

Nudging för hållbar konsumtion av elektronik



AGENDA

1. Bakgrund

2. Pilotstudie

3. Policyimplikationer och diskussion

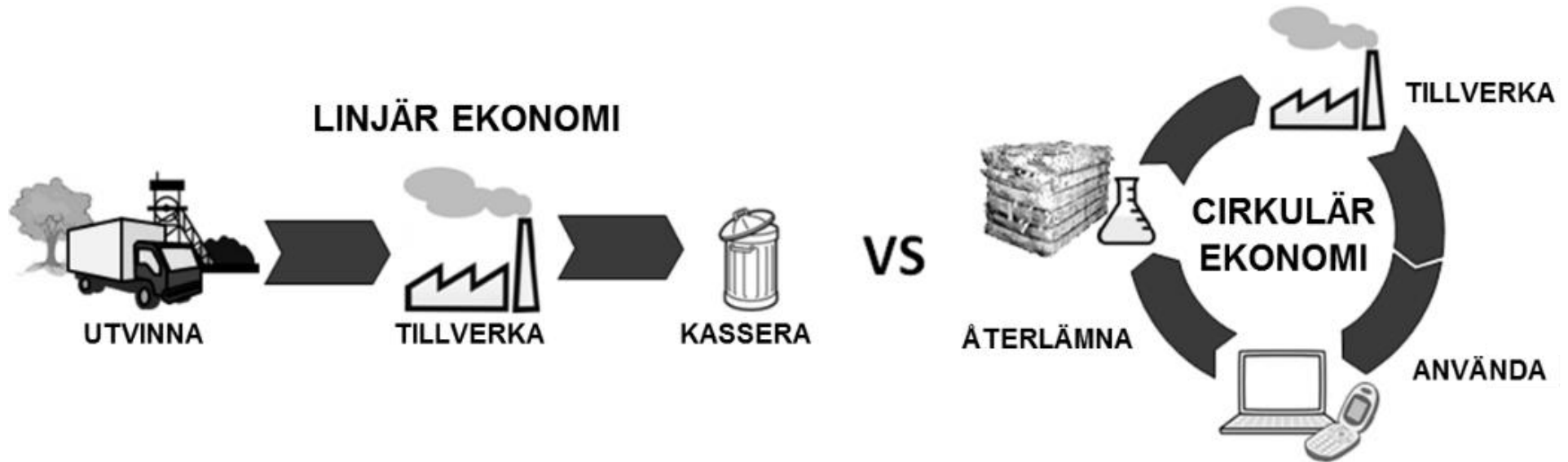




Bakgrund

Bakgrund

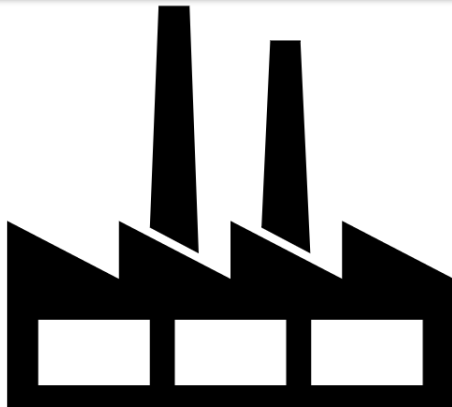
Från linjär till cirkulär elektronikkonsumtion



