

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Kartlegging bruk av handlenett

Live Bøyum og Hanna Seglem Tangen

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

SIFO RAPPORT NR 2/24



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – storbyuniversitetet

Postboks 4 St. Olavs plass

0130 Oslo

sifo@oslomet.no

www.oslomet.no/om/sifo

Forsidefoto: Daria Kulkova/Mostphotos

SIFO utgir:

Rapporter som er kvalitetssikret og godkjent av SIFO ved instituttdirektør/forskningsleder

Notater som er godkjent av prosjektleder

Tittel:	Kartlegging bruk av handlenett
Forfattere:	Live Bøyum og Hanna Seglem Tangen
Antall sider:	71
Dato:	Juni 2024
SIFO-rapport:	2-2024
ISBN:	978-82-7063-568-9
Prosjektnummer:	203348
Finansiert av:	Handelens Miljøfond

Sammendrag:

I denne rapporten kartlegger vi bruk av handlenett i Norge. Vi undersøker hvem som eier handlenett, hvor mange handlenett folk har, hva de brukes til, levetid på ulike typer handlenett og faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel. Basert på disse resultatene drøfter rapporten hvilke virkemidler som er effektive for å øke bruk av handlenett i Norge. Datagrunnlaget for denne rapporten er en representativ spørreundersøkelse av den norske befolkningen. Undersøkelsen viser at de fleste i Norge eier handlenett, og at det har blitt en vanlig praksis å bruke handlenett både til dagligvarehandel og til andre formål. Studien viser at de fleste som har kvittet seg med handlenett, har kvittet seg med disse i løpet av de to siste årene. Hovedgrunnen til at folk kvittet seg med handlenettene var at de var ødelagte. Faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel, er i stor grad knyttet opp mot folks handlepraksiser. De som kjører bil til butikken, de som handler mye, og de som planlegger handleturen oppgir at de i større grad brukte handlenett ved dagligvarehandel. Videre finner vi at kontekstuelle faktorer som tilgang på plastpose i dagligvarebutikker, pris på handlenett og bruk av avfallsposer på rull til håndtering av restavfall påvirker bruk av handlenett. Basert på disse funnene diskuterer vi tiltak for å øke bruk av handlenett. Vi argumenterer for at både politiske tiltak og tiltak fra dagligvarebutikkene kan øke bruk av handlenett.

Nøkkelord:

bærekraftig forbruk, bruk av handlenett, spørreundersøkelse, handlepraksiser, dagligvarehandel

Forord

Denne rapporten er skrevet på oppdrag fra Handelens Miljøfond (HMF). Bakgrunnen for denne rapporten er å kartlegge bruk av handlenett i Norge. Dersom Norge skal oppnå målet om 40 plastposer per innbygger per år, må vi i større grad erstatte plastposen med andre bærealternativer slik som handlenett. For å kartlegge bruk av handlenett i en norsk kontekst undersøker rapporten hvem som eier handlenett i Norge, hvor mange handlenett folk har, hva de brukes til, levetid på ulike typer handlenett og faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel. Til slutt ser rapporten også på hvilke virkemidler som er effektive for å øke bruk av handlenett. Datagrunnlaget for denne rapporten er en representativ tverrsnittundersøkelse av den norske befolkningen.

Vi ønsker å takke HMF for oppdraget. HMF er kun oppdragsgiver for rapporten. Alle vurderinger, analyser og konklusjoner som fremkommer er SIFOs egne.

Vi ønsker også å takke Alexander Schjøll for verdifulle innspill til studien og gode diskusjoner rundt tolkning av resultatene. Til slutt vil vi takke Marie Hebrok for gode tilbakemeldinger underveis i rapportskrivningen.

Rapporten er skrevet av Live Bøyum og Hanna Seglem Tangen. Forskningsleder Torvald Tangeland har kvalitetssikret rapporten.

Oslo, juni 2024
Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet

Innhold

Forord	2
Tabeller	5
Figurer	5
Sammendrag	7
1. Innledning	9
1.1 Bakgrunn.....	9
1.2 Formål og problemstillinger	10
1.3 Rapportstruktur	10
2. Litteraturgjennomgang	11
2.1 Bruk av handlenett og typer handlenett	11
2.2 Demografiske faktorer	11
2.1 Faktorer på individnivå	12
2.2 Kontekstuelle faktorer.....	13
2.2.1 Kontekstuelle faktorer på myndighetsnivå.....	13
2.2.2 Kontekstuelle faktorer på butikknivå.....	15
2.3 Kunnskapshull.....	15
3. Data og metode	17
3.1 Data og utvalg	17
3.2 Operasjonalisering av bærealterantiver	18
3.3 Analyser	20
3.4 Studiens begrensninger	21
4. Estimat på handlenett	23
4.1 Handlenett hos den norske befolkningen.....	23
4.2 Kjønn og alder.....	26
4.3 Husholdninger med barn	28
4.4 Utdanning og inntekt	29
4.5 Bosted.....	31
4.6 Bruksområde for handlenett	32
4.7 Oppsummering.....	34

5. Handlenettens levetid	35
5.1 Årsaker til at folk kvitter seg med handlenett	35
5.2 Levetid på handlenett	37
5.3 Oppsummering.....	37
6. Faktorer som påvirker bruk av handlenett	39
6.1 Kjønn, alder, utdanning, inntekt og husholdning med barns betydning for bruk av bærealternativer.....	39
6.2 Faktorer på individnivå	41
6.2.1 Holdninger til plast og miljø	41
6.2.2 Handlepraksiser.....	42
6.2.3 Hvilket bærealternativ er praktisk?.....	45
6.3 Kontekstuelle faktorer.....	46
6.3.1 Bosted	46
6.3.2 Håndtering av restavfall	48
6.3.3 Egenskaper ved dagligvarebutikkene	49
6.3.4 Pris på plastposer og handlenett.....	52
6.4 Ulike faktorerers betydning for bruk av handlenett.....	54
6.5 Oppsummering.....	57
7. Egenskaper ved handlenett, årsak til bruk av plastpose og holdninger til tiltak....	58
7.1 Egenskaper ved handlenett.....	58
7.2 Hovedårsaken til å velge plastpose	59
7.3 Tiltak for økt bruk av handlenett	60
7.4 Oppsummering.....	61
8. Diskusjon.....	62
8.1 Diskusjon av hovedfunn	62
8.1.1 Vanlig å eie og bruke handlenett i Norge	62
8.1.2 Bruk av handlenett ved dagligvarehandel	62
8.2 Tiltak for økt bruk av handlenett	64
8.2.1 Tiltak i dagligvarebutikker	65
8.3 Forslag til fremtidig forskning.....	67
9. Konklusjon.....	68
Litteratur	69
Vedlegg – Spørreskjema.....	72

Tabeller

Tabell 3.1. Oversikt over datautvalget sammenlignet med den øvrige befolkningen.	18
Tabell 3.2. Beskrivelse av de ulike kategoriene av handlenett inkludert i studien.	19
Tabell 4.1. Tre ulike estimater på handlenett i norske husholdninger.	26
Tabell 6.1. Logistisk regresjonsanalyse som viser sannsynligheten for å bruke handlenett sammenlignet med andre bærealternativer ved dagligvarehandel.	56

Figurer

Figur 2.1. Illustrasjon av teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991).	12
Figur 4.1. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/ din husholdning?	23
Figur 4.2. Hvor mange ulike typer handlenett eier respondentene?	24
Figur 4.3. Hvor mange av denne typen handlenett har du?	25
Figur 4.4. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på kjønn.	27
Figur 4.5. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på aldersgrupper.	28
Figur 4.6. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på husholdninger med og uten barn.	29
Figur 4.7. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på utdanningsnivå.	30
Figur 4.8. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning?	31
Figur 4.9. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning?	32
Figur 4.10. Hva brukes handlenett(ene) til?	33
Figur 5.1. Prosentandel som har kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 månedene.	35
Figur 5.2. Grunner til at folk kvitter seg med handlenett. Spørsmål stilt til dem som svarte at de hadde kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 månedene.	36
Figur 5.3. Hvor lenge hadde husholdningen handlenettet før de kvittet seg med dem. Spørsmål stilt til dem som hadde kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 måneder.	37
Figur 6.1. Hvilket bærealternativ som ble brukt ved sist dagligvarehandel. Flere svar mulig.	39
Figur 6.2. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og de sosiodemografiske variablene kjønn, alder og husholdninger med og uten barn.	40
Figur 6.3. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og utdanning og inntekt.	41
Figur 6.4. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og i hvilken grad man er bekymret for plast og miljø.	42
Figur 6.5. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og om handleturen var planlagt eller ikke.	42
Figur 6.6. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvilket transportmiddel man brukte til dagligvarebutikken.	43
Figur 6.7. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvor mange poser man hadde trengte for å frakte varene.	44
Figur 6.8. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvor ofte husholdning handler dagligvarer.	44
Figur 6.9. Hvor praktisk oppleves ulike bærealternativer blant dem som brukte handlenett, dem som brukte sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose sist de handlet.	46

Figur 6.10. Sammenheng mellom avstand til den fysiske dagligvarebutikken respondenten oftest handler i og hvilket bærealternativ de bruker.	47
Figur 6.11. Sammenheng mellom bruk av bærealternativ og om man bor i storby, by, tettsted og på landsbygd.	47
Figur 6.12. Sammenheng mellom valg av bærealternativ og bruk av avfallsposer på rull til handtering av restavfall.	48
Figur 6.13. Sammenheng mellom bruk av bærealternativ og hvilket alternativ som er best for handtering av restavfall.	49
Figur 6.14. Sammenheng mellom tilgang på avfallsposer på rull i dagligvarebutikk og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel. Prosent.	50
Figur 6.15. Sammenheng mellom holdninger til tilgang på plastposer i dagligvarebutikker og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel.	51
Figur 6.16. Sammenheng mellom om det er lett å takke ja til plastposer ved dagligvarehandel og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel.	51
Figur 6.17. Sammenheng mellom holdninger til kassens utforming og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel. Prosent.	52
Figur 6.18. Prosentandelen som syns plastposer i dagligvarebutikker er for dyre blant dem som brukte handlenett, sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose.	53
Figur 6.19. Prosentandelen som syns handlenett fra dagligvarebutikker er for dyre blant dem som brukte handlenett, sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose.	53
Figur 7.1 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstand?	59
Figur 7.2. Du svarte at du kjøpte plastpose forrige handleturn. Hva var hovedgrunnen til dette?	60
Figur 7.3. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?	61

Sammendrag

Fra et klima- og miljøperspektiv er det et økende behov for å redusere forbruket av plastposer, både for å redusere klimagassutslipp, spare naturressurser og energiforbruk, og for å redusere forsøpling. Derfor har EU-kommisjonen foreslått at medlemslandene skal redusere antall solgte plastposer per innbygger til maksimalt 40 poser per år innen utgangen av 2025. Dette gjelder også for Norge. I 2022 ble det brukt 722 millioner plastposer i Norge (Handelens miljøfond, 2023). Dette tilsvarer et gjennomsnitt på 132 plastposer per innbygger. Dette tyder på at forbruket av plastposer må kraftig reduseres for å nå målet om 40 plastposer per innbygger.

En livsløpsanalyse utført av Askham et al. (2021) konkluderer med at bruk av handlenett for å frakte varer er det bærealternativet som gir minst skade på mennesker og miljø som et alternativ til plastposen. Likevel er det lite forskning på bruk av handlenett i Norge. Denne rapporten har dermed som formål å kartlegge bruk av handlenett. Studien undersøker hvem som eier handlenett i Norge, hvor mange handlenett folk har, hvilke typer handlenett folk har, og hva handlenettene brukes til. Videre undersøker studien levetiden til handlenettene og årsaker til at folk kvitter seg med handlenett. Studien undersøker også hvilke faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel, og hvilke tiltak folk er åpne for å øke bruk av handlenett.

For å undersøke studien formål, har vi gjennomført en representativ spørreundersøkelse av den norske befolkningen. Vi finner at de fleste i Norge eier handlenett og at de fleste har ulike typer handlenett. Den typen handlenett flest folk eier, er handlenett i myk plast fra dagligvarekjeder. Disse funnene viser at den norske befolkning har tilgang på handlenett og det er dermed mulig å erstatte plastposen med handlenett. Studien viser også at de fleste som har kvittet seg med handlenett, har kvittet seg med disse i løpet av de 2 siste årene. Hovedgrunnen til at folk kvittet seg med handlenettene var at de var ødelagte.

Studien viser også at det har blitt en vanlig praksis å bruke handlenett i Norge, både til dagligvarehandel og andre formål. Studien viser at stadig flere bruker handlenett ved dagligvarehandel sammenlignet med studier fra tidligere år. Dette kan henge sammen med at prisen på plastposer har gått betydelig opp, samt at bevisstheten rundt bruk av handlenett har økt. Flertallet oppgir at plastposer er dyrt, og de er ikke villige til å betale mer for plastposer enn de gjør i dag. Flertallet i studien mener også at handlenett er et praktisk alternativ til å frakte varer ved dagligvarehandel.

Faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel, er i stor grad knyttet opp mot folks handlepraksiser. Transportmiddelbruk, mengden varer folk handler og i hvilken grad handleturen er planlagt eller ikke påvirker bruk av bærealternativer. Vi finner at de som kjører bil til butikken, de som handler mye, og de som planlegger handleturen oppgir at de i større grad brukte handlenett ved dagligvarehandel. Videre finner vi også at kontekstuelle faktorer som tilgang på plastpose i dagligvarebutikker, pris på handlenett og bruk av avfallposer på rull til håndtering av restavfall påvirker bruk av handlenett.

Basert på disse funnene diskuterer vi tiltak for å øke bruk av handlenett. Vi argumenterer for at det trengs tiltak rettet mot folks handlepraksiser for å øke bruken av handlenett. Både politiske tiltak og tiltak fra dagligvarebutikkene kan øke bruk av handlenett. Blant annet kan

nye løsninger som en panteordning på handlenett gjøre det lettere for forbrukerne å bruke handlenett dersom de har glømt å ta det med til butikken. Gjennom holdningskampanjer og ved bruk av økonomiske insentiver kan forbrukerne bli mer åpne for slike nye løsninger. I dagligvarebutikkene kan redusert tilgang på plastposer samt økt tilgang på avfallsposer på rull være effektive tiltak for å øke bruk av handlenett.

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

Plastposen har blitt en integrert del av vår hverdag. Dette skyldes dens attraktive egenskaper som lav vekt, vanntetthet og brukervennlighet (Wang & Li, 2021). Globalt bruker vi 5 billioner plastposer hvert år (The World Counts, 2024). Det store flertallet av disse blir kun brukt én gang. Det store forbruket av plastposer har flere utfordringer, spesielt for miljø og klima (Nielsen et al., 2019). Produksjonen av plastposer er avhengig av olje, gass og kull som er en viktig kilde til klimagassutslipp (O'Brien & Thondhlana, 2019). Videre blir plastposer ansett som en stor kilde til både marin forurensning og til mikroplast (Regjeringen, 2020). Fra et klima- og miljøperspektiv er det et økende behov for å redusere forbruket av plastposer, både for å redusere klimagassutslipp, spare naturressurser og energiforbruk, og for å redusere forurensning.

Politikere verden over har i økende grad rettet oppmerksomheten mot problemene knyttet til plastposer. Det har resultert i en rekke ulike reguleringstyper, alt fra forbud og avgifter til pålegg om å formidle informasjon om negativ miljøpåvirkning. Gjennom EUs direktiv 2015/720, også kjent som «plastposedirektivet», er medlemslandene forpliktet til å redusere forbruket av lettvekts plastposer til 40 poser per innbygger innen 2025 *eller* sikre at plastposer ikke gis ut gratis/ innfører tilsvarende effektive virkemidler (Regjeringen, 2020). I Norge er Handelens Miljøfond opprettet som et alternativ til statlig avgift i forbindelse med EU-direktivet, der næringslivet og Klima- og miljødepartementet kom frem til at det private selv tar ansvar. En stor andel av norske butikker er medlemmer i fondet og betaler en kontingent per plastpose de kjøper eller selger (Handelens Miljøfond, u.å.). I 2022 la EU-kommisjonen fram et forslag til en ny emballasjeforordning der det ikke lenger holder å sikre at plastposer ikke gis ut gratis, men medlemslandene *skal* redusere antall solgte plastposer per innbygger til maksimalt 40 per år innen utgangen av 2025 (Regjeringen, 2022). Dette vil også gjelde for Norge gjennom EØS-avtalen.

For at Norge skal nå målet om 40 poser per innbygger innen 2025, må forbruket av plastposer drastisk ned. I 2022 ble det brukt 722 millioner plastposer i Norge (Handelens miljøfond, 2023). Dette tilsvarer et gjennomsnitt på 132 plastposer per innbygger, og er en nedgang på 12 % siden året før (Handelens Miljøfond, 2023). For å nå målet om 40 plastposer i året, må likevel forbruket reduseres videre med 70 % (Mørch-Kontny, 2023). Dette betyr at vi må øke bruken av alternative og mer bærekraftige bærealternativer til plastposen.

En livsløpsanalyse utført av Askham et al. (2021) konkluderer med at bruk av handlenett for å frakte varer er det bærealternativet som gir minst skade på mennesker og miljø. Studien vurderte både mulige menneskelige helseskader, økosystemskader og ressursbruk ved ulike bærealternativer for å transportere varer i Norge. Basert på dette oppfattes handlenett som et godt alternativ for å erstatte plastposen, spesielt dersom man bruker handlenett som man allerede eier. Dette gjelder selv om over 80 % av nordmenn bruker plastposer fra butikken til håndtering av restavfall (NHO, 2023). Studien konkluderer også med at det er bedre for klimaet å bruke avfallsposer rull enn å bruke plastposen flere ganger (Askham et al., 2021).

1.2 Formål og problemstillinger

Formålet med denne rapporten er å øke kunnskapsgrunnlaget for tiltak rettet mot reduksjon av plastposer, og hvordan man kan øke bruken av andre bærealternativer, slik som handlenett. For å oppnå dette formålet har vi gjennomført en representativ spørreundersøkelse av Norges befolkning for å kartlegge bruk av handlenett. I dag mangler det forskning på bruk av handlenett i Norge. Vi vet lite om hvem som eier handlenett, hvilke typer handlenett folk har og hva handlenettene brukes til. Vi vet også lite om hvor lenge handlenettene varer. Vi vil derfor undersøke levetiden på handlenett, og årsaker til at folk kvitter seg med dem. Et annet formål med rapporten er å kartlegge hvilke faktorer som påvirker bruk av handlenett i Norge. For å undersøke dette analyserer vi hvilke bærealternativ respondentene brukte ved sist handletur av dagligvarer i fysisk butikk og årsaker til at de brukte disse bærealternativene. Vi sammenligner dem som brukte handlenett, dem som brukte andre bærekraftige alternativer, som sekk og veske, og dem som brukte plastpose eller papirpose fra dagligvarebutikken og undersøker hvilke faktorer som var viktig for disse tre gruppene.

Basert på disse resultatene vil vi diskutere implikasjoner for tiltak rettet mot bruk av handlenett og videre forskning. Denne rapporten ønsker dermed å svare på følgende problemstillinger:

1. Hvem eier handlenett i Norge, hvilke typer handlenett har folk og hva blir handlenettene brukt til?
2. Hvor lenge varer et handlenett og hva er årsaker til at man kvitter seg med dem?
3. Hvilke faktorer påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel?
4. I hvilken grad er folk åpne for tiltak rettet mot å øke bruk av handlenett, og å redusere bruken av plastpose?
5. Hvilke implikasjoner har resultatene for tiltak rettet mot bruk av handlenett og videre forskning?

1.3 Rapportstruktur

I dette innledningskapittelet har vi beskrevet bakgrunn, formål og problemstillinger i prosjektet. I kapittel 2 presenterer vi tidligere litteratur på bruk av handlenett og drivere og barrierer for bruk av handlenett. I kapittel 3 redegjør vi for hvilke data som blir brukt for å analysere forskningsspørsmålene våre, samt hvilke analyseteknikker som blir benyttet i analysene. Kapittel 4 tar for seg den første problemstillingen og undersøker hvem som eier handlenett i Norge, hvilke typer handlenett folk har, og hva disse brukes til. Kapittel 5 undersøker studiens andre problemstilling, og ser på hvor lenge handlenett varer og hvorfor folk kvitter seg med handlenett. Kapittel 6 undersøker hvilke faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel (tredje problemstilling), mens kapittel 7 analyserer i hvilken grad folk er åpne for tiltak rettet mot å redusere plastpose og øke bruk av handlenett. Til slutt tar kapittel 8 for seg den siste problemstillingen og diskuterer hvilke implikasjoner resultatene i kapittel 4-7 har for tiltak rettet mot økt bruk av handlenett og videre forskning. Kapittel 9 konkluderer med at det trengs tiltak rettet mot folks handlepraksiser for å øke bruken av handlenett. Både politiske tiltak og tiltak fra dagligvarebutikkene kan øke bruk av handlenett.

2. Litteraturgjennomgang

I dette kapitlet gjør vi en litteraturgjennomgang av tidligere forskning og kartlegger studier som viser hvem som disponerer og bruker handlenett og hvilke faktorer tidligere forskning har vist påvirker bruk av ulike typer bærealternativer. Vi kartlegger studier som undersøker hvilke sosiodemografiske kjennetegn folk som bruker ulike bærealternativer har. Tidligere studier har også viste at både kontekstuelle faktorer og faktorer på individnivå påvirker bruk av handlenett og plastposer i Norge. Vi undersøker derfor hvordan kontekstuelle faktorer og faktorer på individnivå kan ha betydning for bruk av bærealternativer. Mye av forskningen på handlenett og reduksjon av plastposer er knyttet opp mot spesifikke land og situasjoner. Resultatene fra disse studiene kan dermed være preget av den sosiokulturelle og økonomiske konteksten i landet studien er gjennomført i og disse resultatene kan ikke nødvendigvis overføres til en norsk kontekst.

2.1 Bruk av handlenett og typer handlenett

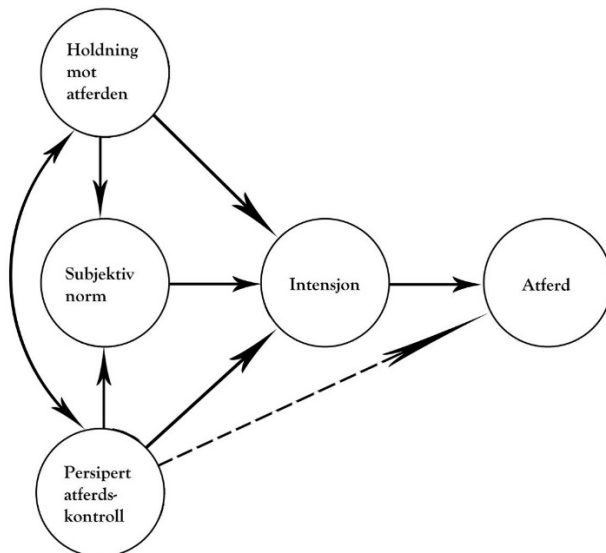
Opinion gjennomfører en kvartalsvis undersøkelse for Handelens Miljøfond der de kartlegger bruk av handlenett, plastposer og avfallsposer hos et utvalg av den norske befolkningen. Tall fra undersøkelsen i 2022 og 2023 viser at 60 % oppga å bruke medbragt handlenett ukentlig eller oftere (Claussen & Behrens, 2023). Plastpose kjøpt i butikk var det nest mest brukte alternativet. Kvinner brukte handlenett hyppigere enn menn og eldre brukte handlenett mer enn yngre. Når det kom til det mest praktiske alternativet oppga flest at det var medbragt handlenett (Claussen & Behrens, 2023). Deretter kom plastpose kjøpt i butikk og sekk/veske. Videre har de funnet ut at hovedårsaken til at respondentene ikke hadde medbragt handlenett eller medbragt plastpose, var behovet for poser til avfall og manglende planlegging (Claussen & Behrens, 2023).

2.2 Demografiske faktorer

I dette underkapitlet ser vi på hva tidligere litteratur sier om hvem som eier og bruker handlenett. Å forstå hvem som ofte kjøper plastposer er sentralt når vi skal planlegge fremtidige tiltak for å redusere plastbruk, samt utforme lovgivning og kampanjer (Lavelle-Hill et al., 2020). Tidligere forskning har vist at kvinner er mer positive eller endringsvillige i bruk av plastprodukter sammenlignet med menn og de med høyere sosioøkonomisk status har ofte mer positive holdninger til å gjøre endringer sammenlignet med dem med lavere sosioøkonomisk status (Zambrano-Monserrate & Ruano, 2020; Zen et al., 2014). Samtidig har forskning vist at de med høy utdannelse har høyere sannsynlighet for å bruke handlenett i tøystoff eller resirkulerbart materiale (Zambrano-Monserrate & Ruano, 2020). Andre har derimot funnet at forbrukere med høy inntekt og utdannelse bruker flere plastposer (O'Brien & Thondhlana, 2019). Videre er det gjort funn på at forbrukere i byer bruker mer plastposer enn dem som kommer fra mer rurale områder (Zambrano-Monserrate & Ruano, 2020) og funn på at de som bor i byer eier flere gjenbrukbare poser og handlenett enn dem fra mer rurale områder (Omondi & Asari, 2021). Forskningen viser altså noe sprikende funn i bruken av plastposer og handlenett når det kommer til demografiske faktorer for bruk av handlenett og reduksjon av plastposer.

2.1 Faktorer på individnivå

Med faktorer på individnivå mener vi hvordan egenskaper ved individet selv påvirker forbrukeradferd (Thøgersen, 2005). Flere av studiene bruker «The theory of planned behavior» (TPB) (Ajzen, 1991) for å forklare hva som påvirker bruk av handlenett og plastpose (Ohtomo & Ohnuma, 2014; Saari et al. 2021). Teorien argumenterer for at menneskelig handling er et resultat av bevisst kontrollert eller overveid beslutningstaking. Holdninger er en av hovedfaktorene som påvirker folks atferdsintensjon. I tillegg til innflytelse fra holdning, blir atferdsintensjonen også bestemt av oppfattet atferdskontroll. Atferdskontroll vil si i hvilken grad en person føler det er lett eller vanskelig å utføre atferden i en gitt situasjon. TPB-teorien argumenterer også for viktigheten av sosiale normer for atferdsintensjonen. Sosiale normer vil si at individer er påvirket av sosiale forventninger til viktige referansepersoner eller grupper om hvorvidt en atferd bør eller ikke bør utføres (Saari et al., 2021). Figur 2.1 illustrerer teorien.



Figur 2.1. Illustrasjon av teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991).

Basert på TPB kan vi forvente at personer som er bekymret for miljø- og klimautfordringer i større grad vil bruke handlenett som alternativ til plastpose. Flere tidligere studier har funnet at holdninger, verdisyn og normer har betydning for bruk av plastposer og handlenett (EGGS Design, 2022; Zambrano-Monserrate & Ruano, 2020; O'Brien & Thondhlana, 2019; Heidbreder et al., 2018; Zen et al., 2014). Individer som er bekymret for miljø- og klima har vist seg å være mer villige til å redusere sitt forbruk eller drive med resirkulering (Luís et al., 2020; Zen et al., 2014). Videre kan vi forvente at sosial påvirkning vil ha betydning og at individer er påvirket av hva folk rundt dem, for eksempel venner og familie, mener og tenker. Dersom viktige personer rundt individet er opptatt av å bruke handlenett til dagligvarehandel, vil det kunne påvirke i hvilken grad man selv bruker handlenett. I EGGS Design-studien sier flere av respondentene at de blir påvirket til å bruke handlenett av sosiale forventninger og forståelsen av miljøproblematikk fra venner og familie (EGGS Design, 2022).

Når det er sagt, er det ikke alltid slik at holdninger fører til handlinger. I en omfattende metastudie gjennomført av Heidbreder et al. (2018) om holdninger til plast, atferd knyttet til plast og intervensjoner for å redusere plastbruk, viser det seg at selv om kjennskapen til

problematiske sider ved plastbruk er høy, hang ikke dette nødvendigvis sammen med endringer i atferd. Studien viste til fire hovedårsaker som gjorde det vanskelig å redusere plastbruk; hvor praktisk det oppleves i en kjøpsituasjon, manglende kunnskap om alternativer, vaner og endring av ansvar. O'Brien og Thondhlana (2019) påpeker for eksempel i sin studie om bruk av plastposer i Sør-Afrika, at tilgjengelighet og lettvinne valg for forbrukeren er hovedgrunnen til bruken. I EGG Designs (2022) studie finner man flere lignende funn. Forbrukerne uttrykte at de savnet mer hjelp til å endre egne vaner fra plastposebruk til bærealternativer som handlenett. Ulike handelssituasjoner påvirket også bruken deres. For eksempel kunne en plutselig handelssituasjon gjøre det vanskelig å benytte seg av et annet alternativ, fordi handlenettet lå igjen hjemme.

Egenskaper ved bærealternativene har også vist å ha betydning for bruk av disse (Mukucha et al., 2023). For eksempel har plastposen og handlenett i plast blitt foretrukket, da de veier lite, er vanntette og tåler mye. Poser i papir har på den andre siden ikke blitt foretrukket, da de er stive, blir for ødelagte og tåler ikke vann. Noen studier har vist at handlenett i bomull blir foretrukket når man skal bære tunge og uhåndterlige varer, da bomullsnett tåler mye vekt uten å revne (Mukucha et al., 2023). Basert på dette kan vi også forvente at individer velger det bærealternativet de synes er mest praktisk og enkelt å bruke.

Adferdsteorier som setter søkelys på faktorer på individnivå, slik som TPB, har blitt kritisert for at de har et for stort søkelys på at det er individet selv som har ansvaret for bærekraftige atferdsendringer (Yeow et al., 2014). For eksempel ser vi at det kan oppstå et gap mellom holdninger og handlinger: Selv om individer er bekymret for miljø- og klimautfordringer, er det ikke alltid at handlingene deres samsvarer med holdningene. Et eksempel på dette er Lavelle-Hill et al. (2020) sin studie av hvem som fortsetter å kjøpe plastposer i butikken. Studien fant at miljøbekymringer ikke kunne predikere kjøp av plastposer. Denne formen for dissonans har blitt definert som et holdning-handling-gap (Yeow et al., 2014). Carrigan et al. (2011) hevder derfor at den sosiale kontekstens rolle i å redusere gapet mellom holdninger og handlinger trenger mer utforskning.

2.2 Kontekstuelle faktorer

2.2.1 Kontekstuelle faktorer på myndighetsnivå

Systemiske forhold som politikk, butikk tetthet, transportmiddelbruk og håndtering av restavfall kan alle være med på å påvirke hvordan forbrukerne stiller seg til plast og bruken av handlenett (Bøyum & Hebrok, 2019).

De siste årene har vi sett at politiske virkemidler rettet mot reduksjon av plastposebruk har økt kraftig (Nielsen et al., 2019). Politiske virkemidler rettet mot reduksjon kan komme fra flere styringsnivåer og virkemidlene kan være alt fra forbud til informasjonskampanjer om negative miljøeffekter ved bruk. Forbud er et sterkt og effektivt politisk virkemiddel, med den tydelige fordel at kunden får eliminert valget om plastpose uten å måtte ta valget selv (Wagner, 2017). En studie av Omondi og Asari (2021) viste at et forbud mot bruk av engangsplastposer i butikk i Kenya førte til kraftig økning i eierskap av handlenett. Et annet eksempel på forbud er Wagners (2017) studie av reduksjon i bruk av plastposer på ulike steder i USA. Der det er innført lokale forbud har det vært en stor nedgang i bruk av

plastposer. Samtidig finnes det ulemper ved et forbud også. Wagner (2017) påpeker at en negativ side med forbud ofte er at forbrukerne blir sinte over å bli fratatt valgmulighetene. I USA førte lokale forbud til misnøye på det nivået at flere stater forbød lokale myndigheter å regulere plastposer (Wagner, 2017).

