ha fungert som et mer smittevernvennlig alternativ i perioder med høy smitte, men at de ikke har erstattet besøk i dagligvareforretninger. At mange forbrukere har testet å handle dagligvarer på nett under korona kan føre til økt bruk også i fremtiden. Likevel er det mange barrierer mot økt netthandel av mat, og mot å utløse potensialet vi i dag kan se for oss for at denne måten å handle på skal bidra til et mer bærekraftig matforbruk. Det trengs derfor mer forskning på betydningen av nye tjenester og teknologier for matanskaffelse for fremtidens bærekraftige matvaner

Færre besøk i butikken og mer storhandling er de største endringene i forbrukernes vaner. Handling av dagligvarer på nett hjemmefra gjør det mulig å sjekke hva man allerede har av matvarer mens man bestiller nye. Samtidig tilbyr netjtjenestene en rekke verktøy for å planlegge innkjøp og måltider. Mer tid hjemme kan også føre til at mer av maten i kjøleskapet blir spist i tide, også restemat. Tilsammen kan dette føre til mindre matsvinn (Hebrok & Heidenstrøm, 2017). 15-19% (april/desember) har oppgitt at de har kastet mindre mat. Videre kan handling av mat på nett føre til redusert bilbruk. Endringene har vært noenlunde stabile mellom april og desember 2020, men i hvilken grad de vil vedvare når restriksjonene opphører er uvisst.

4.6 Referanser

- Berg, L. (2020). *Korona 2020. Forbrukerforhold 12.-16.mars 2020. Figurnotat*. Retrieved from Oslo: <https://oda.oslomet.no/handle/10642/9068>
- Hebrok, M., & Heidenstrøm, N. (2017). *Maten vi kaster. En studie av årsaker til og tiltak mot matsvinn i norske husholdninger*. Retrieved from Oslo: <https://fagarkivet.oslomet.no/handle/20.500.12199/5337>
- Heidenstrøm, N. (2020). *Preparedness in Everyday Life: A Social Practice Perspective*. (PhD). University of Oslo, Oslo.
- Rinkinen, J. (2013). Electricity blackouts and hybrid systems of provision: Users and the 'reflective practice'. *Energy, Sustainability and Society*, 3(1), 1-10.
- Slettemås, D., & Storm-Mathisen, A. (2020). *Digitalt koronaliv 2020: Norske husstanders digitale håndtering av koronapandemien*. Retrieved from Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO: <https://oda.oslomet.no/handle/10642/9054>

5 Alternativ matforsyning under korona

Gunnar Vittersø og Hanne Torjusen

Mat som distribueres lokalt, enten det er direkte fra bonden, på et lokalt marked eller i form av egen selvforsyning er ofte betraktet som mer bærekraftig enn ordinær matdistribusjon, både i sosial-, økonomisk og miljømessig forstand (Vittersø m.fl. 2018). Ulike direkte former for matdistribusjon kan være fordelaktige fra et økonomisk perspektiv både for produsent og forbruker, blant annet fordi fordyrende mellomledd kuttes ut. Sosialt kan det bidra til å styrke lokale nettverk, øke kunnskapen om lokal matproduksjon og fremme lokal matkultur. Lokal distribusjon og forsyning av mat vil også i mange tilfeller, om enn ikke alltid, redusere klimautslipp som følge av mindre transport av mat fra produsent til forbruker (Vittersø m.fl. 2021).

Et viktig aspekt i denne sammenhengen er at tilgangen til mat skal være sikker og forutsigbar. Matsikkerhet er kanskje noe vi i Norge over lang tid har tatt for gitt, men som koronapandemien har aktualisert. Som et supplement til dagligvarehandelen kan alternativ matforsyning bidra til matsikkerheten blant annet fordi det støtter opp om lokal matproduksjon, samt viderefører og utvikler kunnskap og tradisjoner om matproduksjon og forbruk.