Producentinriktade styrmedel

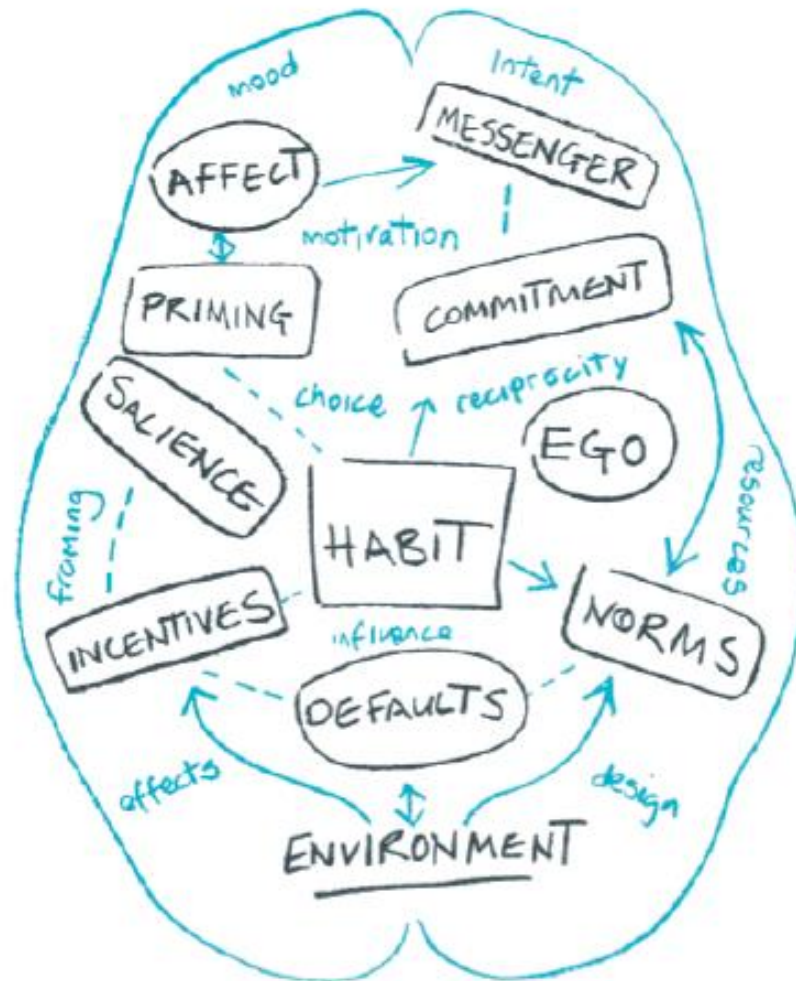
+

Konsumentinriktade styrmedel



Bakgrund

Beteendekonomin kan bidra till bättre fungerade konsumtionsinriktade styrmedel



Bakgrund

***Systemtic biases* vid elektronikkonsumtion**

- Olika för t.ex.:
 - Beslut om köp
 - Beslut om återanvändning
 - Beslut om återvinning

- Dessutom olika beroende på vilken typ av elektronik som konsumeras. T.ex.:
 - Elektroniska leksaker
 - Tvättmaskiner
 - Mobiltelefoner

- Kontextbaserat



Pilotstudie

Pilotstudie

Hållbar elektronikkonsumtion bland ungdomar

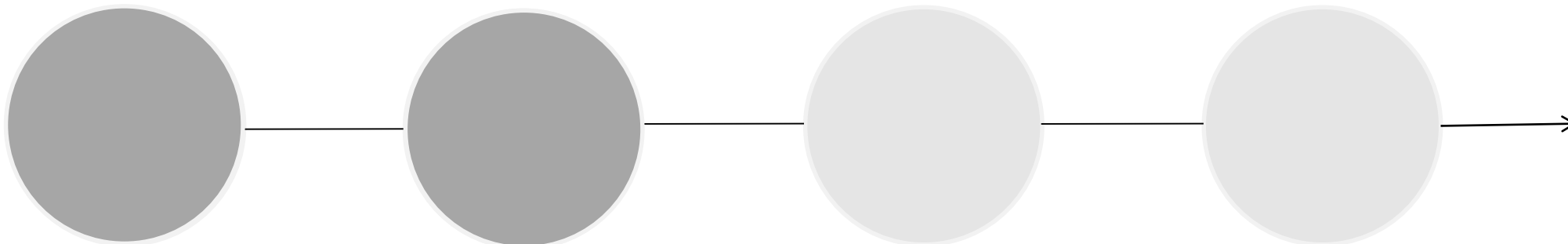


Identifikation

Diagnos

Lösning

Experiment



Mål att **minska nyköp** och **öka återanvändning** bland ungdomar (19-28 år), och om möjligt skifta konsumtionen mot **mer miljövänliga alternativ**

I samarbete med Pelle Guldborg Hansen (iNudgeYou)

Pilotstudie

Beteendekartläggning: Två delar

- Förstudie

- **Personliga intervjuer** i 3-butik
- Ungdomar som **köpt** eller varit **intresserade av att köpa** en mobiltelefon
- Undvika efterrationalisering