Forskning viser videre at pris er en faktor som påvirker forbrukerne til å redusere sitt plastposeforbruk, selv om litteraturen viser varierende reduksjon i ulike land (Bøyum & Hebrok, 2019). I Tyskland og Danmark har forbruket gått ned i takt med økte avgifter på posene. Inntil nylig har ikke reduksjonen i Norge vist seg å være like tett knyttet opp mot pris, noe som kan forklares med den sterke kjøpekraften og et prisnivå som ikke har vært høyt nok (Bøyum & Hebrok, 2019). Norge er, som nevnt innledningsvis, underlagt EUs plastposedirektiv og har ordningen i regi av Handelens Miljøfond for å dempe bruken av plastposer. Medlemskontingenten ble i august 2023 justert opp av fondet og dermed økte prisen på plastposer i butikk fra 3 kr til 4 kr og 25 øre i Norge. Tall fra Handelens Miljøfond viser at forbruket har gått ned nær 40 prosent fra august 2023 til desember 2023 (Handelens Miljøfond, 2023b). Selv om dette ikke er tall for hele året, illustrerer det en stor reduksjon og at betydningen av pris kan være reell. Forbrukerne ser dermed ut til å være sensitive for prisen, dersom den settes nok opp. Én av forbrukerne i EGGS Designs undersøkelse bekrefter også at pris er en viktig driver for å velge andre løsninger enn plastposen (EGGS, 2022).

Holdningskampanjer og opplæring har vært andre virkemidler for å øke kunnskap om bærekraftige bærealternativer og for å redusere bruken av plastpose. Flere studier har vist at holdningskampanjer i seg selv ikke nødvendigvis er nok til å endre atferd hos individer (Tangeland et al., 2020; Heibredner et al., 2018), men det kan det være nyttig å kombinere holdningskampanjer med andre virkemidler. For eksempel har studier vist at det er lettere å få forbrukere til å akseptere strengere økonomiske tiltak og reguleringer dersom de har positive holdninger til endring (Yeow et al., 2014; Tangeland et al., 2020). I Norge har Handelens Miljøfond hatt flere holdningskampanjer for å få folk til å redusere bruken av plastposer flere ganger, samt øke bruken av handlenett (Handelens Miljøfond, 2023).

Det er også godt forankret i norske forbrukeres handleatferd og rutiner å kjøpe med seg plastposer fordi den enkelte bruker det til avfallshåndtering. Plastposen går fra å være et bæreverktøy til avfallspose når forbrukeren kommer inn døra (EGGS Design, 2022), og over 80 % av nordmenn bruker plastposer fra butikken til håndtering av restavfall (NHO, 2023). EGGS Designs (2022) viste at pose til restavfall var den tydeligste årsaken til kjøp av plastposer blant deltakerne i studien. Opinions undersøkelse av holdninger til plastposer viste også at nesten 6 av 10 oppga at nye plastposer til restavfallet er hovedårsaken til at de kjøper dette (Claussen & Behrens, 2023). Som EGGS Design (2022) viser in sin rapport, uttalte Renovasjons- og gjenvinningsetaten i Oslo kommune i 2021 at restavfallet skal gå i vanlige handleposer. Likevel har dedikerte avfallsposer som et alternativ til plastposer vært lite markedsført og tydeliggjort av butikker og ansvarlige myndigheter. Dermed mangler forbrukerne kunnskap om og ser få gode alternativer til plastposen fra butikkene som avfallspose (EGGS Design, 2022). En satsing på å styrke informasjonsarbeidet kan være en driver til redusert plastposeforbruk (EGGS Design, 2022).

I tillegg til dette kan både butikk tetthet og valg av transportmiddel påvirke bruk av handlenett og plastposer (Bøyum & Hebrok, 2019). I områder med høy butikk tettheten, planlegges

antageligvis handleturner i mindre grad og forbrukeren handler oftere. Dermed er det ikke alltid slik at forbrukeren har med seg et handlealternativ. Når forbrukeren derimot har lavere butikk tetthet eller er avhengig av bil for å komme seg til butikken, krever dette mer planlegging og legger mer til rette for vaner der handlenett er inkludert (Bøyum & Hebrok, 2019). Samtidig har Opinion funnet i sin kvartalsundersøkelse at plastpose kjøpt i butikk ble brukt mer av dem som kjører bil, enn andre i utvalget. Når det kom til handlenett var bruken av dette lik uavhengig av fremkomstmiddelet (Claussen & Behrens, 2023).

2.2.2 Kontekstuelle faktorer på butikknivå

Systemiske forhold ved dagligvarebutikkene har også vist å påvirke bruk av handlenett (EGGS Design, 2022; Sprantz et al., 2018; Nudgelab, u.å.; Ohtomo & Ohnuma, 2014). Strukturelle forhold på butikknivå er definert av Eggs Design i deres rapport som «Barrierer og drivere som forbrukere opplever i butikkene og/eller som er forårsaket av butikkene» (EGGS Design, 2022, s. 28). Tilgang på plastposer i dagligvarebutikkene ble identifisert som en barriere mot bruk av handlenett. Kassen er det stedet der forbrukeren velger bærealternativ og forbrukerne i studien beskrev hvordan interaksjonen i kassen oppfordret dem til å velge plastpose. Videre opplevde informantene at plastposer for eksempel ligger klare til bruk i selvbetjeningskasser og man må aktivt velge bort pose før betaling (EGGS Design, 2022). Dedikerte avfallsposer på rull fremstår lite tilgjengelige og promotert i butikkene. Et tiltak kan dermed være bedre plassering av dedikerte avfallsposer i butikken.

Der EGGS Design (2022) har avdekket flere barrierer og drivere forbrukerne peker på ved det strukturelle i butikken, har Nudgelab, som driver med atferdsforskning, gjennomført et poseeksperiment på Svalbard i byens eneste matbutikk (Handelens Miljøfond, 2023a.; Nudgelab u.å.). Fordi Svalbard kun har én matbutikk påvirkes ikke funnene av hvordan forbrukerne agerer i andre butikker. Målet med prosjektet var å redusere bruken av plastposer blant Svalbards innbyggere. Nudgelab satte i gang ulike tiltak i både betjente og selvbetjente kasser for å redusere salget av plastposer, som kommunikasjonsendringer fra de ansatte. I tillegg til dette gjorde de avfallsposer og handlenett mer synlige (Nudgelab, u.å.). Eksperimentet førte til en reduksjon på 40 prosent i salget av plastposer (Handelens Miljøfond, 2023a). En lignende, men noe eldre studie, ble gjennomført av Ohtomo og Ohnuma (2014) i japanske supermarkeder. Der gjorde de også plastposen mindre tilgjengelig for kundene i kassen, ved at personen i kassen gikk fra å gi ut plastpose automatisk til å spørre om kundene ønsket en pose (Ohtomo & Ohnuma, 2014). I begynnelsen var det ikke de store endringene, men etter 6 måneder så de stor forskjell i hvor mange som tok med seg pose.

2.3 Kunnskapshull

I litteraturgjennomgangen er det flere kunnskapshull som denne rapporten ønsker å undersøke.

For det første viser livsløpsanalyser (LCA) varierende funn om hvilket bærealternativ som har størst påvirkning på miljø- og klima. En nyere LCA basert på norske forhold viser at man kun trenger å bruke et handlenett i plast 8 ganger for at det skal lønne seg for miljøet sammenlignet med plastposen (Askham et al., 2021). En svakhet ved disse analysene er at

de som regel sammenligner et helt nytt handlenett mot plastposen. Litteraturgjennomgangen ovenfor viser at svært få studier ser på handlenett som noe folk allerede har fra før. Det er derfor viktig å kartlegge om det er vanlig å eie handlenett, hvilke type handlenett folk har og hva disse blir brukt til. Dersom folk allerede eier handlenett, vil det være bedre om de bruker disse sammenlignet med plastposer. Vi vil derfor i denne studien kartlegge hvor mange handlenett husholdninger i Norge disponerer, og hvilke typer handlenett folk har.

Videre finner vi svært få studier som undersøker levetid på handlenett. For at et handlenett skal være mer miljøvennlig enn plastposen, må de minst brukes åtte ganger (Askham et al., 2021). Vi vil derfor undersøke hvor lenge folk eier et handlenett, og hvorfor folk kvitter seg med handlenett.

Et annet kunnskapshull er at det mangler forskning på bruk av handlenett i Norge. Mye av litteraturen på bruk av handlenett og plastposer er ofte mindre casestudier, og ofte fra land der plastforsøpling er et stort problem. I Norge er det vanlig å bruke plastposen om igjen til restavfall, og det er for eksempel interessant å undersøke hvordan denne praksisen henger sammen med bruk av handlenett ved dagligvarehandel.

Videre ser vi at de fleste tidligere studier undersøker i hvilken grad holdninger og politiske virkemidler påvirker bruk av handlenett og andre bærealternativer. Det er derimot lite forskning på hvordan handlepraksiser og kontekstuelle faktorer påvirker bruk av handlenett. Vi vil derfor i denne studien undersøke om praksiser rundt selve handlingen, som hvordan man kommer seg til den fysiske butikken, butikk tetthet, hvor ofte man handler, hvor mye man handler og tilgang på plastposer i butikk, påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel.

3. Data og metode

I denne studien er det gjennomført en spørreundersøkelse for å kartlegge bruk av handlenett i Norge. Formålet med spørreundersøkelsen var å kartlegge forbruksvaner knyttet til bruk av handlenett i befolkningen ved å gi et estimat på hvor mange handlenett folk har, hvilke typer handlenett folk har, hvor ofte handlenettene blir brukt, levetid på handlenett, holdninger til bruk av handlenett og hvilke faktorer som har betydning for bruk av handlenett. Ved bruk av spørreundersøkelse kan vi generalisere resultatene til den øvrige befolkningen i Norge. I dette kapitlet vil vi presentere data og utvalg for studien, hvilke metoder vi bruker for å analysere forskningsspørsmålene våre, samt utfordringer knyttet til metodene.

3.1 Data og utvalg

Spørreundersøkelsen ble gjennomført av analysebyrået Ipsos fra 22. januar til 31. januar 2024. Spørreundersøkelsen var nettbasert og Ipsos stod for selve datainnsamlingen, mens SIFO utviklet spørreskjemaet og analyserte dataene. Undersøkelsen er gjennomført med et representativt utvalg for den norske befolkningen med hensyn til variablene kjønn, alder og bosted for personer i alderen fra 17 år og over. Det var 1.576 personer som fullførte spørreundersøkelsen på nett.

Ipsos har brukt ulike paneler i datainnsamlingen for å sikre et mest mulig representativt utvalg for å forsøke å speile befolkningen på et utdannings- og inntektsnivå. Likevel er det utfordrende å få til et fullstendig representativt utvalg når det kommer til utdanning og inntekt.

Tabell 3.1 sammenligner utvalget i spørreundersøkelsen mot Norges befolkning ved hjelp av tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB). Tallene fra SSB er de sist oppdaterte befolkningstallene fra 2023. Variasjonen mellom tallene kan derfor også forklares gjennom at de ikke er fra nøyaktig samme tidspunkt som spørreundersøkelsen ble gjennomført på.

Tabell 3.1 viser at utvalget er representativt for kjønn og alder. Når det gjelder bosted, er de mest folkerike fylkene, som Oslo, Akershus og Trøndelag, noe overrepresentert, mens de mindre folkerike fylkene er noe underrepresentert.

For utdanning er det større skjevheter. Personer med lavere utdanningsnivå er underrepresentert, mens personer med høyere utdanning er overrepresentert. Dette er en velkjent utfordring ved utvalgsundersøkelser. Ipsos, som bruker paneler for å innhente svar fra respondentene, har imidlertid mulighet til å stratifisere deres bruttoutvalg basert på utdanning. Dette er en fremgangsmåte som har blitt benyttet i dette tilfellet, og Ipsos har brukt ulike paneler for å øke deltakelse fra grupper med lavere utdanning og inntekt. Dermed er skjevheten i utvalget ikke like markant som i situasjoner hvor det ikke er mulig å stratifisere utvalget på forhånd. I spørreundersøkelsen er inntekt målt ved hjelp av intervaller og ikke eksakte beløper. Gjennomsnittsinntekten i spørreundersøkelsen ligger i kategorien mellom 600.000 kr til 800.000 kr, mens gjennomsnittsinntekten i den norske befolkningen var 756.000 kr i 2022. Vi kan derfor konkludere med at inntekt er relativt representativt i vårt datamateriale.

For å korrigere noe av skeivhetene i utvalget er dataene i alle de følgende analysene vektet på kjønn, alder og geografi.

Tabell 3.1. Oversikt over datautvalget sammenlignet med den øvrige befolkningen.

Variabel		Utvalg	Populasjon
Kjønn	Mann	49%	50%
	Kvinne	51%	50%
Alder	18-29 år	19%	19%
	30-39 år	18%	18%
	40-59 år	33%	33%
	60 år +	30%	30%
Geografi	Agder	4%	6%
	Akershus	15%	13%
	Buskerud	5%	5%
	Finnmark	1%	1%
	Innlandet	6%	7%
	Møre og Romsdal	5%	5%
	Nordland	4%	4%
	Oslo	15%	13%
	Rogaland	6%	9%
	Telemark	2%	3%
	Troms	3%	3%
	Trøndelag	10%	9%
	Vestfold	5%	5%
	Vestland	13%	12%
	Østfold	6%	6%
	Utdanning	Grunnskole/ videregående skole	37%
Universitet/høyskole		63%	37%
Inntekt	Gjennomsnittsinntekt	600.000-800.000	756.000 (SSB 2022)

Note. Tall for populasjonen er hentet fra SSB. Statistikken gjelder for 2023, med unntak av inntekt som er gjennomsnittsinntekt i 2022.





3.2 Operasjonalisering av bærealterantiver

I denne undersøkelsen har det vært viktig å skille mellom ulike typer handlenett for å kartlegge hva som er de vanligste typer av handlenett, hvilke handlenett forbrukerne foretrekker og til hvilke formål. Spesielt var det viktig å skille mellom handlenett i plast og bomull, samt å skille mellom handlenett som kom fra dagligvarehandelen og andre steder.

Ulike handlenett i plast kan være vanskelig å skille mellom, ettersom vi antar at få forbrukere har inngående kjennskap til plasttyper som er brukt i handlenett. For å gi respondentene en mulighet til å enkelt skille mellom de ulike formene for handlenett, redusere feilmarginen og dempe svarbyrden, operasjonaliserte vi handlenettene slik det står beskrevet i tabell 3.2. Hver gang respondenten svarte på et spørsmål om en konkret type handlenett, fikk de opp type handlenett, beskrivelse av stoffet (med unntak av bomullsnett og hjemmelaget handlenett) og et eksempelbilde på hvordan det kan se ut.

Tabell 3.2. Beskrivelse av de ulike kategoriene av handlenett inkludert i studien.

Type handlenett	Heretter omtalt i rapporten som	Beskrivelse	Eksempelbilde
Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon).	Handlenett i myk plast fra dagligvarekjede.	Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det. Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.	
Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP).	Handlenett i stivereplast fra dagligvarekjede.	Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebag. Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.	
Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk).	Handlenett i myk plast.	Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.	

Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk).	Handlenett i stivere plast.	Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.	
Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk).	Handlenett i ikke-vevd polypropylen.	Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.	
Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.	Handlenett i bomullsstoff.		
Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.	Hjemmelaget handlenett.		

3.3 Analyser

For å svare på studiens problemstillinger består analysen av 4 deler. Disse delene er fordelt over 4 kapitler. Den første delen (kapittel 4) undersøker studien første problemstilling: *Hvem eier handlenett i Norge, hvilke typer handlenett har folk, og hva blir handlenettene brukt til?* Vi undersøker om det er forskjeller mellom ulike befolkningsgrupper, som kjønn, alder, utdanning, inntekt, geografi og om husholdningen har barn. Vi skiller mellom ulike typer handlenett og ser på hvem som har handlenett fra dagligvarekjeder i myk plast, handlenett fra dagligvarekjeder i stivere plast, handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarekjeder, handlenett i stivere plast som ikke er fra dagligvarebutikker, handlenett i ikke-vevd polypropylen, handlenett i bomullsmateriale og hjemmelaget handlenett. Vi bruker enkel

deskriptiv statistikk og khikvadrattester for å undersøke forskjeller mellom grupper i utvalget. I tillegg til dette har vi sett på det omtrentlige antallet respondentene har av de ulike typene handlenett, og laget et estimat på hvor mange handlenett det fins i norske husholdninger basert på hva respondentene oppgir. Vi ser også på hva de ulike typene handlenett brukes til.

Den andre delen av analysen (kapittel 5) tar for seg levetid på handlenett og analyserer problemstillingen: *Hvor lenge varer et handlenett, og hva er årsaker til at man kvitter seg med dem?* Vi analyserer hvor lenge et handlenett i gjennomsnitt varer i norske husholdninger, og hvilke årsaker folk har til å kvitte seg med ulike typer handlenett. Vi skiller her mellom de ulike typene kategorier av handlenett. Også i denne delen blir det brukt deskriptiv statistikk og khikvadrattester for å undersøke forskjeller mellom grupper i utvalget.

I den tredje delen av analysen (kapittel 6) analyserer vi problemstillingen: *Hvilke faktorer påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel?* I disse analysene er søkelyset på bruk av bærealternativer ved dagligvarehandel og vi skiller mellom dem som kun brukte handlenett (N = 938), dem som brukte andre bærekraftige bærealternativer som sekk, veske eller tok i hendene (N = 225), og dem som brukte plastpose/papirpose (N = 391) ved siste dagligvarehandel. Grunnen til at vi har slått sammen plastpose og papirpose var at kun 2% brukte papirpose og dette er for få respondenter til at vi kan generalisere resultatene fra denne gruppen. Basert på litteraturgjennomgangen undersøker vi i hvilken grad demografiske faktorer, individuelle faktorer og kontekstuelle faktorer påvirker bruk av handlenett. Vi gjør deskriptive (bivariate) analyser og khikvadrattester for å undersøke forskjeller mellom grupper i utvalget. Til slutt gjør vi også en logistisk regresjonsanalyse for å analysere hvilke faktorer som har betydning når de er inkludert i samme modell. Vi beregner sannsynligheten for bruk av handlenett, sammenlignet med andre bærealternativer basert på de uavhengige faktorene identifisert i de bivariate analysene.

Den siste delen av analysen (kapittel 7) analyserer problemstillingen: *I hvilken grad er folk åpne for tiltak rettet mot å øke bruk av handlenett, og å redusere bruken av plastpose?* Vi bruker deskriptiv statistikk for å undersøke i hvilken grad respondentene er åpne for reguleringer og videre økonomiske tiltak for å redusere bruk av plastpose. Vi ser også på om respondentene er åpne for nye systemiske løsninger som panteordninger på brukte handlenett. I tillegg undersøker vi hovedgrunnene til at respondentene brukte plastpose på siste handleturn, og hvilke egenskaper ved handlenett respondentene foretrekker. I de tilfellene man ikke finner forskjeller mellom grupper, er svarene ikke delt inn etter demografiske variabler.

Basert på resultatene fra disse analysene vil vi i diskusjonskapittelet (kapittel 8) diskutere problemstillingen: *Hvilke implikasjoner har resultatene for tiltak rettet mot økt bruk av handlenett og videre forskning?*

3.4 Studiens begrensninger

Det er noen begrensninger ved bruk av spørreskjema som metode, ettersom selvrapporing ikke alltid speiler faktisk handling. Videre antar vi at spesielt målene på levetid og estimat på antall handlenett vil være noe usikre fordi dette er vanskelig å huske for respondentene. I spørreskjemaet blir respondentene bedt om å oppgi hvor lenge de hadde et

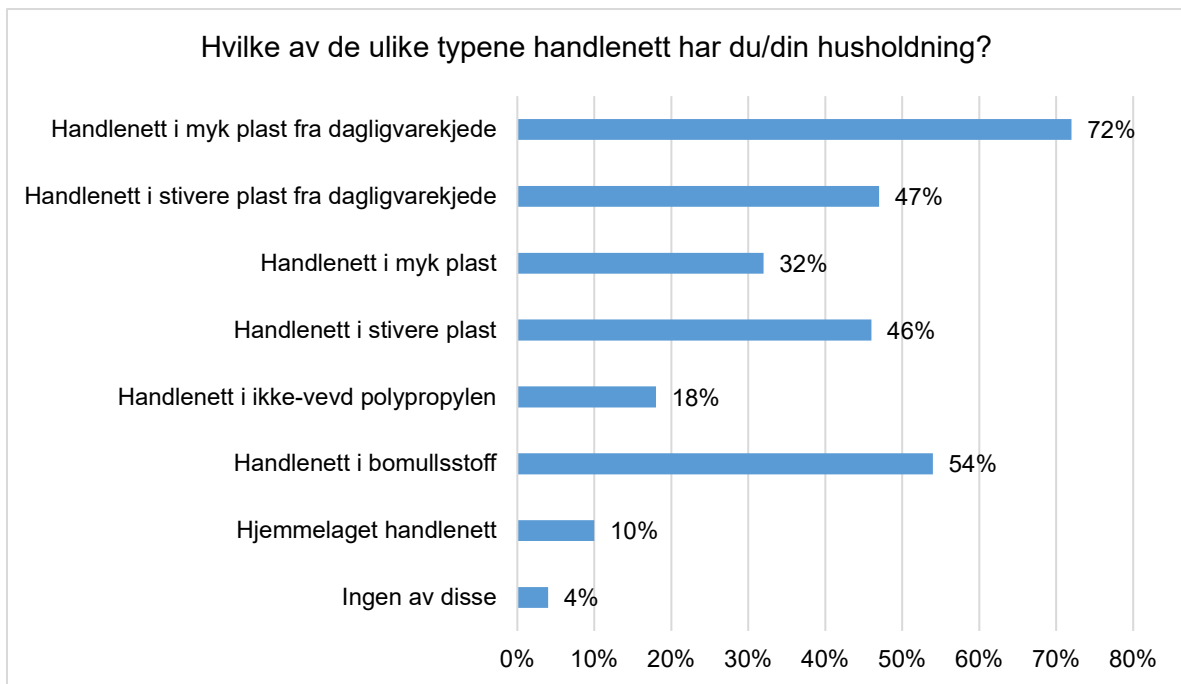
handlenett før de kvittet seg med det. Antageligvis har få respondenter det helt eksakte svaret på dette, men vi kan anta at det gir en indikasjon på levetid. Den samme utfordringen gjelder også for estimatet på antall handlenett respondentene eier. Vi ønsket å undersøke hvor mange handlenett av forskjellige typer respondentene hadde. Ettersom mange sannsynligvis ikke vil svare mens de er hjemme eller ta seg tid til å telle, har vi bedt respondentene om å velge det intervallet som best representerer mengden handlenett de tror de har av hver type. Dette reduserer oppgavebyrden for respondentene, men gjør estimatet på antall handlenett noe mer usikkert.

4. Estimat på handlenett

I dette kapittelet undersøker vi i hvilken grad den norske befolkningen har tilgang på handlenett: Hvem eier handlenett i Norge i dag? Hvilke typer handlenett er vanlige i norske husholdninger? Hvor mange handlenett har folk? Og hva brukes handlenettene til? I det følgende legger vi frem resultater på disse spørsmålene.

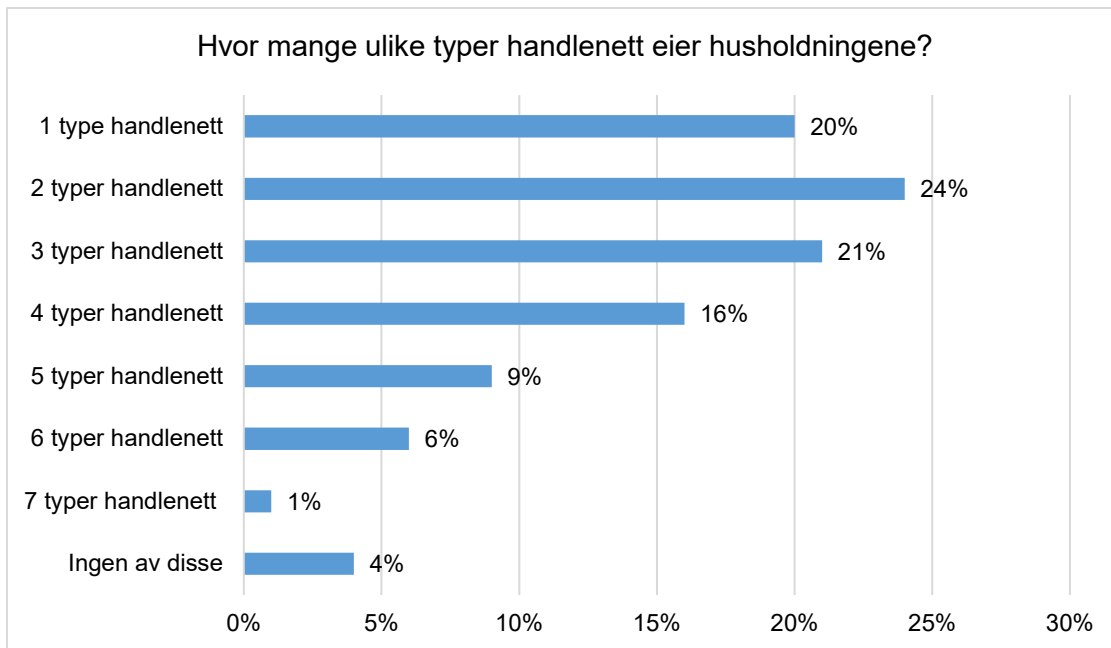
4.1 Handlenett hos den norske befolkningen

For å få en oversikt over hva slags type handlenett den norske befolkningen har i sin husholdning presenterte vi ulike typer kategorier av handlenett og ba respondentene krysse av handlenettene deres husholdning eide. Som figur 4.1 illustrerer, ser vi at handlenett i myk plast fra dagligvarekjede er det handlenettet flest oppgir at de har (72 %). Deretter eier litt over halvparten (54 %) handlenett i bomullsstoff. Det er svært få som oppgir at de ikke eier noen av disse (4 %), som tilsier at få husholdninger i Norge er uten minst ett handlenett.



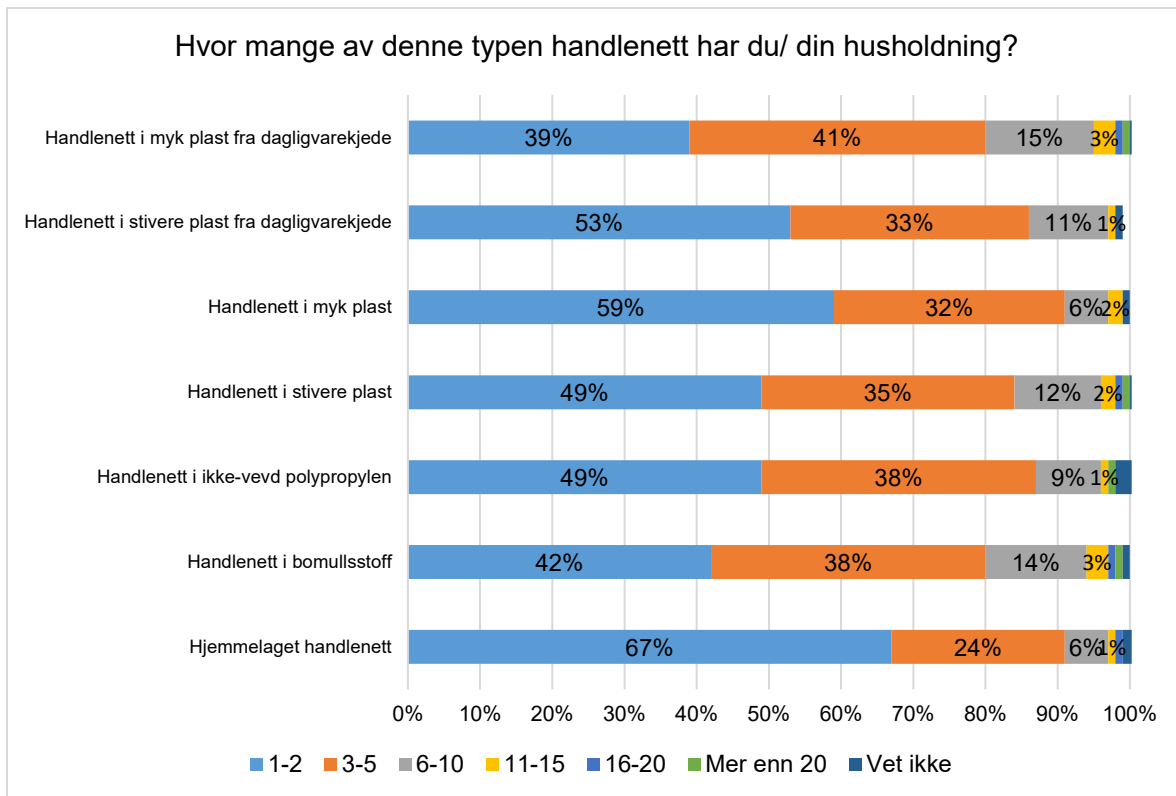
Figur 4.1. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/ din husholdning?
N = 1.576.

I figur 4.2 ser vi hvor mange ulike typer handlenett respondentene eier. Det er mest vanlig å eie 2 typer handlenett (24 %), etterfulgt av 3 typer (21 %) og 1 type (20 %) handlenett. Vi ser at svært få eier alle variantene av handlenett i undersøkelsen.



**Figur 4.2. Hvor mange ulike typer handlenett eier respondentene?
N = 1.576.**

I tillegg til å måle hva slags type handlenett norske husholdninger har, har vi sett på et anslagsvis antall respondentene har av de ulike typene handlenettene. Kun de som huket av på at de eide den enkelte typen handlenett fikk oppfølgingsspørsmål om hvor mange av denne typen handlenett de eide. Figur 4.3 viser at det er vanligere å ha 1-2 stykk av den gitte typen handlenett enn flere. Unntaket er handlenett i myk plast fra dagligvare, der noen flere oppgir at de har 3-5 handlenett (41 %) enn 1-2 (39 %). Her er det også flest som oppgir at de har 6-10 handlenett av denne typen (15 %). Dette er også det handlenettet flest respondenter oppgir at de har, som vist i figur 4.1. Dermed kan vi anta at dette er de handlenettene det finnes flest av ute i norske husholdninger. Blant alle typene handlenett er det hjemmelagde handlenett flest som oppgir at de kun har 1-2 av (67 %).



Figur 4.3. Hvor mange av denne typen handlenett har du?
Handlenett i myk plast fra dagligvarekjede: N = 1.125, handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede: N = 730, handlenett i myk plast: N = 504, handlenett i stivere plast: N = 721, handlenett i ikke-vevd polypropylen: N = 269, handlenett i bomullsstoff: N = 847, hjemmelaget handlenett: N = 150.