I dette kapitlet skal vi se nærmere på hvordan nordmenns forsyning av mat utenom det ordinære dagligvaremarkedet endret seg i løpet av 2020. Vi vil først se på i hvilken grad vi har kjøpt mat direkte fra produsent, på torg eller andre utendørs markeder eller i spesialbutikker, slik som fiskeforretning, slakter og grønnsakhandel. Hvem handler fra denne type alternative utvalg og har koronapandemien endret bruken av disse utvalgsstedene? Deretter vil vi undersøke i hvilken grad respondentene har deltatt i aktiviteter der de selv har skaffet maten til veie, slik som fiske, jakt, bærplukking, soppstaking og ulike former for høsting og dyrking av egen mat. Hvem er det som i første rekke driver med selvforsyning av mat, og har dette vært et viktig bidrag til husholdningen, såkalt matauke, eller skal vi oppfatte disse aktivitetene først og fremst som en form for fritidsaktiviteter?

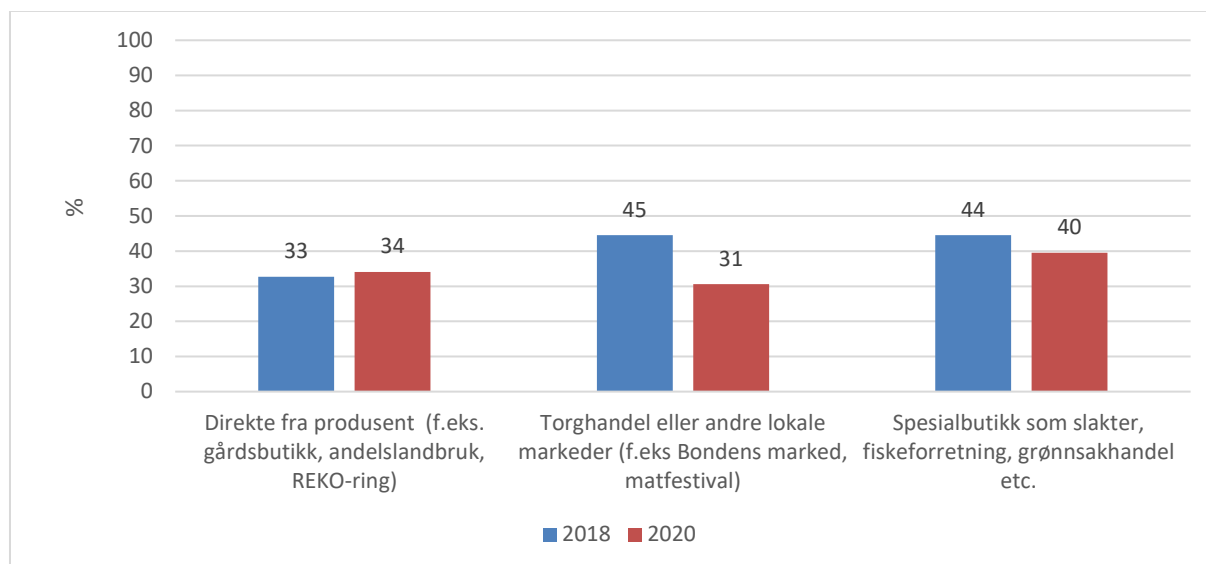
5.1 Matanskaffelse utenom ordinær dagligvarehandel

I starten av koronapandemien var det en bekymring for om de ordinære matbutikkene ville gå tomme for visse varer (Berg, 2020), og det skyldtes til en viss grad utslag av hamstring, men også fordi folk endret innkjøpsmønster. Blant annet gikk etterspørselen etter gjær og mel kraftig opp som følge av at folk i større grad begynte å bake hjemme (Nationen, 08.09.20). Det var også en diskusjon omkring matvareberedskapen i Norge og i hvilken grad norsk landbruk, som etter hvert i stor grad er blitt avhengig av utenlandsk arbeidskraft, kunne opprettholde produksjonen, ikke minst av grønnsaker, frukt og bær.

Selv om dagligvarebutikkene har vært åpne gjennom hele pandemien har de daglige innkjøpene for mange skiftet karakter. Det har vært begrensninger for hvor mange som til enhver tid kan være til stede i butikkene og oppfordringer til kundene om å spre handelen utover i hele åpningstiden. Smittevernreglene som ble innført om god håndhygiene (sprinting

av hender ved inn- og utgang til butikk) og god avstand (1-2 meter) har satt sitt preg på en annerledes innkjøpsopplevelse.

