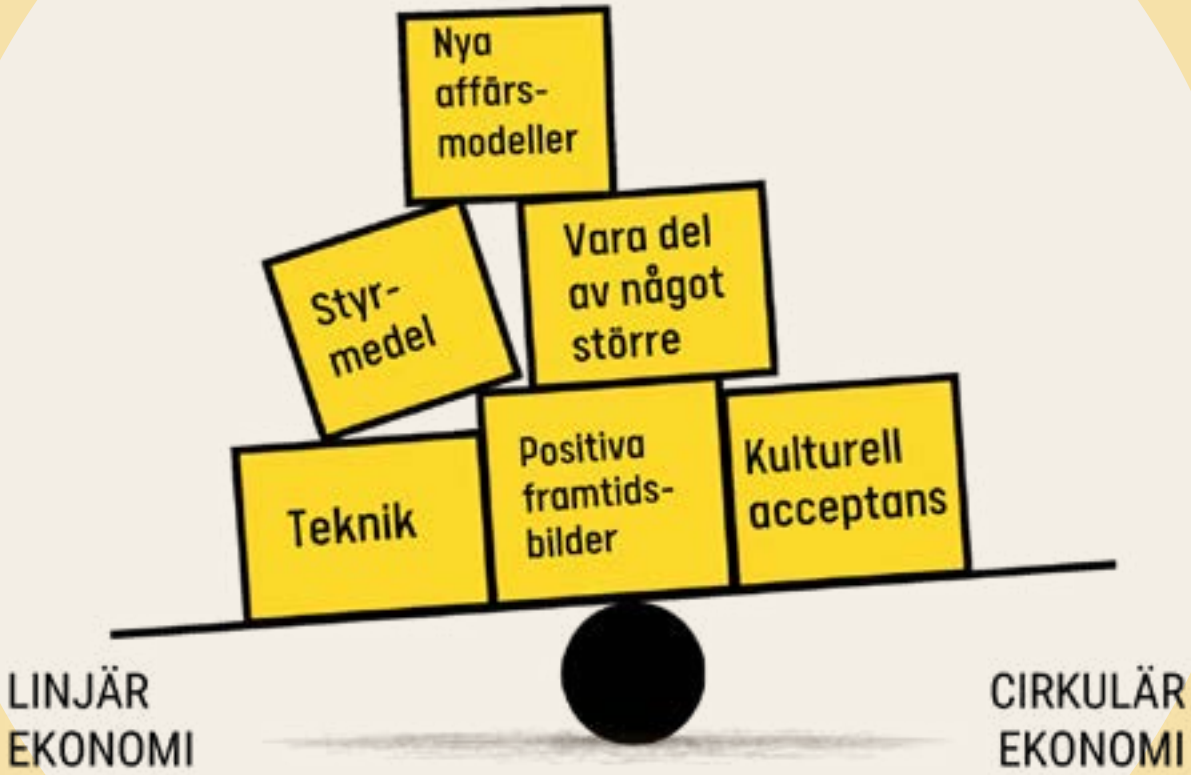


ÄR NORMSKIFTET TILL CIRKULÄR EKONOMI NÄRMARE ÄN VI TROR?

En rapport från Tankesmedjan Normskifte vid Högskolan i Borås och Textile Movement

HÖGSKOLAN I BORÅS
TEXTILE MOVEMENT
Med stöd från VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN
Medfinansieras av Europeiska unionen

Innehåll

Projektgrupp 3
Förord 4
Normskifte – vad är det och hur händer det? 5
Beteende och normer som del av systeminnovation 7
Medborgaren i det cirkulära normskiftet 9
Individperspektivet – från insikt till norm 11
Undersökning 15
  Attityder och konsumtionsmönster bland unga 15
  Workshop: fördjupning av drivkrafter och hinder 17
  Företagens drivkrafter och utmaningar i omställningen 18
  Viktiga insikter 19
Hur ett mer genomgripande normskifte kan genomföras 21
  Beteendeförändringshjulet applicerat 21
  Strategiska åtgärdspaket 23
  Rekommendationer per aktör 23
Sammanfattande slutord 27

Projektgrupp

Birgitta Losman. Högskolan i Borås / Tankesmedjan Normskifte
Adrian Zethraeus, Science Park Borås / Högskolan i Borås
Jonas Klevhag, Tankesmedjan Normskifte
Sara Olofsson, Tankesmedjan Normskifte
Malin Leth, Tankesmedjan Normskifte
Anna Velander Gisslén, Tankesmedjan Normskifte

Samt medarbetare vid Tankesmedjan Normskifte och Högskolan i Borås.

Tack också till Sofia Ulver, docent i konsumtionsvetenskap, Ekonomihögskolan, Lunds universitet samt Gabriella Wulff, universitetslektor och konsumtionsforskare på Textilhögskolan, Högskolan i Borås, lärare och elever på de gymnasieskolor i Göteborg, Borås och Mark som deltog i enkätundersökningen samt Arkivet, Gina Tricot, Elgiganten och Refurbed för deltagandet i företagsintervjuerna.

Tack också till Kairos Future som har bistått med enkätundersökning och företagsintervjuer.

2026 Tankesmedjan Normskifte vid Högskolan i Borås & Textile Movement

Förord

År 2022 publicerade dåvarande Expertgruppen Normskifte, inom regeringens Delegation för cirkulär ekonomi, rapporten *Tro, hopp och visioner – hur vi uppnår ett cirkulärt samhälle genom normskifte för alla*. Arbetet med rapporten lade grunden för bildandet av den fristående Tankesmedjan Normskifte, med Högskolan i Borås som värd. Parallellt har initiativet Textile Movement, tillsammans med Västra Götalandsregionen och regionala aktörer, arbetat med omställningen till cirkulär ekonomi inom textil. För första gången lanserar Tankesmedjan Normskifte och Textile Movement nu gemensamt en rapport som ställer frågan: **Är normskiftet till cirkulär ekonomi närmare än vi tror?**

I rapporten presenteras översikter över teoribildning kring normskifte och nya empiriska resultat där ungas köpvanor inom elektronik och textil används som exempel och som kunskapskälla för hur normer och beteenden förändras. Därtill intervjuas företagsrepresentanter om normskifte i praktiken.

Secondhand används här som en ingång till rapportens diskussion om cirkulär konsumtion, även om det självklart bara utgör en del av den cirkulära ekonomin. Genom att fördjupa oss i delar av ekonomin får vi ändå värdefulla indikationer på hur företag och konsumenter i två stora och konsumentnära branscher just nu förhåller sig till omställningen.

Genom att genomföra den här typen av studie bedömer vi också att vi bidrar till normskiftet, genom att synliggöra och kvantifiera normer, vanor och beteenden. När vi pratar om, ifrågasätter, diskuterar och agerar inom ramen för omställningen till cirkulär ekonomi gör vi också något som forskningen visat är betydelsefullt: vi inkluderar varandra och bygger tillsammans de samhällen vi vill åstadkomma.

Tankesmedjan Normskifte har tidigare använt normskiftet från rökning till icke-rökning som exempel på hur styrande och stöttande åtgärder tillsammans kan åstadkomma en genomgripande förändring, där underförstådda förväntningar och regler i grunden förskjuts. Nu ställer vi oss frågan om ett liknande skifte till cirkulära ekonomiska beteenden redan har inträffat – och vad som kan göras för att påskynda övergången till en mer resurseffektiv och cirkulär tidsepok.

Vi reflekterar över att vi står på en gungbräda där vi är närmare en tipping point till cirkulär ekonomi än vad många människor tror. I rapporten möter ni system- och individperspektiv, ny empiri från företag och ungdomar som exemplifierar och rekommendationer om hur vi kan ta frågorna vidare.

Inspirerande läsning önskar

Tankesmedjan Normskifte vid Högskolan i Borås och Textile Movement

Normskifte – vad är det och hur händer det?

Vad är det?

För att få förändringen till cirkulär ekonomi att hända behöver vi komplettera befintlig teknikoptimism med gemenskap, empati, framtidshopp och just samskapandet för detta mellan individer, organisationer och samhällen. Hur detta ska gå till grundar sig i olika insatser som skapar ett normskifte.

Ett normskifte är en genomgripande förändring av våra gemensamma, ofta underförstådda, regler och förväntningar på beslut och beteenden. För att få till ett normskifte där vi går från ett normalläge till ett annat – här från linjärt till cirkulärt – behöver vi förstå och hantera andra typer av hinder än enbart tekniska. Dessa andra typer av hinder är till exempel psykologiska, sociala, systemiska eller strukturella.

Vi har tidigare konstaterat en obalans mellan styrande och stöttande insatser för den cirkulära utvecklingen i Sverige. Som en av expertgrupperna under Sveriges Delegation för Cirkulär Ekonomi under 2021–2022 hade vi i uppgift att undersöka de barriärer som finns för det cirkulära normskiftet. Det expertgruppen gjorde då, med utgångspunkt från forskning som menar att balans mellan policys och interventioner behövs för detta, var att kartlägga alla de förslag som övriga expertgrupper hade tagit fram, samt delegationens egna.

Vår kartläggning visade på en tydlig obalans där den absoluta majoriteten av de förslag som då tagits fram var styrande insatser. Det är våra insikter från denna analys som lagt grunden till de förslag som vi väljer att lyfta, som handlar om att komplettera befintlig teknikoptimism med gemenskap, empati, framtidshopp och samt samskapandet för detta mellan individer, organisationer och samhällen. Normskiftet bygger på en god balans mellan styrande och stöttande åtgärder.