Basert på tallene i figur 4.1 til 4.3 har vi regnet ut ulike estimater på antall handlenett i Norge, og i tabell 4.1 presenterer vi tre estimater på hvor mange handlenett det er i norske husholdninger. Vi bruker befolkningsstatistikk fra SSB for å gange opp tallene fra spørreundersøkelsen til populasjonen. Siden vi spør hvor mange handlenett husholdningen til respondentene eier, ganger vi opp mot antall husholdninger i Norge¹. Basert på at kun 4% av respondentene oppgir at de ikke eier noen av de ulike typene handlenettene i spørreundersøkelsen, kan vi anta at omtrent 2.500.000 husholdninger i Norge eier handlenett. Dette vises i det første estimatet i tabell 4.1. Samtidig vet vi at en stor andel respondenter eide mer enn 1 type handlenett. Derfor gir det andre estimatet i tabellen et estimat på antall handlenett i norske husholdninger basert på hvor mange ulike typer handlenett de har (basert på tallene fra figur 4.2). For å komme fram til dette estimatet har vi ganget gjennomsnittlig antall typer handlenett respondentene oppgir at de eier opp mot hvor mange husholdninger som eier handlenett. Basert på dette estimatet er det rundt 7.000.000 handlenett i norske husholdninger.

Figur 4.3 viste at i tillegg til å ha flere typer handlenett, hadde mange av respondentene mer enn 1 nett per type. Det tredje estimatet på handlenett i norske husholdninger viser derfor et estimat basert på hvor mange handlenett respondentene oppgir at de har av de ulike typene handlenett. Siden svaralternativene i surveyen er kodet i ulike svarkategorier (se figur 4.3), har vi kodet disse kategoriene om til gjennomsnittlig verdi i hver kategori. Det vil si at de som

¹ SSBs nyeste husholdningsstatistikk er fra 2023: <https://www.ssb.no/befolkning/barn-familier-og-husholdninger/statistikk/familier-og-husholdninger>.

har krysset av i den første kategorien har fått verdien 1,5, de som krysset av i andre kategori har fått verdien 4 osv. Dette betyr at det tredje estimatet vil være noe unøyaktig. I gjennomsnitt oppgir respondentene i surveyen at de eier 10,6 handlenett hver. Vi ganger dette opp mot antall husholdninger som eier handlenett i Norge. Ifølge dette estimatet vil det være cirka 27.500.000 handlenett i den norske befolkningen.

Tabell 4.1. Tre ulike estimater på handlenett i norske husholdninger. ²

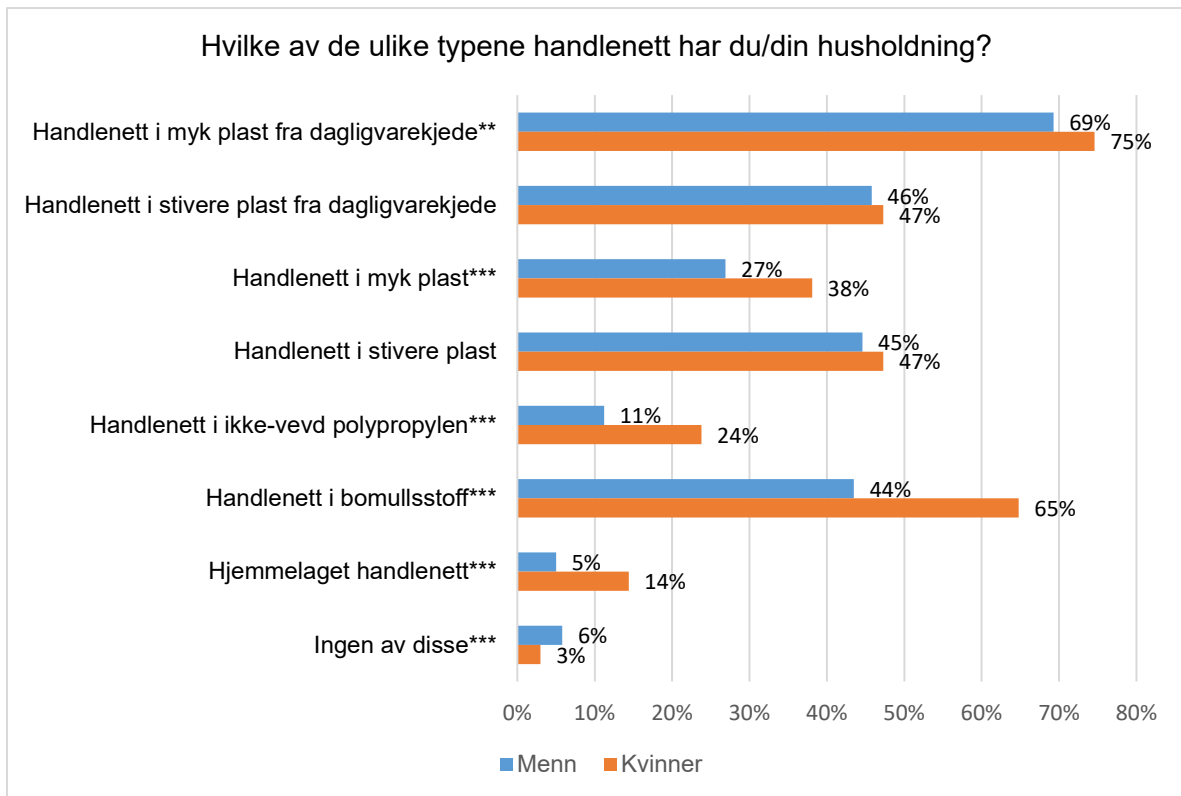
Tre ulike estimater på handlenett i norske husholdninger	Ca. Sum
1. Antall husholdninger som eier handlenett (tall fra figur 4.1).	Ca. 2.500.000
2. Estimat basert hvor mange av de ulike typene handlenett respondentene har (tall fra figur 4.2).	Ca. 7.000.000
3. Estimat basert på hvor mange handlenett respondentene eier av de ulike typene handlenett (tall fra figur 4.3).	Ca. 27.500.000

Note. Tallene i tabellen er ganget opp mot befolkningsstatistikk fra SSB (2023).

4.2 Kjønn og alder

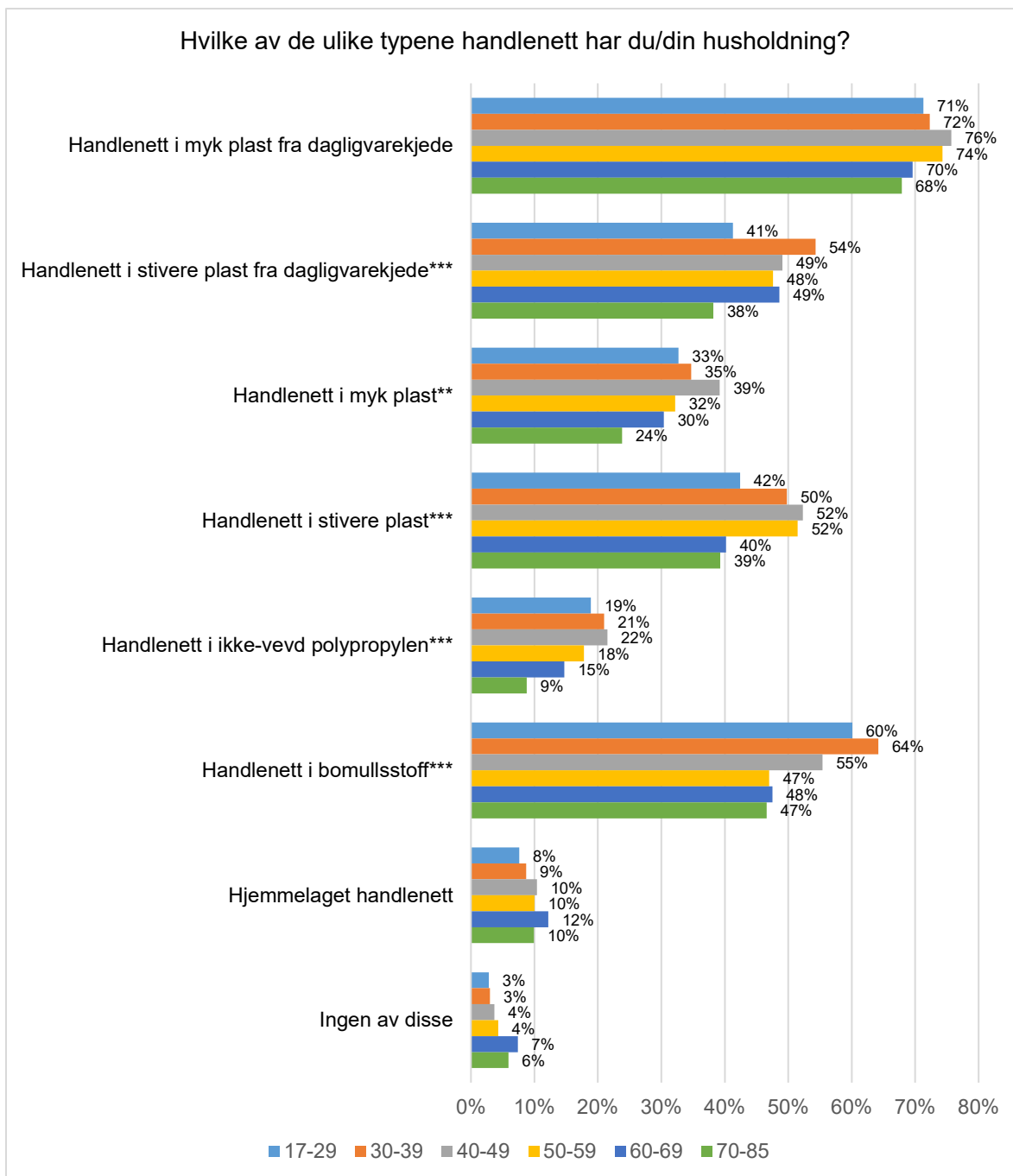
I figur 4.4 kommer det tydelig frem at flere kvinner enn menn har ulike typer handlenett. Det er størst forskjell mellom kvinner og menn når det kommer til handlenett i bomullsstoff. Det er også en betydelig andel færre menn som har hjemmelaget handlenett og handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarekjedene. Når det kommer til handlenett i myk plast fra dagligvarekjedene, typen flest respondenter har, ser vi at det er en høy andel av både kvinner og menn som har denne typen handlenett (75 % av kvinnene og 69 % av mennene), men at det er flere kvinner enn menn som har disse. Det er dobbelt så mange menn (6 %) enn kvinner (3 %) som ikke eier noen av disse handlenettene.

² Dette er estimater basert på selvrapporterte estimat på antall handlenett respondentene eier, og estimatene vil derfor være noe usikre. De gir likevel en god indikasjon på at det finnes et stort antall handlenett blant norske husstander.



Figur 4.4. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på kjønn.
 Menn: N = 791, kvinner: N = 785. Signifikansnivå: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1*.

I figur 4.5 ser vi forskjellen mellom de ulike aldersgruppene i utvalget. Det er ikke store forskjeller mellom respondentene, men vi ser jevnt over at det er færre over 60 år som har de ulike typene handlenett. Unntaket fra dette er hjemmelaget handlenett, der færre yngre har disse. I kategorien bomullsnett er det tydelig flere i de yngre aldersgruppene 17-29 år (60 %), 30-39 år (64 %), enn i de eldre aldersgruppene 50-59 år (47 %), 60-69 år (47 %) og 70-85 år (47 %). Det kan være fordi mange bruker handlenett som et alternativ til veske og at ikke den trenden nødvendigvis treffer eldre aldersgrupper. Likevel oppgir halvparten av disse aldersgruppene at de eier denne typen handlenett, noe som kan tyde på at det finnes flere bomullsnett der også.

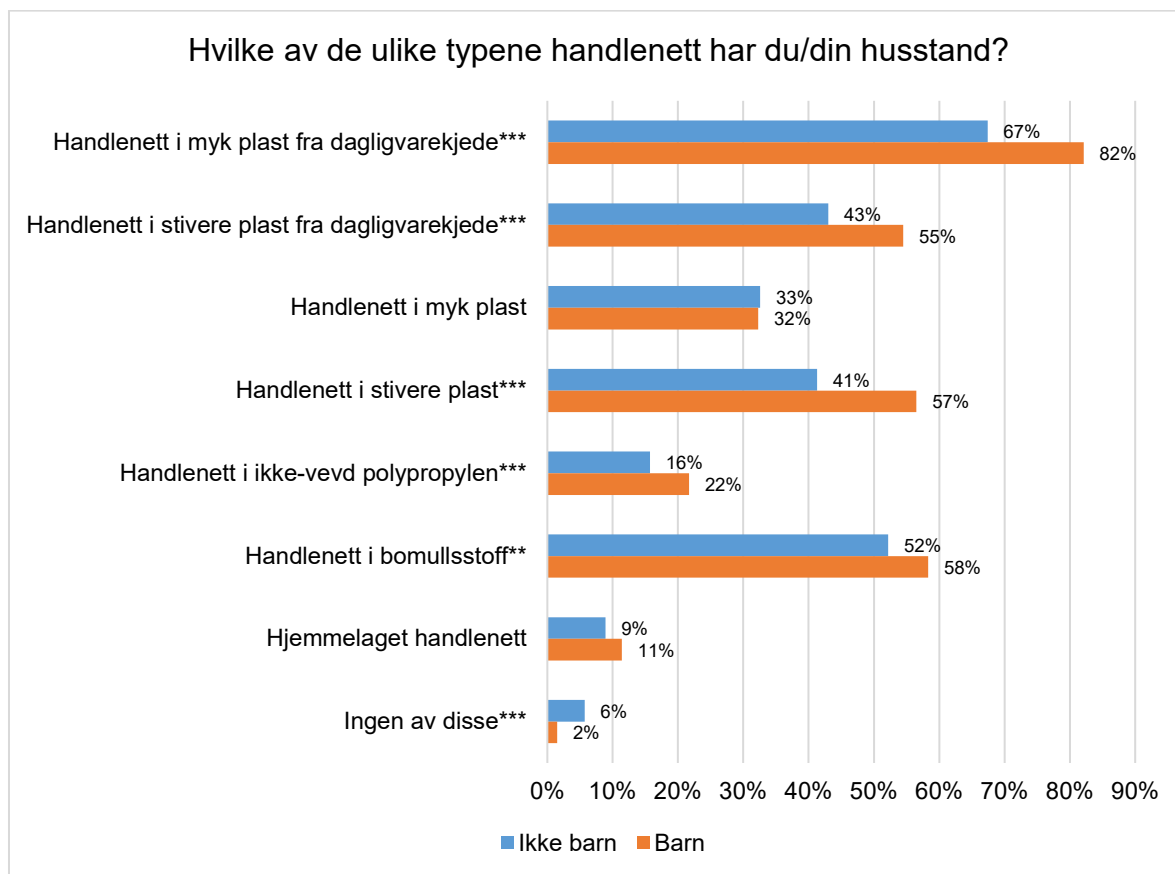


Figur 4.5. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på aldersgrupper. 17-29 år: N = 337, 30-39 år: N = 268, 40-49 år: N = 255, 50-59 år: N = 253, 60-69 år: N = 259, 70-85 år: N = 205. Signifikansnivå: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1*.

4.3 Husholdninger med barn

Blant respondenter med og uten barn i sin husholdning ser vi en tydelig forskjell i figur 4.6 på om de eier en spesifikk type handlenett eller ikke. Med unntak av handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarekjede, er det flere husholdninger med barn som eier ulike typer handlenett enn de som ikke har barn. Størst er forskjellen når det kommer til handlenett i myk plast fra dagligvarekjede og handlenett i stiv plast som ikke er fra dagligvarekjede. Vi ser

også at det kun er 1 % av husholdninger med barn som ikke eier noen av disse typene handlenett.

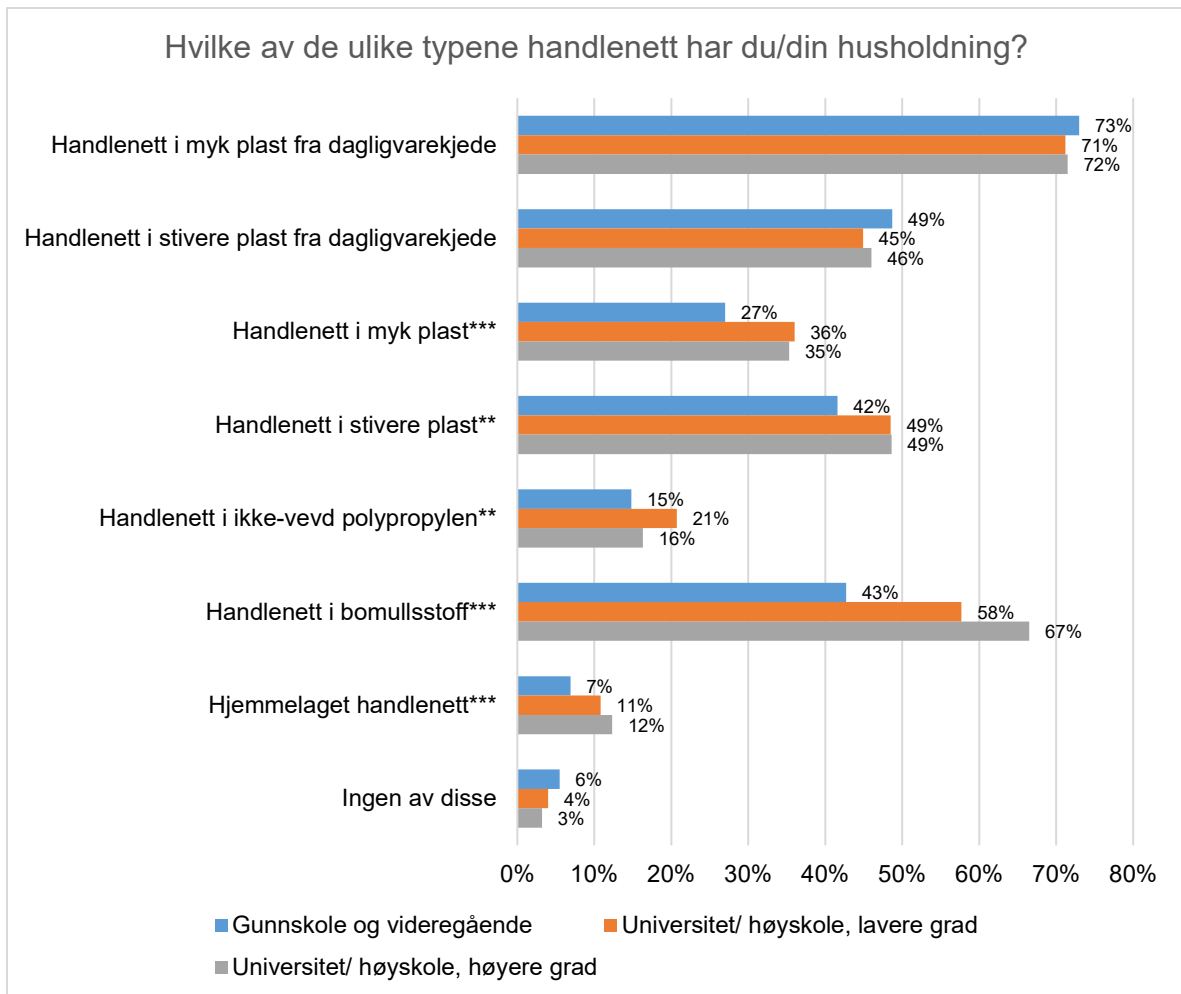


Figur 4.6. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på husholdninger med og uten barn.

Ikke barn: N = 1.092, barn: N = 485. Signifikansnivå: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p<0,1*.

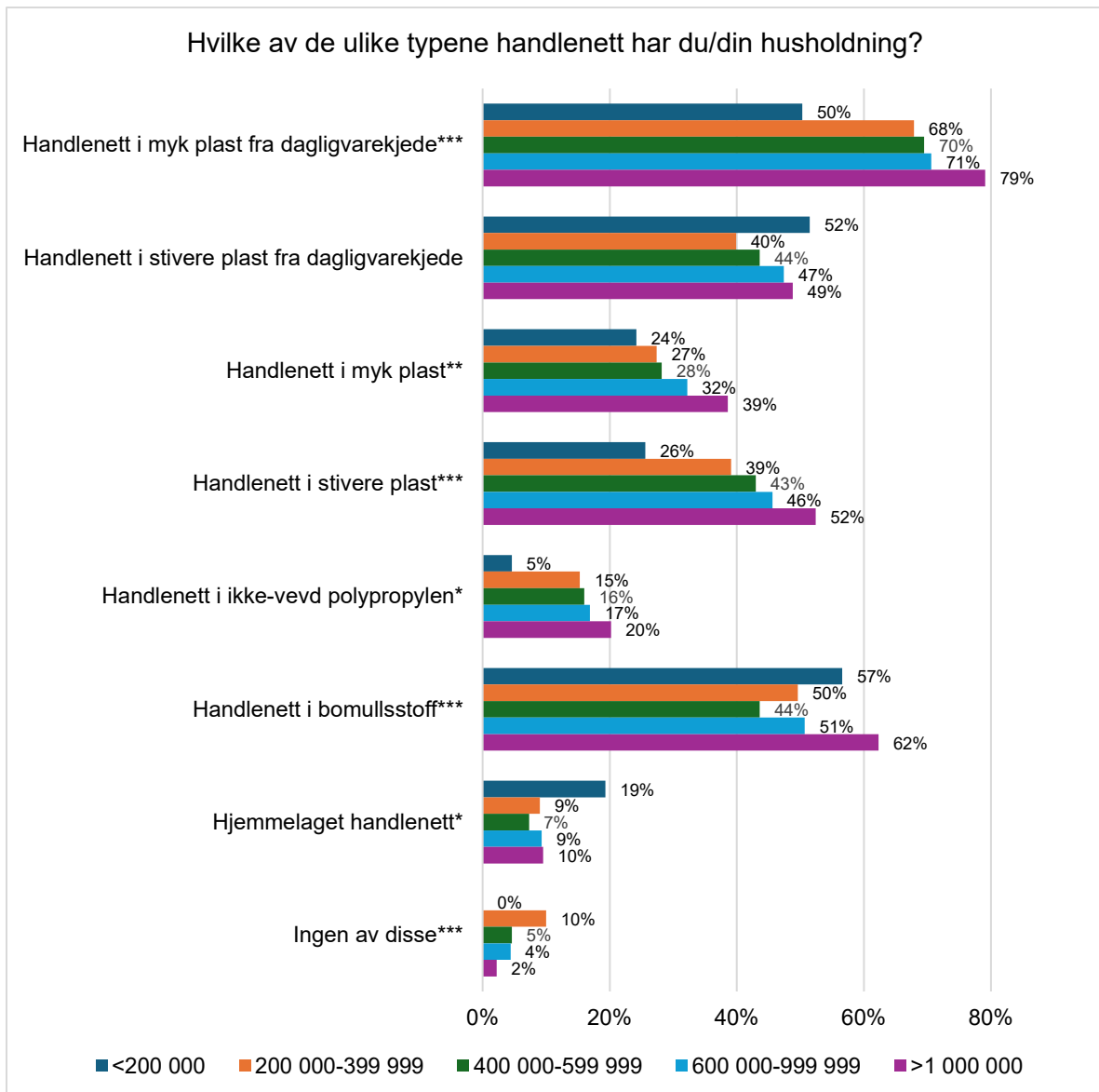
4.4 Utdanning og inntekt

Når det kommer til utdanningsnivå er det lite forskjell i eierskap av handlenett som kommer fra dagligvarekjedene, som fremstilt i figur 4.7. Dette kan tilsi at handlenett er blitt en vanlig praksis i dagligvarehandelen blant de fleste, uavhengig av utdanningsnivå. Det er for handlenett i bomullsstoff vi ser størst forskjell. Der øker antallet som har denne typen handlenett i takt med utdanningsnivå. Blant de med grunnskole og videregående som høyeste utdanningsnivå oppgir 43 % at de har handlenett i bomullsstoff, blant de med lavere grad fra universitet/ høyskole oppgir 58 % at de har handlenett i bomullsstoff, og av de med høyere grad fra universitet/høyskole oppgir 67 % at de har handlenett i bomullsstoff.



Figur 4.7. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Fordelt på utdanningsnivå. Grunnskole og videregående: N = 588, universitet/høyskole lavere grad: N = 628, universitet/høyskole, høyere grad: N = 360. Signifikansnivå: *p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1*.**

I figur 4.8, som viser type handlenett fordelt på inntekt, ser vi at det i 4 av de 7 kategoriene handlenett øker i antall med inntekt. Unntaket er handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede, handlenett i bomullsstoff og hjemmelaget handlenett. Vi vet at de med høyere inntekt forbruker mer (SSB, 2023), så det er mulig dette gjenspeiles i inntekt. I gruppen med lavest inntekt var den største andelen studenter eller elever. Denne gruppen var spesielt overrepresentert i hjemmelaget handlenett (19 % av respondentene i denne gruppen eide ett eller flere slike), noe som kan handle om livssituasjon.



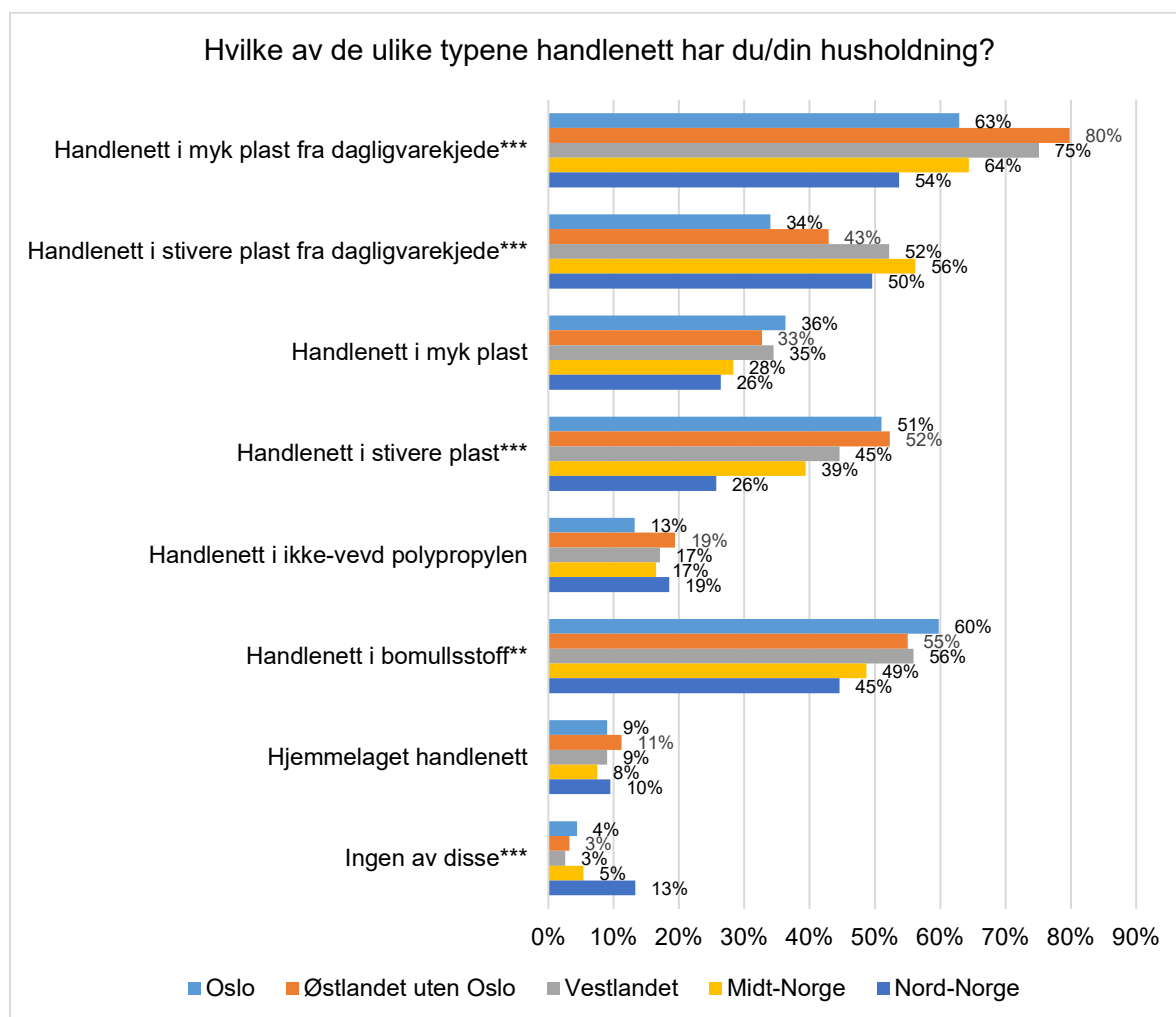
Figur 4.8. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning?
 Fordelt på inntektsnivå. < 200.000 kr: N = 45, 200.000 – 399.999 kr: N = 178, 400.000 – 599.999 kr: N = 262, 600.000 – 999.999 kr: N = 513, > 1.000.000 kr: N = 443. Signifikansnivå: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1*.

4.5 Bosted

Når respondentene blir delt opp etter hvilken landsdel de bor i, viser figur 4.9 en del forskjeller mellom ulike landsdelene. Det er flest på Østlandet utenom Oslo (80 %) og Vestlandet (75 %) som oppgir å ha et handlenett i myk plast fra dagligvarekjede og klart færrest i Nord-Norge (54 %). I Oslo er det cirka like mange som oppgir å eie et handlenett i bomullsstoff (60 %), som et handlenett i myk plast fra dagligvarekjedene (63 %), i motsetning til Østlandet utenom Oslo der mange flere oppgir handlenett i myk plast fra dagligvarekjede (80 %) enn at de eier handlenett i bomullsstoff (55 %).

Vi ser videre at handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede er ganske mye vanligere å eie i Midt-Norge (56 %) enn i Oslo (34 %). Figuren viser også at det er flest respondenter fra Nord-Norge som oppgir at de ikke har noen av handlenett-typene i utvalget (13 %), en god

del mer enn i de andre landsdelene (Oslo 4 %, Østlandet uten Oslo 3 %, Vestlandet 3 % og Midt-Norge 5 %).



Figur 4.9. Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning?
 Fordelt på landsdel. Oslo: N = 206, Østlandet uten Oslo: N = 602, Vestlandet: N = 412, Midt-Norge: N = 215, Nord-Norge: N = 141. Signifikansnivå: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1*.