I surveyen for 2020 spurte vi om respondentene har brukt ulike tjenester for å skaffe mat, slik som å handle direkte fra produsent, torghandel og spesialbutikker. For å undersøke om koronaen har påvirket nordmenns bruk av disse tjenestene, har vi sammenlignet resultatene med tall fra en tilsvarende survey i 2018 (Figur 5-1):



Figur 5-1 Har du i løpet av de siste 12 månedene brukt noen av de følgende tjenestene for å kjøpe/skaffe mat? N=1196 (2018); N=1297 (2020).

Torghandel, dvs. utendørsmarkeder slik som Bondens marked og andre matmarkeder, viser størst nedgang fra 45 prosent i 2018 til 31 prosent i 2020. Vi registrerer en liten nedgang også for spesialbutikkene (fra 44 til 40 prosent), mens handel direkte fra produsent er tilnærmet uforandret. Hver tredje respondent svarte at de har skaffet mat direkte fra produsenten i 2020. Ulike smittevern hensyn kan ha påvirket nordmenns bruk av ulike innkjøpskanaler i form av at mange som ønsket å unngå ansamlinger av folk, muligens ville foretrekke mindre butikkutsalg, handle direkte fra bonden eller å foreta innkjøp på markeder utendørs. Etter hvert viste det seg at spesielt flere av de store utendørsmarkedene (Bondens marked⁴, matfestivaler o.l.) i lengre eller kortere perioder ikke kunne gjennomføres, mens for eksempel REKO-ringer relativt raskt kunne tilpasse seg, bl.a. ved å øke avstanden mellom tilbyderne på hentestedet, øke tidsrommet for henting av varer, og organisere puljer av kunder (pers.med.)⁵.

Det er de eldre aldersgruppene (over 50 år) som for en stor del har skaffet mat gjennom alternative innkjøpskanaler. Dette til forskjell fra matinnkjøp på Internett som yngre grupper (30-50 år) i større grad benytter seg av (se kapittel 4). Mens både det å handle i spesialbutikker og oppsøke torg og markeder er mer vanlig blant byboerne, er direktehandel mer utbredt blant respondentene i de mindre byene og på landet. Vi finner også generelt at det å bruke alternative innkjøpskanaler er forbundet med noen typer miljøhandlinger, som det å redusere forbruket ut fra miljøhensyn (se kapittel 2), og å kjøpe produkter som er miljø-

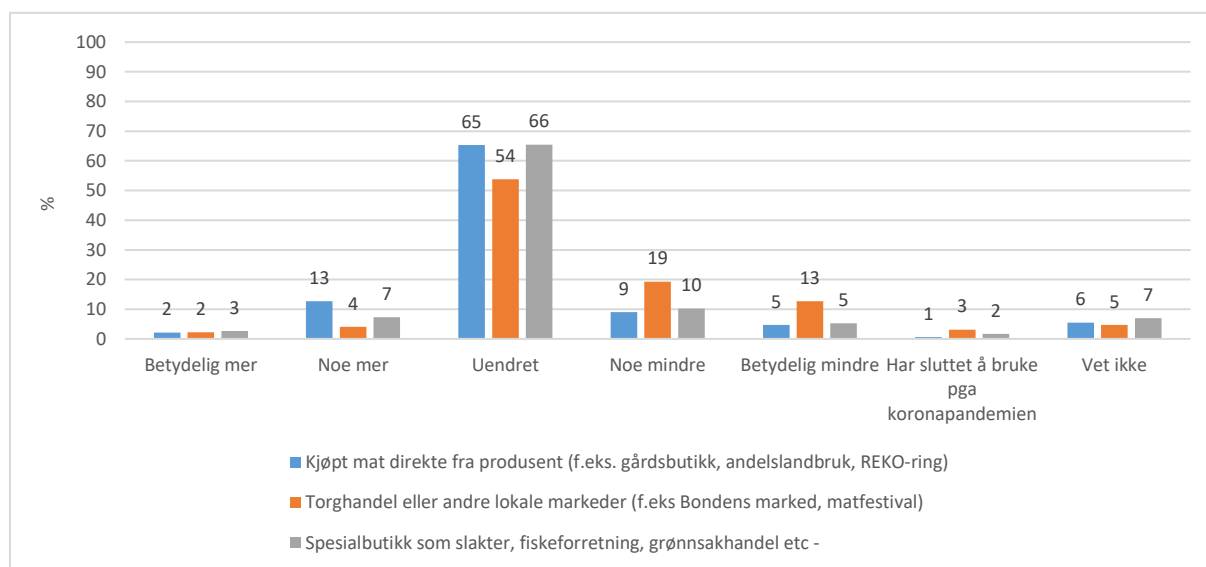
⁴ <https://bondensmarked.no/nyhet/korona-markeder-168>; <https://bondensmarked.no/nyhet/pasketid-176>