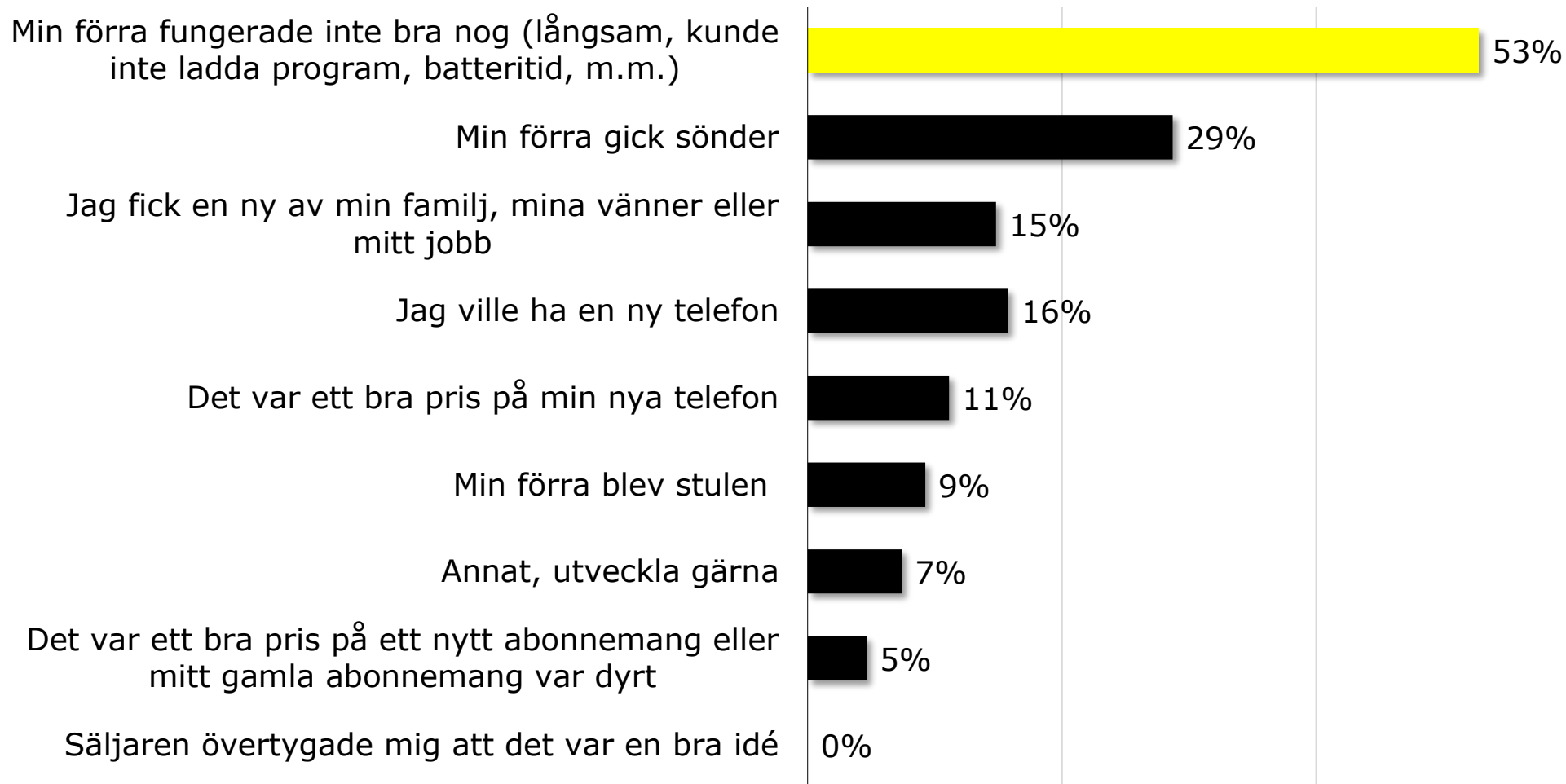
- Enkätundersökning

- Baserat på informationen i intervjuerna
- Ca 130 svar i DK och SE (relativt låg svarsfrekvens)

- **Besvara:**

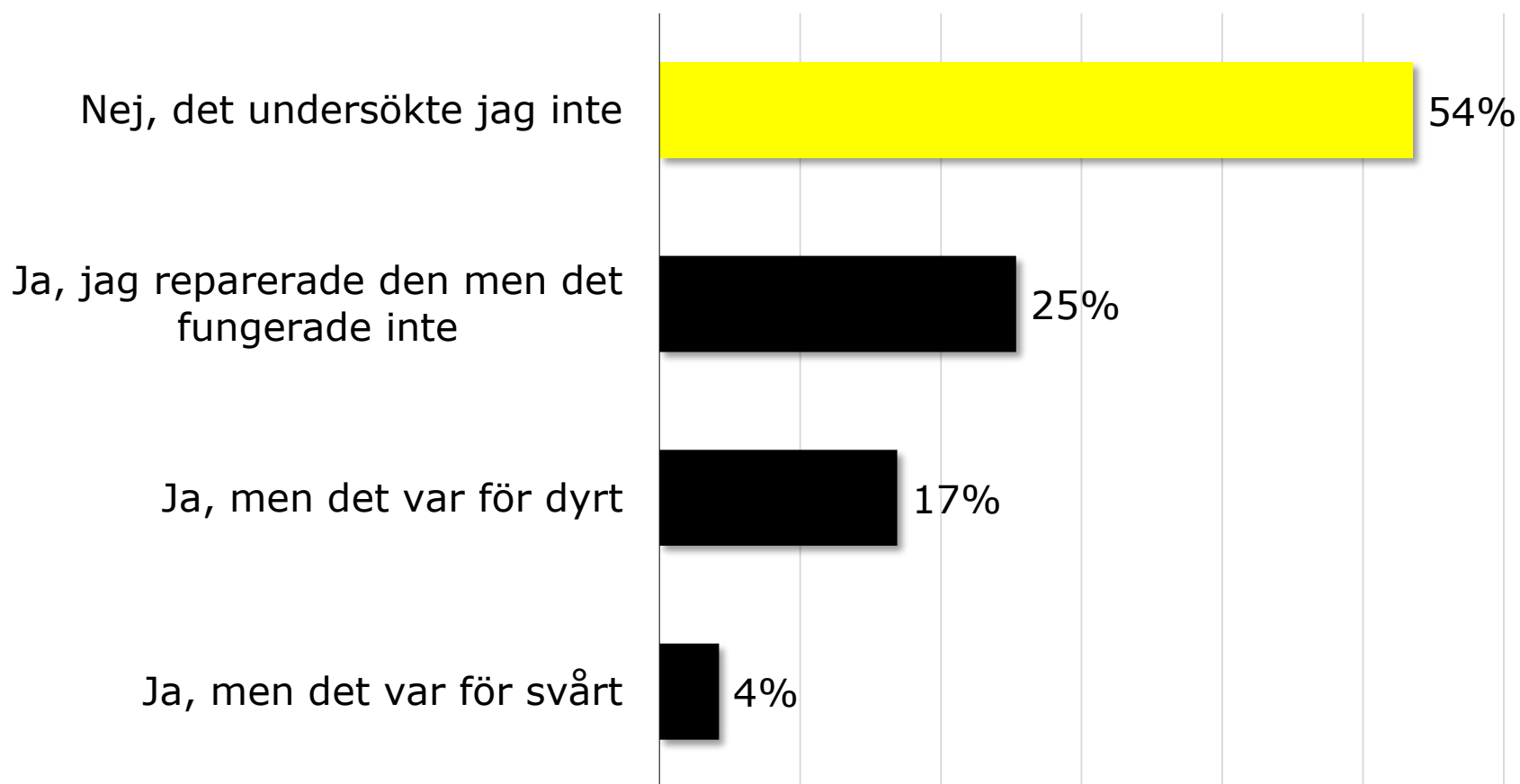
- Vad driver *behovet av ny mobil*?
- Vad driver *valet av ny mobil*?
- Är ungdomar *miljömedvetna* vid köp av mobiltelefoner?
- Varför *hamnar gamla mobiltelefoner i byrålådan*?