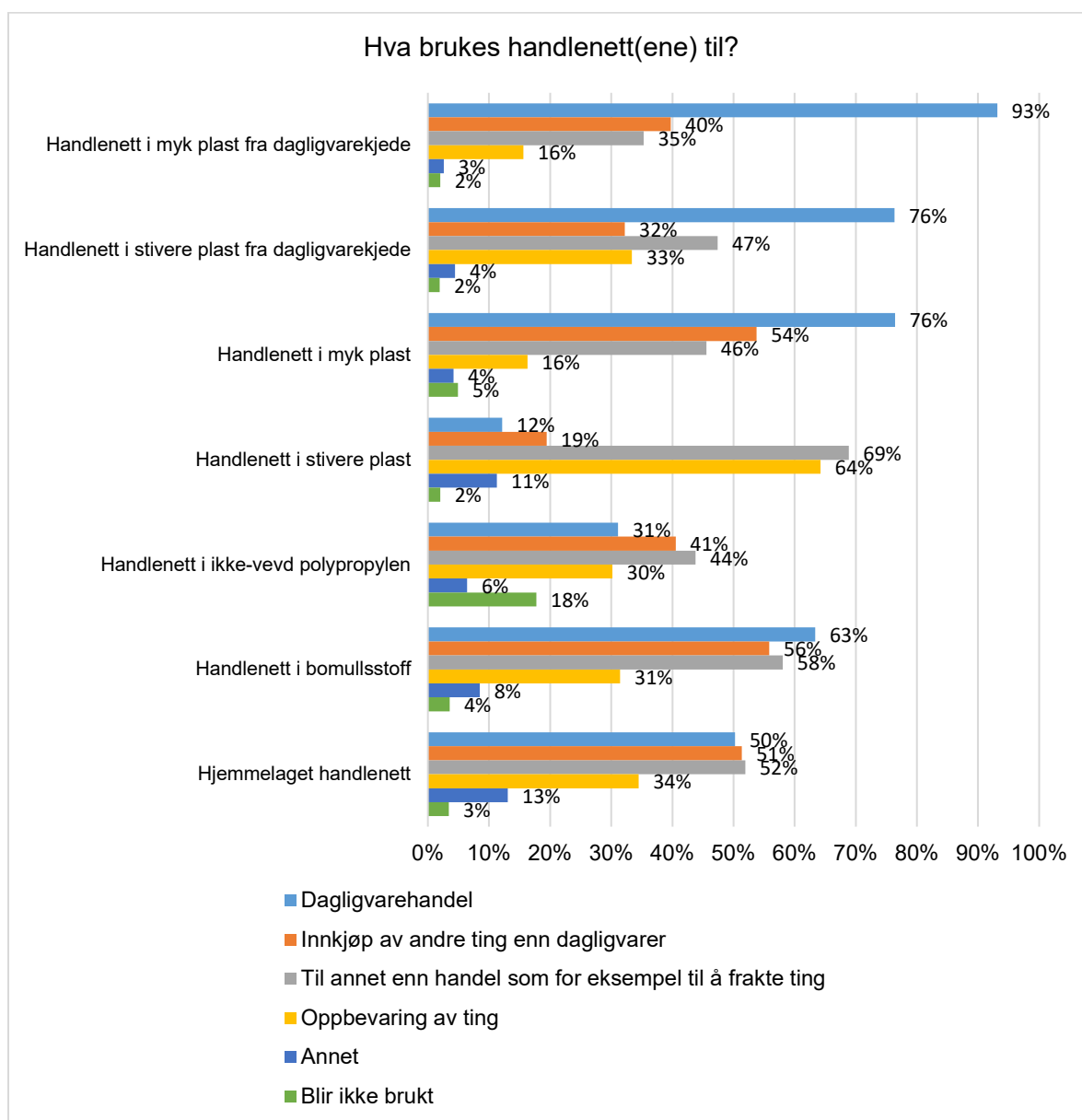
4.6 Bruksområde for handlenett

Vi spurte videre hva bruksområdet til de ulike typene handlenett er, som vist i figur 4.10. Det var mulig å huke av på flere bruksområder. Ikke overraskende bruker 93 % av de som har handlenett i myk plast fra dagligvarekjede brukt dette til dagligvarehandel. Et litt lavere antall blant de som eier handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede og handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarekjede, men fremdeles mange (76 %), oppgir at de bruker nettene til dagligvarehandel. Blant disse nettene er det tydelig at flest har dette som bruksområde for handlenettet.

Når det kommer til handlenett i stivere plast som ikke er fra dagligvarekjede, oppgir derimot kun 12 % prosent av de som eier dette at de bruker det til dagligvarehandel. Det er betraktelig mye lavere enn handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarehandel. Vi ser at flest som eier denne typen handlenett bruker det til oppbevaring eller frakt av ting. Det er lett

å tenke seg at det kan være mange av den klassiske IKEA-bagen, brukt som eksempel i forklaring av stoffet, og at disse dermed ikke er like naturlige å bruke til handling av dagligvarer på grunn av sin store størrelse og avlange form. Videre ser vi at flere blant dem som har bomullsnett og hjemmelagde handlenett bruker det til handling av andre ting enn dagligvarer, sammenlignet med nettene fra dagligvarehandelen.

Vi ser i figur 4.10 at respondentene har et bredt bruksområde av handlenett, selv om noen bruksområder er vanligere enn andre.



Figur 4.10. Hva brukes handlenett(ene) til?
Handlenett i myk plast fra dagligvarekjede: N = 1.133, handlenett i stivere plast fra dagligvare: N = 734, handlenett i myk plast: N = 511, handlenett i stivere plast: N = 724, handlenett i ikke-vevd polypropylen: N = 276, handlenett i bomullsstoff: N = 852, hjemmelaget handlenett: N = 153.

4.7 Oppsummering

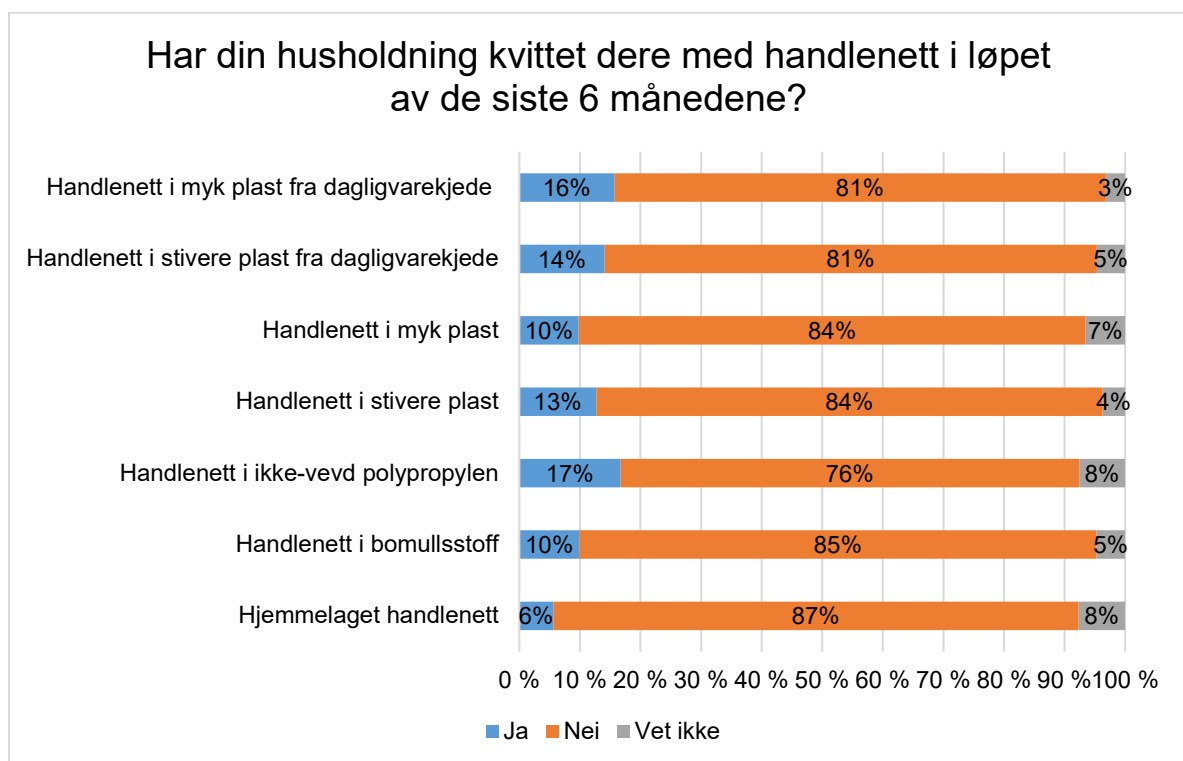
Flest respondenter eier handlenett i myk plast fra dagligvarekjeder (74 %), deretter bomullsnett (54 %). Kun 4% eier ingen handlenett. Det er vanligst med 1-2 handlenett per type, bortsett fra myk plast fra dagligvarekjeder der 3-5 nett mest vanlig. Basert på hvilke handlenett respondentene oppgir å eie, hvor mange forskjellige typer respondentene eier og hvor mange av hver enkelt type handlenett respondentene eier har vi regnet ut tre estimater på handlenett som finnes i norske husholdninger. Estimaten viser at rundt 2.500.000 husholdninger eier handlenett, at basert på hvilke ulike typer handlenett husholdningene eier er det rundt 7.000.000 handlenett og basert på gjennomsnitt av hvor mange handlenett av hver type husholdningene eier er det rundt 27.500.000 Dette er estimater basert på selvrapporterte estimat på antall handlenett og er derfor noe usikre tall. De gir likevel en god indikasjon på at det finnes et stort antall handlenett blant norske husstander. Bruksområdene varierer mellom typene, men handlenett i myk plast fra dagligvarekjede, handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede og handlenett i myk plast ser ut til å være svært populære å bruke til dagligvarehandel. Ellers brukes mange av handlenettene til både innkjøp av andre ting, frakt eller oppbevaring.

Det er færre menn enn kvinner som har bomullsnett, hjemmelaget nett og handlenett i myk plast som ikke er fra dagligvarekjeder. Både kvinner og menn eier i stor grad handlenett i myk plast fra dagligvarekjeder (75% av kvinnene og 69% av mennene). Det er generelt færre over 60 år som har ulike typer handlenett, unntatt hjemmelaget nett. Husholdninger med barn eier oftere ulike typer handlenett enn de uten barn. Utdanningsnivå påvirker eierskap av bomullsnett, men i liten grad handlenett fra dagligvarekjeder.inntekt påvirker eierskapet av 4 av 7 handlenett-typer, flere med høyere inntekt eier ulike typer handlenett. Dette gjelder ikke for handlenett i stivere plast fra dagligvarekjeder, bomullsnett og hjemmelagde handlenett. Handlenett i stivere plast fra dagligvarekjeder er mer populært i Midt-Norge enn i Oslo. Flest i Nord-Norge oppgir at de ikke eier noen av handlenett-typerne (13 %).

5. Handlenettenes levetid

For å måle levetid på ulike typer handlenett, har vi spurt respondentene om de eller deres husholdning har kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 månedene. Figur 5.1 viser at flesteparten av respondentene ikke har kvittet seg med handlenett i løpet av de siste 6 månedene. Blant dem som har kvittet seg med handlenett, er det flest som har kvittet seg med handlenett i stoffet ikke-vevd polypropylen (17 %). Dette kan tyde på at ikke-vevd polypropylen er et materialet folk ikke er like fornøyde med når det kommer til levetid.

Etterfulgt av ikke-vevd polypropylen er det handlenett fra dagligvarebutikkene i myk og stivere plast flest folk kvitter seg med. Dette er ikke overraskende, da vi så i kapittel 4 at dette er de kategoriene av handlenett folk har flest av. Dermed vil det også være naturlig at disse handlenettene blir byttet ut oftest.

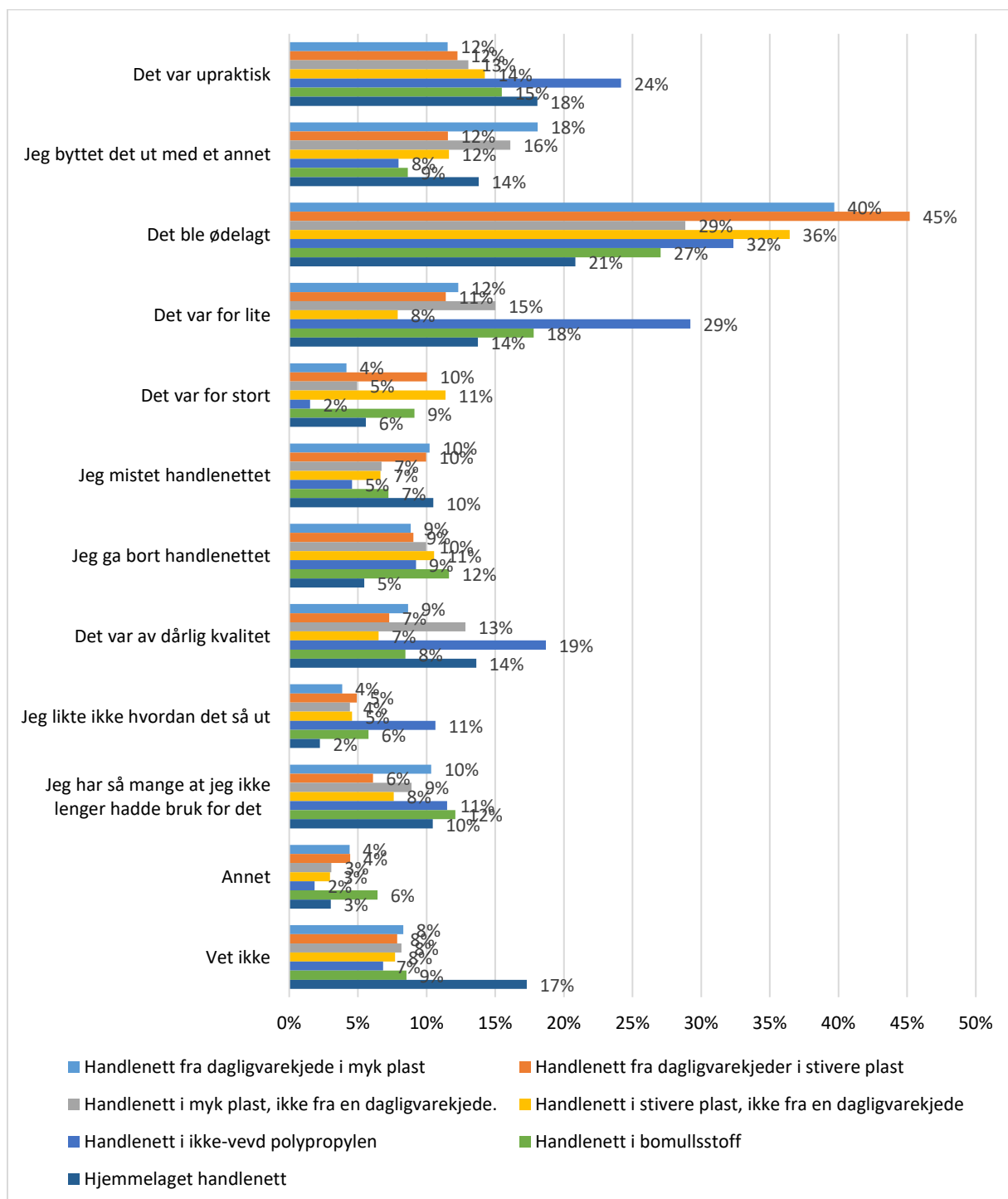


Figur 5.1. Prosentandel som har kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 månedene. N = 1.576.

5.1 Årsaker til at folk kvitter seg med handlenett

Det er ulike grunner til at folk kvitter seg med handlenett. I figur 5.2 ser vi at den vanligste grunnen er at folk kvitter seg med de ulike kategoriene av handlenett fordi de var ødelagte. Dette gjelder spesielt for handlenett fra dagligvarekjedene. Som vi så i kapittel 4, kan dette ses i sammenheng med at det er disse handlenettene også oftest faktisk blir brukt, og dermed fører det til mer slitasje på disse handlenettene sammenlignet med andre typer handlenett.

Blant dem som kvittet seg med ikke-vevd polypropylen handlenett, var andre vanlige grunner at handlenettet var upraktisk (24 %), det var for lite (29 %) og det var av dårlig kvalitet (19 %). Basert på disse resultatene, og at ikke-vevd polypropylen handlenett var den som vi så ble minst brukt under kapittel 4, kan det tyde på at folk er minst fornøyd med denne type handlenett.

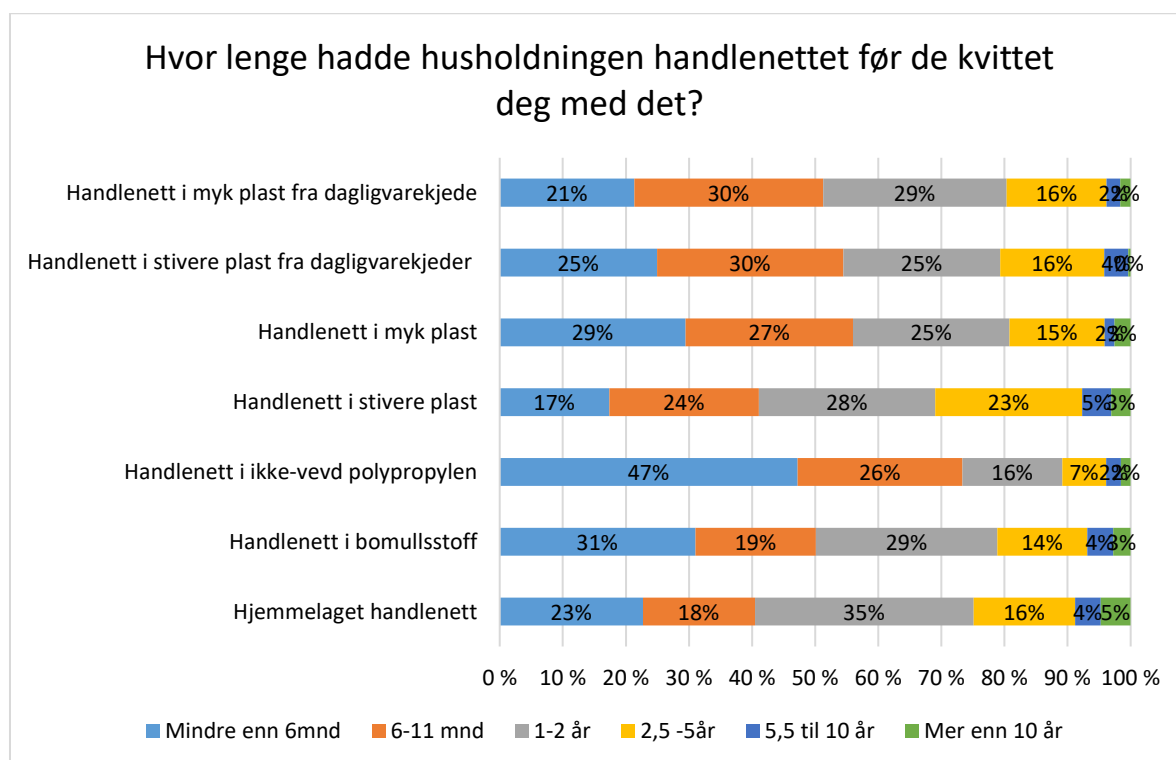


Figur 5.2. Grunner til at folk kvitter seg med handlenett. Spørsmål stilt til dem som svarte at de hadde kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 månedene. Handlenett i myk plast fra dagligvarekjede: N=252. Handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede: N=222. Handlenett i myk plast: 159. Handlenett i stivere plast: N=203. Handlenett i ikke-vevd polypropylen: N=264. Handlenett i bomullsstoff: N=165. Hjemmelaget handlenett: N=91.

5.2 Levetid på handlenett

Figur 5.3 illustrerer hvor lenge husholdningene hadde de ulike typene handlenett før de kvittet seg med dem. Den typen handlenett som folk hadde lengst før de kvittet seg med det var handlenett i stivere plast som ikke kom fra dagligvarebutikker og hjemmelagede handlenett. Over 50 % av respondentene hadde disse i minst 1 år før de kvittet seg med dem.

Motsatt, finner vi ikke-vevd polypropylen handlenett som den type handlenett det store flertallet kvittet seg med før det hadde gått 1 år (73 %). Dette samsvarer med resultatene over at respondentene i stor grad eier andre typer handlenett over denne typen. Videre ser vi at det er svært få som eier handlenett i over 5,5 år. De fleste som kvitter seg med handlenett, kvitter seg med dem før det har gått 2 år.



Figur 5.3. Hvor lenge hadde husholdningen handlenettet før de kvittet seg med dem. Spørsmål stilt til dem som hadde kvittet seg med ulike typer handlenett i løpet av de siste 6 måneder.

Handlenett i myk plast fra dagligvarekjede: N=252. Handlenett i stivere plast fra dagligvarekjede: N=222. Handlenett i myk plast: 159. Handlenett i stivere plast: N=203. Handlenett i ikke-vevd polypropylen: N=264. Handlenett i bomullsstoff: N=165. Hjemmelaget handlenett: N=91.

5.3 Oppsummering

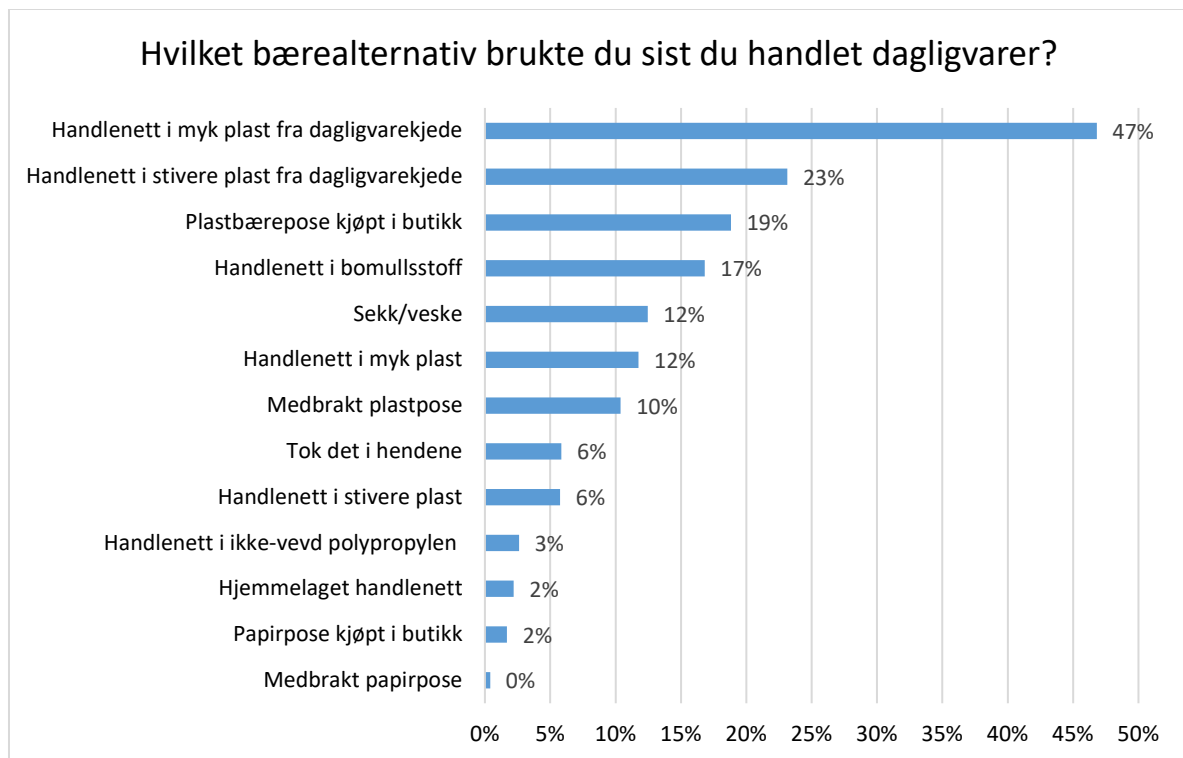
Få respondenter har kvittet seg med handlenett i løpet av de siste 6 månedene. Blant dem som har kvittet seg med handlenett, er det handlenett i stoffene ikke-vevd polypropylen og handlenett i plast fra dagligvarekjedene som er oftest valgt. Det var ulike grunner til at man kvitter seg med handlenett. Den vanligste grunnen var at handlenettene var ødelagt. Dette gjelder spesielt for handlenett fra dagligvarekjedene. Dette henger trolig sammen med at disse handlenettene også er de som oftest blir brukt av respondentene. Blant dem som kvittet seg med ikke-vevd polypropylen handlenett var andre vanlige grunner at handlenettet

var upraktisk, det var for lite og det var av dårlig kvalitet. De fleste som har kvittet seg med handlenett i løpet av de siste 6 månedene, oppgir at de eide handlenettene i mindre enn 2 år før de kvittet seg med dem og veldig få oppgir at de har hatt handlenettene i over 5 år.

6. Faktorer som påvirker bruk av handlenett

I litteraturgjennomgangen i kapittel 2 så vi at både individuelle og strukturelle faktorer, samt demografiske faktorer påvirker bruk av bærealternativer. I dette kapitlet undersøker vi nærmere hvilke faktorer som har betydning for bruk av handlenett i Norge. I de følgende analysene tar vi utgangspunkt i sist gang respondentene handlet dagligvarer.

Figur 6.1 viser hvilket bærealternativ respondentene brukte sist de handlet. Nesten halvparten av respondentene brukte handlenett i myk plast fra en dagligvarekjede. Deretter brukte 23 % handlenett i stiv plast fra en dagligvarekjede, mens 19 % brukte plastpose kjøpt i butikk. Det bærealternativet som ble minst brukt var papirpose.



Figur 6.1. Hvilket bærealternativ som ble brukt ved sist dagligvarehandel. Flere svar mulig. N=1.576.

6.1 Kjønn, alder, utdanning, inntekt og husholdning med barns betydning for bruk av bærealternativer

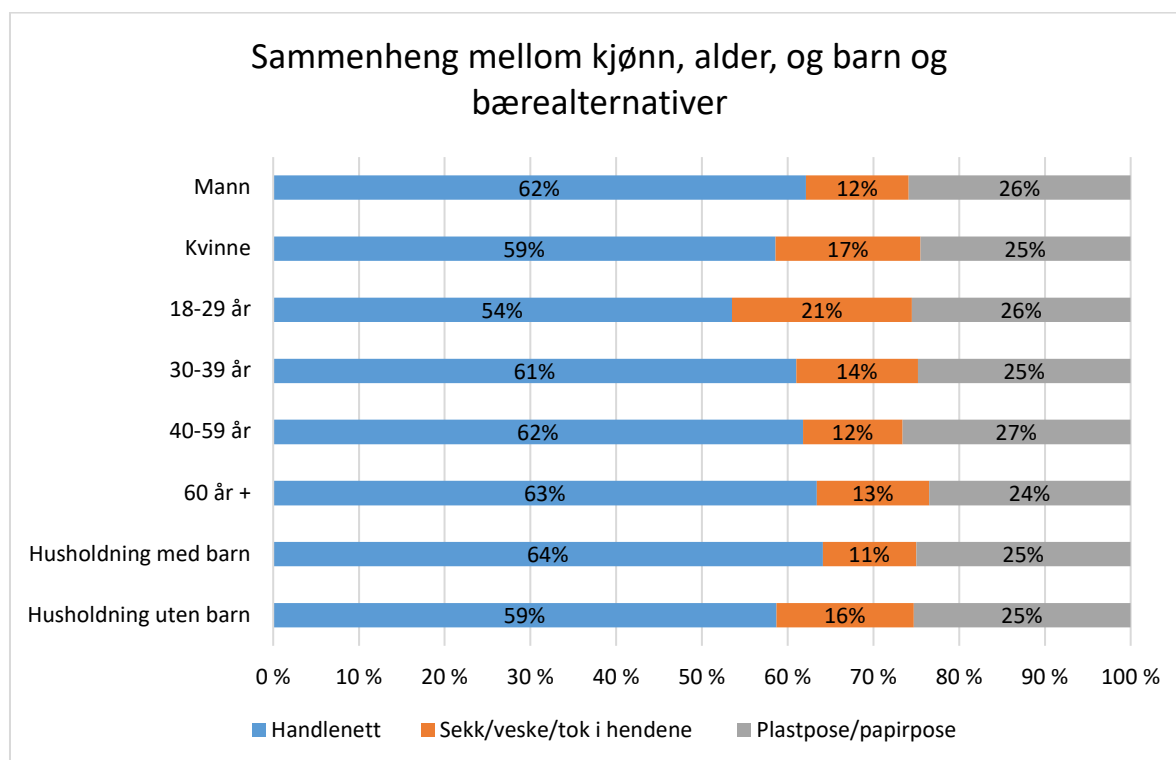
I de følgende analysene ser vi nærmere på hvilke faktorer som påvirker bruk av bærealternativer. Vi skiller mellom dem som kun brukte handlenett (N = 938), dem som brukte andre bærekraftige bærealternativer (N = 225), og dem som brukte plastpose/papirpose (N = 391) ved sist dagligvarehandel. Grunnen til at vi har slått sammen plastpose og papirpose var at kun 2% brukte papirpose og dette er for få respondenter til at vi kan generalisere resultatene fra denne gruppa.

Figur 6.2 viser at det er små forskjeller mellom menn og kvinner i valg av bærealternativ ved dagligvarehandel. Vi finner størst forskjeller mellom menn og kvinner ved at kvinner i større grad bruker andre bærekraftige alternativer sammenlignet med menn. Dette henger kanskje sammen med at kvinner i større grad bruker veske til å frakte ting. Da er disse bærealternativene allerede tilgjengelig ved dagligvarehandel.

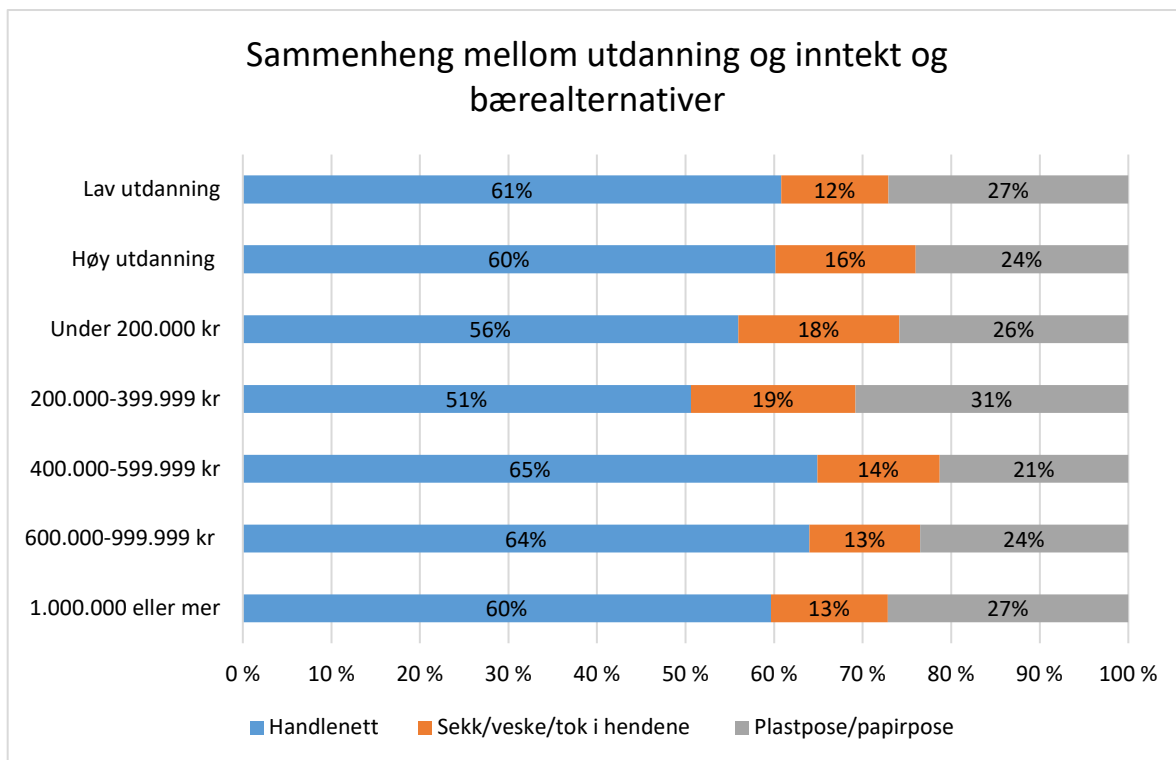
Videre ser vi at den yngste aldersgruppa i mindre grad bruker handlenett ved dagligvarehandel sammenlignet med de andre aldersgruppene, men denne gruppa bruker i større grad andre bærekraftige alternativer, som veske og sekk, sammenlignet med de andre aldersgruppene. Husholdninger med barn bruker i noe større grad handlenett sammenlignet med husholdninger uten barn.

Figur 6.3 viser at det ikke er en signifikant sammenheng mellom utdanningsnivå og bruk av bærealternativer. Når det gjelder inntekt, bruker de minste inntektsgruppene i noe mindre grad handlenett sammenlignet med de andre inntektsgruppene, men det er heller ikke en signifikant sammenheng mellom inntekt og bruk av bærealternativer.