Vi har i huvudsak identifierat tre faktorer som kan få förändringen till cirkulär ekonomi att hända:

1. **Kombinera insatstyper:** Forskning visar att en kombination av styrande och stöttande insatser har bäst effekt för att driva förändring.
2. **Skapa emotionell anknytning:** Det är inte primärt mer evidens som behövs för att motivera till handling, utan det är de känslomässiga relationer människan har till varandra, naturen och mänskligheten som helhet som behöver förstärkas.
3. **Alla måste kunna identifiera sig och känna sig inkluderade:** Normskiftet till en cirkulär ekonomi, ett samhälle med säkrad resurstillgång och framgångsrikt bromsad klimatkris kan inte begränsas till att inkludera enbart specialintresserade individer med en viss värdegrund, eller vissa särintressesgrupperingar. Alla behöver kunna känna sig inkluderade och engagerade, utifrån egna preferenser, värderingar och övertygelser.

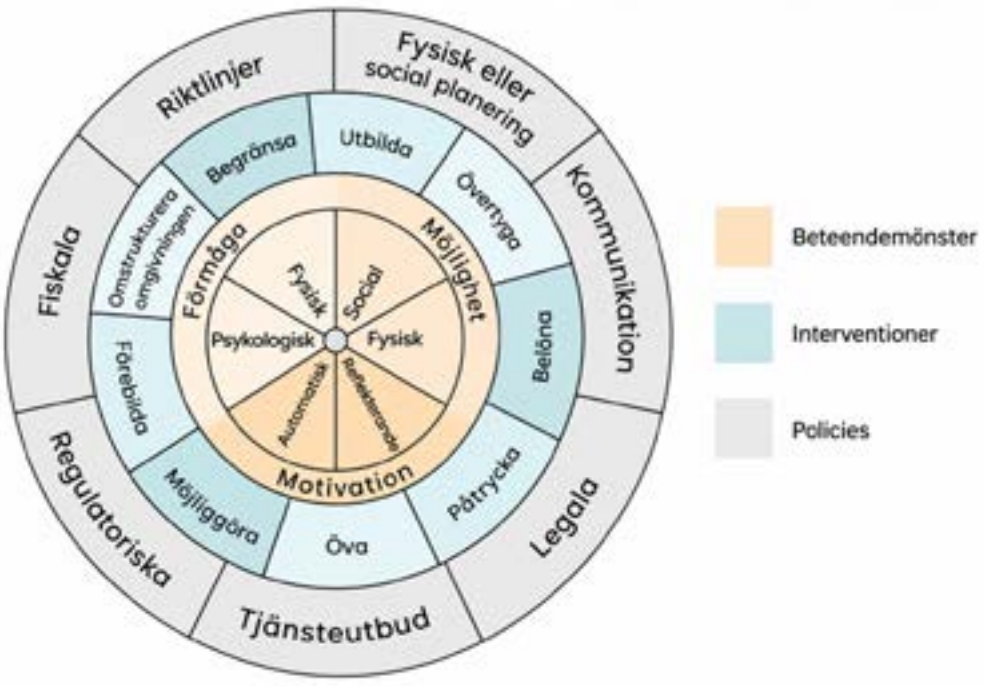
Det samhälle vi strävar efter är ju egentligen en mångfald av olika livsstilar utifrån individers och gruppers preferenser. Resan dit behöver inkludera och trigga många olika grupper och personligheter. Ju tydligare visionen är för det cirkulära samhälle vi strävar efter desto lättare kommer normskiftet upplevas vara.

Hur händer det?

Att kombinera styrande och stöttande insatser, skapa emotionell anknytning och få människor att känna sig inkluderade är avgörande för att åstadkomma genomgripande förändring. Det har vi gjort tidigare. Vi tar ett exempel.

Vi vet att normen för rökning är förändrad. Tidigare var det helt okej att röka exempelvis på restauranger, men det är det inte längre. Ett annat exempel är normförändringen till att använda bilbälte. Hur hamnade vi då här? Låt oss titta på de insatser som gjorts och fortfarande görs tillsammans med den vetenskapliga grunden för normskiftet – beteendeförändringshjulet.

De insatser som gjorts – och fortfarande görs – för att ändra normen för rökning är en kombination av att informera, utbilda, skapa opinion, erbjuda målgruppsanpassad tobaks- och nikotinavvänjning, framhäva rökfria miljöer, kontrollera industrin genom skyddande och begränsande lagstiftning, samt att föra en aktiv prispolitik.



Beteendeförändringshjulet (The Behaviour Change Wheel) - anpassad av Expert-gruppen Normskifte (2022) utifrån Michie, van Stralen & West (2011).

Ser vi på en kombination av dessa insatstyper så är det tydligt att det finns en balans mellan styrande insatser som information, fysisk planering med rökfria miljöer, lagstiftning, prispolitik och tjänsteutbud i form av stöd för avvänjning.

Detta sker parallellt med stöttande insatser som utbildning, övning, förändrad omgivning i form av rökfria miljöer och andra begränsningar. Det är just denna balans som forskning menar möjliggör genomgripande förändring.

Beteende och normer som del av systeminnovation

Att se bortom teknikoptimism

I föråldrad tid har teknisk utveckling ofta setts som lika med innovation och utveckling. Hos en del beslutsfattare lever den villfarelsen kvar. Det kan leda till ofullständiga beslutsunderlag och beslut grundade endast på en mindre del av den mer holistiska syn som krävs för att förändra samhällen i riktning mot hållbarhet, inkludering, välfärd och långsiktig ekonomisk lönsamhet.

Ensidig, eller överdriven, teknikoptimism riskerar att leda till oönskade rekyleffekter, exempelvis att en ny teknisk lösning genererar ökade transporter som äter upp miljövinsten. Det finns även risk för otillräckliga effekter om en cirkulär lösning inom återvinningsindustrin trots hög teknikhöjd, har så stora energiförluster att det hade varit bättre att vidta andra åtgärder än återvinning.

Att arbeta med systeminnovation är att med en systemkritisk ansats omfamna ett normskifte – där underförstådda normer och uppfattningar utmanas och förändras för att åstadkomma hållbara och cirkulära system. Det är att gå från teknik till samhällssystem, att se behovet av både styrande och stöttande åtgärder och att uppmana till såväl individuell som kollektiv handling.

Systeminnovation är att ta sig an fem olika – men ömsesidigt beroende – dimensioner – teknik, affärsmodeller, policy och regelverk, beteende/kultur/värderingar samt industriell infrastruktur.

Tankesmedjan Normskifte har under den senaste mandatperioden lyft vikten av att se innovation som mer än teknisk utveckling i dialog med riksdagens ledamöter och partier. Det handlar om att bejaka teknikutveckling, men utan att fastna i en snäv teknikoptimism eftersom ett sådant fokus blir ett hinder då det riskerar att behandla omställningen som ett teknikskifte, när den i själva verket är en systemförändring.

Som stycket ovan visar består systeminnovation av flera ömsesidigt beroende dimensioner. Om tekniken utvecklas utan att dessa andra delar förändras samtidigt uteblir ofta effekten: lösningar når inte marknaden, används inte i vardagen eller förstärker i värsta fall det linjära systemets logik. Därför behöver tekniska framsteg kombineras med affärsmodeller som gör det cirkulära lönsamt, regelverk som stöttar omställningen, normförändringar som påverkar beteenden samt den industriella och kompetensmässiga infrastruktur som krävs för att nya praktiker ska kunna få fäste och skala.

Ett politiskt ansvar för nästa normskifte

Tankesmedjan Normskifte är övertygad om att det går att bygga inkluderande, cirkulära och hållbara samhällen med visionen om nettonollutsläpp som ledstjärna. För det krävs mer än teknikoptimism och vi är nyfikna på alla partiers förslag och åtgärder för att nå dit. När det gäller klimatfrågan är den mer brådskande än andra frågor, givet de fakta som forskare har presenterat internationellt och nationellt. I just klimatfrågan brådskar det att få besked från samtliga riksdagspartier om vilka åtgärder de vill prioritera på kort och lång sikt.

Men frågan om normskifte är större än så – vi välkomnar ett brett samtal om vad som kommer efter det svenska folkhemmet. En del menar att pendeln svänger bort från normskifte – i bemärkelsen att den politiska riktningen för Sverige redan ändrat normer och värderingar i grunden där grön omställning inte är lika mycket i fokus som för fem år sedan.

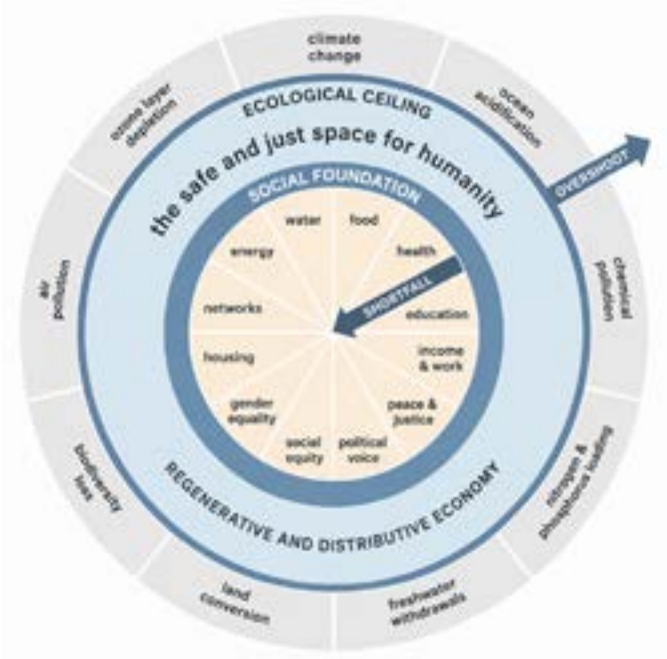
Samtidigt visar flera studier – däribland de som ligger till grund för den så kallade ”Vi är 89 %”-kampanjen – att en mycket stor majoritet av befolkningen ställer sig bakom en stark klimatomställning. Detta kan tolkas som att det finns ett brett, men ofta underskattat, stöd även för en mer genomgripande omställning av våra konsumtionsmönster, såsom en övergång till cirkulär ekonomi. Vi som tankesmedja menar därför att en stor tyst majoritet vill ha ett hållbart och cirkulärt samhälle. Frågan är då inte om stödet finns, utan hur detta stöd omsätts i beteenden och system – och när ett sådant stöd övergår i ett faktisk normskifte. Så när sker nästa normskifte – eller håller det kanske redan på att ske?