Pilotstudie

Varför köpte du din nuvarande mobiltelefon?

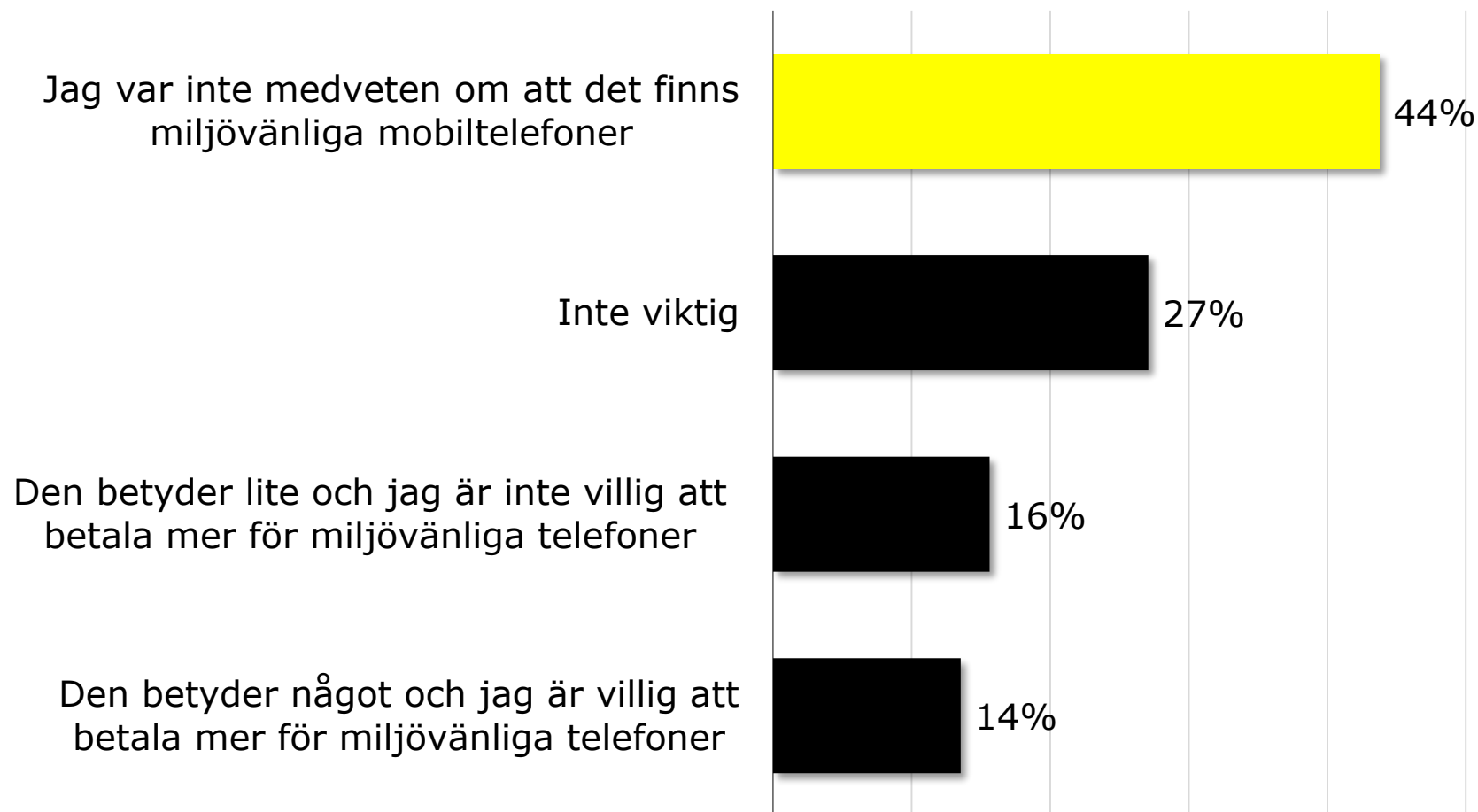
Pilotstudie

Undersökte du om du kunde reparera din gamla telefon innan du köpte en ny?



Pilotstudie

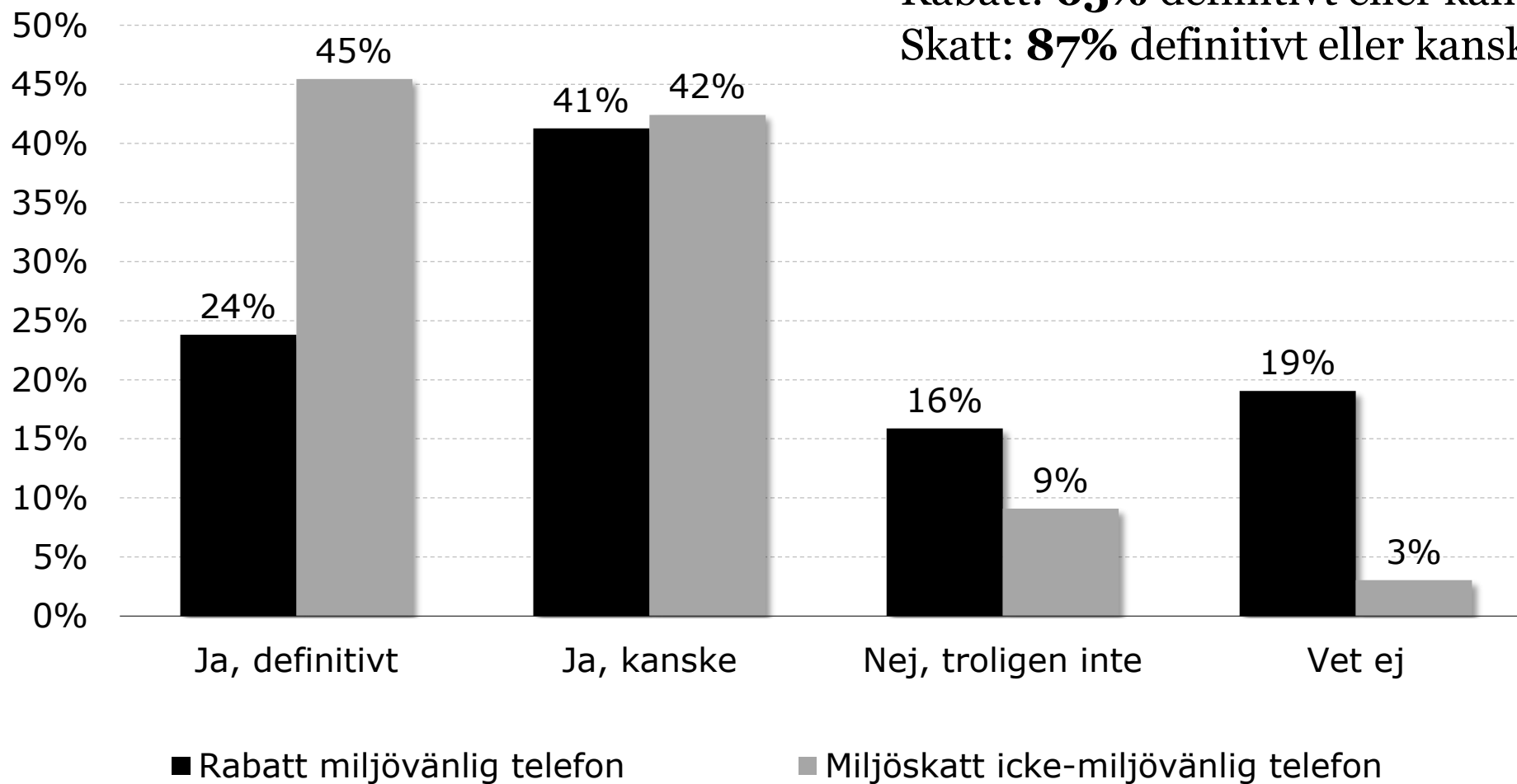
Hur viktig är miljön när du köper en mobiltelefon?