Vi ser også at prosentandelen som bruker plastpose eller papirpose ved dagligvarehandel variere lite mellom demografiske variabler. Dette betyr at sosiodemografiske variabler, som kjønn, alder, utdanning, inntekt og husholdningstype, i liten grad forklarer bruk av plastpose/papirpose ved dagligvarehandel.



Figur 6.2. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og de sosiodemografiske variablene kjønn, alder og husholdninger med og uten barn.
 Kjønn: N = 1.553, p = 0,022. Alder: N = 1.554, p = 0,009. Barn: N = 1.555, p = 0,020.



Figur 6.3. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og utdanning og inntekt.
 Utdanning: N = 1.553, p = 0,077. Inntekt: N = 1.423, p = 0,080.

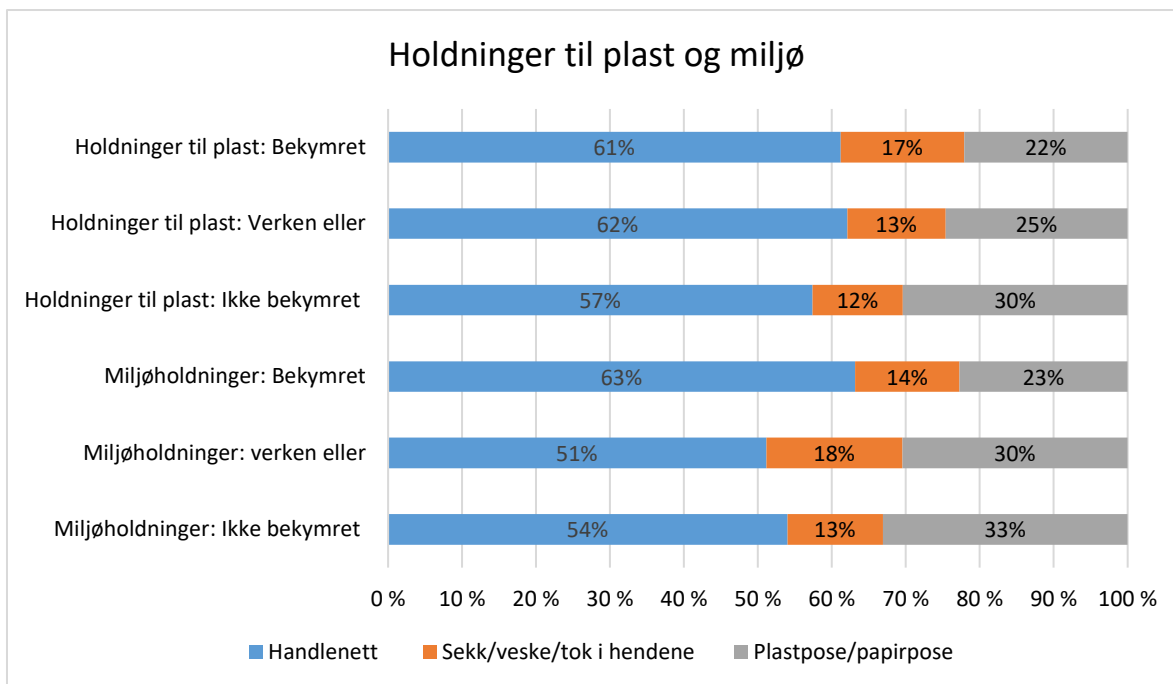
6.2 Faktorer på individnivå

6.2.1 Holdninger til plast og miljø

Figur 6.4 undersøker om holdninger til plast og generelle miljøholdninger³ har betydning for folks bruk av ulike typer bærealternativer. Vi finner at det er flere som bruker plastposer/papirposer til å frakte varene hjem dersom de ikke er bekymret for bruken av plast eller for miljøet. Blant dem som er bekymret for bruken av plast, er det flere som bruker andre bærekraftige alternativer som sekk/veske eller tok varene i hendene (17 %) sammenlignet med dem som i mindre grad er bekymret for bruken av plast. En grunn til dette kan være at de fleste handlenett er laget av plast.

Likevel viser resultatene at flertallet blant alle de ulike holdningsgruppene bruker handlenett eller andre bærekraftige alternativer når de handler dagligvarer. Dette indikerer at andre faktorer enn holdninger til plast og miljø påvirker folks valg av bærealternativer. Vi ser videre på om ulike handlepraksiser har betydning for bruk av handlenett.

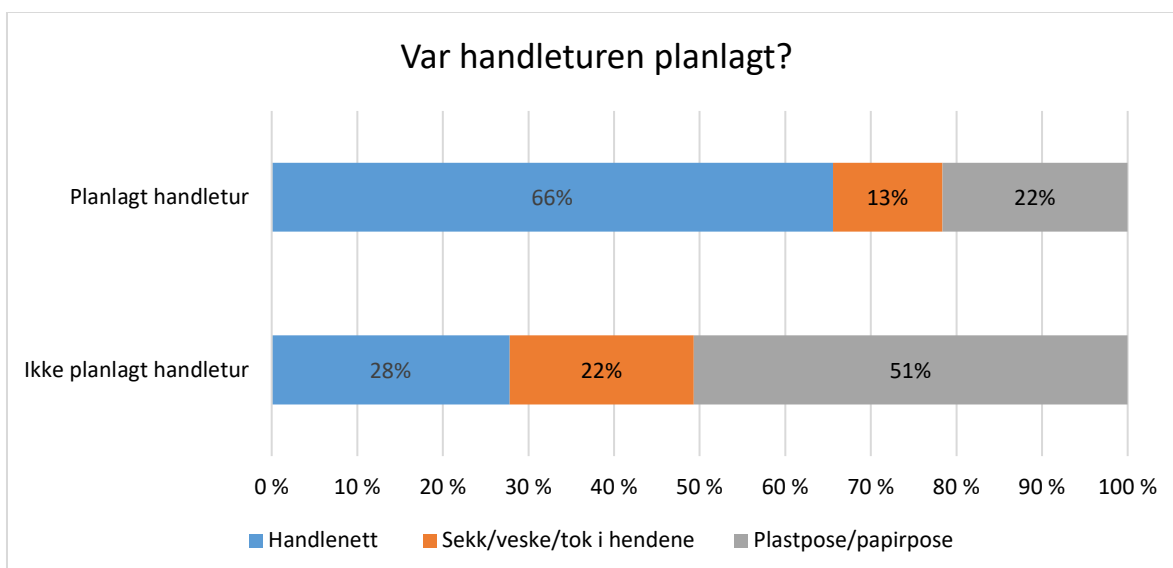
³ For å operasjonalisere miljøholdninger har vi laget en indeks av spørsmålene Aq29N2-Aq29N7 i spørreskjemaet basert på en faktoranalyse (KMO = 0,846). For detaljert beskrivelse av disse variablene, se spørreskjemaet i vedlegg i denne rapporten.



Figur 6.4. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og i hvilken grad man er bekymret for plast og miljø.
Holdninger til plast: N = 1.533, p = 0,012. Holdninger til miljø: N = 1.548, p = 0,011.

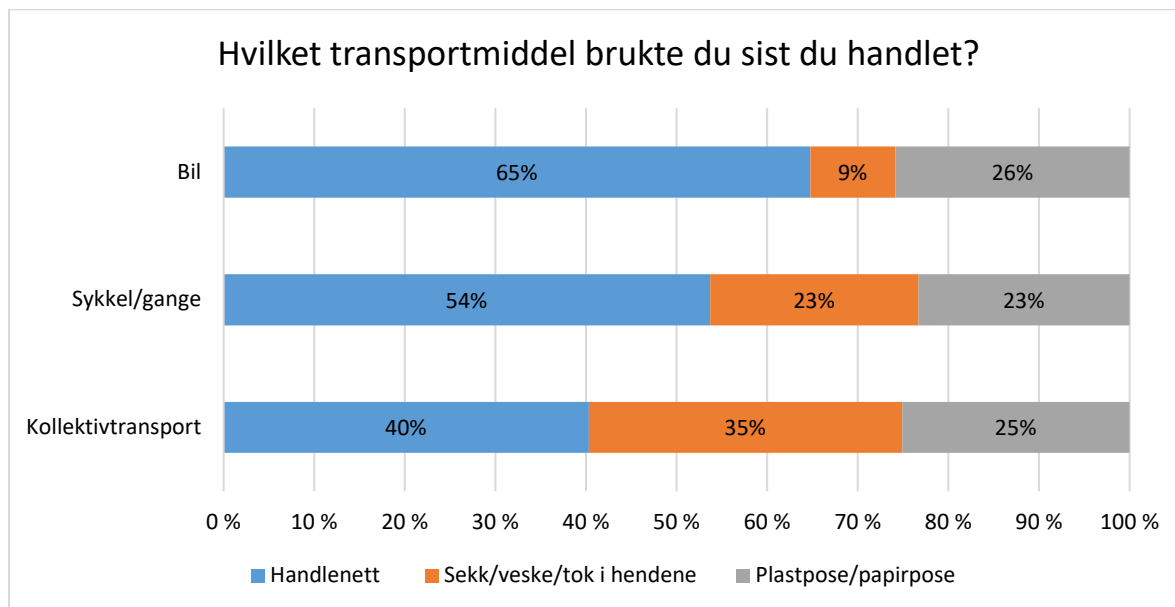
6.2.2 Handlepraksiser

Resultatene i figur 6.5 viser at om handleturen var planlagt eller ikke, har stor betydning for om man bruker handlenett ved dagligvarehandel. Blant dem som hadde planlagt handleturen, brukte 66 % handlenett, mens blant dem som ikke hadde planlagt handleturen brukte kun 28 % handlenett. I denne gruppa var det mye mer vanlig å bruke plastpose sammenlignet med dem som hadde planlagt handleturen. Videre var det også mer vanlig å putte varene i sekk/veske dersom man ikke hadde planlagt handleturen.



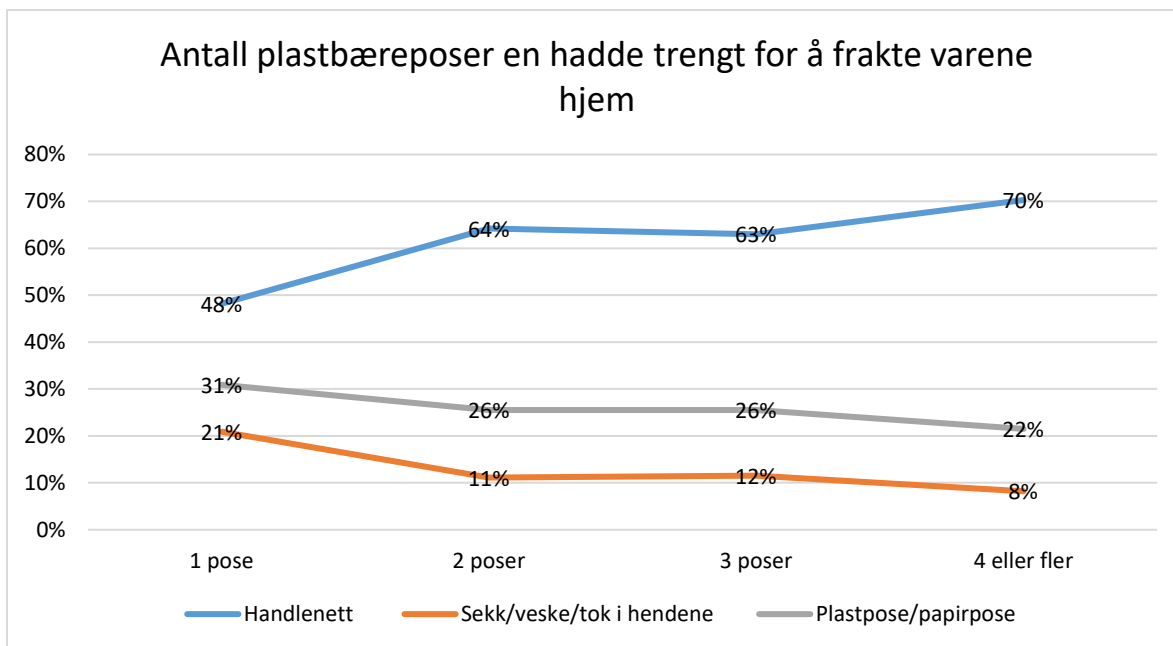
Figur 6.5. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og om handleturen var planlagt eller ikke.
N = 1.526, p < 0,001.

Figur 6.6 illustrerer om valg av transportmiddel til dagligvarebutikken har betydning for bruk av bærealternativer. Resultatene i figuren viser at transportmiddelbruk påvirker om man bruker handlenett eller andre bærekraftige bærealternativer, mens det har liten betydning for om man bruker plastpose/papirpose. Blant dem som kjører bil til butikken er det flest som bruker handlenett til å frakte varene hjem. En grunn til dette kan være at en oppbevarer handlenett i bilen, noe som gjør det enklere å huske på å ta med handlenett til dagligvarebutikken. Blant dem som bruker kollektivtransport, er det mer vanlig å bruke alternative bærekraftige alternativer som sekk/veske/ta i hendene sammenlignet med dem som reiser med bil og sykkel/gange.



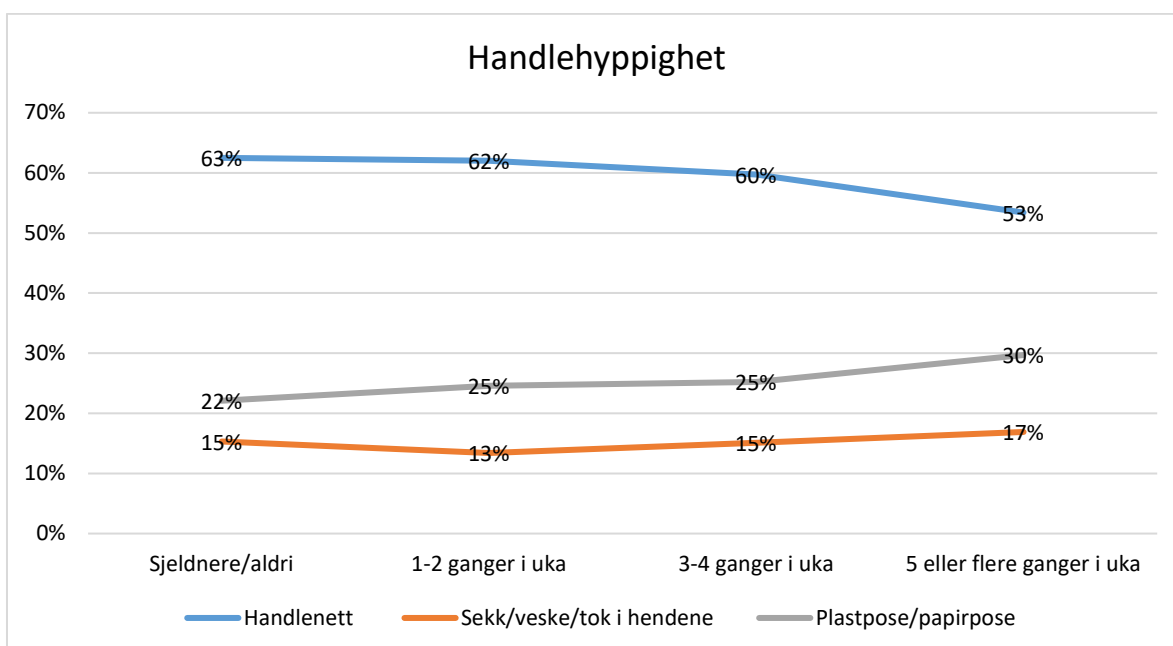
Figur 6.6. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvilket transportmiddel man brukte til dagligvarebutikken.
N = 1.547, p < 0,001.

Hvor mye man handler har også betydning for hvilket bærealternativ man bruker for å frakte varene. Figur 6.7 viser at dess flere plastposer en hadde trengt for å frakte varene hjem, dess mer sannsynlig er det at en bruker handlenett. Det kan være flere grunner til dette. For det første kan det tenkes at dersom en spontanhandler, handler man ofte færre varer. I tillegg kan det også være at handleturen i større grad er planlagt når en handler mye. En annen mulig årsak er at dersom en skal handle varer tilsvarende 2 eller flere plastposer er det mer praktisk å frakte disse varene i handlenett. Handlenett rommer mer, og i tillegg kan de oppleves som mer slitesterke enn plastposer eller papirposer fra dagligvarebutikkene.



Figur 6.7. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvor mange poser man hadde trengte for å frakte varene.
N = 1.409, p < 0,001.

Videre ser vi i figur 6.8 at hvor ofte man handler dagligvarer ikke har en statistisk signifikant sammenheng med bruk av bærealternativ, selv om resultatene antyder at man i mindre grad bruker handlenett dess oftere man handler. Dette henger sammen med resultatene over: Dersom man handler ofte, henger også dette sammen med både mengde varer man handler og i hvilken grad handleturen er planlagt. Det er naturlig å tenke seg at de som handler sjeldent i større grad planlegger handleturene sine og handler mer mengde varer sammenlignet med dem som handler ofte.



Figur 6.8. Sammenheng mellom bruk av bærealternativer og hvor ofte husholdning handler dagligvarer.
N = 1.546, p = 0,635.

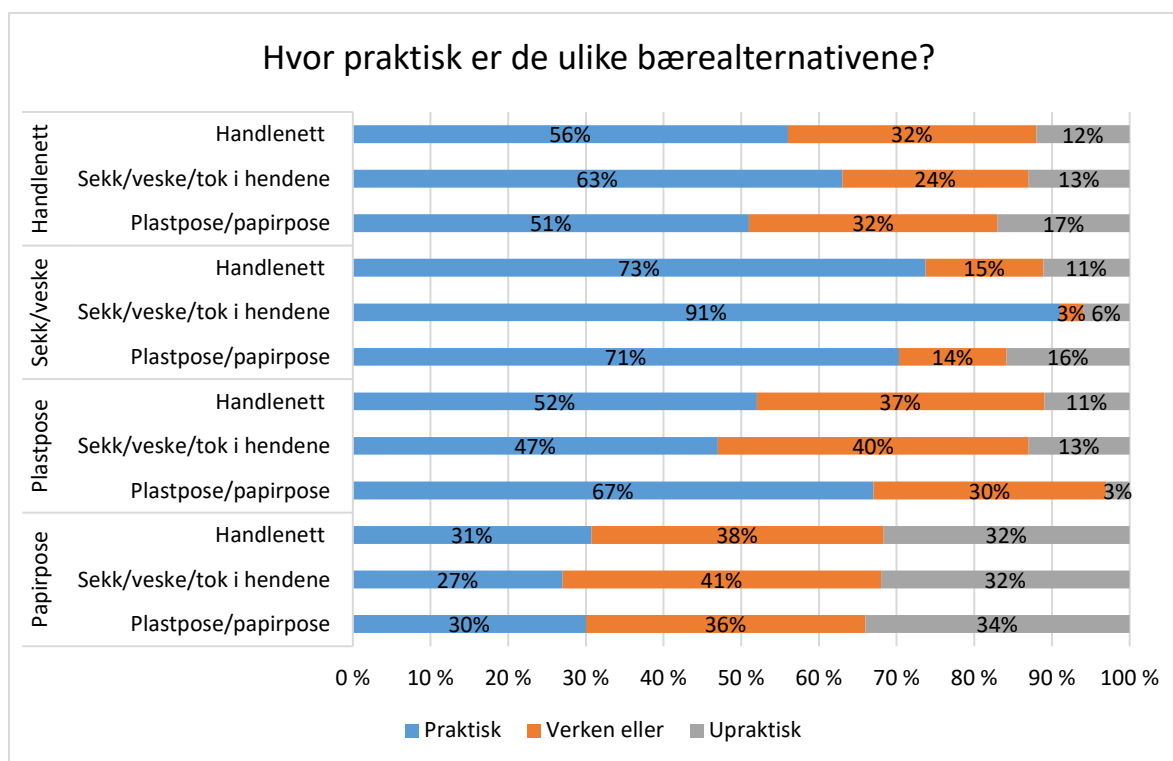
6.2.3 Hvilket bærealternativ er praktisk?

Folks holdninger til hvor praktisk de opplever de ulike bærealternativene kan også forventes å påvirke valg av bærealternativer. Figur 6.9 viser hvor praktisk dem som bruker handlenett, andre bærekraftige alternativer og dem som bruker plastposer/papirposer opplever ulike bærealternativer. Flertallet av respondentene synes at både handlenett, sekk/veske og plastpose er praktiske alternativer til å frakte varene hjem fra dagligvarebutikken. På den andre siden blir papirpose opplevd som minst praktisk for å frakte varene, og det er kun rundt 30% av respondentene som opplever papirposen som praktisk. De fleste ser på papirpose som verken praktisk eller upraktisk. Resultatene viser videre at det ikke er statistisk signifikante forskjeller mellom dem som brukte handlenett, andre bærekraftige alternativer eller plastpose/papirposer når det kommer til holdninger til hvor praktisk respondentene opplever papirposen.

De fleste mener at sekk eller veske er det bærealternativet som er mest praktisk for å frakte varer. Dette gjaldt særlig blant de respondentene som brukte sekk/veske/tok i hendene ved forrige handletur. Blant disse mente heler 91% at sekk/veske er et praktisk bærealternativ. Videre oppleves plastposen som det klart mest praktiske alternativet blant dem som brukte plastpose/papirpose sist de handlet dagligvarer. 67 % av dem som brukte plastpose/papirpose ved sist handletur synes plastposer er et praktisk bærealternativ.

Flertallet synes handlenett er praktisk til frakt av varer. Det er blant dem som bruker sekk/veske/tok i hendene at flest er positive (63 %). Blant dem som brukte handlenett mente 56 % at dette er et praktisk bærealternativ, og kun 12 % mente at handlenett er upraktisk.

Resultatene indikerer at respondentene har valgt et bærealternativ de synes var praktisk til å frakte varene hjem.



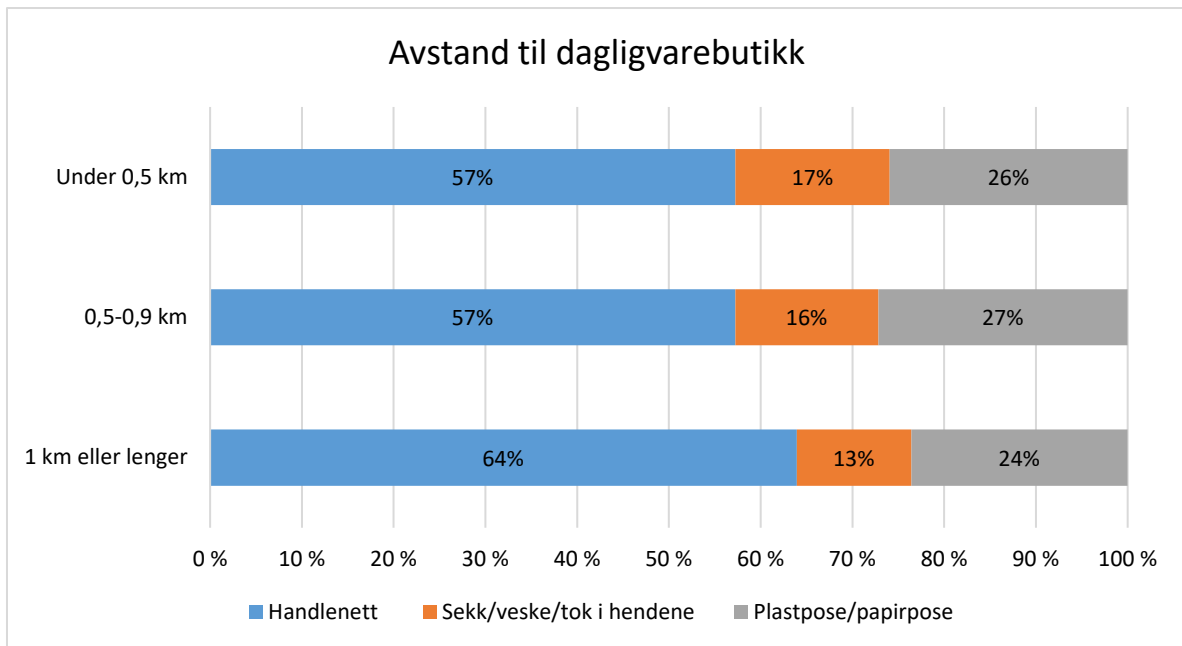
Figur 6.9. Hvor praktisk oppleves ulike bærealternativer blant dem som brukte handlenett, dem som brukte sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose sist de handlet.
Praktisk handlenett: N = 1.543, p=0,023. Praktisk sekk/veske: N = 1.497, p < 0,001. Praktisk plastpose: N = 1.543, p < 0,001. Praktisk papirpose: N = 1.537, p = 0,736.

6.3 Kontekstuelle faktorer

I de følgende analysene ser vi på sammenhengen mellom ulike kontekstuelle faktorer og valg av bærealternativer for frakt av varer ved dagligvarehandel. Vi undersøker om lokasjon av dagligvarebutikker, håndtering av restavfall, egenskaper ved dagligvarebutikkene og pris på ulike bærealternativer har noe å si for bruk av handlenett.

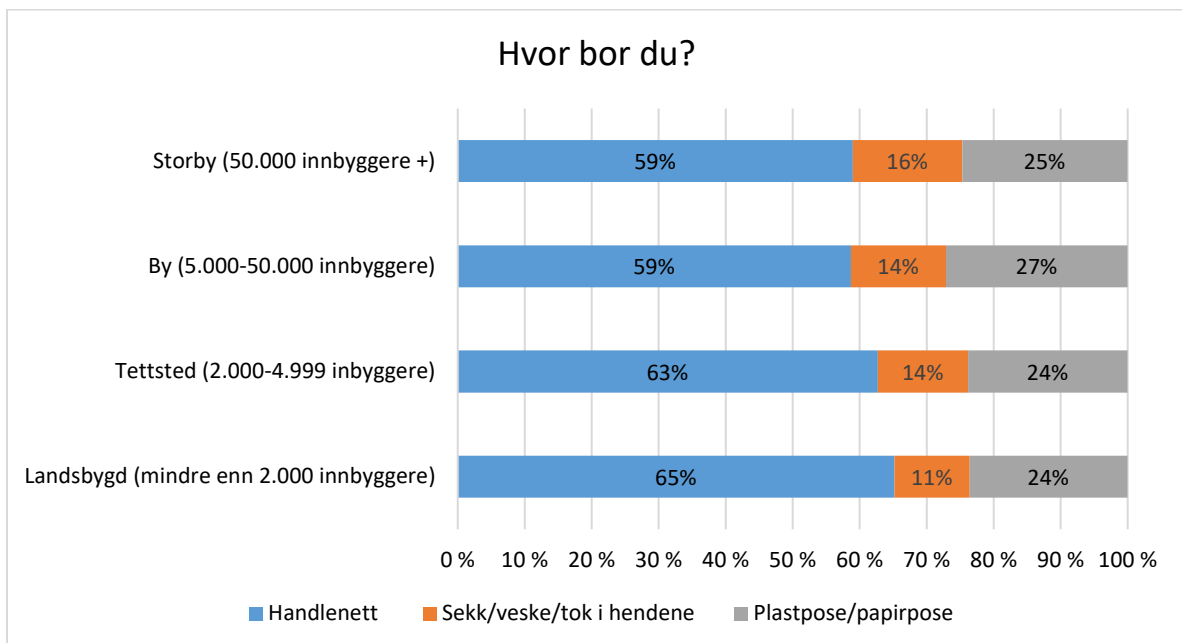
6.3.1 Bosted

Avstand til dagligvarebutikken man oftest bruker har i noe grad betydning for valg av bærealternativ, men sammenhengen er kun statistisk signifikant på 10 % nivå. Figur 6.10 viser at dem som bor over 1 km fra den dagligvarebutikken de oftest bruker, i større grad bruker handlenett ved dagligvarehandel sammenlignet med dem som bor under 1 km fra dagligvarebutikken de oftest bruker. De som bor over 1 km fra dagligvarebutikken bruker også i noe mindre grad plastpose. De som bor nærmere enn 1 km fra den dagligvarebutikken de oftest bruker, bruker i større grad andre bærekraftige alternativer, som sekk og veske, sammenlignet med dem som bor over 1 km fra dagligvarebutikken. Disse funnene kan henge sammen med tidligere funn om handlepraksiser. For eksempel kan det tenkes at de som bor over 1 km unna nærmeste dagligvarebutikk oftere bruker bil når de handler. Det kan også tenkes at de i større grad planlegger handleturen, mens de som bor nærmere dagligvarebutikken oftere spontanhandler og går til butikken.



Figur 6.10. Sammenheng mellom avstand til den fysiske dagligvarebutikken respondenten oftest handler i og hvilket bærealternativ de bruker.
N = 1.536, p = 0,086.

Videre viser figur 6.11 at om man bor i storby, liten by, tettsted eller landsbygd har i liten grad betydning for hvilket bærealternativ man bruker ved dagligvarehandel. Det er ikke statistisk signifikant forskjell mellom dem som bruker handlenett, andre bærekraftige alternativer og dem som bruker plastpose/papirpose.



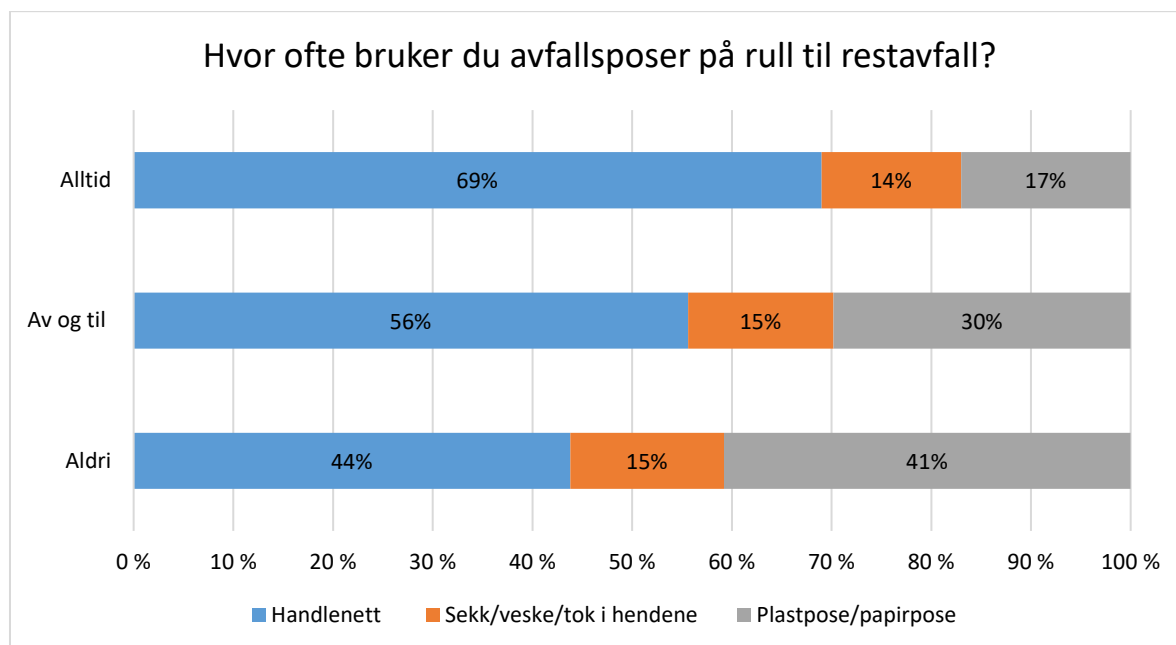
Figur 6.11. Sammenheng mellom bruk av bærealternativ og om man bor i storby, by, tettsted og på landsbygd.
N = 1.555, p = 0,433.