⁵ Pers. med. 11.05.2020, Merete Nyrerød, REKO-ringen Sandvika.

økologisk- eller rettferdig handel merkede. Denne type matinnkjøp er også assosiert med det å drive ulike former for selvforsyning av mat, som vi skal komme tilbake til nedenfor.

Undersøkelsen viser at nordmenn ikke overraskende oppsøker spesialbutikker hyppigere enn torghandel og det å handle direkte fra produsent. En av ti som i utgangspunktet handlet i spesialbutikk, svarte at de oppsøkte disse ukentlig og nesten halvparten på månedlig basis. Noe under 40 prosent av de som handler direkte fra produsent gjør det minst 1 gang i måneden, mens bare 5 prosent gjør dette på ukentlig basis. Handel på torg eller annet matmarked foretas sjeldnere, og bare i underkant av en av tre gjør dette oftere enn en gang i måneden.

Som vist i figur 5-1 var det en nedgang i bruken av både spesialbutikker og torghandel fra 2018 til 2020, men hele to av tre svarte at bruken av spesialbutikk har holdt seg *uendret* under koronapandemien (Figur 5-2). Samtidig var det til sammen 15 prosent som svarte at de har brukt disse butikkene *noe- eller betydelig mindre*. Litt over halvparten av de som hadde besøkt torg eller andre lokale markeder svarte at bruken av disse markedene har holdt seg *uendret*, mens nesten en av fem svarte at bruken er *noe mindre* og nesten en av syv (13 prosent) hadde besøkt torg eller andre lokale markeder *betydelig mindre* under koronapandemien. Dette samsvarer med nedgangen vi observerer fra 2018 til 2020. Figur 5-2 viser at nesten en av syv av de som har kjøpt direkte fra produsent, oppgav at de har benyttet seg *noe mer* av dette under koronapandemien, mens nesten to av tre svarte at bruken var *uendret*.



