



23-24 oktober i Borås

# Nationell verkstad 2019

## -framtidens konsumtion för hållbara livsstilar

Med gemensam kunskap och kreativa processer tog vi oss an utmaningar kopplade till den hållbara konsumtionen. I fyra parallella workshoppass arbetade vi med utmaningar kopplade till mode, inredning, semester och konsumtion i kvarteret.

Alla grupper arbetade enligt en designmetodik för hållbar livsstil, en guide som tagits fram av Klimat 2030 - Västra Götaland ställer om. Processen finns beskriven mer utförligt i [Designguide för hållbara livsstilar](#).

Utmaningarna utgick även från sex konsumentgrupper, som identifierats som framtidens hållbara konsument och viktiga för omställningen. Vi fokuserade på en eller ett par av konsumentgrupperna. Dessa konsumentgrupper presenteras i rapporten [Möt framtidens konsumenter](#). Vi har även tagit fram en kort [film](#) som presenterar dessa grupper på ett trevligt sätt.

Genom att utgå från konsumentgrupperna blev workshoppassen en behovsstyrd utvecklingsprocess, enligt den designprocess som presenteras i guiden. Ett arbetssätt som är bra för att hitta lösningar bortom dagens system och gränser.

---

## Sammanfattning av workshop Semester

Nationell verkstad, 24 oktober 2019

Deltagarna fick olika roller tilldelade för att hjälpa till att skapa struktur då det blev begränsat med tid för att hinna igenom alla stegen. Rollerna var synliggörare, observatör, tidspolis, sammanfattare och språkrör. Vi fokuserade på steg 1-4 i metodiken. Vi märkte själva när vi läste in oss på metodiken att man går snabbt till lösningarna och ville se till att stanna i behovsanalysen. Alla grupper hade därför en hatt på bordet där de fick lägga post-it lappar med lösningar ifall det kom upp någon under workshopen.

Vi valde ingen konsumentgrupp, men var tydliga med att de måste välja en målgrupp och varför den är vald.

### Resultat från grupperna

*Aktörer som problemen/lösningarna kan adresseras till:*

Ving, Fritidsresor med flera borde börja skapa nya erbjudanden. Branschorganisation?  
Konsumentverket kan göra en samlad insats mot branschorganisation/-er.

Grupp 1.

*Fråga: Hur få storstadboende långflygande medelklass (och uppåt) att byta en långresa mot en närsemester?*

Haka på och förstärka en pågående värderingsförskjutning. Finna de som har ekonomiskt intresse för denna förskjutning, utgå från ledighetens "basbehov" – som träffas, äta, prata. Vad handlar egentligen semesteraktiviteter om? Ofta är det att vi vill mötas och få tid med nära och kära.

Lösningar: förbilder som gör förändring, hotell&spa weekend (nära och bekvämt), tryck på det kreativa, häftiga, coola, nya istället för följa strömmen, bilder på väntetid och kaos på flygplatsen istället för resmålet, nå nisch-föreningar som ex. POW (Protect Our Winters)

Grupp 2.

*Fråga: Hur får vi barnfamiljen att hemestra?*

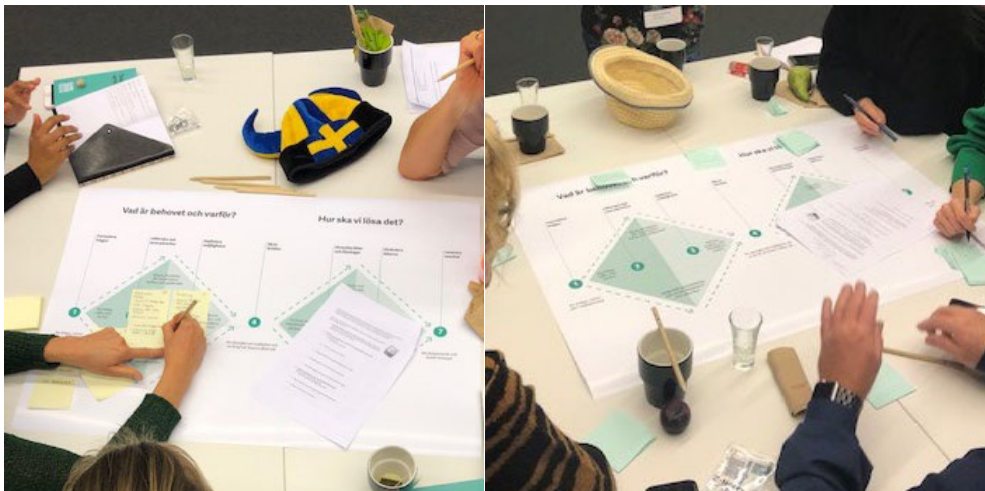
Kort transport, mer tid till aktivitet. Gemensam nämnare i hela familjens semesterbehov (små barn, tonåringar, föräldrar) är nya intryck. En semester skapar möjlighet för tonåringar att behålla kontakt med vänner, det är enklare logistik och mer hållbart/klimatsmart. Det finns möjligheter att skapa helhetspaket för hela familjer även lokalt, som tillgodoser hela familjens behov. Använda att nya intryck även kan finnas runt hörnet, inte bara på andra sidan jordklotet.

Lösning: skapa helhetspaket som inte är väderberoende

Grupp 3:

*Fråga: Hur kan målgruppen (40+ med utflugna barn, ekonomiskt starka som flyger några ggr per år) behov tillfredsställas med mindre klimatpåverkan?*

Lösning: tåg hotell/charter, man kan hoppa på tåget i olika städer och resa ner genom Europa. Du har samma tåghytt på hela charterresan.



### Utmaningar för att branschen ska bli mer hållbar:

- Vädret i Sverige är en stor reseanledning, att komma bort från alltså.
- Tillväxt, gästnätter och omsättning är indikatorer som branschen använder och som inte tar hänsyn till en hållbar utveckling inom turismen.
- Normen idag är att vara berest, Sverige är ett resande folk. Hur kan vi skapa förnöjsamhet inom landets gränser?
- Effektiva styrmedel
- Det vore intressant att jämföra reseanledningar hos svenska befolkningen med ett soligt område, t.ex. Kalifornien

### **Förvånande inspel**

En gemensam nämnare i gruppernas diskussioner var att tid börjar bli (är?) status. Hela gruppen reflekterade över livet som helhet. Vi har inte tid att resa långsamt och mer hållbart och lever liv vi upplever att vi måste ha semester från. Skulle vi ha mer tid att få dagsljus hela året kanske vi inte skulle känna samma behov av att resa till solen.

Vid frågor, kontakta [Johanna Lindblad](#), projektledare för Nationell verkstad, vid Science Park Borås.