6.3.2 Håndtering av restavfall

Håndtering av restavfall er både et individspørsmål og et kontekstuell spørsmål. Hvordan vi håndterer vårt eget restavfall vil selvfølgelig være et individspørsmål, men håndteringen av restavfall går samtidig inn i en større samtale, slik vi så i litteraturgjennomgangen. Samfunnet er med på å skape praksisen og derfor ser vi på håndtering av restavfall i en kontekstuell setting.

I litteraturgjennomgangen så vi at det er vanlig å bruke posene fra dagligvarebutikken om igjen til å handtere restavfall. Nyere forskning viser at det er mer miljøvennlig å bruke avfallsposer på rull til håndtering av restavfall og å bruke handlenett til å frakte varene (Askham et al., 2021). I de følgende analysene undersøker vi om folk bruker avfallsposer på rull til å handtere restavfall, og om dette har betydning for valg av bærealternativ. Vi undersøker også i hvilken grad folk har kunnskap om hvilket alternativ som er mest bærekraftig for håndtering av restavfall.

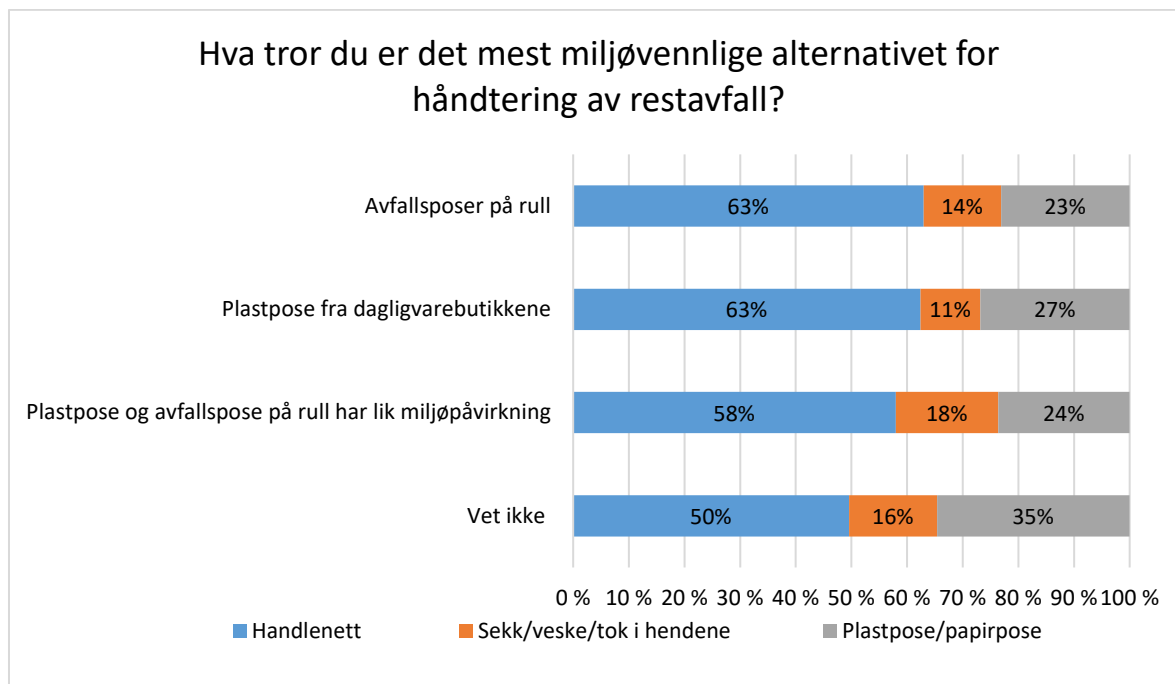
Figur 6.12 viser at om man bruker avfallsposer på rull til håndtering av restavfall har mye å si for hvilket bærealternativ man bruker ved dagligvarehandel. Blant dem som bruker avfallsposer på rull til restavfall bruker så mange som 69 % handlenett ved dagligvarehandel, og kun 17 % brukte plastpose for å frakte varene, mens blant dem som aldri bruker avfallsposer på rull til restavfall, brukte kun 44 % handlenett sist de handlet og 41 % brukte plastpose. Dette tyder på at blant dem som aldri bruker avfallspose på rull til restavfall, er det vanlig å bruke plastposen fra dagligvarehandelen om igjen til håndtering av restavfall.



Figur 6.12. Sammenheng mellom valg av bærealternativ og bruk av avfallsposer på rull til håndtering av restavfall.
N = 1.534, p < 0,001.

Videre ser vi i figur 6.13 at det er en del usikkerhet rundt hvilke alternativ som er mest miljøvennlig til håndtering av restavfall. Det er ingen forskjell mellom hvem som bruker handlenett og hvem som mener at avfallsposer på rull er mest miljøvennlig og hvem som mener at plastposer fra dagligvarebutikken er mest miljøvennlig. En litt større andel av dem

som brukte plastpose eller papirpose sist de handlet, mener at plastposen er det mest miljøvennlige alternativet til restavfall (27 %), mens 23 % mener at avfallsposer på rull er det mest miljøvennlige alternativet blant dem som brukte plastposer eller papirpose. Blant dem som brukte plastpose/papirpose da de handlet dagligvarer, var det en større andel respondenter som svarte «vet ikke» på hvilket alternativ som er mest miljøvennlig for håndtering av restavfall (35 %).



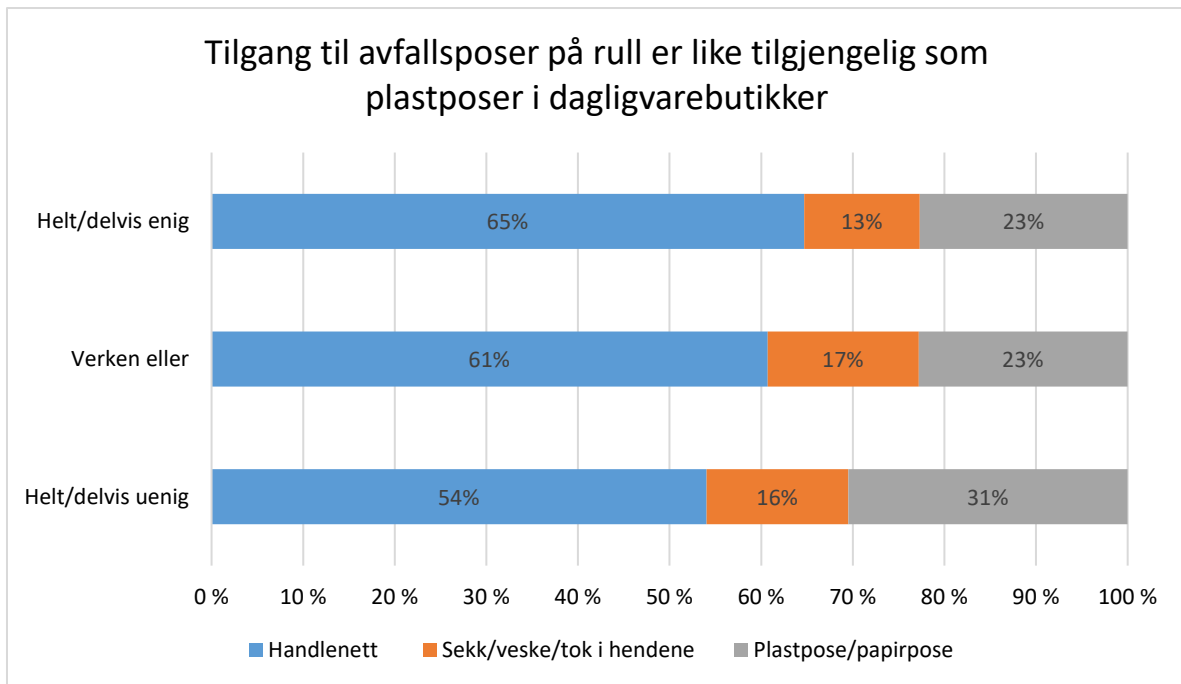
Figur 6.13. Sammenheng mellom bruk av bærealternativ og hvilket alternativ som er best for håndtering av restavfall.

N = 1.555, p = 0,003.

6.3.3 Egenskaper ved dagligvarebutikkene

I litteraturgjennomgangen så vi at egenskaper ved dagligvarebutikkene kan påvirke bruk av bærealternativer. Vi undersøker derfor om tilgang på avfallsposer på rull, tilgang på plastposer, og kassens utforming påvirker valg av bærealternativ ved dagligvarehandel.

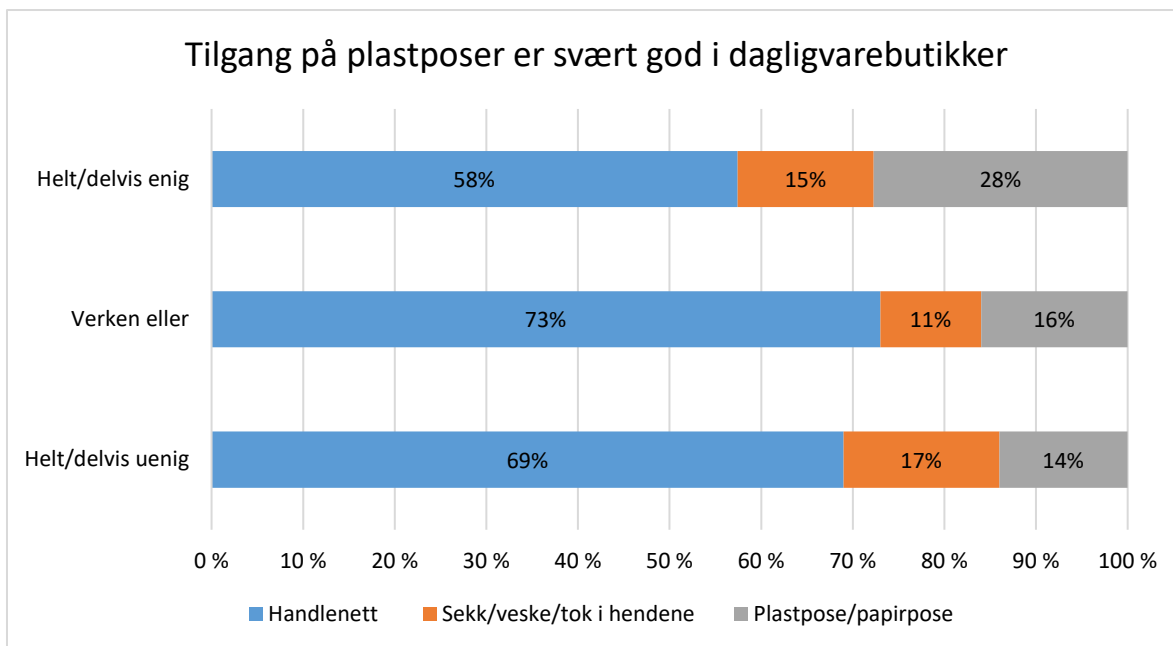
Figur 6.14 viser at blant dem som bruker handlenett er 65 % helt eller delvis enig i at avfallsposer på rull er like tilgjengelig som plastposer i dagligvarebutikken. Blant dem som brukte plastpose eller papirpose svarte 31 % at de var helt eller delvis uenig i at avfallsposer på rull er like tilgjengelig som plastposer i dagligvarebutikker, mens 23 % var helt eller delvis enig i dette. Disse resultatene tyder på at blant dem som bruker handlenett er det flere som mener det er god tilgang på avfallsposer i dagligvarebutikker, mens blant dem som brukte plastpose/papirpose er det flere som synes tilgangen på avfallsposer ikke er like god som tilgang på plastposer.



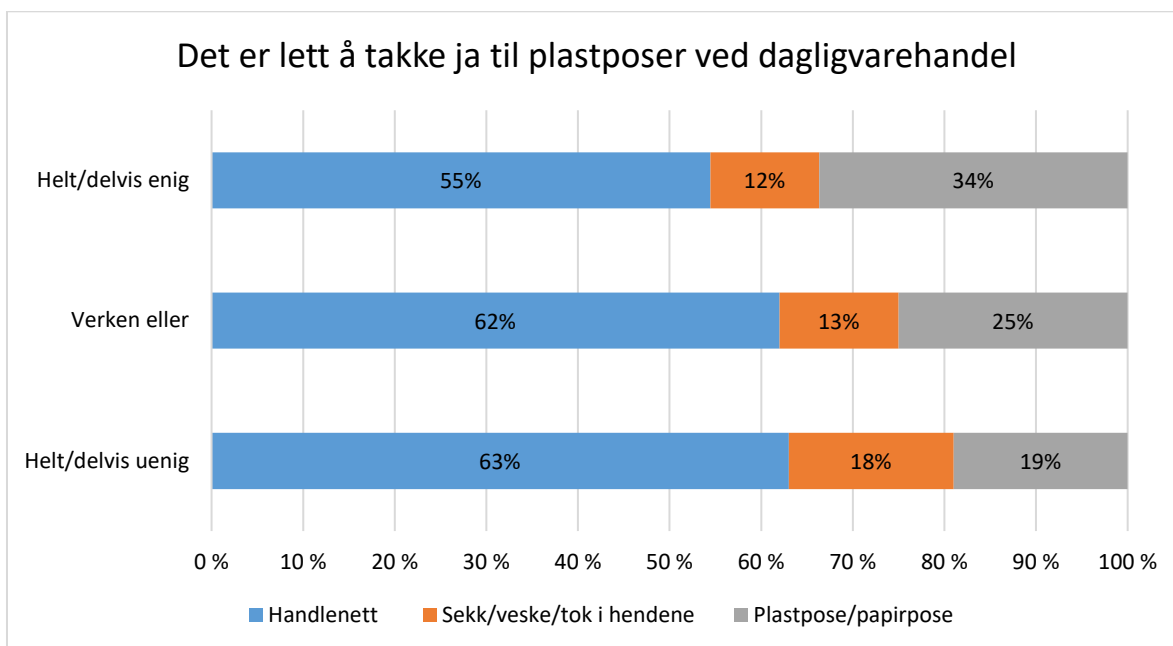
Figur 6.14. Sammenheng mellom tilgang på avfallsposer på rull i dagligvarebutikk og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel. Prosent. N = 1.456. p = 0,004.

I Figur 6.15 ser vi på sammenheng mellom tilgang til plastposer i dagligvarebutikkene og bruk av bærealternativer. Blant dem som er enig i at det er god tilgang på plastposer i dagligvarebutikkene, bruker 58 % handlenett. Det er en betydelig større andel som bruker handlenett blant dem som mener at det ikke er god tilgang til plastposer i dagligvarebutikkene og blant dem som svarer verken eller (henholdsvis 69 % og 73 %). Videre viser tallene at det er flere som bruker plastpose eller papirpose blant dem som er enig i at det er god tilgang til plastposer enn blant dem som ikke er enig i at det er god tilgang (henholdsvis 28 % og 14 %).

Som vi så i litteraturgjennomgangen viste en studie fra EGG Design (2022) at folk synes det var lett å takke ja til plastposer når man ble spurt av ansatte i dagligvarebutikken om man vil ha pose. Resultatene i figur 6.16 viser at dette kan oppleves som en faktor som påvirker bruk av plastpose i vår studie også. Det er flere som brukte plastpose/papirpose ved forrige dagligvarehandel blant dem som er enige i at det er lett å takke ja til plastpose i butikk enn blant dem som svarte at de var uenige i påstanden (henholdsvis 34 % og 19 %).

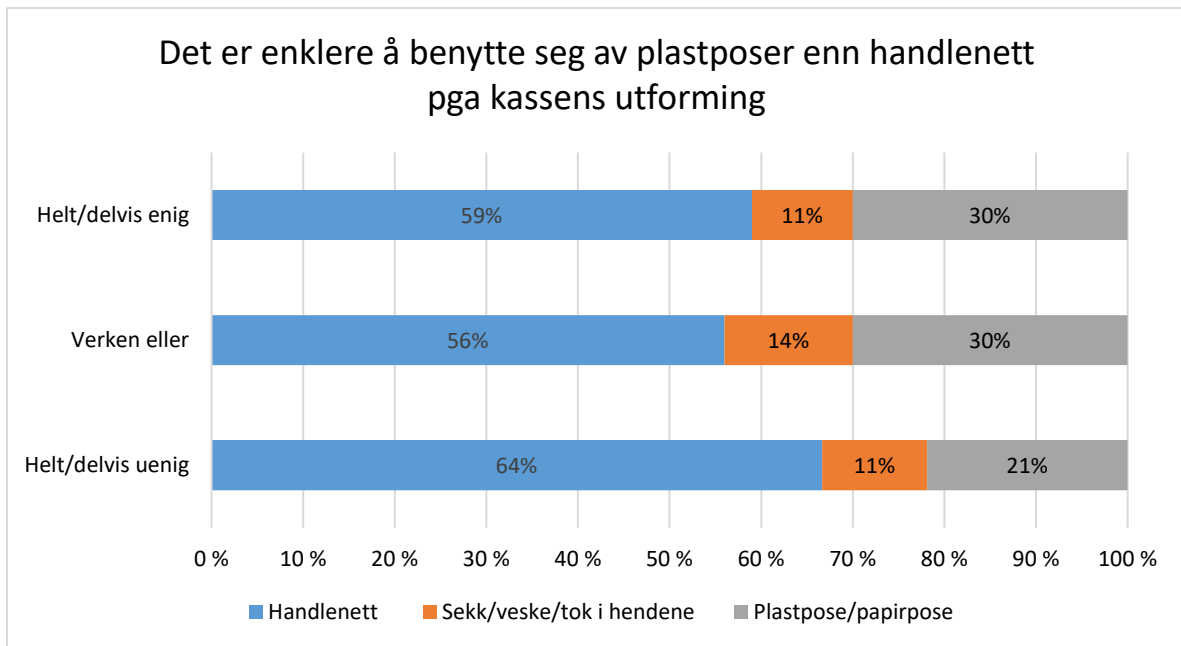


Figur 6.15. Sammenheng mellom holdninger til tilgang på plastposer i dagligvarebutikker og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel.
N = 1.494. p = 0,002.



Figur 6.16. Sammenheng mellom om det er lett å takke ja til plastposer ved dagligvarehandel og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel.
Prosent. N = 1.525. p < 0,001.

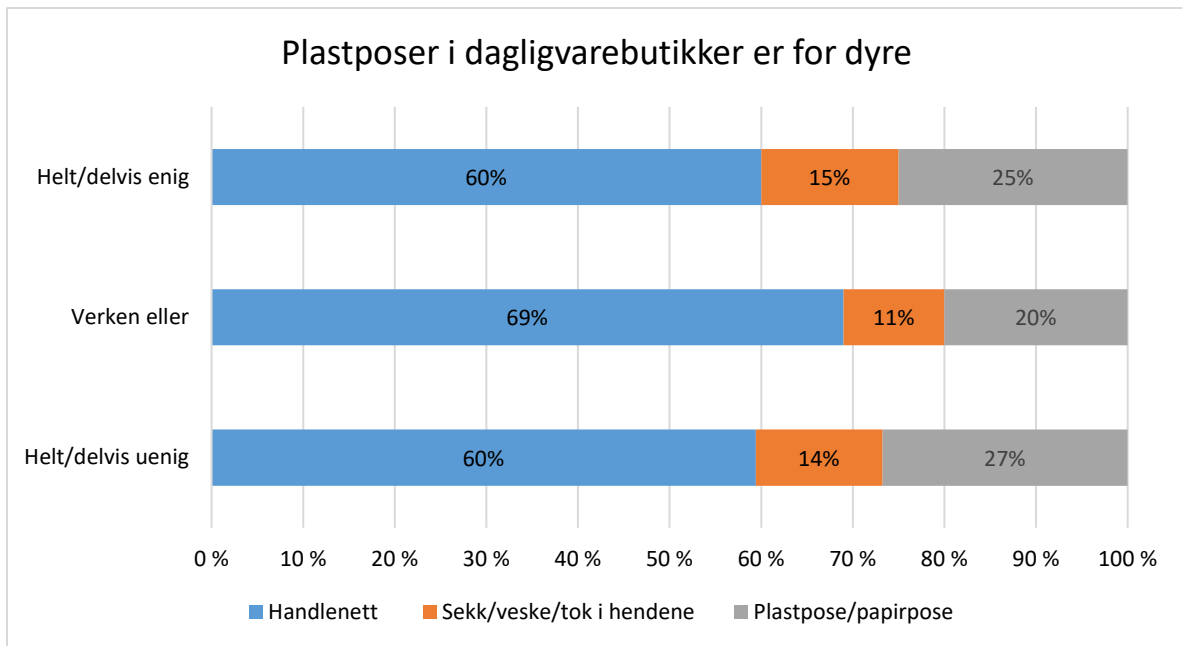
Til slutt spurte vi også respondentene om kassens utforming gjorde det enklere for dem å bruke plastpose enn handlenett. Figur 6.17 viser at flere bruker handlenett blant dem som svarte at de var uenige i dette sammenlignet med dem som svarte at de var enige. På den andre siden viser resultatene at flere brukte plastpose/papirpose ved forrige handleturn dersom de var enig i at kassens utforming gjorde det lettere å bruke plastposer enn handlenett sammenlignet med dem som svarte at de var uenig. Kassens utforming kan dermed oppleves som en barriere for noen når det kommer til bruk av handlenett.



Figur 6.17. Sammenheng mellom holdninger til kassens utforming og bruk av bærealternativ ved dagligvarehandel. Prosent. N = 1.479. p = 0,001.

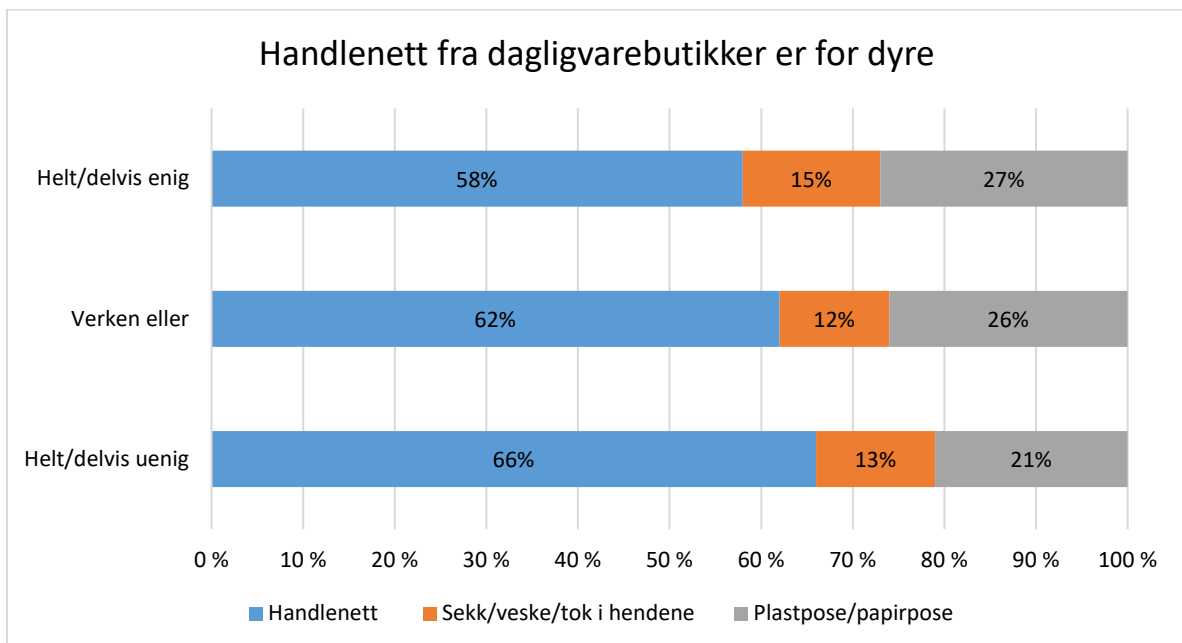
6.3.4 Pris på plastposer og handlenett

Pris har vært et viktig virkemiddel for å redusere bruk av plastposer i Norge og andre land. I litteraturgjennomgangen så vi at effekten av pris har betydning for bruk av bærealternativ. I denne studien viser figur 6.18 at pris på plastposer i liten grad kan forklare valg av bærealternativer ved dagligvarehandel, og det er ingen signifikant sammenheng mellom disse variablene. Dette henger sammen med at de fleste i studien synes plastposen har for høy pris, og at både de som brukte plastpose/papirpose, sekk/veske eller tok i hendene synes plastposen er dyr. Dette tyder på at alle synes prisen på plastpose er høy, men at det ikke kan forklare forskjellene mellom dem som bruker plastpose, handlenett eller andre bærekraftige alternativer ved dagligvarehandel.



Figur 6.18. Prosentandelen som syns plastposer i dagligvarebutikker er for dyre blant dem som brukte handlenett, sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose.
N = 1.522. p = 0,316.

Derimot er det en signifikant sammenheng mellom holdninger til pris på handlenett og valg av bærealternativ. Figur 6.19 viser at blant dem som er uenige i at handlenett er for dyre, er det en større andel som bruker handlenett (66 %) mot dem som er enige i at handlenett er for dyre (58 %). Vi ser motsatt tendens blant dem som brukte plastpose/papirpose.



Figur 6.19. Prosentandelen som syns handlenett fra dagligvarebutikker er for dyre blant dem som brukte handlenett, sekk/veske/tok i hendene og dem som brukte plastpose/papirpose.
N = 1.429. p = 0,044.

6.4 Ulike faktorerers betydning for bruk av handlenett

Vi har til nå hovedsakelig sett på bivariate sammenhenger mellom ulike forklaringsvariabler og bruk av bærealternativer. I dette avsnittet vil vi undersøke sammenhengen mellom de ulike faktorene identifisert over i en multivariat analyse, der valg av bærealternativer beregnes som en funksjon av flere uavhengige variabler. Vi har derfor beregnet tre logistiske regresjonsmodeller som analyserer sannsynligheten for å bruke handlenett framfor andre bærealternativer i dagligvarehandel.

Tabell 6.1 viser resultatene fra de tre regresjonsmodellene. Modell 1 ser på hvilke demografiske faktorer som har betydning for bruk av handlenett. Vi ser at alder er positivt korrelert med bruk av handlenett. Det betyr at dess eldre en person er, dess mer sannsynlig er det at personen bruker handlenett. Kjønn, utdanning, inntekt og om man har barn eller ikke, har ikke signifikant effekt på om man bruker handlenett ved dagligvarehandel. Det betyr at disse variablene ikke kan forklare forskjeller mellom hvem som bruker handlenett eller ikke.

I modell 2 har vi også inkludert forklaringsvariabler på individnivå i modellen. Ved å inkludere disse variablene i modellen, er ikke lenger alder signifikant. Vi ser også at holdninger til miljø og holdninger til hvor praktisk handlenett er, ikke kan signifikant forklarer hvorfor man bruker handlenett. Derimot ser vi at om handleturen er planlagt eller ikke, har mye å si for om man bruker handlenett. Dersom handleturen er planlagt, er sannsynligheten for å bruke handlenett 5,293 høyere sammenlignet med om handleturen ikke er planlagt, kontrollert for de andre variablene i modell 2. Videre ser vi også at dess flere handleposer man ville trengt for å frakte varene, dess mer sannsynlig er det at man bruker handlenett. Til slutt ser vi også at det er mer sannsynlig å bruke handlenett dersom man kjører bil til dagligvarebutikken. Disse funnene indikerer at handlepraksiser har signifikante betydninger for bruk av handlenett ved dagligvarehandel.

I modell 3 er også kontekstuelle variabler inkludert. Resultatene viser at handlepraksisene, det vil si hvor mye man handler, hvilket transportmiddel man bruker og om handleturen er planlagt, fremdeles signifikant forklarer sannsynligheten for å bruke handlenett sammenlignet med andre bærealternativ når vi kontrollerer for kontekstuelle variabler. Videre ser vi også at bruk av avfallsposer på rull til restavfall øker sannsynligheten for å bruke handlenett ved dagligvarehandel. Denne effekten er signifikant. Avstand til dagligvarebutikken kan derimot ikke signifikant forklare sannsynligheten for bruk av handlenett når vi kontrollerer for de andre forklaringsvariablene i modell 3.

Det er en negativ sammenheng mellom pris på handlenett og sannsynligheten for å bruke handlenett ved dagligvarehandel. Dette betyr at dess dyrere man syns handlenettene er, dess mindre sannsynlig er det at man bruker handlenett ved dagligvarehandel. Pris på plastpose er derimot ikke statistisk signifikant. Dette så vi også i figur 6.18, som viste at de aller fleste synes plastposene fra dagligvarebutikkene er for dyre, både blant dem som brukte plastpose, sekk/veske/tok i hendene og blant dem som brukte handlenett.

Det er også en negativ sammenheng mellom holdninger til tilgang på plastpose i butikk og bruk av handlenett: Dess mer enig man er i at det er god tilgang på plastpose i dagligvarebutikken, dess mindre sannsynlig er det at en bruker handlenett ved dagligvarehandel. Derimot er det ikke en signifikant sammenheng mellom holdning til at det

er lett å takke ja til plastposer i dagligvarebutikk og bruk av handlenett, og tilgang på avfallsrull i dagligvarebutikker og bruk av handlenett.

Nagelkerke's R^2 gir en indikasjon på hvor godt modellen passer til dataene. Vi ser at verdien øker fra modell 1 til modell 2 og til modell 3. Dette betyr at modellene forklarer mer når vi inkluderer individuelle og kontekstuelle forklaringsvariabler. Likevel er ikke verdien i modell 3 veldig høy, som indikerer at det er andre variabler som ikke er tatt med i modellen som spiller en rolle for bruk av handlenett.

Tabell 6.1. Logistisk regresjonsanalyse som viser sannsynligheten for å bruke handlenett sammenlignet med andre bærealternativer ved dagligvarehandel.

	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	β (SE)	Odds ratio	β (SE)	Odds ratio	β (SE)	Odds ratio
Kjønn (0=menn, 1=kvinne)	-0,172 (0,128)	0,842	-0,232* (0,136)	0,793*	-0,323** (0,145)	0,724**
Alder	0,169** (0,059)	1,185**	0,079 (0,064)	1,083	0,036 (0,069)	1,036
Utdanning (0=lav, 1=høy)	-0,049 (0,137)	0,978	-0,015 (0,147)	0,985	-0,039 (0,153)	0,962
Inntekt	-0,031 (0,031)	0,953	-0,033 (0,033)	0,968	-0,034 (0,034)	0,966
Barn (0=nei, 1=ja)	0,207 (0,145)	0,1230	0,073 (0,159)	1,076	0,089 (0,164)	1,093
Holdninger til miljø			-0,133 (0,159)	0,875	-0,172 (0,119)	0,842
Handlenett praktisk			0,165 (0,117)	1,179	0,161 (0,122)	1,175
Planlagt handletur (0=Nei, 1=ja)			1,666*** (0,226)	5,293***	1,614*** (0,232)	5,024***
Mengde			0,166** (0,071)	1,180**	0,148** (0,074)	1,160**
Bil (0=nei, 1=ja)			0,361** (0,155)	1,435**	0,412** (0,171)	1,510**
Handlehyppighet			-0,063 (0,105)	0,939	-0,038 (0,109)	0,963
Avstand til dagligvarebutikken					-0,063 (0,065)	0,939
Avfallspose på rull til restavfall					0,521*** (0,101)	1,684***
Pris på handlenett					-0,129** (0,057)	0,879**
Pris på plastpose					0,023 (0,069)	1,023
Tilgang til plastpose					-0,358*** (0,095)	0,699***
Lett å takke ja til plastpose					-0,060 (0,052)	0,942
Tilgang til avfallsrull					0,057 (0,061)	1,058
Konstantledd	0,284 (0,221)	1,328	-1,473** (0,494)	0,229**	-0,384 (0,750)	0,681
Observasjoner	1.088		1.088		1.088	
Nagelkerke's R^2	0,014		0,126		0,193	

Note: *p < 0,1; ** p < 0,05; ***p < 0,01

6.5 Oppsummering

I dette kapittelet har vi undersøkt hvilke faktorer som kan forklare bruk av handlenett ved dagligvarehandel. Vi skilte mellom dem som kun brukte handlenett (N = 938), dem som brukte andre bærekraftige bærealternativer (N = 225), og dem som brukte plastpose/papirpose (N = 391) ved sist dagligvarehandel. Vi undersøkte betydningen av demografiske, individuelle og kontekstuelle variabler for bruk av bærealternativ.