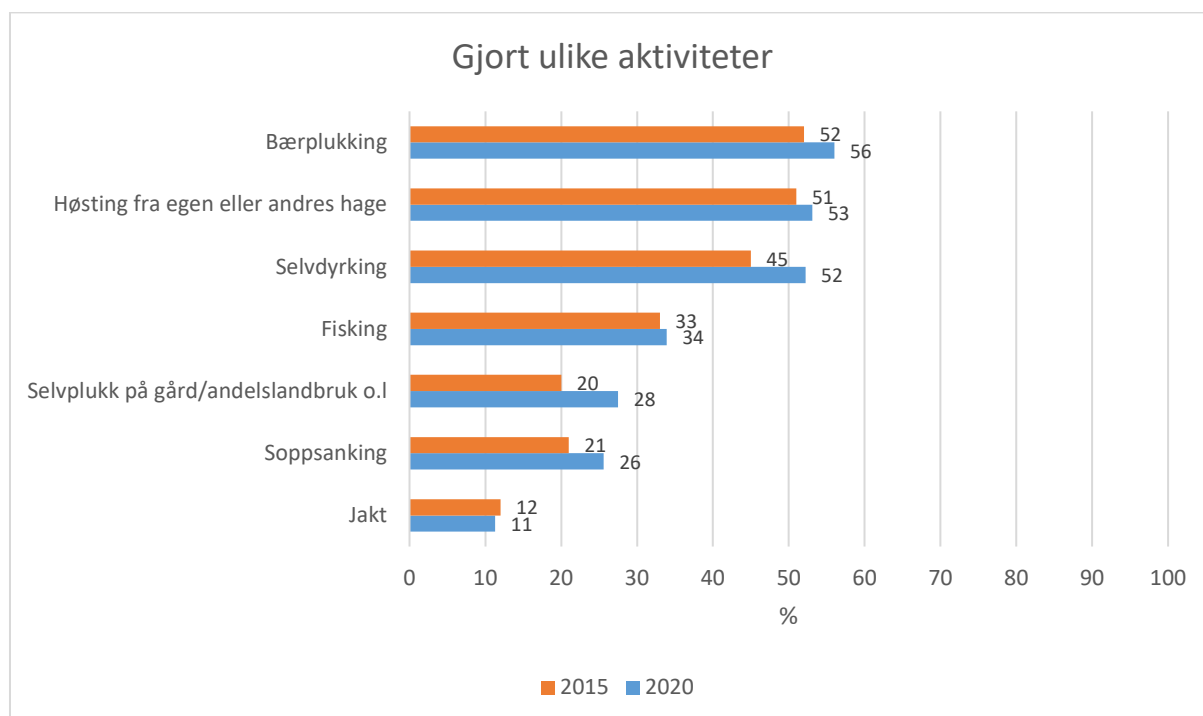
Figur 5- 2 Har bruken av tjenesten(e) endret seg som følge av koronapandemien (etter 12.mars 2020)? Direkte fra produsent: N=442; Torghandel: N=396; Spesialbutikk N=513.

5.2 Egen matforsyning

I mange perioder opp igjennom historien har selvforsyning med mat vært et viktig, og ofte nødvendig, tilskudd til matforbruket i husholdningen. For eksempel har matdyrking i parsellhager vært viktig. De eldste parsellhagene i Oslo ble opprettet på grunn av matknapphet under første verdenskrig, og også i krigsårene 1940-1945 ga dyrking av mat både i parker, parsellhager og private hager viktige bidrag i kostholdet – gressplener og blomsterbed ble satt i naturalhusholdningens tjeneste. Å høste fra naturen, for eksempel ved å sanke sopp og bær, hadde også stor betydning (Oslo Byleksikon; UiO, norgeshistorie.no).

I dag kjøper vi det alt vesentlige av mat i butikken, mens de tradisjonelle selvforsyningsaktivitetene slik som bærplukking, fiske og jakt snarere forbindes med fritid og friluftsliv enn det å drive matauke til husholdningen. Men i den senere tid, blant annet i lys av diskusjonen om bærekraftig forbruk, har det å skaffe kortreiste matprodukter fått økende interesse, og ikke minst det å dyrke grønnsaker, bær og urter selv (Nasjonen, 23.03.21). Dessuten har, som nevnt, egen matforsyning blitt aktualisert under koronapandemien både fordi mere av fritiden har blitt brukt på aktiviteter hjemme, for eksempel i egen hage, og fordi det har oppstått en diskusjon om behovet for nasjonal selvforsyning med mat i krisetider.

Annechen Bahr Bugge undersøkte det uformelle matmarkedet i en landsrepresentativ survey (SIFO-surveyen) i 2015, og konkluderte med at det var et overraskende stort uformelt matmarked og at over halvparten av respondentene hadde mottatt/gitt bort egenproduserte matvarer, plukket bær eller høstet frukt og bær fra egen eller andres hage (Bugge, 2015). I 2020 finner vi en økning for stort sett alle aktivitetene inkludert i undersøkelsen. Størst økning finner vi imidlertid for *selvdyrking*⁶ fra 45 til 52 prosent, og *selvplukk*⁷ fra 20 til 28 prosent. Også soppstaking viste en viss oppgang fra 21 til 26 prosent.



Figur 5-3 Har du og/eller noen i husholdet ditt gjort følgende i løpet av de siste 12 månedene? N=1003 (2015); N=1297 (2020).