Medborgaren i det cirkulära normskiftet

Ekonomiska system förändras sällan genom lagstiftning eller teknik ensamt. De förändras när tillräckligt många människor börjar förstå sig själva och sin roll i världen på ett nytt sätt. Det är i den insikten som kopplingen mellan kulturella narrativ och den cirkulära ekonomins genomslag blir tydlig. Under de senaste två seklen har det dominerande narrativet om människan som ekonomisk aktör varit konsumentens. Jon Alexander beskriver i sin bok *Citizens – how the key to fixing everything is all of us*, hur vi gradvis fostrats in i en identitet där vårt värde mäts i vad vi köper, väljer och konsumerar. Konsumentidentiteten är inte neutral – den är djupt inbäddad i ett linjärt ekonomiskt tänkande: extrahera, producera och kassera. När individen i grunden definierar sig som konsument framstår det linjära systemet inte bara som normalt utan som naturligt och till och med önskvärt. Att ifrågasätta det blir då ett angrepp på identiteten snarare än på ett ekonomiskt arrangemang.

Alexanders tes är att vi behöver ett nytt grundnarrativ – medborgaren (the Citizen) – som ersätter konsumenten. Medborgaren definierar sig inte i första hand genom ägande och val på en marknad, utan genom deltagande, ansvar och relation till det gemensamma. Det är inte ett nostalgiskt eller ideologiskt begrepp utan ett praktiskt skifte: när människor i grunden ser sig som delaktiga aktörer snarare än passiva mottagare förändras också vad som uppfattas som rimliga krav, rimliga beteenden och rimliga ekonomiska system.

Parallellt med detta narrativa skifte har nya ekonomiska ramverk börjat erbjuda ett trovärdigt alternativ till tillväxttänkandets logik. Kate Raworths Doughnutekonomin är ett av de just nu mer inflytelserika exemplen. Modellen visualiserar ett ekonomiskt handlingsutrymme definierat av två gränser: ett socialt golv – de grundläggande behov som alla människor måste ha tillgodosedda – och ett ekologiskt tak, de planetära gränser som inte kan överskridas utan att systemet destabiliseras.



Doughnut economics sociala golv och planetära tak (Raworth, 2017).

Ekonomins uppgift är att hålla sig inom de båda ringar som illustrerar själva munken, det vill säga, varken falla under golvet eller slå igenom taket.

Det avgörande med Doughnutmodellen är inte enbart dess analytiska innehåll, utan dess kommunikativa och normativa kraft. Den ersätter den ensidiga tillväxtkurvan – ett narrativ om evig expansion utan naturliga gränser – med en bild av balans och hållbarhet som det normala. Genom att ge en ny visuell och begreppsmässig form åt vad ett välfungerande ekonomiskt system är, skapar modellen ett ramverk inom vilket ett cirkulärt tänkande blir självklart snarare än radikalt.

Sakernas proveniens

En annan dimension av detta normskifte handlar om hur vi uppfattar värde i de föremål vi omger oss med. I ett konsumtionssamhälle premieras det nya – det outslitna, det oprövade, det som ännu inte märkts av tid och användning. Men när människor börjar definiera sig som medborgare med relation till det gemensamma förändras också blicken på tingen. Ett föremåls proveniens – dess historia, de händer det passerat genom, de liv det varit del av – framträder som något unikt och levande snarare än som tecken på förslitning. En stol som ärvts, lagats och använts i flera generationer bär på ett slags minne som inget nytillverkat objekt kan kopiera.

I det perspektivet framstår masstillverkade prylar, tillverkade för att vara utbytbara och snabbt förpassas vidare, som närmast själlösa – funktionella men utan förankring, utan berättelse. Det är en estetisk och existentiell observation lika mycket som en miljömässig fråga: när vi slutar värdera tingen enbart för deras nyhetsvärde och börjar se deras historia som en tillgång, förskjuts också vår relation till konsumtion i grunden. Att ta hand om något, laga det, föra det vidare – det blir inte ett tecken på knapphet utan på omdöme och kontinuitet. Detta resonemang stämmer väl överens med tankesmedjan Normskiftes rapport *Tro, hopp och visioner (2022)* om vikten av emotionell anknytning.

Amsterdam inför Doughnutmodell som ramverk

Ett konkret exempel är Amsterdam, där dessa narrativ har omsatts i praktisk politik. År 2020 antog staden formellt Doughnutmodellen som ramverk för sin cirkulära strategi och stadsutveckling, som en del av målet att bli helt cirkulär år 2050. Det anmärkningsvärda är inte bara själva beslutet, utan hur omställningen förankrades. Genom medborgardialog och ett brett arbete med stadens aktörer formulerades inte invånarna främst som konsumenter av urbana tjänster, utan som medskapande aktörer med ansvar för stadens framtida riktning. Det illustrerar hur styrande och stöttande insatser kan förstärka varandra: politiska beslut, mål och krav kombineras med delaktighet, berättelser och en gemensam förståelse för vart samhället är på väg. Ju tydligare den gemensamma riktningen och identiteten är, desto lättare blir det för ett normskifte att få fäste.

Amsterdam har därefter omsatt ramverket i konkreta åtgärder, bland annat genom cirkulära krav i offentlig upphandling, omställning av delar av byggsektorn mot materialåterbruk och samverkan mellan stad, företag och civilsamhälle kring gemensamma mål. Att ramverket är känt, begripligt och förankrat i en bredare berättelse om vad staden är och vill bli har gjort det lättare att hålla kursen. Omställningen framstår därmed inte enbart som teknisk policy, utan som uttryck för en gemensam samhällsinriktning och identitet.

Varför narrativen är avgörande

Poängen är att varken cirkulär teknik, återvinningsinfrastruktur eller gröna finansieringsmodeller i sig räcker för att åstadkomma ett normskifte. De kan accelerera en förändring som redan är i rörelse, men de kan inte ensamma skapa den kulturella grogrund som behövs. Ett sådant skifte kräver visserligen en balans mellan olika typer av åtgärder, emotionell anknytning och möjligheten för människor att identifiera sig med omställningen, men också något mer: ett levande samspel mellan medborgare, organisationer och samhälle. Det är i detta samspel som nya normer får verklig bärkraft, eftersom förändringen då inte bara kommuniceras uppifrån eller efterfrågas underifrån, utan växer fram genom gemensamt handlande, ömsesidigt ansvar och delade föreställningar om vart vi är på väg.

Först när individer, företag, offentlig sektor och civilsamhälle drar åt samma håll kan normskiftet fylla sin funktion och få tillräcklig styrka för att påverka både vardagspraktiker och systemets riktning. Det är när människor börjar se sig själva som medborgare snarare än konsumenter, och när ekonomiska modeller erbjuder en trovärdig bild av ett annat normaltillstånd, som förutsättningarna för strukturell omställning uppstår. Cirkulär ekonomi är i grunden inte en teknisk fråga. Det är en fråga om hur vi ser på oss själva som en del av planeten.

Individperspektivet – från insikt till norm

Tankesmedjan Normskifte och Textile Movement lyfter alltid systemfrågorna i förändringsarbete, vi lever de facto i en tid präglad av individuell konsumism. Detta kapitel är ett diskussionsunderlag och ett sätt att underlätta för den enskilda individens reflektion och förståelse över normskiftesfrågorna, men är ingen enskild förklaringsmodell och ska läsas i ljuset av systemperspektivet som lyfts i övriga delar av rapporten.

De flesta normskiften misslyckas inte för att människor saknar kunskap. De misslyckas trots att kunskapen finns. Ett normskifte sker inte när människor ändrar uppfattning. Det sker när människor börjar förvänta sig ett nytt beteende av varandra. Det får “normativ” (förväntas) och “kulturkognitiv” (tas för givet) legitimitet, vilket är begrepp som används inom den nyinstitutionella teorin i forskning om sociala rörelser.

Konventionella sätt att mäta cirkularitet svarar inte på den avgörande frågan: Hur långt har själva normskiftet kommit? Normskiftestrappan är ett försök att synliggöra just denna dimension av omställningen. Många etablerade förändrings-modeller beskriver hur individer går från medvetenhet och motivation till kunskap, förmåga och handling. Forskningen om sociala normer visar samtidigt att normer uppstår först när beteenden delas, accepteras och förstärks av en grupp eller ett samhälle.

Normskiftestrappan är ett diskussionsunderlag framtaget av Tankesmedjan Normskifte vid Högskolan i Borås och Textile Movement och kombinerar dessa två perspektiv. Syftet är alltså inte att illustrera hur cirkulär en verksamhet är, utan att ge en bild av hur långt själva normskiftet har kommit och kan därför ses som ett praktiskt verktyg för reflektion, dialog och självskattning snarare än som ett vetenskapligt mätinstrument.

