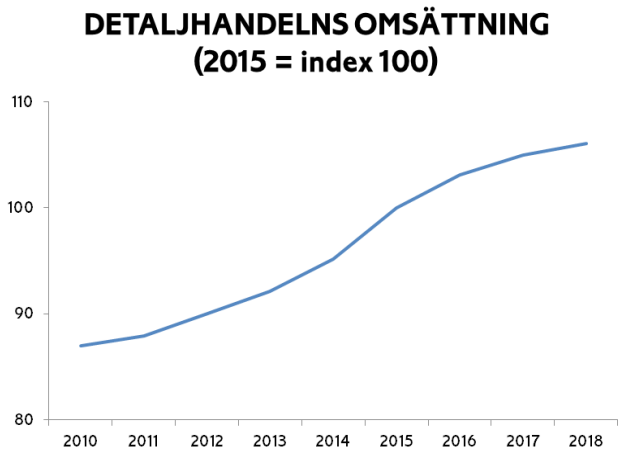
PEAK KONSUMTION

ETT NYHETSBREV FRÅN FUTUREWISE

— OKTOBER 2019 —

FUTUREWISE



Konsumtionen planar ut och kanske kan man ana att toppen närmar sig?

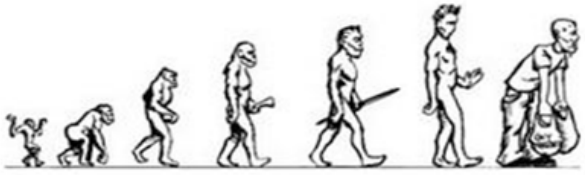
MER ELLER MINDRE KONSUMTION?

För snart tio år sedan var jag på ett seminarium om framtidens konsumtion arrangerat av Svensk handel. De menade att konsumtionen de kommande tio åren skulle öka med 25 procent. Samtidigt menade en representant från en organisation som verkade för grön och miljövänlig konsumtion att handeln istället skulle minska 20 procent. Vilka fick rätt? Svensk handel fick rätt.

Vi har sett kraftiga reallöneutvecklingar hos arbetare såväl som tjänstemän. Det tycks som att den vars inkomst stiger tenderar att genast skaffa en dyrare livsstil. Angus Deaton, som fick Nobelpriset i ekonomi 2015, menar att konsumtionsnivån stadigt måste höjas för att bibehålla välbefinnandet och undvika en vanemässig tristess. Det finns med andra ord en del som talar för fortsatt ökad konsumtion. Enligt Konjunkturinstitutet kommer hushållens konsumtion de kommande tio åren att öka med 28 procent.

Men kommer de att få rätt? Det finns tidiga tecken på att konsumtionen kan komma att minska, eller i alla fall förändras kraftigt. Kanske närmar vi oss en brytpunkt, *peak konsumtion*, efter vilken vi istället kommer att se en avtagande konsumtion.

I detta nyhetsbrev studerar vi denna hyptoes, för detta kan inte på något sätt betraktas som en säker trend. För alla som berörs av handelns och ekonomins utveckling (dvs alla), finns det dock en poäng att noggrannt ha detta under uppsikt framledes, för att i tid kunna förbereda sig för ett eventuellt större skifte.



Konsumtionens bojor håller oss allt fastare.

PRYLBANTNING

Ett svenskt barn har i snitt 536 leksaker enligt Retoy. Är det vettigt? Att de flesta barn vill ha fler leksaker är uppenbart, men vill föräldrarna ha in mer plast och prylar i sina hem? Och hur mycket heminredning tål ett hem innan Feng Shui-boken kommer fram?

För tidigare generationer handlade livet mycket om att ackumulera ägodelar, vilket de ofta långa bouppteckningslistorna vittnar om. Förutom ett funktionellt värde, gav de också en ekonomisk kontinuitet när de ärvdes vidare. Många idag är inte lika intresserade att samla på sig saker. Att minska antalet ägodelar har blivit en strömning som har gett upphov till flera svenska böcker som Shopstop, Ägodela och Prylbanta.

Mikael Ydholm som är Head of Research på IKEA menar att konsumenten tänker efter två gånger innan man köper, för att man har redan så mycket. I en studie av 4 000 personer av förvaringsföretaget Elfa anser nio av tio svenskar att de äger för mycket kläder och skor. Och lika många kände att de inte hade något att ta på sig.