I likhet med i 2015 (Bugge, 2015) svarer også respondenter bosatt på landet i 2020 at de i større grad driver ulike former for selvforsyning slik som fiske, jakt, bærplukking og selvplukk på gård enn de som bor mer urbant, men vi fant også at storbyboere i relativt stor grad drev egen dyrking (som for eksempel i vinduskarm, balkongkasser el.). Dette er i tråd med inntrykket av at interessen for dyrking, hagestell og lignende har økt de seneste årene.

En av fire oppgav at de minst en gang i uken spiser mat som man har høstet, dyrket, fanget eller fisket selv, og mange også oftere enn det. Like mange svarer at de spiser denne type

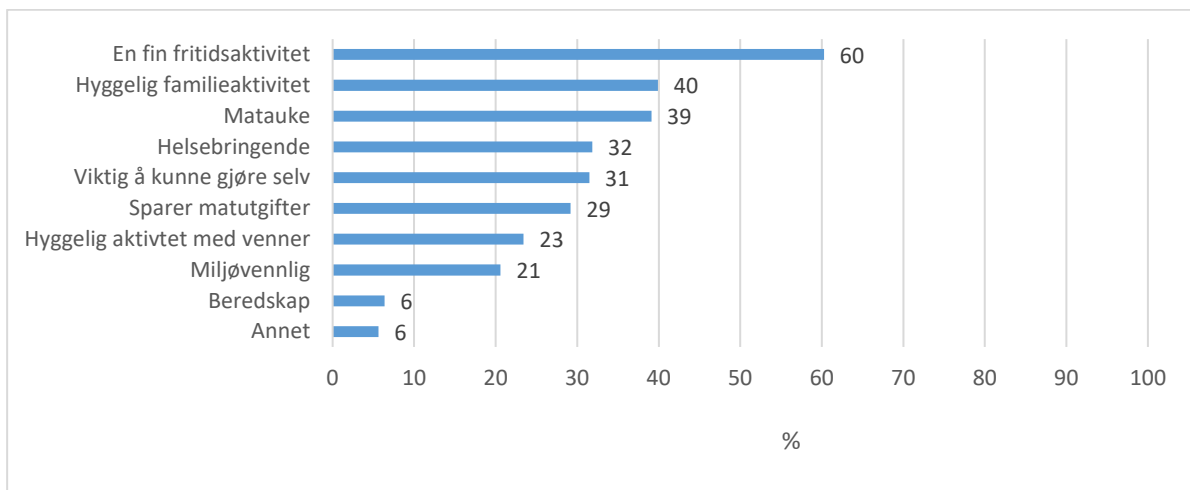
⁶ Dyrking av egne urter, frukt, bær, grønnsaker (vinduskarm, kjøkkenbenk, (kjøkken-)hage eller lignende

⁷ Selvplukk av frukt/bær/poteter/grønnsaker eller lignende, fra gård/andelslandbruk eller lignende

mat minst en gang i måneden, mens nesten en av tre spiser sjeldnere og en av seks svarer at de aldri spiser egenskaffet mat.

5.3 Både hygge og nytte

Ser vi alle aktivitetene samlet driver folk en form for selvforsyning først og fremst fordi det er en *fin fritidsaktivitet* (Figur 5-4). For mange er det dessuten en hyggelig aktivitet man gjør sammen med familien. I underkant av 40 prosent mente *matauke* var blant de viktigste grunnene til å drive selvforsyning, og da spesielt høsting fra egen eller andres hage, gå på jakt og drive sanking av bær eller sopp. Mer enn en av tre som drev høsting fra egen hage, selvplukk eller egen dyrking oppgav å *spare matutgifter* som en viktig grunn, mens *beredskap* i liten grad ble oppgitt som en begrunnelse. Jakt skiller seg her noe ut ved at 14 prosent av respondentene som drev jakt markerte beredskap som et viktig hensyn. En av tre respondenter begrunnet aktivitetene med at de er helsebringende, og da spesielt bærplukking og jakt. Bare i gjennomsnitt en av fem gjør det av miljøhensyn, men noen flere (en av fire) markerte miljøhensyn som viktig for aktiviteter som selvdyrking, selvplukk, høsting fra egen hage og bærplukking.