Så sker normskifte i praktiken

Enligt normforskare som Cristina Bicchieri (2017) och Gerry Mackie (2015) uppstår sociala normer när våra beteenden påverkas av våra förväntningar på andra människor. Forskningen skiljer mellan två typer av förväntningar.

- Empiriska förväntningar handlar om vad vi tror att andra faktiskt gör.
- Normativa förväntningar handlar om vad vi tror att andra tycker att vi borde göra.

En norm uppstår när dessa två typer av förväntningar förstärker varandra. Vi upplever att andra gör något och vi upplever samtidigt att andra förväntar sig att vi ska göra det-samma.Därför skiljer sig normskiften från rena attitydförändringar. Människor kan vara positiva till en förändring utan att förändra sitt beteende. Först när beteendet blir socialt accepterat, sprids mellan människor och börjar påverka våra ömsesidiga förväntningar uppstår förutsättningar för ett verkligt normskifte.

Normskiftestrappans tre sista steg – *Det är accepterat, Jag gör* och *Det är normen* – beskriver just denna utveckling från individuell handling till socialt förstärkt beteende.

Normskiftestrappan beskriver sju steg:
Jag förstår → Jag vill → Jag vet hur → Jag kan → Det är accepterat → Jag gör → Det är normen. Varje steg representerar en högre grad av mognad.

Steg 1 – Jag förstår

Förändring börjar med medvetenhet. Vi förstår varför förändringen behövs och vilka problem som behöver lösas.

Steg 2 – Jag vill

Vi ser inte bara behovet av förändring utan vill också vara en del av den. Förändringen uppfattas som relevant, önskvärd och meningsfull.

Steg 3 – Jag vet hur

Kunskap om metoder, arbetssätt och lösningar finns på plats. Ambitionen kan omsättas till handling.

Steg 4 – Jag kan

Organisationen har skapat förutsättningar för förändring. Processer, incitament, resurser och ledarskap gör det möjligt att agera.

Steg 5 – Det är accepterat

Det nya beteendet har blivit legitimt. Den som väljer en ny väg uppfattas inte längre som avvikande. Social acceptans är ofta den första tydliga signalen på att ett normskifte håller på att ta form. Vi ser att andra gör det. Vi accepterar att det är ett rimligt beteende. Men vi har ännu inte nödvändigtvis förändrat vårt eget agerande. Det är här normskiftet börjar bli synligt.

Steg 6 – Jag gör

Beteendet har gått från acceptans till adoption. Jag väljer själv det nya beteendet och allt fler gör detsamma. Det är vanligt, men ännu inte självklart. Det finns fortfarande flera accepterade sätt att agera. Den som väljer det gamla alternativet behöver inte längre förklara sig. Många av dagens omställningar befinner sig sannolikt i detta skede.

Steg 7 – Det är normen

Normskiftet är fullbordat först när det nya beteendet blivit det förväntade beteendet. I detta skede väljer människor inte längre främst beteendet utifrån egna övertygelser eller kunskap. De gör det därför att beteendet uppfattas som normalt. Vi förväntar oss att andra agerar på ett visst sätt och vi uppfattar samtidigt att andra förväntar sig samma sak av oss. De empiriska och normativa förväntningarna förstärker nu varandra. Normen blir därmed självförstärkande.

Det är först i detta skede som förändringen på allvar lämnar individnivån och blir en del av kulturen. Den tydligaste signalen är att det gamla beteendet börjar framstå som mindre självklart än det nya.

Normskiftestrappan kan användas som ett enkelt verktyg för att bedöma hur långt en organisation, bransch eller myndighet har kommit i sin förändringsresa.

Sju frågor räcker för att göra en första bedömning:

1. Förstår vi varför förändringen behövs?
2. Vill vi genomföra den?
3. Vet vi hur den ska genomföras?
4. Har vi förutsättningarna att agera?
5. Är beteendet socialt accepterat?
6. Är det något vi faktiskt gör?
7. Har det blivit det normala sättet att agera?

De flesta organisationer fastnar inte i de första stegen. De största utmaningarna uppstår ofta mellan steg fyra och sex – mellan möjligheten att agera och det faktiska beteendet. Det är också här många av dagens omställningar befinner sig.

När vet vi att normskiftet har skett?

Ett normskifte sker inte när en ny lösning blir tekniskt möjlig. Det sker inte heller när människor känner till den. Inte ens när många börjar använda den. Historien visar att normskiften kan gå snabbare än vi tror. Bilbälten, rökfria restauranger, källsortering och digitala banktjänster har alla gått från undantag till självklarhet på relativt kort tid. Gemensamt för dessa förändringar är att de inte blev normer när människor började förstå dem. De blev normer när människor började förvänta sig dem av varandra.

Omställningen till en cirkulär ekonomi handlar därför inte bara om teknik, material och affärsmodeller. Den handlar också om våra ömsesidiga förväntningar. Först när vi utgår från att andra kommer att agera cirkulärt och uppfattar att andra förväntar sig detsamma av oss, har normskiftet blivit självförstärkande. Först då har en ny norm etablerats. Normskiftestrappan är ett försök att göra den resan synlig. För när vi förstår var vi befinner oss blir det också lättare att se nästa steg

Normskiftestrappan

Från insikt till norm

Ett normskifte sker inte när människor ändrar uppfattning. Det sker när människor börjar förvänta sig ett nytt beteende av varandra.

NORMENS MOGNAD

Social förändring

Beteendet blir synligt, sprids och blir en del av kulturen.

Individuell förändring

Kunskap, motivation och förmåga bygger grunden.

7 Det är normen

Det nya beteendet är det förväntade beteendet. Det gamla beteendet är undantaget som behöver motiveras.

6 Jag gör

Jag och många andra väljer aktivt det nya beteendet. Det är vanligt men ännu inte självklart.

5 Det är accepterat

Det nya beteendet är socialt accepterat och uppfattas som ett rimligt val.

4 Jag kan

Organisationen har skapat förutsättningar att agera.

3 Jag vet hur

Jag har kunskap om metoder, arbetssätt och lösningar

2 Jag vill

Jag ser inte bara behovet av förändring utan vill också vara en del av den.

1 Jag förstår

Jag förstår varför förändringen behövs och vilka problem som behöver lösas.

Så uppstår normer

En norm uppstår när två typer av förväntningar förstärker varandra:

Empiriska förväntningar

Jag tror att andra gör så här.

Exempel: "De flesta källsorterar."

\+

Normativa förväntningar

Jag tror att andra förväntar sig att jag gör så här.

Exempel: "Mina kollegor förväntar sig att jag källsorterar."

=

NORMEN

Jag gör så här därför att jag tror att andra gör det och förväntar sig det av mig.

Ett exempel: second hand

Var befinner sig utvecklingen?

1 → 2 → 3 → 4 → **5** → 6 → 7

Second hand är socialt accepterat och många gör det. Men det uppfattas fortfarande som fullt normalt att köpa nytt.

Så påskyndar vi normskiftet

Individer
- Gör beteendet synligt
- Dela erfarenheter
- Fråga efter cirkulära alternativ

Företag
- Gör cirkulära alternativ till standardval
- Erbjud reparation, återbruk och återtag
- Visa resurs- och klimatnytta

Branschorganisationer
- Visa att omställningen redan pågår
- Lyft fram goda exempel
- Utveckla standarder och gemensamma definitioner

Synliggör utvecklingen
- Visa statistik och resultat
- Berätta om framsteg
- Lyft fram andras insatser

Påverkar våra empiriska förväntningar: "Fler gör det än jag trodde."

Myndigheter
- Minska friktion och svårigheter
- Förenkla regler
- Ta fram vägledningar och gemensamma verktyg

Politiken
- Ekonomiska incitament
- Cirkulära krav i upphandling
- Lagkrav (reparerbarhet, produktpass, återtag)
- Utökat producentansvar

Ledare
- Visa vägen
- Efterfråga cirkularitet
- Uppmärksamma och belöna beteenden
- Fira framgångar

Det avgörande är inte att människor vet. Det är att vi börjar förvänta oss det av varandra.
Då blir ett nytt beteende en ny norm.

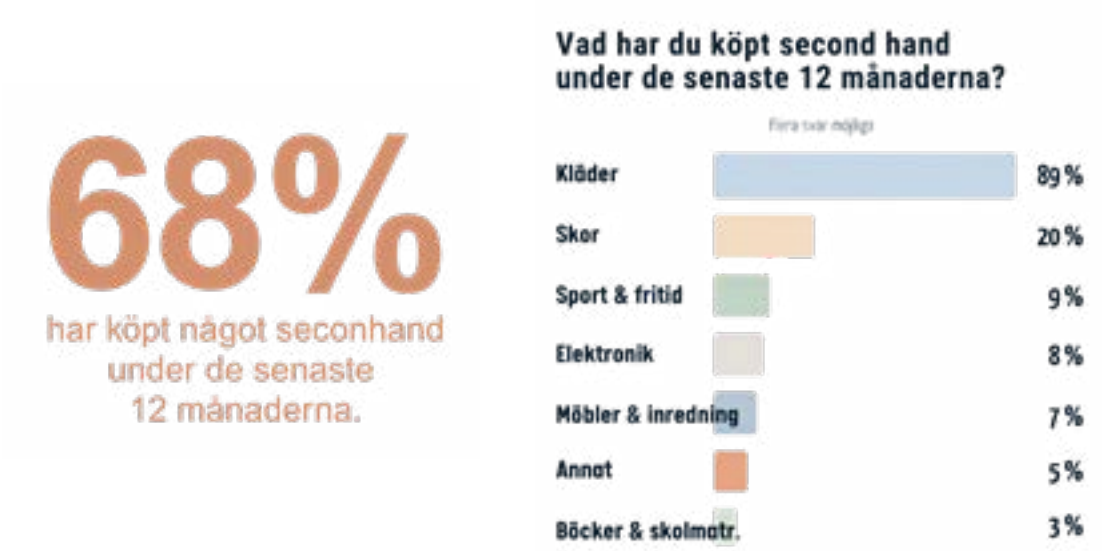
Undersökning

Detta kapitel sammanfattar resultaten från studiens tre empiriska delar: enkät-undersökning med gymnasieelever, en efterföljande workshop samt intervjuer med företag inom mode och hemelektronik. Tillsammans ger dessa en samlad bild av ungas attityder och beteenden, hur dessa tolkas och diskuteras i grupp, samt hur näringslivet uppfattar och agerar i relation till cirkulära normer. Detta väcker i sin tur frågor kring vilka styrande och stöttande åtgärder som behövs från olika samhällsaktörer för att driva förändring.