Prylbantningen sammanfaller också väl med den tekniska utvecklingen som på olika sätt gjort många fysiska produkter onödiga. Mobiltelefonen har i stor utsträckning varit navet för denna tjänstefiering. Smarta appar leder ständigt till minskat behov av traditionell hårdvara som dvd- och cd-skivor, armbandsur, ficklampor, GPS-navigatorer, kompasser, kameror, radioapparater, tv-apparater, konsoler för dataspel, biljetter, med mera.

Annahita Yazdi är trött på shopping: "Inga nya kläder, ingen hudvård, inget smink, ingen inredning, ingen elektronik, inget jävla krafs alls, inte ens second hand. Tar nåt slut får det ta slut, går det sönder får det lagas eller slängas."

KÖPFRI UTAN SLUTDATUM

Person efter person kliver fram i media och gör avbön för sin konsumtion. Dels har vi tidiga föregångare som av ideologiska skäl slutar shoppa, dels har vi vissa som sannolikt är mer intresserade att bygga sitt personliga varumärke.

En som slutat handla helt är Emilia Arvidsson som satte som mål att sluta shoppa under ett år. Effekterna var så positiva att hon aldrig "kom tillbaka". Numera anser hon sig vara köpfri utan slutdatum. Greta Thunberg har förstås också köpstopp. "Jag köper inte saker om det inte är absolut nödvändigt", säger hon.

DN:s skribent Elin Peters skriver att hon skäms för sin shopping och att hon "i alla fall får lite dåligt samvete när hon köper nytt." Aftonbladets Frida Boisen uppmanar sina läsare att sluta köpa nya kläder och att sluta äta kött. Hon menar att tiden för vår enfaldiga fåfänga har runnit ut. Att ha exklusiva kostymer och dyra klockor är passé.

En annan person som slutat shoppa är influeraren och sminkbloggaren Annahita Yazdi. Hon menar att hon bara ska använda det hon redan har. Hur har det gått för Annahita efter tio månaders köpstopp under 2019? Jodå, hon håller sitt löfte.

Vilken påverkan inflytelserika personer kan tänkas få på andra kan vi bara ana. Men det är inte orimligt att många av dagens barn och unga tar kraftiga intryck från dessa budbärare, och som en följd växer upp med en uppsättning värderingar som radikalt skiljer sig från tidigare generationers konsumenter.

BARA DE RIKA HAR RÅD ATT INTE HANDLA

Är det bara de som är "dirty, rotten, filthy, stinking rich" som har råd att inte handla i framtiden?

Någon av Annahitas följare anmärker att det är lättare att dra ner när man är priviligierad och redan har skåpen fulla med smink och prylar och redan har rest runt halva jorden. För den med tajtare ekonomisk svångrem finns inga fulla skafferier att ösa ur. Annahita svarar och ger följaren rätt: "köpstopp är något för de som redan har." Exemplet är signifikativt för utvecklingen. Det är sannolikt de med starkare ekonomiska resurser som kommer att minska sin konsumtion först – inte de fattiga.

Som ofta är det en mindre grupp eller en subkultur som först anammar nya fenomen som senare får större spridning. Denna effekt, *trickle down-effekten*, innebär att saker må börja i liten utsträckning med ett fåtal, ofta bättre bemedlade, för att sedan sprida sig till gemene man.

Möjligen ser vi samma fenomen nu inom konsumtion mer generellt. Vissa personer anser sig "ha råd" att avstå konsumtion. Man kan betrakta dessa som självpåtaget moraliskt överlägsna, att köpstopp är ett sätt att distansera sig från de som inte har insikten eller möjligheten att leva lika klimatsmart. Istället för att köpa prylar bygger de ett socialt kapital "von oben". Omvänt kan man förstås se dem som miljöhjältar, som genom minskad eller alternativ konsumtion bromsar negativa klimateffekter. Oavsett bevekelsegrunderna är det inte osannolikt att denna inställning över tid kan få bredare spridning.

GLOBAL OCH LOKAL MILJÖMEDVETENHET

Källsortering under pågående terrorattack på Drottninggatan. Om vi slutar källsortera vinner terroristerna.

Greta Thunberg har satt klimatfrågan på den globala agendan på allvar. När jag först läste om henne tänkte jag att det nog inte skulle bli någon större grej. Men när det utanför kommunhuset där jag bor en dag var en lokal klimatstrejk förstod jag att det höll på att växa snabbt. En titt på kartan över platser i världen som sympatistrejkade gav genast insikt i fenomenets snabba spridning.