Pilotstudie

Skulle du överväga en miljövänlig mobiltelefon om...

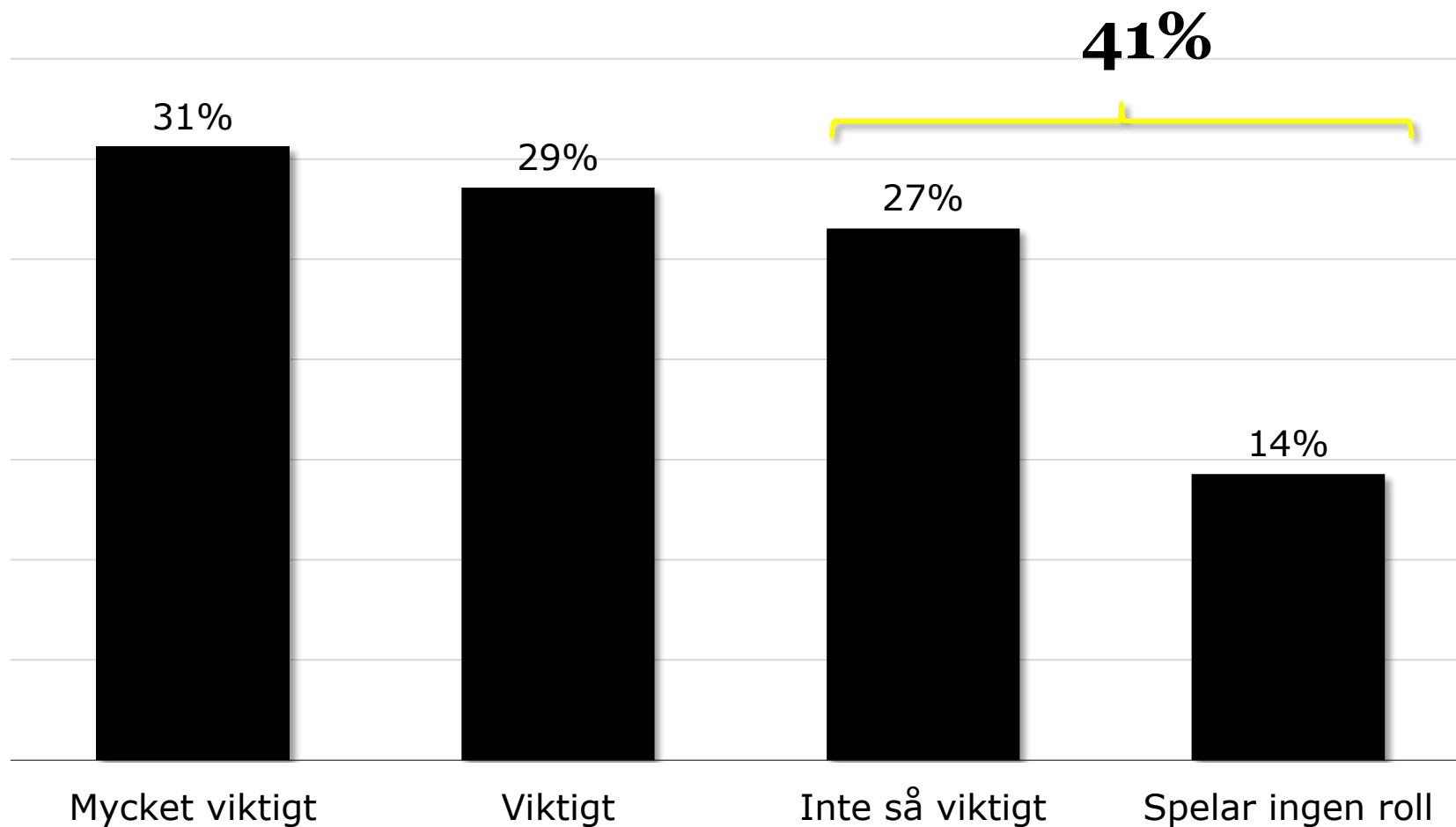
Rabatt: **65%** definitivt eller kanske
Skatt: **87%** definitivt eller kanske