Attityder och konsumtionsmönster bland unga

Enkätundersökningen omfattade 379 gymnasieelever i Västra Götaland och fokuserade på konsumtion och attityder till secondhand. Studien avgränsas till secondhand som empiriskt fokus, inte därför att cirkulärt normskifte reduceras till denna praktik, utan därför att secondhand utgör ett konkret, vardagsnära och för målgruppen relevant uttryck för cirkulär konsumtion. Ett cirkulärt normskifte omfattar även andra praktiker och logiker, såsom reparation, delning, uthyrning, återbruk, återtillverkning och förändrade föreställningar om ägande, värde och nykonsumtion. Secondhand används här som en avgränsad ingång för att undersöka om och hur normer kring konsumtion håller på att förändras i praktiken.

Avgränsningen gör det möjligt att studera ett område där förändringar redan är synliga, särskilt bland unga och där frågor om social acceptans, status, tillgänglighet och förstahandsval blir tydliga. Samtidigt innebär detta att studien inte fångar hela bredden av det cirkulära normskiftet, utan snarare belyser en specifik dimension av det.



Resultaten visar att secondhand är ett etablerat fenomen bland unga, men med tydliga begränsningar. En majoritet av respondenterna uppger att de har handlat secondhand det senaste året. Konsumtionen är dock starkt koncentrerad till kläder, medan andra kategorier såsom elektronik, möbler och sportutrustning ligger betydligt lägre. Detta

pekar på att cirkulära beteenden har fått fäste inom vissa områden, men inte brett i konsumtionen som helhet.

Samtidigt visar resultaten att secondhand sällan är förstahandsvalet. Vid köp av både kläder och elektronik börjar majoriteten med att titta på nya produkter. Secondhand fungerar därmed oftare som ett alternativ i andra hand snarare än som en utgångspunkt i konsumtionsbeslutet.

Attitydmässigt framträder en mer positiv bild. En stor andel av de svarande upplever att acceptansen för secondhand har ökat tydligt under de senaste åren. Detta tyder på att sociala normer har förändrats i riktning mot ökad legitimitet. Samtidigt finns en ambivalens: många ser secondhand som ett bra alternativ, men en betydande andel upplever det fortfarande som sämre än att köpa nytt. När det gäller framtida beteende är förändringstakten begränsad. De flesta tror att deras konsumtion av secondhand kommer att vara ungefär oförändrad framöver, och endast en mindre andel planerar att öka den. Bland de svarande som inte redan idag handlar secondhand är viljan att börja låg.

De öppna svaren i enkäten fördjupar bilden. Här lyfts återkommande teman som:

- Pris och ekonomiska incitament som stark drivkraft
- Tillgänglighet och enkelhet som avgörande faktorer.
- Trender och social påverkan som både möjliggör och hindrar.
- Konkurrens från lättillgänglig nykonsumtion, särskilt via digitala plattformar.

Sammantaget visar enkäten att secondhand är socialt accepterat och relativt vanligt, men att det fortfarande är situerat inom en konsumtionslogik där nytillverkat ofta är norm.

Workshop: fördjupning av drivkrafter och hinder

Workshoppen med en gymnasieklass syftade till att fördjupa enkätresultaten. Genom gemensamma diskussioner framträder en mer nyanserad bild av hur unga resonerar kring konsumtion, normer och hållbarhet.

Ett centralt resultat är spänningen mellan vilja och praktik. Många deltagare uttrycker en positiv inställning till hållbar konsumtion och en medvetenhet om dess betydelse, men beskriver samtidigt hur de i vardagen ofta väljer bort secondhand till förmån för nya produkter. Skälen som lyfts är främst praktiska: det är enklare, snabbare och mer förutsägbart att köpa nytt.

> **Secondhand är ett bra alternativ, men det känns osäkrare eftersom man inte riktigt vet vad man får.**
>
> **Jag gillar secondhand, men det är svårare att hitta rätt och då blir det ofta nytt i stället.**
>
> **Det känns bättre att köpa secondhand, men nytt är enklare och tryggare.**
>
> **Man vill göra rätt, men i slutändan väljer man ofta det som känns säkrast och enklast.**
>
> *— Röster från undersökningen. Formuleringarna bygger på öppna svar i undersökningen. Texterna är inte ordagranna citat utan sammanfattningar av återkommande resonemang.*

Osäkerhet är en annan viktig faktor. Deltagarna pekar på svårigheter att bedöma kvalitet, passform och funktion, särskilt vid köp av kläder och i ännu högre grad elektronik. Detta skapar en tröskel som gör att secondhand inte upplevs som ett lika tryggt val.

Samtidigt framträder normernas sociala dimension tydligt. Mode, trender och status spelar en viktig roll i ungas konsumtion. Deltagarna beskriver hur det finns en förväntan att följa trender, men också hur dessa trender förändras. Secondhand, retro och vintage lyfts i vissa sammanhang som trendigt och attraktivt, vilket tyder på att normerna är i rörelse.

I workshopen framkom också att sociala medier och reklam uppfattas som starkare påverkansfaktorer än personer i den egna omgivningen. En möjlig tolkning är att secondhand i dag är så pass socialt accepterat att det inte längre upplevs som särskilt anmärkningsvärt när personer i den egna närheten konsumerar på det sättet. Det som i stället verkar påverka mer aktivt är de ideal, bilder och impulser som förmedlas genom sociala medier och reklam. Det tyder på att ungas konsumtionsnormer i hög grad formas genom digitala och kommersiella flöden där synlighet och exponering spelar stor roll för vad som uppfattas som attraktivt och legitimt.

Workshopen genererade konkreta förslag på vad som skulle kunna öka användningen av secondhand:

- Göra hållbara alternativ till standardval i digitala och fysiska miljöer.
- Öka synligheten i sociala medier och populärkultur.
- Minska trösklar genom enklare och mer tillgängliga lösningar.

En viktig observation är att informationsinsatser om miljöpåverkan inte ses som tillräckliga. Deltagarna efterfrågar snarare förändringar som gör secondhand till ett mer tillgängligt, tryggt och attraktivt val i praktiken.

Företagens drivkrafter och utmaningar i omställningen

De fyra företagsintervjuerna ger ett näringslivsperspektiv på utvecklingen. Här framträder både en medvetenhet om cirkulära frågor och en tydlig bild av de utmaningar som finns i att förändra affärsmodeller och kundbeteenden.

Ett genomgående tema är att pris är den dominerande drivkraften för konsumenter. Företagen beskriver att kunder i första hand söker ekonomiska fördelar, medan miljö- och hållbarhetsaspekter oftast är sekundära. Detta gäller även i situationer där kunder uttrycker ett initialt intresse för hållbarhet.

> **Vi pratar ju en del om cirkularitet, men vi är ju kanske inte som människor helt cirkulära än. Vi pratar mycket, och det visar ju undersökningar också: många säger att man vill leva cirkulärt, men sen när det väl kommer till kritan så kanske man ändå inte vill lämna in sin elektronik eller väljer att köpa något som är bättre för miljön, utan det är plånboken som styr.**
> *— Tony Winkler, Elgiganten*

> **For younger people, for sure, it's price – because we don't have that much money. But Gen Z is also more sustainability aware. Ideally, they go hand in hand – which is something that we can offer.**
> *— Katrin Müller, Refurbed*

Samtidigt lyfts att efterfrågan på secondhand och cirkulära lösningar har ökat, särskilt inom mode. Företagen ser detta både som en affärsmöjlighet och som en del av ett bredare hållbarhetsarbete. Initiativ som återtag, reparation och försäljning av begagnade produkter förekommer, men är ofta integrerade som komplement snarare än som kärnverksamhet.

> **I en växande marknad är inte den största utmaningen att hitta köpande kunder. Det är inte där den framtida konkurrensen ligger. Det handlar om att attrahera rätt varor. Konsumenten har successivt förstått att man har ett värde i sin garderob. Där står man med sin Filippa K-klänning och funderar över var ska jag lämna in den?**
> *— Martin Hallander, Arkivet*

> **När vi arbetar med att göra om eller anpassa plagg tillkommer kostnader som påverkar lönsamheten. I vår erfarenhet är remake-lösningar därför utmanande ur ett ekonomiskt perspektiv, medan vidareförsäljning av plagg som inte kräver någon större behandling oftare kan vara lönsam.**
> *— Rebecca Watkins, Gina Tricot*

Företagen pekar också på flera hinder:
- Svårigheter att förändra etablerade affärsmodeller och värdekedjor.
- Utmaningar i att kommunicera nya värden av hållbarhet.
- Logistiska och praktiska komplexiteter i cirkulära flöden.
- Begränsad efterfrågan utanför vissa produktkategorier.