Men medan Greta kämpar på med sina ambitioner är det på ett närmare plan jag själv har upptäckt den förändrade inställningen till dessa frågor. En barndomsvän som jag inte trodde kunde stava till ordet ”klimatsmart” fick i 48-årsåldern plötsligt för sig att han skulle börja källsortera (i första försöket råkade han av misstag hälla all plast i kartonginkastet, men han lär sig). En nära släkting som alltid varit fint klädd sa plötsligt att hon inte tänkte köpa mera kläder: ”Jag har redan så mycket och det sliter på miljön”. För kanske två år sedan på middag hos några vänner såg jag dem stå och diska barnmatsburkar som skulle till återvinning. ”Vad är det för idioter som håller på med sånt?”, tänkte jag. Nu står jag själv och sköljer ur barnmatsburkar och tycker det känns rimligt att de återgår i kretsloppet.

Som trendspanare ska man akta sig för att ta exempel i sin omgivning som intäkt för en större trend, men jag tror att många andra hört liknande från vänner omkring sig. Under terrorattacken på Drottninggatan fotade någon två personer som under dådet står och källsorterar i innerstan. Utländsk press var förbluffad minst sagt. Det säger ändå något om den angelägenhet många känner inför dessa frågor.

KLIMATAMBIVALENS

Utrikes flygande har mer än fördubblats sedan sekelskiftet, men tycks nu mattas av. Researrangören Globalrunners erbjuder tåg istället för flyg för alla som vill på deras resor.

Om vi går från det anekdotiska till det statistiska ser det ut så här. Andelen svenskar som är mycket oroade för förändringar i jordens klimat har ökat från 37 procent 2001 till dagens 61 procent. Enligt en undersökning av Kantar-Sifo känner 46 procent av svenskarna oro eller ångest kopplad till klimatförändringarna. Bland kvinnor i åldern 18-29 år är siffran så hög som 80 procent, medan den för män 65-79 år endast är 18 procent. 79 procent av svenskarna säger sig vilja leva mer miljövänligt. Enligt Europeiska Inesteringsbanken, EIB, menar 41 procent av svenskarna att de kommer att konsumera mindre generellt under 2019 till följd av klimathotet.

Enligt SOM-Institutet som sedan 1986 frågat medborgare om deras viktigaste samhällsfrågor hamnar inte ”miljö och energi” inte ens på topp tre-listan 2018. Annat var det i slutet på 1980-talet då 68 procent av svenskarna tyckte detta var den viktigaste frågan.

Under 2018 pendlade miljön och klimatet mellan plats 4 och 6 på listan över de viktigaste politiska frågorna. En vecka innan riksdagsvalet i september 2018 seglade miljöfrågan upp som den allra viktigast frågan enligt en Demoskopundersökning. Samtidigt visade SVT:s vallokalsundersökning att miljö inte ens kom med bland de tio viktigaste frågorna.

Att kvantitativt bedöma exakt hur viktig miljö- och klimatfrågan är för svenska väljare tycks alltså svårt. Hur frågorna formuleras tycks helt avgörande för svaren. Det finns en viss klimatambivalens. Dels avseende vissa grupper som helt negligerar utvecklingen, dels ett beteende hos vissa med klimatångest som inte är i linje med deras värderingar.

Vi formligen drunkar i våra ägodelar.

NYTTA ELLER ONYTTA FÖR KLIMATET

En central fråga är ju vart pengarna som sparas på mindre konsumtion tar vägen. I USA visar studier bland unga att 78 procent föredrar att spendera pengar på upplevelser före saker. Men medan shopping är fruktansvärt enkelt och ger direkt uppmuntran (för den som känner så), kräver upplevelser och meningsfulla aktiviteter ofta planering och tid för att genomföra. Om det är mödan värt finns heller inga garantier för. En omställning av konsumtionen kan alltså bli krävande, vilket rimmar illa med människans inneboende lathet.

Om det nu är så att vi håller på att byta varukonsumtion mot tjänstekonsumtion behöver det inte heller nödvändigtvis gynna miljön. Att vara med i en bilpool är kanske bättre än att äga en egen bil, men inte bättre än att äga en cykel. Den som lägger pengarna på att besöka exotiska resmål utomlands istället för att köpa prylar gör inte självklart någon miljönytta.