Vi finner at demografiske variabler i liten grad forklarer hvem som bruker de ulike bærealternativene, men at kvinner, eldre aldersgrupper og husholdninger med barn, i noen høyere grad bruker handlenett. Det er ikke en signifikant sammenheng mellom utdanning og inntekt og bruk av handlenett ved dagligvarehandel.

Faktorer på individnivå inkluderer holdninger til miljø og plast, handlepraksiser og hvor praktisk respondentene synes de ulike bærealternativene er. Resultatene viste at dem som er bekymret for miljø og bruken av plast i større grad bruker handlenett og andre bærekraftige bærealternativer, og i mindre grad bruker plastpose/papirpose ved dagligvarehandel. Respondentene brukte også bærealternativer som de synes var praktiske.

Videre finner vi at handlepraksiser har stor betydning for bruk av bærealternativer. Det var mer vanlig å bruke handlenett blant dem som hadde planlagt handleturen, blant dem som handlet mye og blant dem som kjørte bil til butikken. Disse funnene var også signifikante når de ble inkludert i en logistisk regresjonsanalyse sammen med andre forklaringsvariabler.

Resultatene viste også at kontekstuelle faktorer som praksiser rundt håndtering av restavfall, pris på bærealternativer og egenskaper ved dagligvarebutikkene, har betydning for bruk av bærealternativer. I Norge har det vært vanlig å bruke plastposer fra dagligvarebutikkene om igjen til håndtering av restavfall. Resultatene viser at de som i større grad bruker avfallsposer på rull til restavfall også i større grad bruker handlenett ved dagligvarehandel.

Videre ser vi at pris har noe betydning for bruk av bærealternativer. Pris på handlenett har en negativ sammenheng med bruk av handlenett. Det vil si at dess dyrere man synes handlenett er, dess mindre sannsynlig er det at en bruker handlenett. Derimot har pris på plastposer ikke betydning for valg av bærealternativ. Dette henger trolig sammen med at de fleste i undersøkelsen synes plastposen er for dyr uavhengig av hvilket bærealternativ de brukte.

Egenskaper ved dagligvarebutikkene påvirker bruk av bærealternativ. I den logistiske regresjonsmodellen har tilgang på plastpose i dagligvarebutikken en negativ sammenheng med bruk av handlenett, noe som indikerer at dess bedre tilgang det er på plastpose i butikk, dess mindre sannsynlig er det at man bruker handlenett ved dagligvarehandel.

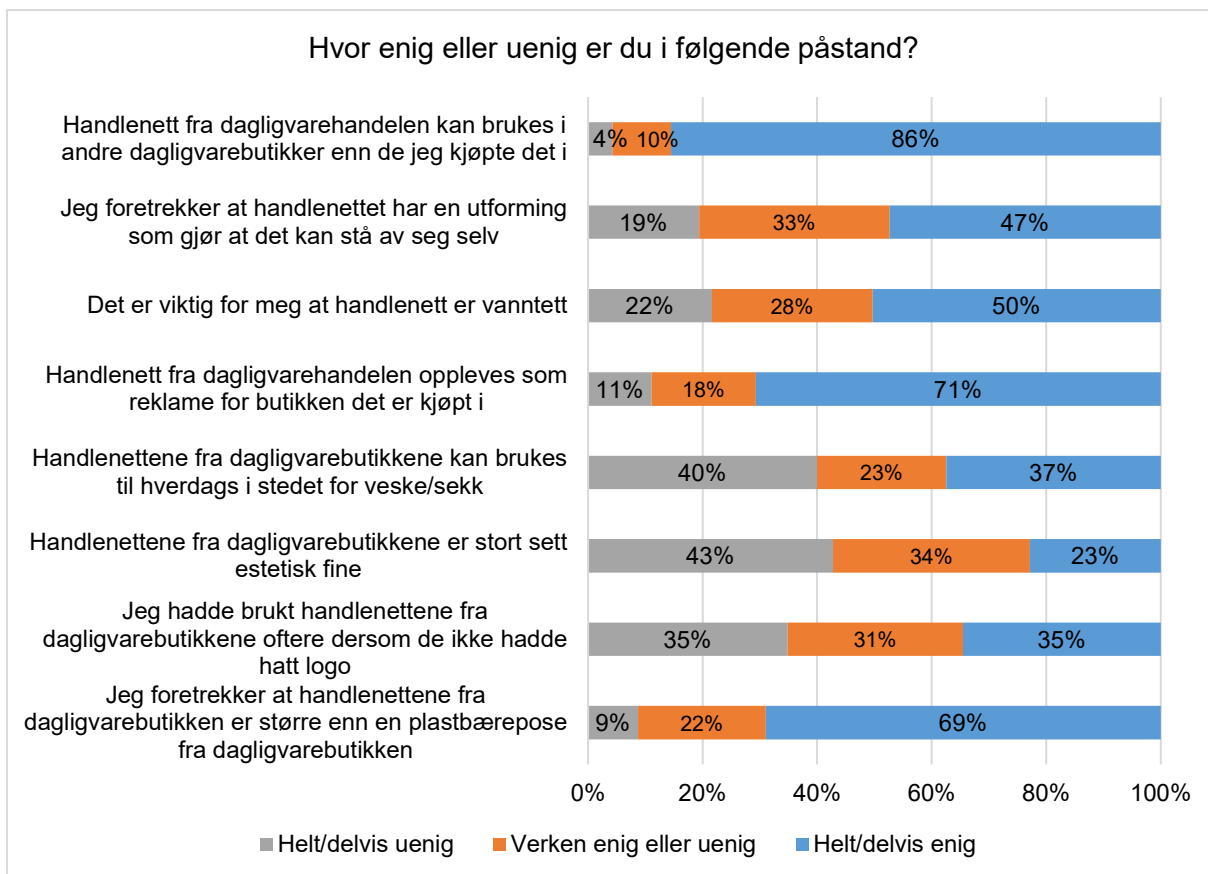
En oppsummering av hovedfunnene er dermed at dem som kjører bil til butikken, dem som handler mye, dem som planlegger handleturen og dem som bruker avfallsposer på rull til restavfall, har større sannsynlighet for å bruke handlenett, mens dem som mener handlenettene i dagligvarebutikkene er for dyre og dem som synes at tilgangen på plastposer i butikken er god har mindre sannsynlighet for å bruke handlenett ved dagligvarehandel.

7. Egenskaper ved handlenett, årsak til bruk av plastpose og holdninger til tiltak

7.1 Egenskaper ved handlenett

Vi har antatt at egenskaper ved handlenett er viktig for om respondentene velger å ta det i bruk. Figur 7.1 viser at flest respondenter er enige i at handlenett fra dagligvarehandelen kan brukes i andre dagligvarebutikker enn det ble kjøpt i (86 %) og svært få mener at de ikke kan gjøre det (4 %). Dette på tross av at 71 % av respondentene mener at handlenett fra dagligvarehandelen oppleves som reklame for butikken det er kjøpt i. Vi ser også at 35 % hadde valgt å bruke handlenettene oftere dersom de ikke hadde logo, samtidig som en like stor andel er uenig i at dette har betydning for dem og 31 % av respondentene verken er enig eller uenig i dette. Logo ser dermed ikke ut til å være et stort problem for majoriteten.

Hovedandelen av respondentene mener at handlenettene fra dagligvarehandelen ikke er estetisk fine (43 %). Det er også en stor andel av respondentene som mener at handlenettet ikke kan brukes til hverdags istedenfor veske eller sekk (40 %). Videre foretrekker svært mange av respondentene (69 %) at handlenettene fra dagligvarebutikken er større enn plastposene fra dagligvarebutikken. Halvparten (50 %) mener at det er viktig med et handlenett som er vanntett, og tilnærmet halvparten at de foretrekker nett som står av seg selv (47 %). Det er jevnt over mange som er nøytrale til estetikk og funksjonalitet.

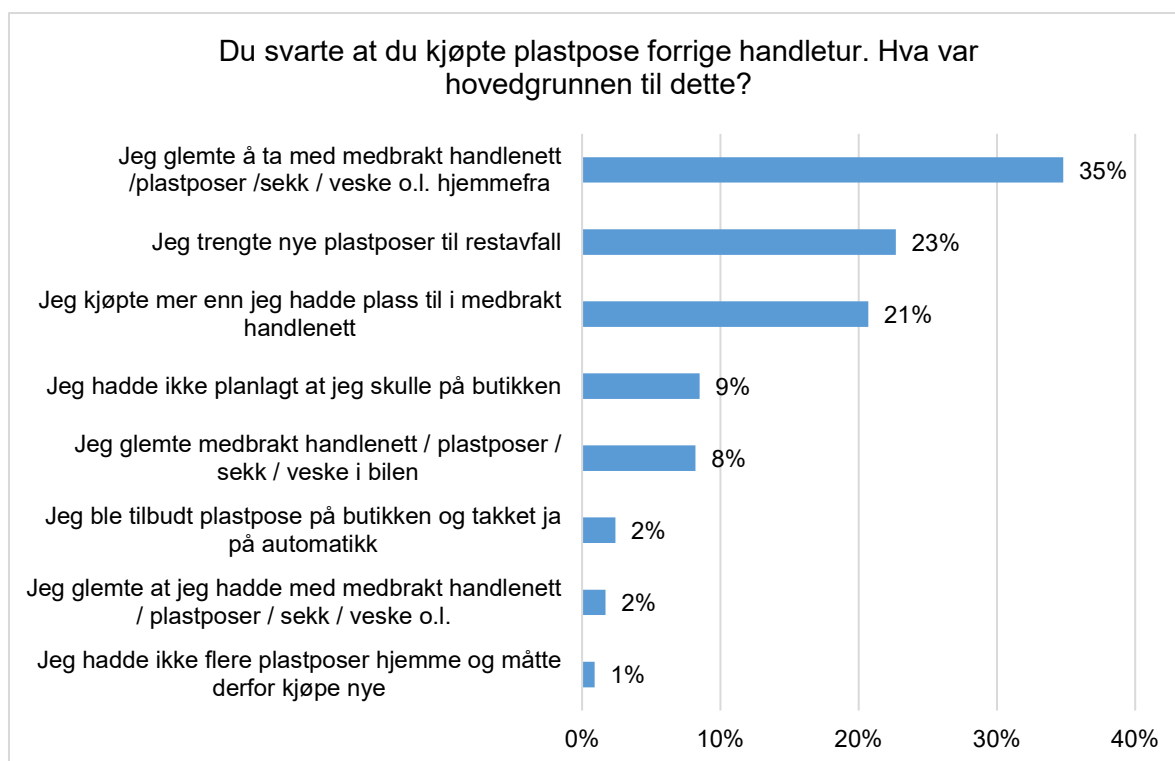


Figur 7.1 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstand?

Handlenett fra dagligvarehandelen kan brukes i andre dagligvarebutikker enn de jeg kjøpte det i: N = 1.542. Jeg foretrekker at handlenettet har en utforming som gjør at det kan stå av seg selv: N = 1.478. Det er viktig for meg at handlenettet er vanntett: N = 1.523. Handlenett fra dagligvarehandelen oppleves som reklame for butikken det er kjøpt i: N = 1.544. Handlenettene fra dagligvarebutikkene kan brukes til hverdags i stedet for veske/sekk: N = 1.527. Handlenettene fra dagligvarebutikkene er stort sett estetisk fine: N = 1.523. Jeg hadde brukt handlenettene fra dagligvarebutikkene oftere dersom de ikke hadde hatt logo: N = 1.508. Jeg foretrekker at handlenettene fra dagligvarebutikken er større enn en plastpose fra dagligvarebutikken: N = 1.507.

7.2 Hovedårsaken til å velge plastpose

Vi spurte respondentene som brukte plastpose kjøpt i butikk forrige handletur hva som var hovedårsaken til at de brukte dette bærealternativet. Figur 7.2 viser at flest respondenter oppga at hovedgrunnen til dette var at de glemte å ta med et medbrakt bærealternativ (35 %). Det er også mange som oppga at de trengte nye poser til restavfall (24 %) og at de kjøpte mer enn de hadde plass til i medbrakt handlenett (21 %). Noen oppgir også at de ikke hadde planlagt butikkturen (8 %) eller at de glemte medbrakt bærealternativ i bilen (21 %). Det var også mulig å oppgi annen årsak, men i denne kategorien kom det kun inn 4 svar. Disse er derfor ikke analysert.

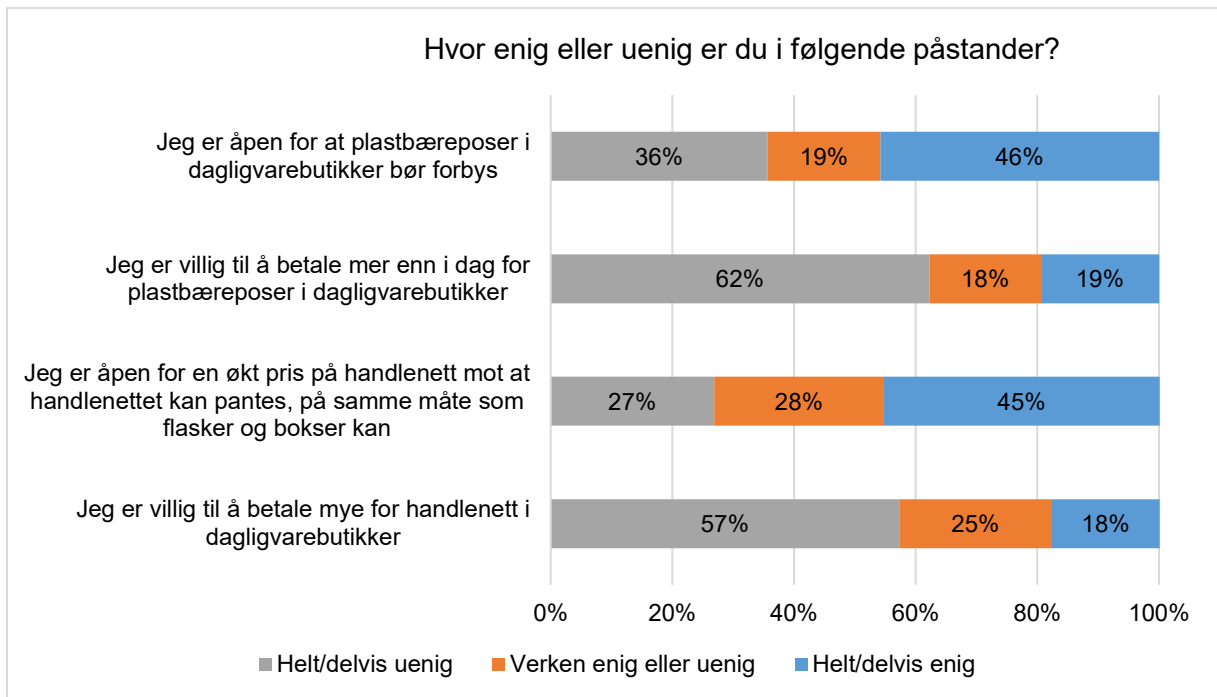


Figur 7.2. Du svarte at du kjøpte plastpose forrige handletur. Hva var hovedgrunnen til dette?
N = 288.

7.3 Tiltak for økt bruk av handlenett

Til slutt har vi også sett på hvordan forbrukerne stiller seg til tre ulike tiltak for å redusere plastposebruk og øke bruken av handlenett. Disse tiltakene er om plastposer i dagligvarehandelen bør forbys, om forbrukerne er villige til å betale mer for plastposer eller om de er åpne for en økt pris på handlenett mot at det innføres en panteordning, i likhet med den som finnes for flasker og bokser.

I figur 7.3 ser vi at 46 % av respondentene er åpne for at plastposer i dagligvarebutikker bør forbys og 36 % er delvis eller helt uenige i at plastposer bør forbys. En andel på 19 % stiller seg nøytralt til dette. 45% av respondentene er også åpne for en økt pris på handlenett, mot at det er mulig å pante dette. Det medfølger dog en høy verken enig eller uenig-andel knyttet til dette tiltaket (28 %), noe som kan tilsi at det er et ukjent tiltak eller at respondentene er nøytrale til tiltaket. Det er videre svært tydelig at respondentene ikke er villige til å betale mer enn i dag for plastposer (62 %) eller mye mer for handlenett i dagligvarebutikker (57 %).



Figur 7.3. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?
Jeg er åpen for at plastposer i dagligvarebutikker bør forbys: N = 1.529. Jeg er villig til å betale mer enn i dag for plastposer i dagligvarebutikker: N = 1.522. Jeg er åpen for en økt pris på handlenett mot at handlenettet kan pantes, på samme måte som flasker og bokser kan: N = 1.468. Jeg er villig til å betale mye for handlenett i dagligvarebutikker: N = 1.522.

7.4 Oppsummering

I dette kapittelet har vi sett at 86 % av respondentene mener at handlenett fra dagligvarehandelen kan brukes i andre dagligvarebutikker enn det de ble kjøpt i. Vi så også at majoriteten enten ikke bryr seg om synlig logo eller er uenige i at det hindrer dem fra å bruke det, men at synlig logo også kan påvirke mindretallet til å ikke bruke handlenettet

Flere egenskaper ved handlenettene er viktige for respondentene. Flest respondenter foretrekker at handlenett fra dagligvarehandelen er større enn plastposene fra butikken. Rundt halvparten av respondentene liker at nettet står av seg selv og at det er vanntett.

Når det kommer til tiltak for å redusere plastposebruk og øke bruken av handlenett, er 46 % åpne for at plastposer bør forbys, samtidig som det er 36 % som er uenige i dette. Det er 45% som er positive til høyere pris på handlenett dersom det kommer en panteordning for handlenett. Til slutt ser man tydelig at det er mange respondentene som ikke er villige til å betale mer enn i dag for plastposer, ettersom kun 19 % er villig til å betale mer. Det samme gjelder for handlenett i butikk.

8. Diskusjon

I denne studien har vi undersøkt hvem som eier handlenett i Norge, hvor mange handlenett folk eier, hva handlenettene brukes til, levetid på handlenettene og faktorer som påvirker bruk av handlenett ved dagligvarehandel. I dette kapitlet diskuterer vi hovedfunnene fra analysene, og hvilke implikasjoner disse funnene har for forslag til tiltak for å øke bruk av handlenett. Til slutt diskuterer vi veien videre for fremtidig forskning.

8.1 Diskusjon av hovedfunn

8.1.1 Vanlig å eie og bruke handlenett i Norge

Få tidligere studier har en sett på hvor vanlig det er å eie handlenett og hvilke typer handlenett folk har. I denne studien har vi forsøkt å gjøre en studie av dette i Norge.

Resultatene viser at det er veldig vanlig å eie handlenett i Norge. Det var kun 4 % som ikke eide noen av de ulike typene handlenettene i studien. Det var mest vanlig å eie handlenett fra dagligvarekjeder i myk plast og det var også disse handlenettene som oftest ble brukt ved dagligvarehandel. Det er noen forskjeller mellom demografiske grupper når det kommer til hvem som eier flest handlenett. Kvinner eier i større grad alle typene handlenett i undersøkelsen enn menn. Som forskningen, viser er kvinner ofte mer positive eller endringsvillige i bruk av plastprodukter (Zambrano-Monserrate & Ruano, 2020) og det er godt mulig at dette også speiler seg i eierskap av handlenett. De med barn eide også flere av typene handlenett, noe vi kan tenke at henger sammen med behovet for planlegging. Basert på hvor mange handlenett respondentene oppga at de eide i spørreundersøkelsen, regnet vi ut et estimat for antall handlenett i Norge. Dette estimatet indikerer at det er rundt 27.500.000 handlenett i den norske befolkningen.

Videre viser resultatene at handlenett har et bredt bruksområde. De blir i stor grad brukt til dagligvarehandel, men de blir også brukt til handel av andre varer enn dagligvarer, til å frakte ting og til oppbevaring av ting. Det er positivt at handlenettet har flere bruksområder, ettersom det er mer bærekraftig å bruke produkter man allerede har enn å ha et nytt produkt til hvert enkelt bruksområde.

Det er dessuten få respondenter som har kvittet seg med handlenett i løpet av de siste 6 månedene, men de som har kvittet seg med nettet har stort sett gjort det fordi det var ødelagt. Det gjelder spesielt handlenett fra dagligvarekjedene. Dette henger antageligvis sammen med at disse handlenettene er de som oftest blir brukt av respondentene, men her er det nok enda mer å hente på kvaliteten i nettene for dagligvarekjedene dersom man ønsker at forbrukerne skal ha muligheten til å bruke de lenger.

8.1.2 Bruk av handlenett ved dagligvarehandel

Som vi så i litteraturgjennomgangen, viser en nyere LCA-undersøkelse at å bruke handlenett i plast er mer miljøvennlig enn å bruke plastposer til dagligvarehandel. Man trenger kun å bruke handlenettet 8 ganger for at det skal lønne seg sammenlignet med plastposen

(Askham et al., 2021). Å bruke et handlenett man allerede eier er et spesielt godt alternativ. Resultatene våre viser at de fleste i Norge eier flere handlenett. Dette tyder på at det er godt mulig for den norske befolkningen å benytte seg av handlenett istedenfor plastpose i dagligvarehandel og annen varehandel.

Resultatene viser også tydelig at det er en vanlig praksis å bruke handlenett ved dagligvarehandel i Norge. Så mange som 79 % av respondentene i studien brukte ett eller flere handlenett (kan være i kombinasjon med andre bærealternativ) sist de handlet dagligvarer, og 60 % brukte *kun* handlenett for å frakte dagligvarene ved denne handleturen.

Tidligere undersøkelser har også vist at det er vanlig å bruke handlenett ved dagligvarehandel i Norge. Blant annet viser resultater fra spørreundersøkelser gjennomført av Opinion i 2021 og 2022 for Handelens Miljøfond at nesten 70 % hadde brukt handlenett ved dagligvarehandel i løpet av det siste året (Handelens Miljøfond, 2023). Vår studie viser en betydelig økning i denne praksisen ettersom 79 % brukte handlenett forrige handletur. Dette kan blant annet skyldes at prisen på plastposer i dagligvarehandelen har økt siden spørreundersøkelsene fra Opinion ble gjennomført. Vi finner at flertallet synes at plastposer er dyre, og at de ikke er villige til å betale mer for plastposer enn de gjør i dag.

Samtidig som mange bruker handlenett, finner vi at rundt 25 % av respondentene brukte én eller flere plastposer sist de handlet dagligvarer, selv om de fleste av disse mener at plastposen er dyr. Dette tyder på at pris ikke er den eneste faktoren som kan forklarer bruk av handlenett i dagligvarehandel.

Ett av formålene med denne studien har vært å undersøke drivere og barrierer for bruk av handlenett i dagligvarehandelen. Basert på funn fra tidligere studier, forventet vi at demografiske faktorer, individuelle faktorer samt kontekstuelle faktorer påvirket bruk av handlenett. Vi finner at demografiske faktorer i liten grad kan forklare forskjeller mellom hvem som bruker handlenett og hvem som bruker andre bærealternativer ved dagligvarehandel. Vi finner også at de fleste synes handlenett er praktiske å bruke til dagligvarehandel, og at de fleste synes dette er et miljøvennlig alternativ. Videre finner vi at kontekstuelle faktorer, som tilgang på plastposer i butikk og butikk tetthet, har betydning for bruk av handlenett.

Selv om de nevnte faktorene har betydning for bruk av handlenett, er vårt hovedfunn at handlepraksiser har størst betydning for bruk av handlenett ved dagligvarehandel. Blant dem som har planlagt handleturen, dem som handler mye og blant dem som bruker bil til butikken er det mer vanlig å bruke handlenett.

I tillegg har det i Norge vært vanlig praksis å bruke plastposene fra dagligvarebutikkene om igjen til håndtering av restavfall. Den tidligere nevnte LCA-undersøkelsen av norske forhold viser at det er mer miljøvennlig å bruke handlenett og avfallsposer på rull til restavfall (Askham et al., 2021). Vår studie viser en tydelig sammenheng mellom bruk av avfallsposer på rull til restavfall og bruk av handlenett.

Resultatene viser også at blant dem som brukte plastpose ved siste dagligvarehandel var handlepraksiser og praksiser rundt håndtering av restavfall en av hovedgrunnene til at man brukte plastposer: 35 % svarte at de glemte handlenett hjemme, 24 % sa at de trengte nye plastposer til restavfall mens 21 % svarte at de handlet mer enn de fikk plass til i handlenettet.

I litteraturgjennomgangen så vi at tidligere forskning i liten grad har sett på sammenhengen mellom handlepraksiser og bruk av handlenett. Noen studier har vist en sammenheng

mellom vaner og planlegging (Ohtomo & Ohnuma, 2014; Saari et al. 2021), men funnene sier lite om hvilke vaner som har betydning for bruk av handlenett.

Funnene i denne studien viser at for å forstå bruk av handlenett ved dagligvarehandel, er det viktig å ikke kun se på faktorer rundt selve kjøpsbeslutningen, men også inkludere en forståelse av den kontekstuelle rammen rundt bruken, inkludert planlegging, rutiner, innkjøp, bruk og avhending (Bøyum & Hebrok, 2019). Dette betyr at hvordan folk organiserer sine hverdagsliv har betydning for bruk av handlenett, og at denne organiseringen henger sammen med tid og sted. For eksempel er det vanskeligere for dem som spontanhandler å huske på å ta med handlenett, og det kan være enklere for dem som har bil å la handlenettene ligge fast i bilen slik at de er klar for neste handletur.

8.2 Tiltak for økt bruk av handlenett

For å nå målet om 40 plastposer i året per innbygger er det en forutsetning at folks forbruksmønster av plastposer reduseres, samt endres mot andre bærekraftige alternativer, som for eksempel handlenett.

Tidligere studier viser at informasjon, økonomiske insentiver og forbud har vært vanlige politiske virkemidler for å redusere bruken av plastposer og øke bruken av alternative bærealternativer, som handlenett (Yeow et al., 2014; Wagner, 2017; Bøyum & Hebrok, 2019; Nielsen et al., 2019; Tangeland et al., 2020; Omondi & Asari, 2021). I Norge har man i hovedsak benyttet holdningskampanjer og økonomiske virkemidler for å redusere plastposeforbruket (Handelens Miljøfond, 2023). Et forbud mot plastposer har ikke blitt brukt som virkemiddel.

Holdningskampanjer har blitt brukt for å informere forbrukerne om at bruk av plastposer har negative miljøkonsekvenser, og at handlenett er et alternativ til bruk av plastposer (Handelens Miljøfond, 2023). I vår studie finner vi at flertallet er bekymret for miljø og bruken plast. Funnene viser at de som bruker plastposer eller papirposer er i noe mindre grad bekymret enn dem som brukte handlenett. Likevel er det et gap mellom holdning og handling – mange av dem som bruker plastpose i vår studie er bekymret for miljøet og plastforsøplingen. Dette tyder på at holdningskampanjer i seg selv ikke er nok for å få til en rask og effektiv endring vekk fra bruk av plastposer til handlenett eller andre bærekraftige alternativer. Dette samsvarer med funn fra tidligere forskning som viser at holdninger ikke nødvendigvis fører til handling (Heidbreder et al. 2018; O'Brien & Thondhlana, 2019).

Samtidig kan det være nyttig å kombinere holdningskampanjer med andre politiske virkemidler. For eksempel har studier vist at det er lettere å få forbrukere til å akseptere strengere økonomiske tiltak og reguleringer dersom de har positive holdninger til endring (Yeow et al., 2014; Tangeland et al., 2020). Det vil si at blant dem som er bekymret for miljø og bruken av plast, vil det være lettere å akseptere lover og regler for å redusere plastforbruk. Videre ser vi i denne studien at selv om over 60 % er klar over at restavfall på rull er det mest miljøvennlige alternativet til håndtering av restavfall, er det en betydelig andel som ikke har denne kunnskapen. Her kan det være mer behov for informasjon og opplæringskampanjer om hvilket alternativ som er mest miljøvennlig, da dette kan bidra til at folk i større grad øker bruk av avfallposer på rull til restavfall.

Tidligere har ikke pris sett ut til å være like utslagsgivende i Norge som i andre land for redusert bruk av plastposer (Bøyum & Hebrok, 2019). I Norge har vi ikke hatt avgifter på plastposer, men HMF setter en kontingent på plastposer for sine medlemmer. Det er altså i dag ikke et politisk tiltak, men delegert til HMF å gjøre tiltak for å redusere bruk av plastposer. Denne kontingenten vil i praksis fungere som en avgift ved at prisen på at plastposer i butikker øker. Som vi så i litteraturgjennomgangen har forbruket av plastposer i Tyskland og Danmark gått ned i takt med økte avgifter på posene, mens vi i Norge ikke så den samme effekten, som kan forklares ved den sterke kjøpekraften og et prisnivå som ikke har vært høyt nok (Bøyum & Hebrok, 2019). I 2023 økte prisen på plastposer i butikk fra 3 kr til 4 kr og 25 øre i Norge. Salgsstatistikk viser at salg av plastposer i butikk har gått kraftig ned etter at prisene på plastposer ble økt (Handelens Miljøfond, 2023b). I denne tidsperioden har det vært dyrtid som kan forsterke effekten av økt pris ytterligere. Det vil derfor være vanskelig å si om prisen vil være like utslagsgivende dersom vi får økt kjøpekraft i Norge. I denne studien finner vi at de fleste synes plastposer i dagligvarebutikkene er dyre og at de ikke er villige til å betale mer enn de gjør i dag. Resultatene viser at forbrukerne har brukt plastposer selv om de synes de var for dyre. Det er derfor i noen grad også et gap mellom pris og handling.

Holdningskampanjer og økonomiske virkemidler er politiske strategier som i hovedsak er rettet mot å få individet selv til å endre sine praksiser (Tangeland et al., 2020). I denne studien finner vi derimot at konteksten rundt selve handling og handlepraksisene har betydning for bruk av handlenett. I hvilken grad handleturen er planlagt eller ikke, hvor mye man handler og hvordan man kommer seg til butikken er faktorer som påvirker bruk av handlenett. I tillegg vil tilgang på plastposer og avfallsposer på rull i butikken påvirke bruk av handlenett. Betydningen av disse faktorene viser at bruk av handlenett er komplekst, og holdningskampanjer og økonomiske insentiver har begrenset påvirkning på handlepraksiser. For eksempel dersom man glemmer å ta med handlenett på butikken, vil ikke folks holdninger til plast være avgjørende for om man kjøper plastpose eller ikke. Derimot vil mengden varer forbrukeren handler og mulighet til å frakte varene hjem uten å kjøpe plastpose være avgjørende.