Inom hemelektronik framstår utmaningarna som särskilt stora. Här betonas frågor om funktionalitet, garanti och tillit, vilket gör att kunder i högre grad föredrar nya produkter. Samtidigt beskriver flera intervjupersoner att normer är på väg att förändras. De lyfter att hållbarhet och cirkularitet ”ligger i tiden” och att särskilt yngre konsumenter driver på utvecklingen, även om detta ännu inte fullt ut återspeglas i deras faktiska köpbeteenden.

> **Min framtidsspaning är att begagnade produkter kommer vara elektronikbranschens nya instegsmodeller. När jag började för väldigt många år sedan så hade man instegsmodeller som såldes för väldigt, väldigt billiga priser. Men kvalitén på dem var ju mindre bra. Idag funkar det inte på det sättet i och med att det finns krav på ekodesign och hållbarhet.**
> *— Tony Winkler, Elgiganten*

> **Looking ahead, one of the most important changes is that we, as consumers, stop having the need for the newest and best all the time – and to really understand the impact that has. The old things work just as well, and it has a much longer lifetime than we think.**
> *— Katrin Müller, Refurbed*

Viktiga insikter

Sammanfattningsvis framträder ett antal tydliga mönster i undersökningen:
- Det finns en bred acceptans för secondhand och cirkulär konsumtion bland unga, särskilt inom mode.
- Betydande hinder för att ändra beteende kvarstår, i form av bekvämlighet, tillgänglighet och upplevd risk, vilket gör att nytt ofta förblir förstahandsvalet.
- Drivkrafterna är i stor utsträckning ekonomiska och sociala snarare än miljömässiga.
- Utvecklingen skiljer sig tydligt mellan olika produktkategorier, där mode ligger längre fram än hemelektronik.
- Slutligen visar både ungdomar och företag att det finns en förflyttning mot ökad cirkularitet, men att denna ännu inte är fullt ut etablerad i vare sig beteenden eller affärsstrukturer.

Tillsammans ger dessa resultat en empirisk grund för att förstå normskiftets nuvarande position: något som är pågående och synligt, men som ännu inte har fullt genomslag i praktiken.

Är normskiftet till cirkulär ekonomi närmare än vad vi tror?

Rapporten undersöker om ett normskifte mot mer cirkulära konsumtionsmönster kan sägas ha ägt rum, med särskilt fokus på unga samt inom områdena mode och hemelektronik. Normskiften förstås inte enbart som förändrade handlingar, utan som förändringar i de värderingar, regler och förväntningar som styr konsumtion och beteenden.

Undersökningen visar tydliga tecken på ett skifte i social acceptans. Secondhand har i stor utsträckning lämnat sin tidigare nischposition och blivit en del av det socialt accepterade, särskilt inom mode där det i vissa fall även är trenddrivande. Jämförelsen med tidigare studier förstärker denna bild: acceptansen har ökat över tid och framstår idag som mer etablerad, särskilt bland unga.

Samtidigt kvarstår ett tydligt gap mellan attityd och beteende. Precis som i tidigare undersökningar uttrycker konsumenter en vilja att agera mer hållbart, men i praktiken inleds konsumtionsprocessen oftast i det linjära systemet. Secondhand fungerar i många fall som ett komplement snarare än ett förstahandsval. Detta mönster är stabilt över tid – attityder förändras snabbare än faktiska beteenden. För att beteendena ska ändras behövs troligen mer styrande insatser för att tillgängliggöra eller förenkla lösningarna.

Normskiftet står på en platå

Analysen visar också att ekonomiska motiv fortsatt dominerar. Secondhand drivs främst av pris, fynd och till viss del trend – inte av ett aktivt ansvarstagande. Detta överensstämmer med tidigare studier och tyder på att förändringar som skett i hög grad handlar om vad som är socialt accepterat, snarare än en djupare förändring i konsumtionens mening. En möjlig förklaring är att publika förebilder har väldigt stark påverkan på den individuella konsumtionen, vilket tydligt framgår i undersökningen. Det vill säga att många förebilder och influencers som visar vägen framåt fortfarande utgår från individuell konsumism. Däremot förmedlas oftast inte normskifte som folkbildning på samma sätt som en systemkritisk "övning" i genomgripande normförändrande beteenden hade gjort.

En central förklaring ligger i hur systemet är uppbyggt. Trots att cirkulära lösningar finns och ofta anses prisvärda upplevs de som mindre tillgängliga, mindre integrerade och mer tidskrävande än linjära alternativ. Konsumentidentiteten befinner sig också i ett mellanläge. Förflyttningen från en linjär konsumtionsidentitet till en cirkulär medborgaridentitet har påbörjats, men är långt ifrån genomförd. Cirkulära praktiker sker fortfarande inom ramen för en traditionell konsumtionslogik – det är alternativen som har breddats, inte grundlogiken som har förändrats. För de aktörer som utvecklar förmåga att bjuda in kunden som medskapare finns stora möjligheter att erbjuda nya värden i sina respektive branscher.

Normskiftet är dessutom ojämnt fördelat mellan sektorer. Inom mode är attitydförändringen relativt långt gången, medan hemelektronik präglas av högre upplevd risk, lägre förtroende och svagare efterfrågan på begagnat. Detta visar att normskiften ser olika ut mellan områden och därför också behöver adresseras med olika typer av åtgärder. I vissa fall handlar det främst om att stärka identifikation, social legitimitet och attraktionskraft, medan det i andra krävs större fokus på trygghet,

kvalitetssäkring, garantier och tillgängliga lösningar. Olika hinder kräver alltså olika insatser.

Sammantaget visar både empirin och jämförelsen med tidigare undersökningar att normskiftet håller på att ske – men ojämnt fördelat över sektorer och grupper. För textil har det i hög grad skett på en kulturell och attitydmässig nivå, men är ännu inte fullt genomfört i beteenden eller system. Utvecklingen tycks befinna sig i ett mellanläge eller en platå: acceptansen är hög, men förändringstakten i faktisk konsumtion begränsad.

Normskiftet kan därmed beskrivas som kulturellt etablerat men ännu inte fullt genomfört i system och praktik.

För att ta nästa steg krävs inte främst ytterligare attitydförändringar, utan en bättre anpassning av åtgärder till de hinder som faktiskt finns. Det handlar både om att utveckla strukturer, incitament och lösningar som gör cirkulära val enklare, mer tillgängliga och mer självklara i vardagen och om att stärka människors förståelse, trygghet och färdighet att agera cirkulärt i praktiken.

Hur ett mer genomgripande normskifte kan genomföras

Den samlade analysen visar att normskiftet mot cirkulär konsumtion redan har kommit långt på attitydnivå, men ännu inte fått fullt genomslag i beteenden och system. Samtidigt blir det tydligt att denna förflyttning inte kan åstadkommas genom enskilda åtgärder eller tekniska innovationer var för sig, utan kräver en samordnad systeminnovation där teknik, affärsmodeller, policy, kultur och infrastruktur samverkar.

Avgörande är också att normskiftet ytterst handlar om identitet och narrativ: om människor främst relaterar till samhället som konsumenter i en transaktion, eller som medborgare i ett sammanhang där ansvar, delaktighet och relationer till det gemensamma får större betydelse. Ett bredare normskifte kräver därför inte bara nya lösningar, utan också nya sätt att förstå sin egen roll i omställningen.

Mot denna bakgrund behöver ett bredare normskifte utformas som en sammanhängande beteende- och systemförändring, där insatser samtidigt stärker människors förmåga, ökar deras möjligheter och bygger motivation att agera cirkulärt.

Beteendeförändringshjulet applicerat

Beteendeförändringshjulet som illustrerats tidigare i rapporten bygger på beteendemodellen COM-B som förklarar att ett beteende uppstår när tre förutsättningar samverkar: Capability (förmåga), Opportunity (möjlighet) och Motivation (drivkraft). Modellen används för att förstå varför människor agerar som de gör och vad som behöver förändras för att ett nytt beteende ska bli möjligt och varaktigt. I denna rapport är COM-B relevant eftersom den visar att ett cirkulärt normskifte kräver mer än positiva attityder

– människor måste också ha kunskap och trygghet att agera, möta ett system som gör cirkulära val tillgängliga och attraktiva, samt känna en motivation som går bortom enbart pris och bekvämlighet.

1. **Capability – från medvetenhet till faktisk handlingsförmåga**
   Undersökningen visar att osäkerhet kring kvalitet, funktion och processer är centrala hinder, särskilt i sektorer med hög upplevd risk. Den strategiska riktningen behöver därför vara att göra cirkulär konsumtion begriplig, trygg och praktiskt genomförbar. Det handlar bland annat om att utveckla standardiserad kvalitetsmärkning och tydlig proveniens för produkter, så att ursprung och historik blir mer transparenta.

   Det handlar också om att integrera digitala verktyg i köpprocesser som synliggör pris, klimatpåverkan och livslängd, samt att stärka utbildning i reparation, återbruk och värdering inom skola, arbetsliv och civilsamhälle. Praktiska lärmiljöer, såsom reparationshubbar och makerspaces, kan dessutom bidra till att översätta kunskap till faktisk handlingsförmåga. Kärnan är att det inte räcker att människor vet vad som är hållbart – de måste också känna att de kan agera därefter.