Ytterligare dilemman är att många åtgärder som vid en första anblick ter sig klimatsmarta inte alltid är det. Delningsekonomin har hyllats som klimatfrälsare, samtidigt som det visar sig att de lägre boendekostnaderna som Airbnb exempelvis medför har lett till frekventare flygresande och därmed större koldioxidutsläpp. Att köpa begagnat låter också klimatsmart, men second hand upprätthåller en förstahandsmarknad. Enligt konsumtionsforskaren Ulrika Holmberg väljer många att köpa något nytt när det är extrapris, för man tänker att man alltid kan sälja det på Blocket.

Ulrika Holmberg menar att många av aktörerna som upplevs miljömässigt positiva i praktiken är betjänta av att upprätthålla konsumtionen. Återvinningsbranschen, för att ta ett exempel, är ju inte intresserade av att det blir mindre avfall och därmed färre saker in i systemet.

Kanske står mänskligheten inför ett vägval?

SLUTA INTE KONSUMERA!

Organisationen Svenskt näringsliv menar att konsumtion är det bästa sättet att öka handeln, och därmed att stimulera ny teknik. De pekar på att en lång rad miljöproblem har minskat i omfattning de senaste decennierna: minskade svenska utsläpp av kväveoxid, svaveloxid, farliga tungmetaller och partiklar. Ekonomisk tillväxt och konsumtion går att förena med en bättre miljö. Ju bättre vi får det, desto mer miljöförbättringar har vi råd med, anser de.

Enligt en rapport från Nordea klarar vi inte klimatmålen ens med kraftigt minskad konsumtion. Bankens slutsats blir att ekonomin måste fortsätta växa – och vi bör förlita oss på ny teknik.

Skälet till debattinlägg som dessa är uppenbara: minskad handel skulle få nationalekonomiska konsekvenser. Färre inköp skulle innebära mindre moms till staten. Många företag som redan i dag har små marginaler skulle sannolikt slås ut vilket ytterligare skulle fresta på statsfinanserna med fler arbetslösa. Färre anställda innebär också mindre sociala avgifter och mindre inkomstskatt till staten. Sveriges hjul skulle kanske inte stoppa men kraftigt sakta farten.

Åsikterna huruvida minskad konsumtion löser eller förvärrar problemen tycks alltså gå isär. Detta moment 22 skulle kunna beskrivas så här: Overshoot day, den dag på året då mänskligheten har gjort av med årets budget av förnybara resurser, inföll 2019 den 29:e juli. Globalt lever vi som om vi hade 1,7 planeter till vårt förfogande. Att detta är ohållbart låter som en självklarhet och pekar på att konsumtionen måste minska. Samtidigt har vi ett ekonomiskt system som bygger på ständigt ökad tillväxt. Minskad konsumtion skulle därför få förödande konsekvenser för samhällsekonomin. En kraftig recession eller ny finanskris skulle knappast gynna nya klimatsmarta tekniska lösningar. Vilken väg tar vi?

LITE OM FUTUREWISE ERBJUDANDEN:

OMVÄRLDSANALYS

Futurewise producerar toppkvalitativa och skarpa omvärldsanalyser för just er bransch.

Vi kartlägger er marknad, gör intervjuer, letar trender, studerar alternativa affärsmodeller och sammanställer resultaten i lättillgängliga rapporter.

För att involvera personalen tar vi helst fram materialet tillsammans mer er under interaktiva workshops.

Klicka för att läsa mer om omvärldsanalys

FÖREDRAG

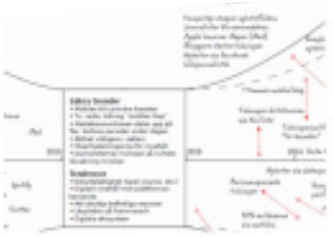
Vi håller upp mot 100 föredrag årligen där vi presenterar inspirerande trender och tankeväckande framtidsbilder.

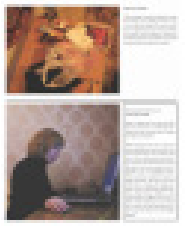
Vi siktar på att underhålla samtidigt som vi delger ny kunskap och kryddar sedan med lite provokation.

Anlita Futurewise till nästa konferens, kick-off eller kundevent!

Klicka för att läsa mer om föredrag

UTBILDNING





Vi arrangerar flera gånger per år öppna utbildningar i omvärldsanalys. Lär dig kombinera beprövade metoder med nya IT-verktyg för att skapa effektiva plattformar för systematisk omvärldsanalys.

Du tränar förmågan att tidigt upptäcka trender liksom hur man drar nytta av dem.

Ta två utbildningsdagar och se till att bli en grym trendspanare du också!

Klicka för att läsa mer om utbildning

FUTUREWISE