Figur 5-4 Hva er de(n) viktigste grunnen(e) til å drive med ...? Merk alle som passer. Gjennomsnitt av aktivitetene.

5.4 Konklusjon

Mye tyder på at koronapandemien på flere ulike måter har påvirket den alternative matforsyningen i norske husholdninger. Som nevnt har for eksempel en del matmarkeder vært stengt og smitteverntiltak har muligens ført til at nordmenn i mindre grad har oppsøkt denne type alternative salgskanaler. Samtidig har mer av mathandelen foregått på nett slik at smittevern og netthandel samlet kan ha bidratt til at flere forbrukere har valgt å handle direkte med produsenten i 2020. Det er etablert flere nye REKO-ringer i 2020 (Landbruksdirektoratet 2021) som kan ha bidratt til at direktehandel er blitt mer tilgjengelig for forbrukerne. Ifølge vår undersøkelse har også selvforsyningen økt i husholdningene og da i form av at flere enten dyrker selv og høster fra egen eller andres hage. Selvplukk e.l. på gård har hatt den betydeligste veksten siden 2015. Dette kan også være en aktivitet som i 2020 har vært mer

tilgjengelig enn tidligere. Det er for eksempel etablert flere nye andelslandbruk i 2020 (Landbruksdirektoratet 2021).

Mye tyder på at tilgjengeligheten av ulike kanaler for matanskaffelse er avhengig av hvor folk bor, og at disse forskjellene på noen områder har økt i løpet av 2020. Bruken av spesialforretninger og matmarkeder har vist en nedgang under koronapandemien og disse besøkes i første rekke av forbrukere i byene. På den andre siden har selvforsyning i form av blant annet egen dyrking og selvplukk vist en vekst, og dette er aktiviteter som i større grad er tilgjengelige for forbrukere bosatt utenfor byene.

Mange av de som dyrker og høster selv anser denne aktiviteten som viktig både som matauke og for å spare matutgifter. Dette understrekes også av at flere enn en av fire spiser egenskaffet mat en gang i uken eller oftere. I likhet med Bugge (2015) vil vi derfor hevde at den uformelle matforsyningen foregår i en større skala enn før antatt, og at disse aktivitetene for svært mange har en større verdi utover det å ha noe hyggelig å drive med. Med tanke på bærekraft kan koronatiden for mange ha bidratt til økt erfaring med og kunnskap om matforsyning, og det vil være interessant å se om dette kan få mer varige virkninger for den lokale selvforsyningen med mat.

5.5 Referanser

Berg L. (2020) *Korona 2020. Forbrukerforhold 12.-16. mars 2020*. Figurnotat. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO. OsloMet – Storbyuniversitetet.

Bugge A.B. (2015) Overraskende stort uformelt matmarked. I: Lavik R, Borgeraas E, (red). *Forbrukstrender 2015 SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Oslo: SIFO.

Landbruksdirektoratet (2021). *Produksjon av økologiske jordbruksvarer*. Rapport for 2020 Oslo: Landbruksdirektoratet, 2021.

Oslo Byleksikon (https://www.oslobyleksikon.no/side/Egebergløkka_parsellhage)

Vittersø, G., Borgen, S.O. Majewski, E., et al. (2021). *Strategic Guide. Short Food Supply Chains (SFSCs)*. Project Deliverable 10.4. Strength2Food. <https://www.strength2food.eu/wp-content/uploads/2021/04/Strategic-Guide-Short-Food-Supply-Chains.pdf>

Vittersø, G., Torjusen, H., Laitala K.M., et al. (2018). *Qualitative Assessment of Motivations, Practices and Organisational Development of Short Food Supply Chains*. Project Deliverable 7.1, Strength2Food. <https://www.strength2food.eu/2018/10/31/qualitative-assessment-of-motivations-practices-and-organisational-development-of-short-food-supply-chains/>

UiO Norgeshistorie (<https://www.norgeshistorie.no/andre-verdenskrig/1704-kosthold-og-ernering-under-okkupasjonen.html>)

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet – storbyuniversitetet har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder er:

- Bærekraftig forbruk
- Digital hverdag
- Mat og klær
- Markedsbasert velferd