2. **Opportunity – göra det cirkulära till standard.**
   Resultaten i denna rapport visar att en stor flaskhals är att systemet fortfarande är optimerat för linjär konsumtion. Den strategiska riktningen behöver därför vara att flytta cirkulära lösningar från alternativ till norm. I praktiken innebär det att second-hand och andra cirkulära erbjudanden behöver integreras i primära handelsflöden snarare än ligga vid sidan av dem.

   Digitala och fysiska gränssnitt bör utformas så att cirkulära val blir förstahandsval, samtidigt som lokal och regional infrastruktur för återbruk, reparation och delning byggs ut. För att minska den upplevda risken krävs också garantier, returrätt och standarder för begagnade produkter. Därtill behöver policy, skatteregler, upphandling och andra styrmedel bidra till att styra bort från linjära val. Empirin visar tydligt att när cirkulära lösningar ligger utanför kärnsystemet uppstår hinder och beteendet uteblir. Att systemet designas så det önskvärda valet blir det enklaste är därför en viktig aspekt för att normskiftet ska kunna ske.

3. **Motivation – från prisdrivet till identitetsdrivet beteende**
   Materialet visar att cirkulär konsumtion i dag främst drivs av pris och fynd snarare än av värderingar. Den strategiska utmaningen blir därför att förskjuta motivationen från ekonomiskt opportunistisk till socialt och identitetsmässigt förankrad. Ett sådant skifte kan stödjas genom ekonomiska incitament, såsom skattelättnader, bonusar eller differentierad moms, men också genom social normering som signalerar att cirkulära val är något eftersträvansvärt.

   Storytelling om produkters liv, ursprung och sammanhang kan stärka upplevelsen av värde, samtidigt som förebilder och kulturella uttryck kan bidra till att göra cirkularitet attraktivt och meningsfullt. I detta ligger också behovet av att bygga narrativ om medborgarskap snarare än enbart konsumtion. Exemplet med medskapande stadsplanering i Amsterdam visar hur ett gemensamt narrativ, som Doughnutmodellen, kan förankra policy i både identitet och riktning. Poängen är att normskiften blir starkare när beteenden kopplas till människors olika drivkrafter. Människan vill alltså inte bara

uppfatta sig som en konsument i en ekonomi utan som någonting mer. Efter 150 år av ensidig konsumism är vi på väg in i en ny tid.

Tvärgående strategi: från teknik till systeminnovation

Ett centralt budskap i denna rapport är att teknik i sig inte driver normskiften och i vissa fall till och med kan skapa rekyleffekter. För att ett normskifte ska få verkligt genomslag krävs därför inte enstaka tekniska lösningar, utan en bredare systeminnovation där flera dimensioner samverkar. Det gäller teknik, affärsmodeller, policy och regelverk, beteende, kultur och värderingar samt den infrastruktur som möjliggör nya praktiker i vardagen. Implikationen är att insatser behöver utformas som samordnade paket snarare än som isolerade åtgärder, eftersom förändring på ett område sällan räcker om resten av systemet fortsätter att stödja linjära mönster.

Strategiska åtgärdspaket

Utifrån COM-B och det samlade materialet framträder fyra strategiska omställningspaket som särskilt centrala för att föra normskiftet vidare från kulturell acceptans till praktisk och systemisk etablering.

Det första handlar om att göra cirkulära lösningar till standard, det vill säga att utforma system, gränssnitt och incitament så att cirkulära alternativ blir det enklaste, tryggaste och mest rationella förstahandsvalet. Det andra rör friktionsfri cirkularitet, där tillgänglighet, logistik, kvalitetssäkring och garantier samverkar för att minska den osäkerhet och ansträngning som i dag bromsar användningen.

Det tredje paketet gäller identitetsförskjutning, där cirkulära praktiker behöver knytas till social mening, tillhörighet och föreställningar om vem man är, genom normering, storytelling, förebilder och kulturell legitimering.

Det fjärde handlar om systemsamordning, där policy, marknad, offentlig verksamhet och infrastruktur drar åt samma håll genom långsiktiga mål, gemensamma spelregler och samordnade investeringar.

Tillsammans visar dessa omställningspaket att ett normskifte inte byggs genom enskilda åtgärder, utan genom flera samtidigt verkande mekanismer som behöver omsättas av olika aktörer på olika nivåer. Vi behöver nå en cirkulär tipping point och denna studie indikerar att vi kan vara närmare den än många tror eftersom den kulturella normen närmar sig cirkularitet även om beteenden inte fullt ut följt med – ännu.

Rekommendationer per aktör

Lagstiftare

Lagstiftarnas uppgift är att sätta spelreglerna för omställningen och skapa de marknadsvillkor som gör cirkulära lösningar konkurrenskraftiga. Det handlar om att utforma lagar, ekonomiska incitament och produktkrav som gör reparation, återbruk, delning och längre användning enklare, tryggare och mer rationella än linjära alternativ.

Eftersom mycket av spelplanen formas genom EU:s regelutveckling behöver lagstiftare

både genomföra nytt regelverk snabbt och tydligt och komplettera där styrningen ännu inte räcker. Rekommendationerna till lagstiftare handlar därför om att stärka ansvar, reparerbarhet, transparens och långsiktiga ekonomiska signaler så att det linjära blir mindre självklart och det cirkulära mer förväntat.

När lagstiftningen förändrar villkoren för pris, ansvar och reparerbarhet blir det lättare för både marknad och vardag att röra sig i samma riktning. Det skapar kraft i omställningen och ger företag, offentliga aktörer och konsumenter tydliga signaler om vad som ska löna sig över tid.

Sammanfattande budskap: Flytta spelplanen så att cirkulära val blir mer rationella, mer konkurrenskraftiga och mer förväntade.

Myndigheter

Myndigheternas uppgift är att omsätta lagstiftning och politiska mål i fungerande praktik. Rekommendationerna till myndigheter handlar därför om att minska den friktion som fortfarande gör cirkulära lösningar mer komplicerade än linjära alternativ, genom tydlig vägledning, förenklad tillämpning, standarder, gemensamma verktyg och bättre samordning.

När myndigheter skapar tydlighet och förutsägbarhet minskar osäkerheten för offentlig sektor, företag och andra användare. Det gör cirkulära arbetssätt mer genomförbara, mer skalbara och enklare att tillämpa i vardagen. Myndigheter har därmed en nyckelroll i att överbrygga gapet mellan beslutade ambitioner och faktisk förändring.

Sammanfattande budskap: Gör omställningen genomförbar i praktiken genom tydlighet, standardisering och stöd som minskar osäkerhet och friktion.

Kommuner och regioner

Kommuner och regioner avgör om omställningen blir synlig och möjlig i vardagen. Genom upphandling, samhällsplanering, lokal infrastruktur och tjänsteutveckling kan de göra återbruk, reparation och delning mer tillgängliga och användbara.

Men lokal nivå handlar inte bara om funktion. Medborgardialoger, samskapande, lokala berättelser och synliga förebilder behövs för att göra omställningen legitim, begriplig och möjlig att identifiera sig med. När det cirkulära blir en naturlig del av platsen ökar också sannolikheten att beteenden förändras.

Sammanfattande budskap: Gör normskiftet synligt, nära och praktiskt möjligt att leva i – tills det upplevs som en naturlig del av det lokala vardagslivet.

Företag

För företag är huvudfrågan att göra cirkularitet till del av kärnaffären. Reparation, återtag, återförsäljning, uthyrning och begagnat behöver byggas in i erbjudande, logistik, prissättning och eftermarknad – inte ligga vid sidan av.

Det räcker dock inte att göra det möjligt. Företag behöver också bygga trygghet,

tydlighet och attraktionskraft genom kvalitetssäkring, garantier, transparens och starkare berättelser om värde. När cirkulära val upplevs som enkla, trovärdiga och eftersträvansvärda kan de flytta från alternativ till normalläge.

Sammanfattande budskap: Gör cirkularitet till en självklar del av affären och till ett val som kunder både kan, vill och gärna identifierar sig med.

Akademi

Akademins uppgift är bland annat att fördjupa förståelsen för hur normer och beteenden förändras i praktiken. Det kräver forskning som binder samman individ, system, kultur, teknik och policy snarare än att behandla dem var för sig.

Akademin behöver också ta en mer aktiv roll i omställningen genom att utveckla och utvärdera interventioner, stärka utbildning och fungera som brygga mellan forskning, offentlig sektor, näringsliv och civilsamhälle. När olika kunskapsfält kopplas samman blir omställningen mer träffsäker, användbar och förankrad.

Sammanfattande budskap: Stärk akademins roll i att förstå, pröva och överbrygga normskiftet – från insikt och vilja till fungerande praktik och spridd samhällsförändring.

Individer

Individers roll är att göra det cirkulära beteendet synligt i vardagen. När människor visar hur de reparerar, återbrukar, delar och väljer cirkulära alternativ påverkas andras uppfattning om vad som faktiskt är vanligt, rimligt och möjligt.

Det som i början kan framstå som ett enskilt val får betydelse långt utanför den egna handlingen. Synliga beteenden förändrar förväntningar och bidrar till att göra cirkulära val mer normala i andra människors ögon.

Sammanfattande budskap: Gör det cirkulära beteendet synligt – eftersom det som märks också lättare sprids.

Branschorganisationer

Branschorganisationer har en viktig roll i att visa att omställningen redan är i rörelse. Genom att synliggöra resultat, etablera gemensamma definitioner och lyfta fram förebilder kan de minska osäkerhet och stärka uppfattningen att cirkulära arbetssätt är på väg att bli branschpraxis.

När organisationer samlar och kommunicerar statistik, affärsresultat och konkreta exempel blir omställningen mer trovärdig, mindre perifer och lättare för fler aktörer att ansluta sig till.