Disse funnene peker på at andre politiske tiltak enn dem kun rettet mot individet selv kan være nødvendige for å oppnå målet om å redusere bruken av plastposer. For eksempel kan politiske virkemiddel rettet mot tilgang på plastposer være en løsning for å redusere bruk av plastposer i butikk og øke bruk av handlenett. Å forby salg av plastposer i butikk vil være et svært inngripende virkemiddel som gjør at folk må endre sine handlepraksiser. I denne studien ser vi at 46 % av respondentene i undersøkelsen er åpne for at salg av plastposer kan bli forbudt. Samtidig er det også 36 % som ikke er åpne for dette, og forbud kan føre til mye misnøye ved at folk blir fratatt valgmuligheter (Wagner, 2017). Andre mulige løsninger er å endre tilgang på plastposer i butikk, samt innføre nye systemiske løsninger på tilgang til handlenett. Dette diskuterer vi nærmere i avsnittet under.

8.2.1 Tiltak i dagligvarebutikker

Som beskrevet er det ulik grad av inngripen i virkemidler som kan gjennomføres for å øke bruken av handlenett, der noen tiltak kan føre til mer motstand enn andre. Hvor mye motstand det vil komme fra forbrukerne vil avhenge av i hvilken grad de nye alternativene og systemene er forenelige med hensyn knyttet til forbrukernes handlepraksiser og preferanser, for eksempel om alternativene krever endring av rutiner knyttet til planlegging, transport, hverdagslogistikk eller lignende (Bøyum & Hebrok, 2019). Dersom individet selv må legge

om hele sin rutine, kan det fort kreve for mye. Det er derfor godt mulig å endre strukturer i butikken, slik at forbrukerne får hjelp til å endre sine vaner. Et eksempel på dette så vi i litteraturgjennomgang om hvordan Nudgelab har redusert tilgang på plastposer i sitt Svalbard-prosjekt (u.å.). Mange tiltak vil være lavt-hengende frukter for dagligvarebutikker å gjennomføre og ha stor innvirkning på hvordan forbrukerne handler i butikkene deres.

For det første kan dagligvarehandelen gjøre tiltak i vanlige kasser og selvbetjeningskasser. Funnene våre indikerer at jo bedre tilgang det er på plastpose i butikken, jo mindre sannsynlig er det for at man bruker handlenett i dagligvarehandelen. Som vi har sett i Ohtomo & Ohnuma (2014) og Nudgelab (u.å.) sine studier, kan det å endre budskapet i kassa bidra til en reduksjon i plastposekjøpet. Det er for eksempel mulig å la være å spørre om kunden vil kjøpe plastpose eller høre om de har med eget bærealternativ i vanlig kasse. I selvbetjeningskassene kan man la være å sette plastposer klare for bruk og/eller vurdere budskap på skjermen som oppfordrer til valg av handlenett. Plastposene burde gjøres mindre tilgjengelige for folk for å redusere bruken og øke bruken av handlenett.

Vi vet videre at plastposer som søppelposer er en vanlig del av den norske befolkningens praksiser og at mange kjøper plastposer fordi de trenger søppelposer (Claussen & Behrens, 2023; Eggs Design, 2022). I denne undersøkelsen kom det også frem at det var den nest mest vanligste årsaken blant respondentene som kjøpte plastpose forrige handleturn. Dagligvarebutikkene kan endre vareplasseringen til avfallsposer, for eksempel til kasseområdet slik at kundene blir oppmerksomme på alternativet. Det er også mulig å kommunisere sammen med avfallsposene at dette er slik man kaster søppel og redusere prisen på avfallsposene. Et annet alternativ er at avfallsposene på rull blir utdelt gratis på samme måte som poser til matavfall.

Et annet forslag kan være å innføre en panteordning på handlenett i butikk. Totalt 73 % av respondentene var nøytralt eller positivt innstilt til dette. Dessuten så vi at logo fra kjeden ikke var av betydning for majoriteten av respondentene, som legger godt til rette for at handlenett kan fungere som markedsføring for butikkene på lik linje som plastposene gjør. Vi så at ikke fullt så mange var villig til å betale mer for handlenett dersom det ikke forelå noe panteordning. Det viser en mulig løsning og en ordning kan oppmuntre til gjenbruk av handlenettene. Alternativt kan løsningen med å sette opp prisen på plastposer og innføre en panteordning på handlenett kombineres, for å også tilby forbrukerne en løsning på at plastposer blir for dyrt.

Til slutt er det viktig at når dagligvarehandelen skal tilby handlenett som en erstatning for plastposen, at handlenettene har en utforming som folk liker. Dette er også viktig for at kundene skal ta i bruk handlenettene de allerede har. Det viktigste for respondentene når det kommer til utforming ser ut til å være stor størrelse. Her svarer 69 % at de foretrekker at handlenettene fra dagligvarebutikken er større enn plastposene fra dagligvarebutikken. Kun 9 % er uenige i dette. Vi ser at rundt halvparten foretrekker at handlenettet har en utforming som gjør at det kan stå av seg selv. Dette kan bety at selv om nettet i myk plast fra dagligvarehandelen er det mest utbredt, så foretrekker respondentene fortsatt handlenett i stivere plast for handling. Samtidig er de myke handlenettene enklere å ta med seg, ved at de tar liten plass i sekken og veska, og vi kan anta at disse dermed er lettere å bruke i hverdagen. På den måten kan de ligge klare dersom man for eksempel skal spontan handle på vei hjem fra jobb. Dermed kan det hende at praksis trumfer foretrukket design på

handlenettet. På den andre siden kan det være lettere å ha med seg handlenett i stivere plast i bilen, og disse kan være mer egnet til planlagt storhandel med bil.

Rundt halvparten mener også at det er viktig med et vanntett handlenett. Alle disse tre elementene er egenskaper som kan tas i betraktning i design av handlenett og som kan bidra til å øke bruken. Det ser ikke ut til å være noe problem for respondentene å bruke et handlenett som er kjøpt i en butikk i en annen butikk. Det er kun 4 % av respondentene som mener at dette ikke er mulig. Med en utforming som folk liker, kan dette også føre til at folk bruker handlenettene ytterligere til andre formål enn handel.

8.3 Forslag til fremtidig forskning

Denne studien har gitt oss mye innsikt i hva slags handlenett folk har, hvem som eier handlenett og hva handlenettene brukes til i den norske befolkningen. Det er likevel noen svakheter ved å undersøke dette i en spørreundersøkelse. Blant annet kan det være vanskelig for folk å huske alle handlenettene de har, og de kan være usikre på hvilke typer handlenett de eier. En «hjemme hos-studie» der vi kan telle antall handlenett, kan derfor være veldig relevant for å få et nøyaktig estimat på hvor mange handlenett folk faktisk har, og hvilke typer handlenett folk eier. Ved å kombinere en slik studie ved dybdeintervjuer av deltakerne, kan respondentene fortelle oss om preferanser knyttet til utforming av nettene, hvilke bruksområder de foretrekker for de ulike nettene og hva de opplever at er svakheter ved de ulike typene handlenett. I tillegg til dette kan vi se hvor nettene oppbevares og undersøke deltagerens praksis rundt poser til restavfall.

Videre har vi i denne studien avdekket at handlepraksiser er avgjørende i bruken av handlenett og reduksjonen av plastposer. Det vil derfor også være nyttig å gjennomføre kvalitative dybdeintervjuer eller fokusgruppeintervjuer om hvordan folks hverdagspraksiser påvirker bruken av handlenett og plastposer. Dette kan være med på å forklare funnene vi hadde tilknyttet handlepraksiser og bruk av handlenett, samt bidra med nyttige forklaringer til hvordan kontekstuelle faktorer kan endres for å legge til rette for mer bruk av handlenett. I tillegg til dette er det mulig å gå en mer eksperimentell vei, der vi tester nye måter å organisere posealternativer og se hvordan disse er forenelig med folks handlepraksiser.

Fordi pris ser ut til å virke på norske forbrukere også, så lenge prisen er høy nok, er det relevant med en studie av betalingsvillighet. Dermed kan man få mer presise mål på hvor høy prisen må være for at man oppnår ønskelig fall i plastposesalget.

9. Konklusjon

For å nå målet om 40 plastposer per innbygger, må forbruket av plastposer kraftig reduseres. Vi har derfor i denne studien kartlagt bruk av handlenett som et alternativ til plastposen. Vi finner at de fleste i Norge eier handlenett og at de fleste har ulike typer handlenett. Den typen handlenett flest folk eier, er handlenett i myk plast fra dagligvarekjeder. Disse funnene viser at den norske befolkning har tilgang på handlenett og det er dermed mulig å erstatte plastposen med handlenett.

Videre har det blitt en vanlig praksis å bruke handlenett i Norge, både til dagligvarehandel og andre formål. I denne studien har vi sett at stadig flere bruker handlenett ved dagligvarehandel sammenlignet med studier fra tidligere år. Dette kan henge sammen med at prisen på plastposer har gått betydelig opp, samt at bevisstheten rundt bruk av handlenett har økt. Flertallet synes at plastposer er dyrt, og de er ikke villige til å betale mer for plastposer enn de gjør i dag. Flertallet i studien synes også at handlenett er et praktisk alternativ til å frakte varer ved dagligvarehandel.

Samtidig identifiserer vi noen barrierer mot bruk av handlenett ved dagligvarehandel. Disse barrierene er i stor grad knyttet opp mot folks handlepraksiser. Blant annet finner vi at transportmiddelbruk, hvor mye man handler og i hvilken grad handleturen er planlagt eller ikke påvirker bruk av bærealternativer. Dette tyder på at det trengs tiltak rettet mot handlepraksiser for å øke bruken av handlenett. Vi argumenterer for at både politiske tiltak og tiltak fra dagligvarebutikkene kan øke bruk av handlenett. Blant annet kan nye løsninger som en panteordning på handlenett gjøre det lettere for forbrukerne å bruke handlenett dersom de har glemt å ta det med til butikken. Gjennom holdningskampanjer og ved bruk av økonomiske insentiver kan forbrukerne bli mer åpne for slike nye løsninger. I dagligvarebutikkene kan redusert tilgang på plastposer samt økt tilgang på avfallsposer på rull være effektive tiltak for å øke bruk av handlenett.

Litteratur

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Askham, C., Furberg, A., & Baxter, J. (2021). *Life cycle assessment of plastic bags and other carrying solutions for groceries in Norway*. OR.45.21. Norsk institutt for bærekraftsforskning. <https://norsus.no/publikasjon/life-cycle-assessment-of-plastic-bags-and-othercarrying-solutions-for-groceries-in-norway/>
- Bøyum, L. S., & Hebrok, M. (2019). Forbruksreduksjon av plastposer – en litteraturstudie SIFO Notat 2019:04. Forbruksforskningsinstituttet (SIFO), OsloMet – storbyuniversitetet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/10642/9064>
- Carrigan, M., Moraes, C., & Leek, S. (2011). Fostering Responsible Communities: A Community Social Marketing Approach to Sustainable Living. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 515–534. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0694-8>
- Claussen, R., & Behrens, J. (2023). *Kvartalstracker 2023: Q1*. På oppdrag fra Handelens Miljøfond. Opinion. https://dl8y9d78cbd9m.cloudfront.net/PDF/HMF_Tracker-2023_Q1_rapport_FINAL-1.pdf
- EGGS Design. (2022). *Kunnskapsgrunnlag for bærealternativer*. Handelens Miljøfond. <https://dl8y9d78cbd9m.cloudfront.net/reports/Kunnskapsgrunnlag-for-baerealternativer.pdf>
- Handelens Miljøfond. (2023a, 27. november). *Fakta om plastposer*. Handelens Miljøfond. <https://handelensmiljofond.no/fakta-og-kunnskap-om-plast/fakta-om-plastposer>
- Handelens Miljøfond. (2023b, 1. desember). *Forbrukerne endret vaner mye fortere enn vi så for oss*. Handelens Miljøfond. <https://handelensmiljofond.no/nyheter/forbrukerne-endret-vaner-mye-fortere-enn-vi-sa-for-oss>
- Handelens Miljøfond. (u.å.). *Om Handelens Miljøfond*. Handelens Miljøfond. <https://handelensmiljofond.no/organisasjonen>
- Heidbreder, L. M., Bablok, I., Drews, S., & Menzel, C. (2019). Tackling the plastic problem: A review on perceptions, behaviors, and interventions. *Science of The Total Environment*, 668, 1077–1093. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.02.437>
- Lavelle-Hill, R., Goulding, J., Smith, G., Clarke, D. D., & Bibby, P. A. (2020). Psychological and demographic predictors of plastic bag consumption in transaction data. *Journal of Environmental Psychology*, 72, 101473. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101473>
- Luís, S., Roseta-Palma, C., Matos, M., Lima, M. L., & Sousa, C. (2020). Psychosocial and economic impacts of a charge in lightweight plastic carrier bags in Portugal: Keep calm and carry on? *Resources, Conservation and Recycling*, 161, 104962. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104962>



- Mukucha, P., Jaravaza, D. C., & Nyengerai, S. (2023). Circular economy of shopping bags in emerging markets: A demographic comparative analysis of propensity to reuse plastic bags versus cotton bags and paper bags. *Cogent Engineering*, 10(1), 2176582. <https://doi.org/10.1080/23311916.2023.2176582>
- Mørch-Kontny, C. F. (2022). *Plastposer rapporten for 2022* (1553). Mepex. <https://dl8y9d78cbd9m.cloudfront.net/reports/Plastposer rapporten-for-2022.pdf>
- NHO (2023). *Ikke bruk plastposen til søppel—Om få år skal du bare bruke 40 plastposer i året*. Hentet 8. mars 2024 fra: <https://www.nhosh.no/bransjer/handel2/nyheter/2023/ikke-bruk-plastposen-til-soppel--om-fa-ar-skal-du-bare-bruke-40-plastposer-i-aret/>
- Nielsen, T. D., Holmberg, K., & Stripple, J. (2019). Need a bag? A review of public policies on plastic carrier bags – Where, how and to what effect? *Waste Management*, 87, 428–440. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.02.025>
- Nudgelab. (u.å.). *Hvordan bruke nudging til å redusere antall plastposer på Svalbard*. Hentet 7. mars 2024 fra: <https://www.thenudgelab.no/prosjekt/hvordan-reducere-bruk-av-plastposer-gjennom-nudgingtiltak#Bakgrunn>
- O'Brien, J., & Thondhlana, G. (2019). Plastic bag use in South Africa: Perceptions, practices and potential intervention strategies. *Waste Management*, 84, 320–328. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.11.051>
- Ohtomo, S., & Ohnuma, S. (2014). Psychological interventional approach for reduce resource consumption: Reducing plastic bag usage at supermarkets. *Resources, Conservation and Recycling*, 84, 57–65. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2013.12.014>
- Omondi, I., & Asari, M. (2021). A study on consumer consciousness and behavior to the plastic bag ban in Kenya. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 23(2), 425–435. <https://doi.org/10.1007/s10163-020-01142-y>
- Regjeringen. (2020). *Direktiv om plastposer* [EØS notat]. <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2013/okt/regulering-av-plastbareposer/id2434864/>
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbling, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, 189, 107155. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Spranz, R., Schlüter, A., & Vollan, B. (2018). Morals, money or the master: The adoption of eco-friendly reusable bags. *Marine Policy*, 96, 270–277. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2018.01.029>



- SSB. (2023). Bolig står for nesten halvparten av forbruket til lavinntektshusholdninger. SSB. <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/forbruk/statistikk/forbruksundersokelsen/artikler/bolig-star-for-nesten-halvparten-av-forbruket-til-lavinntektshusholdninger>
- 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*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/6496>.
- Thøgersen, J. (2005). How May Consumer Policy Empower Consumers for Sustainable Lifestyles? *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143–177. <https://doi.org/10.1007/s10603-005-2982-8>
- The World Counts (2024): *Plastic Bags Used Per Year*. Hentet 16. januar 2024 fra: <https://www.theworldcounts.com/challenges/planet-earth/waste/plastic-bags-used-per-year>
- Wagner, T. P. (2017). Reducing single-use plastic shopping bags in the USA. *Waste Management*, 70, 3–12. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2017.09.003>
- Wang, B., & Li, Y. (2021). Plastic bag usage and the policies: A case study of China. *Waste Management*, 126, 163–169. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2021.03.010>
- Yeow, P., Dean, A., & Tucker, D. (2014). Bags for Life: The Embedding of Ethical Consumerism. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 87–99. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1900-2>
- Zambrano-Monserrate, M. A., & Alejandra Ruano, M. (2020). Do you need a bag? Analyzing the consumption behavior of plastic bags of households in Ecuador. *Resources, Conservation and Recycling*, 152, 104489. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104489>
- Zen, I. S., Noor, Z. Z., & Yusuf, R. O. (2014). The profiles of household solid waste recyclers and non-recyclers in Kuala Lumpur, Malaysia. *Habitat International*, 42, 83–89. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2013.10.010>

Vedlegg – Spørreskjema

Spørreundersøkelsen er gjennomført av Ipsos på vegne av SIFO.

Spørsmål 1: Hvilke av de ulike typene handlenett har du/din husholdning? Flere svar mulig.

Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<input type="checkbox"/>

	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<input type="checkbox"/>

Spørsmål 2: (Filter: Gjenta spørsmålet for alle variantene respondenten krysset av på i spørsmål. 1) Hvor mange av denne typen handlenett har du/ din husholdning? Dersom du er usikker oppgi et estimat.


Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Hvor mange av denne typen handlenett har du/ din husholdning? Dersom du er usikker oppgi et estimat.
-----------------------------	-----------------------	--

	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.

	Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.	
	Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.
	Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-2 ● 6-10 ● 11-15 ● 16 – 20 ● Mer enn 20 ● Vet ikke.


Spørsmål 3: (Filter: Gjenta spørsmålet for alle variantene respondenten krysset av på i spørsmål. 1) Hva brukes handlenettene til? Flere svar mulig.

Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Hva brukes handlenettene til? Flere svar mulig
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ <ul style="list-style-type: none"> ● Blir ikke brukt


	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ • Blir ikke brukt
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ • Blir ikke brukt
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ • Blir ikke brukt
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting


	handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.	<input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ <ul style="list-style-type: none"> ● Blir ikke brukt
	Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.	<input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ <ul style="list-style-type: none"> ● Blir ikke brukt
	Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.	<input type="checkbox"/> Dagligvarehandel <input type="checkbox"/> Innkjøp av andre ting enn dagligvarer <input type="checkbox"/> Til annet enn handel, som for eksempel til å frakte ting <input type="checkbox"/> Oppbevaring av ting <input type="checkbox"/> Annet, Hva: _____ <ul style="list-style-type: none"> ● Blir ikke brukt


Spørsmål 4: (Filter: Gjenta spørsmålet for alle variantene respondenten krysset av på i spørsmål. 1) Hvor ofte bruker du/ din husholdning slike typer handlenett til ...

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
---	------------------------------	--------------------	--------------------	-----------	-------	----------


... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						

... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						
... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						

	5 eller flere ganger per uke	3-4 ganger per uke	1-2 ganger per uke	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
... dagligvarehandel						
... innkjøp av andre ting enn dagligvarer						

... annet enn handel, som for eksempel å frakte ting (til jobb, trening, besøk osv.)						
... annet						




Spørsmål 5: Har du/ din husholdning kvittet deg/ dere med denne type handlenett i løpet av de siste 6 månedene?

Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Har du/ din husholdning kvittet deg/ dere med denne type handlenett i løpet av de siste 6 månedene?
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.

	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebag.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.
	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ja • Nei • Vet ikke.

Spørsmål 6: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til dem som har sluttet å bruke handlenett i spørsmål 5. Gjenta spørsmålet for alle kategoriene respondenten har sluttet å bruke) Hva var hovedårsaken til at du/din husholdning kvittet dere med handlenettet/handlenettene? Flere svar mulig

Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Hva var hovedårsaken til at du/din husholdning kvittet dere med handlenettet/handlenettene?
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.

	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet

	handlenett i dette stoffet.	<input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.
	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke.
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<input type="checkbox"/> Det var upraktisk <input type="checkbox"/> Jeg byttet det ut med et annet <input type="checkbox"/> Det ble ødelagt <input type="checkbox"/> Det var for lite <input type="checkbox"/> Det var for stort <input type="checkbox"/> Jeg mistet handlenettet <input type="checkbox"/> Det var av dårlig kvalitet <input type="checkbox"/> Jeg likte ikke hvordan det så ut <input type="checkbox"/> Jeg har så mange at jeg ikke lenger hadde bruk for det <input type="checkbox"/> Annet <input checked="" type="checkbox"/> Vet ikke

Spørsmål 7: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til de som svarte annet i spørsmål 6. Gjenta spørsmålet for alle kategoriene respondenten har svart annet) Du svarte at det var en annen årsak til at du kvittet deg med dette handlenettet. Kan du beskrive?

Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Du svarte at det var en annen årsak til at du kvittet deg med dette handlenettet. Kan du beskrive?
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<p>Noter:</p>
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<p>Noter:</p>
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<p>Noter:</p>

	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebag.</p>	<p>Noter:</p>
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.</p>	<p>Noter:</p>
	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<p>Noter:</p>
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<p>Noter:</p>

Spørsmål 8: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til dem som har sluttet å bruke handlenett i spørsmål 5. Gjenta spørsmålet for alle kategoriene respondenten har sluttet å bruke) Hvor lenge hadde du/din husholdning et slik handlenett før du/dere kvittet dere med det? Dersom du/din husholdning hadde flere handlenett innenfor den samme kategorien, oppgi et ca. gjennomsnitt.




Eksempelbilde av handlenett	Beskrivelse av nettet	Hvor lenge hadde du/din husholdning et
-----------------------------	-----------------------	--


		slik handlenett før du/dere kvitter dere med det?
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år

	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år
	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 6-11 mnd. ● 1-2 år ● 2,5-5 år ● 5,5-10 år ● Mer enn 10 år

Spørsmål 9: Tenk på sist gang du handlet i en fysisk dagligvarebutikk (ikke på nett). Hvilket bærealternativ brukte du? Du kan krysse av på flere alternativer dersom du kombinerte noen.

<p>Eksempelbilde av handlenett</p>	<p>Beskrivelse av nettet</p>	<p>Tenk på sist gang du handlet i en fysisk dagligvarebutikk (ikke på nett). Hvilket bærealternativ brukte du? Du kan krysse av på flere alternativer dersom du kombinerte noen.</p>
---	-------------------------------------	---

	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i myk plast (polyester, nylon). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett fra dagligvarekjede (matbutikk) i stivereplast (PP). Stoffet er det samme som IKEA sin velkjente bærebagg.</p> <p>Handlenettet kan være fra alle ulike dagligvarekjeder.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i myk plast (polyester, nylon), men ikke fra en dagligvarekjede (matbutikk). Dette handlenettet føles mykt og glatt når man tar på det.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i stivere plast (PP) som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Stoffet er det samme som i IKEA sin velkjente bærebagg.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Handlenett i ikke-vevd polypropylen (PP), som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk). Denne kjennes porøs og myk. Dersom man handler på Normal, har de handlenett i dette stoffet.</p>	<input type="checkbox"/>

	<p>Handlenett i bomullsstoff, som ikke er fra dagligvarekjede (matbutikk), og som ikke er hjemmelaget.</p>	<input type="checkbox"/>
	<p>Hjemmelaget handlenett. Kan være i forskjellig type stoff.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Plastbærepose kjøpt i butikken</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Papirpose kjøpt i butikken</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Medbrakt plastpose</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Medbrakt papirpose</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Sekk/veske</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Tok det i hendene</p>		<input type="checkbox"/>
<p>Annet, beskriv:</p>		<p>Noter:</p>
<p>Vet ikke</p>		<ul style="list-style-type: none"> •

Spørsmål 10: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til dem som svarte at de brukte plastbærepose eller papirpose i spørsmål 9.) Du svarte at du kjøpte plastbærepose eller papirpose forrige handleturn. Hva var hovedgrunnen til dette?

- Jeg kjøpte mer enn jeg hadde plass til i medbrakt handlenett

- Jeg ble tilbudt pose på butikken og takket ja på automatikk
- Ekspeditøren pakket varene i en pose uten å spørre meg først
- Jeg trengte nye plastbæreposer til restavfall
- Jeg glemte å ta med medbrakt handlenett/plastposer/sekk/veske o.l. hjemmefra.
- Jeg glemte at jeg hadde med medbrakt handlenett/plastposer/sekk/veske o.l.
- Jeg glemte medbrakt handlenett/plastposer/sekk/veske i bilen
- Jeg hadde ikke planlagt at jeg skulle på butikken
- Jeg hadde ikke flere plastbæreposer hjemme og måtte derfor kjøpe nye
- Annet: beskriv
- Vet ikke

Spørsmål 11: Var handleturen planlagt?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

Spørsmål 12: Hvilket transportmiddel brukte du for å komme deg til butikken?

- Bil
- Sykkel/ elsykkel
- Moped/motorsykkel
- Kollektivtransport
- Gikk til fots
- Elektrisk sparkesykkel/ sparkesykkel
- Annet
- Vet ikke

Spørsmål 13: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til dem som svarte at de brukte andre alternativer enn plastbærepose eller papirpose i spørsmål 9.) Se for deg at du skulle ha pakket varene i tradisjonelle plastbæreposer fra butikkene. Hvor mange plastbæreposer hadde du trengt for å frakte hjem varene dine fra sist handleturn i dagligvarebutikk?

Antall:

Spørsmål 14: (Filter: Oppfølgingsspørsmål til dem som svarte at de brukte plastbærepose eller papirpose i spørsmål 9.) Hvor mange plastbæreposer trengte du for å frakte varene dine fra sist handleturn i dagligvarebutikken?

Antall:

Spørsmål 15: Hvor mange plastbæreposer trengte du for å frakte varene dine fra sist handletur i dagligvarebutikken?

- 5 eller flere ganger per uke
- 3-4 ganger per uke
- 1-2 ganger per uke
- Sjeldnere
- Aldri
- Vet ikke

Spørsmål 16: Omtrent hvor lang er avstanden til den fysiske dagligvarebutikken du oftest bruker (gjelder ikke dagligvarebutikker på nett)?

- Under 0,5 km
- 0,5 km – 0,9 km
- 1,0 km – 1,9 km
- 2,0 km – 4,9 km
- 5,0 km eller lengre
- Vet ikke

Spørsmål 17: Hvor ofte bruker du avfallsposer på rull til restavfall (søppel som ikke skal kildesorteres)?

- Alltid
- Av og til
- Aldri
- Vet ikke

Spørsmål 18: Hvor ofte bruker du plastbæreposer fra dagligvarebutikker til restavfall (søppel som ikke skal kildesorteres)?

- Alltid
- Av og til
- Aldri
- Vet ikke

Spørsmål 19: Hva tror du er det mest miljøvennlige alternativet for å bruke til restavfall?

- Avfallsposer på rull
- Plastbæreposer fra dagligvarebutikkene
- Plastbæreposer fra dagligvarebutikk og avfallsposer på rull har lik miljøpåvirkning
- Vet ikke

Spørsmål 20: Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

	Helt uenig	Uenig	Verken eller	Enig	Helt enig	Vet ikke
Tilgang på plastbæreposer er svært god i dagligvarebutikker.						
Det er enklere å benytte seg av plastbærepose enn handlenett når man handler i dagligvarebutikken, på grunn av hvordan kassen er utformet.						
Det er lett å takke ja til plastbærepose når jeg blir tilbudt dette ved kjøp av dagligvarer.						
Avfallsposer på rull til restavfall er lett å finne i dagligvarebutikker.						
Avfallsposer på rull til restavfall er like tilgjengelige som plastbærepose i dagligvarebutikker.						

Spørsmål 21: Hvordan vil du vurdere bruken av disse bærealternativenes påvirkning på miljøet?

	Veldig liten negativ påvirkning på miljøet	Liten negativ påvirkning på miljøet	Stor negativ påvirkning på miljøet	Veldig stor negativ påvirkning på miljøet	Vet ikke / vil ikke svare
Plastbæreposer					
Handlenett i plast					
Handlenett i bomull					
Papirpose					
Sekk/veske					

Spørsmål 22: Hvor praktisk er følgende alternativer til å frakte varer du har handlet i dagligvarebutikk?

	Meget upraktisk	Litt upraktisk	Verken eller	Litt praktisk	Meget praktisk	Vet ikke
Plastbæreposer kjøpt i butikk da jeg handlet						
Medbrakt plastbærepose						
Medbrakt handlenett i plast						
Medbrakt handlenett i bomull						

Handlenett kjøpt i butikk da jeg handlet						
Papirpose kjøpt i butikk da jeg handlet						
Medbrakt papirpose						
Sekk/veske						

Spørsmål 23: Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

	Helt uenig	Uenig	Verken eller	Enig	Helt enig	Vet ikke
Jeg har alltid vært bekymret for bruken av plast						
Handlenett er praktisk å bruke til andre formål enn handel						
Handlenett i plast passer med min klesstil						
Handlenett i bomull passer med min klesstil						
Jeg har handlenett med logo som jeg ønsker å bruke for å vise støtte/engasjement						
Plastbæreposer i butikken er dyre						
Flertallet av mine venner/familie bruker i stor						

grad handlenett når de handler						
Flere av mine venner/familie ønsker at jeg skal bruke handlenett når jeg handler						

Spørsmål 24: Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

	Helt uenig	Uenig	Verken eller	Enig	Helt enig	Vet ikke
Handlenett fra dagligvarehandelen er stort sett gode til andre formål enn dagligvarehandel						
Handlenett fra dagligvarehandelen kan brukes i andre dagligvarebutikker enn de jeg kjøpte det i						
Handlenett fra dagligvarehandelen er for dyre						
Jeg er villig til å betale mye for handlenett i dagligvarebutikker						
Jeg foretrekker at handlenettet har en utforming som gjør at det kan stå av seg selv						
Det er viktig for meg at handlenett er vanntett						
Handlenett fra dagligvarehandelen						

oppleves som reklame for butikken det er kjøpt i						
Handlenettene fra dagligvarebutikkene kan brukes til hverdags i stedet for veske/sekk						
Handlenettene fra dagligvarebutikkene er stort sett estetisk fine						
Jeg hadde brukt handlenettene fra dagligvarebutikkene oftere dersom de ikke hadde hatt logo						
Jeg foretrekker at handlenettene fra dagligvarebutikken er større enn en plastbærepose fra dagligvarebutikken						

Spørsmål 25: Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

	Helt enig	Enig	Verken eller	Uenig	Helt uenig	Vet ikke
Jeg er åpen for at plastbæreposer i dagligvarebutikker bør forbys						
Jeg er villig til å betale mer enn i dag for plastbæreposer i dagligvarebutikker.						
Jeg er åpen for en økt pris på handlenett mot at						

handlenettet kan pantes, på samme måte som flasker og bokser kan						
--	--	--	--	--	--	--

Spørsmål 26: Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

	Helt uenig	Uenig	Verken eller	Enig	Helt enig	Vet ikke
Ny teknologi vil løse våre miljøproblemer uten at det fører til store forandringer i vårt levesett						
Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemet						
For å få mer miljøvennlig adferd må vi forby miljøskadelige varer og tjenester						
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						
Privatbilismen må reduseres for at klimagassutslippene i Norge skal gå ned						
Jeg er villig til å betale mer for miljøvennlige/ bærekraftige produkter						
Elbil er et bra miljøtiltak						

Spørsmål 27: 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».

	I svært liten grad	I svært stor grad				Ikke redusert	Vet ikke/ ikke aktuelt
Kjøttforbruk							
Plastforbruk							
Strømforbruk							
Bilbruk							
Klesforbruk							
Flyreiser							

Forbruksforskningsinstituttet SIFO har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge. Instituttet utvikler ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder:

- Bærekraftig forbruksutvikling
- Klær
- Markedsbasert velferd
- Mat, matkultur og ernæring
- Teknologi og digitalisering

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet
ISBN 978-82-7063-568-9
www.oslomet.no/om/sifo