Sammanfattande budskap: Visa att omställningen redan pågår – eftersom det som uppfattas som växande också lättare får efterföljare.

Ledare

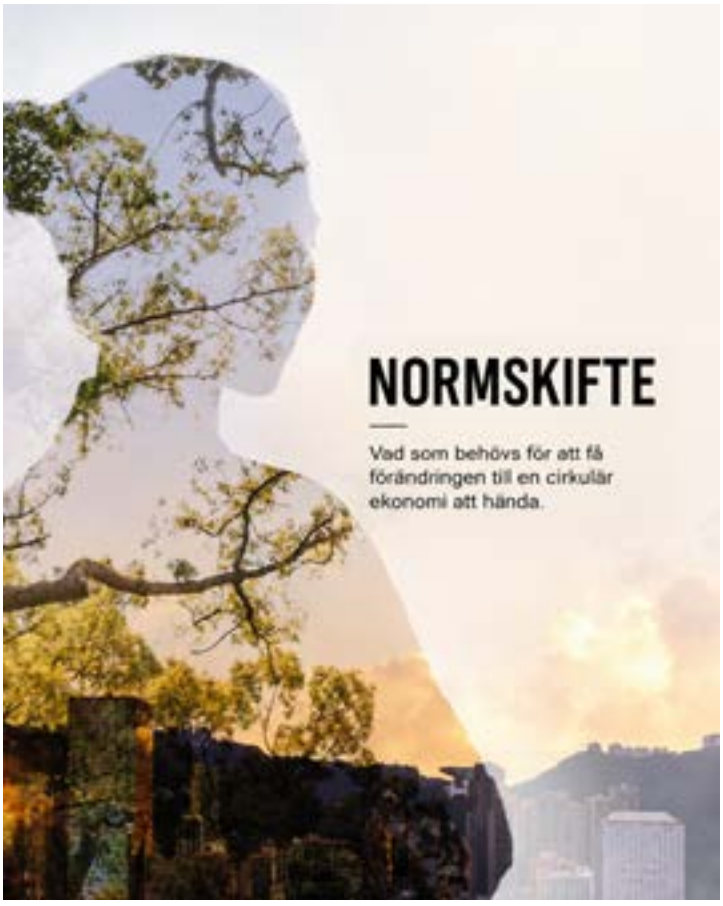
Ledare påverkar normskiftet genom det de efterfrågar, prioriterar och belönar. Människor lyssnar inte bara på vad ledare säger – de tolkar också vilka beteenden som faktiskt värderas i beslut, investeringar och vardaglig praktik.

När ledare systematiskt synliggör, premierar och följer upp cirkulära arbetssätt ökar sannolikheten att de sprids. Det som uppmärksammas tenderar att få fäste.

Sammanfattande budskap: Använd normernas kraft – genom att visa i handling vilka beteenden som ska växa.

Vikten av att synliggöra utvecklingen

En återkommande barriär i normskiften är att människor underskattar hur långt förändringen redan har kommit. Därför är det inte nog att argumentera för det cirkulära – utvecklingen måste också göras synlig genom data, exempel och berättelser som visar att förändringen redan sker. När omfattningen av återbruk, reparation och cirkulära beteenden blir tydlig förändras också bilden av vad som är normalt. Det kan i sig påskynda nästa steg i omställningen.



Sammanfattande slutord

Sammantaget visar rapporten att normskiftet mot en mer cirkulär ekonomi är verkligt, men ännu inte fullbordat. Förändringen är tydlig i attityder, språk och social acceptans, särskilt inom textil, men har ännu inte fått fullt genomslag i vardagens beteenden eller i de system som formar dem. Det cirkulära har blivit mer legitimt, mer synligt och i vissa sammanhang mer attraktivt – men det linjära är fortfarande ofta enklare, billigare och mer invant.

> **Normskiftet mot cirkulära processer i samhällets alla delar är långt ifrån nått. Men det är inte på något sätt förvånande. Vi ser historiskt att normskiften har skett där en idémässig rörelse har momentum samtidigt som infrastrukturen finns på plats och därmed underlättar och organiserar själva beteendet som påverkar normen. Därför är politikens och statens stöd och interventioner nödvändiga. Just cirkularitet och hållbarhet är unika visioner eftersom de går emot gängse marknadslogik på så många sätt. Marknadens krafter kommer alltså inte att tillgodose dessa infrastrukturer. Stöd och styrning av produktionen, utbudet och distributionen är därför A och O.**
> ***–Sofia Ulver, docent i Konsumtionsvetenskap, Ekonomihögskolan, Lunds Universitet***

Detta är också rapportens viktigaste slutsats: människor förändrar inte sina beteenden enbart för att de förstår problemen. Förändring sker när nya beteenden upplevs som möjliga, trygga, meningsfulla och socialt rimliga. Därför räcker det inte att utveckla teknik eller informera om miljönytta. Omställningen behöver också göras användbar i praktiken, attraktiv i kulturen och relevant för människors egna drivkrafter.

Här blir frågor om identitet avgörande. Ett bredare normskifte handlar inte bara om att erbjuda fler cirkulära alternativ, utan om att förändra vad människor uppfattar som önskvärt, normalt och möjligt att identifiera sig med. När cirkulära praktiker förknippas med kvalitet, omdöme, tillhörighet och framtidstro ökar deras attraktionskraft. Framtidsbilder spelar därför en central roll. Om den cirkulära framtiden framstår som knapp, krånglig eller moraliserande blir den svår att samla människor kring. Om den i stället framstår som smart, tillgänglig, vacker och meningsfull blir det lättare för fler att vilja vara en del av den.

Det är också därför rekommendationerna i rapporten behöver förstås som ett gemensamt arbete mellan flera aktörer. Lagstiftare, myndigheter, kommuner och regioner, företag, akademi, branschorganisationer, ledare och individer påverkar olika delar av samma förflyttning. Vissa behöver flytta spelplanen, andra minska friktionen, bygga trygghet, stärka attraktionskraften eller göra förändringen synlig. Först när dessa insatser samverkar kan normskiftet röra sig från kulturell förskjutning till brett genomförd praktik.

> **Normer, värderingar och övertygelser påverkar oss ofta på ett implicit plan men har stor betydelse för våra handlingar och prioriteringar. För företag är det avgörande att deras affärsidéer ligger i linje med samhälleliga normer för**

att uppfattas som legitima. Om de bryter mot dessa riskerar de att tappa både förtroende och kunder. Därför ligger det även i företagens intresse att visa att de anpassar sig till, och bidrar till, omställningen mot en cirkulär ekonomi.
–Gabriella Wulff, universitetslektor och konsumtionsforskare på Textilhögskolan, Högskolan i Borås.

Ytterligare en iakttagelse är att normskiften inte bara sker genom beslut, produkter eller styrmedel. De sker också när vi börjar tala om dem. När nya beteenden blir synliga, diskuteras och sätts i relation till vilka vi är och vilket samhälle vi vill bygga, förändras också våra föreställningar om vad som håller på att bli normalt. På så sätt är analysen av normskiftet inte bara ett sätt att beskriva förändring, utan också en del av den. Att synliggöra utvecklingen är därför inte en bisak i omställningen, utan en del av själva förflyttningen.

Är normskiftet till cirkulär ekonomi närmare än vi tror?

Frågan vi ställde oss när vi började arbeta med denna rapport var: **"är normskiftet till cirkulär ekonomi närmare än vi tror?"**. Den samlade analysen visar att normskiftet mot cirkulär konsumtion redan har kommit långt på attitydnivå, speciellt inom vissa sektorer, men ännu inte fått fullt genomslag i beteenden och system. Vi bedömer därför att vi närmar oss en tipping point när det gäller normskifte till cirkulär ekonomi och balansen mellan styrande och stöttande åtgärder de närmaste åren avgör hur det går.

Referenser

Alexander, J. (2022). Citizens: Why the key to fixing everything is all of us. Canbury Press.

Bicchieri, C. (2017). Norms in the wild: How to diagnose, measure, and change social norms. Oxford University Press.

Doughnut Economics Action Lab. (u.å.). Doughnut economics. Hämtad 15 juni 2026 från https://doughnuteconomics.org/

Mackie, G., Moneti, F., Shakya, H. & Denny, E. (2015). What are social norms? How are they measured? UNICEF / UC San Diego Center on Global Justice.

Naturvårdsverket. (2020). Attitydundersökning om textil och textilkonsumtion. Naturvårdsverket.

Prosci. (u.å.). ADKAR® model. Prosci Change Management Methodology. Hämtad 15 juni 2026 från https://www.prosci.com/methodology/adkar

Raworth, K. (2017). Doughnut economics: Seven ways to think like a 21st-century economist. Random House Business Books.

Losman, B., Wiles, L.K. & Zethraeus, A. (2021).
Stärkt efterfrågan på textila cirkulära tjänster och produkter.
urn:nbn:se:hb:diva-29472

Expertgruppen Normskifte (2022).
Tro, hopp och visioner – hur vi uppnår ett cirkulärt samhälle genom normskifte för alla.
urn:nbn:se:hb:diva-31058

Klimatklubben (u.å.).
89 procent av världens medborgare vill ha vassare klimatpolitik.
Hämtad 22 juni 2026 från
https://klimatklubben.se/engagemang/89procent/

Övriga källor

Enkätundersökning med gymnasieelever, april 2026. Opublicerat material.

Företagsintervjuer genomförda våren 2026. Opublicerat material.

Workshop med gymnasieelever, april 2026. Opublicerat material.

Bilaga

Enkätfrågor.