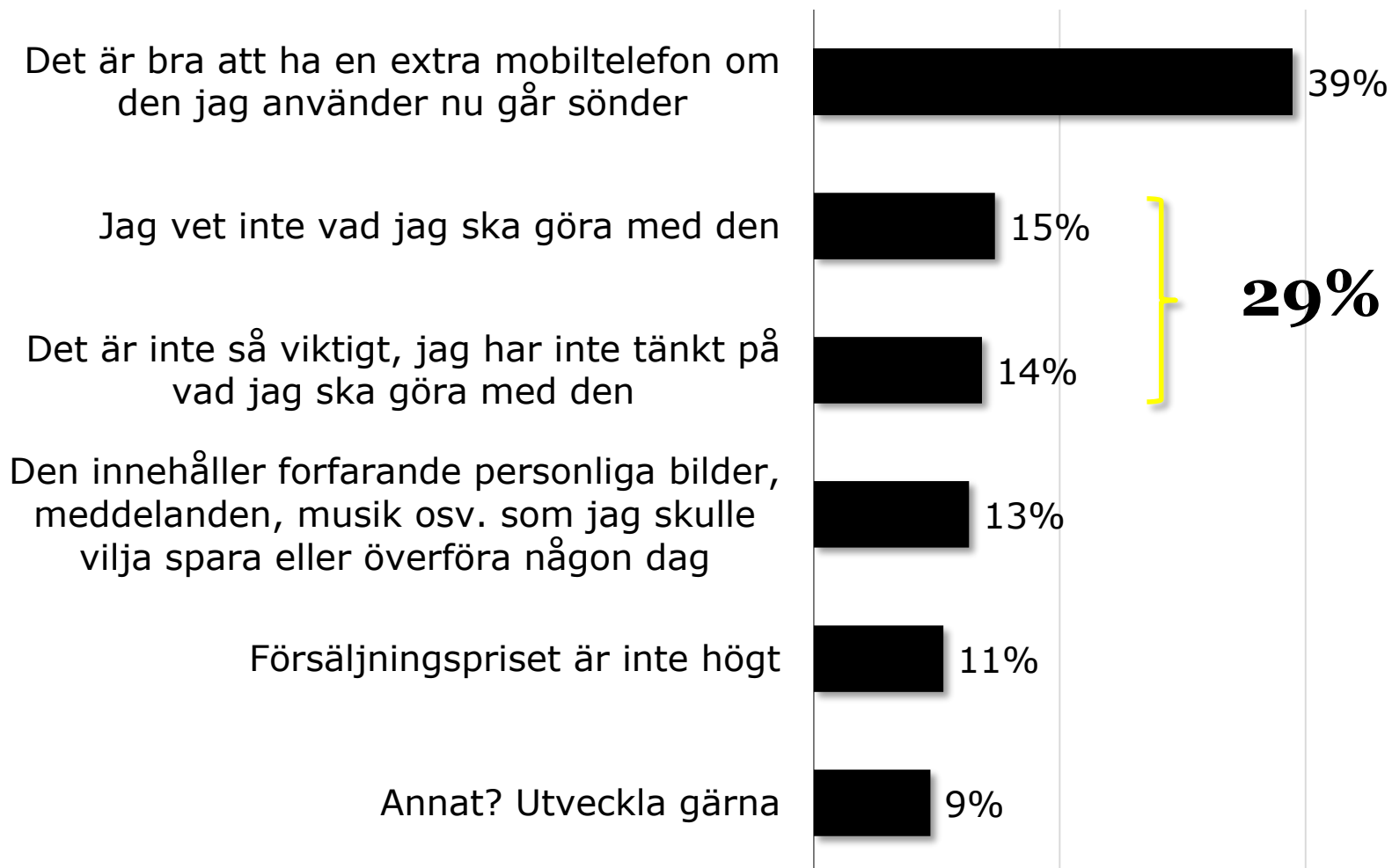
Not: OBS! 63 svar på fråga om rabatt, 33 svar på fråga om skatt.

Pilotstudie

Hur viktigt är det för dig att äga mobiltelefonen istället för att hyra den?



Pilotstudie

Tänk på en mobiltelefon som du äger, som inte är den du använder. Vad är anledningen till att du fortfarande äger den?

Pilotstudie

Hållbar elektronikkonsumtion bland ungdomar

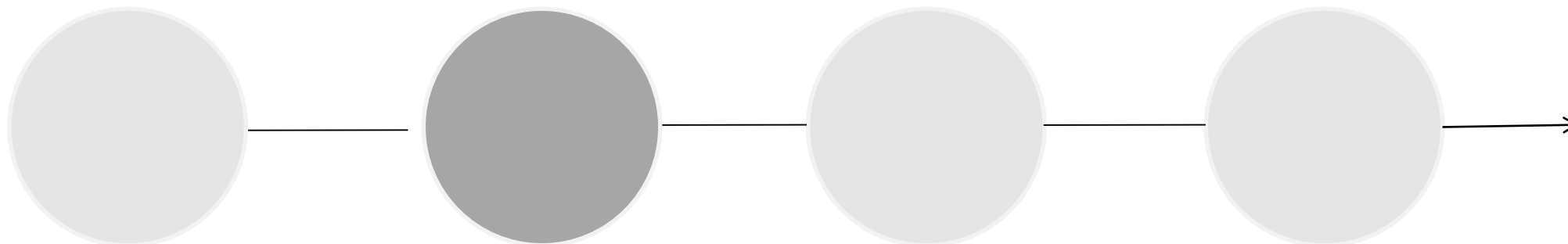


Identifikation

Diagnos

Lösning

Experiment



Vid nyköp:

Många köper ny mobiltelefon för att den gamla inte fungerar bra nog
De flesta undersöker inte om den gamla telefonen går att reparera eller
möjlighet att köpa begagnat innan de köper en ny
Man går ofta till den butik man köpte sin förra telefon

I nudgingtermer:

- Tillgänglighetsbias och vana
- Psykologisk diskontering
- Förtroende

Pilotstudie

Hållbar elektronikkonsumtion bland ungdomar

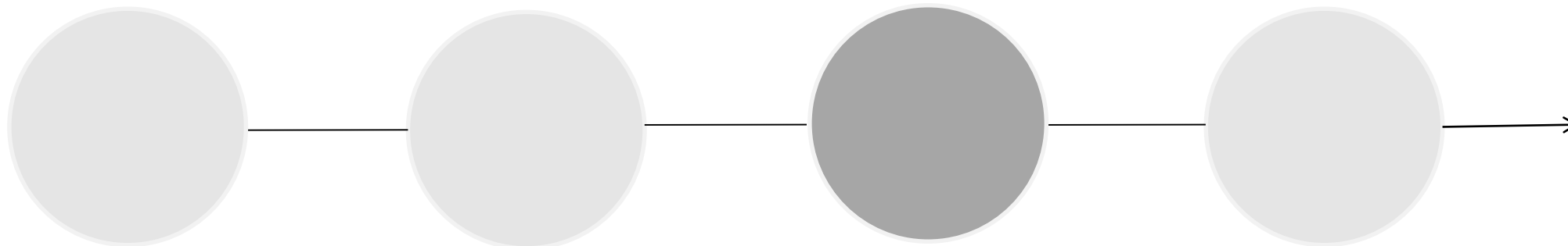


Identifikation

Diagnos

Lösning

Experiment



Aktivt erbjudande
om mer hållbara
alternativ

Pilotstudie Hållbar elektronikkonsumtion bland ungdomar

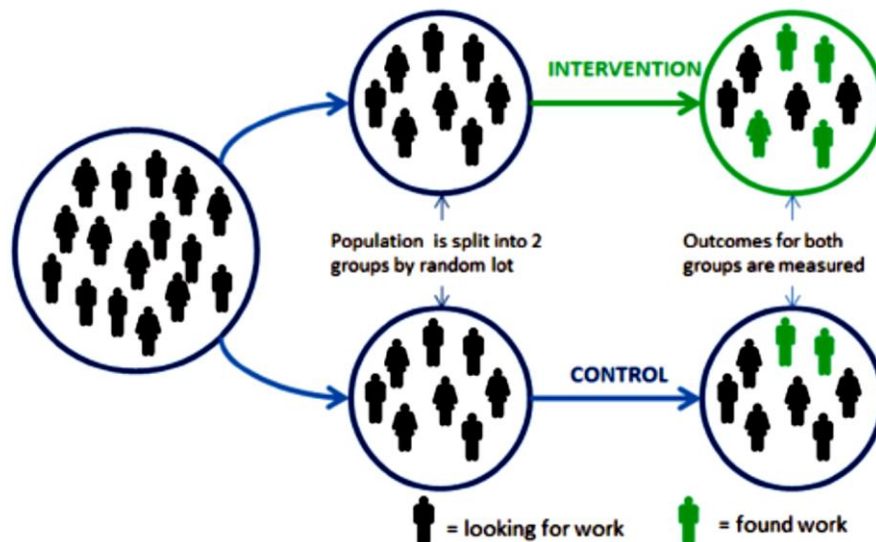
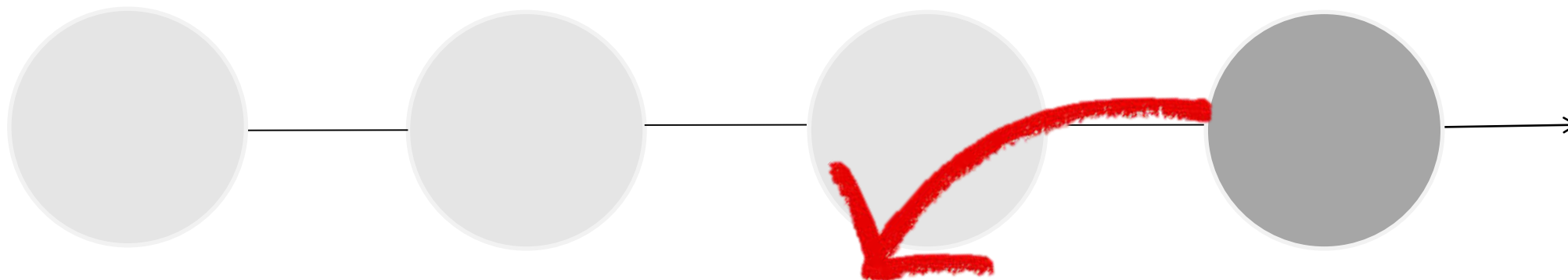


Identifikation

Diagnos

Lösning

Experiment

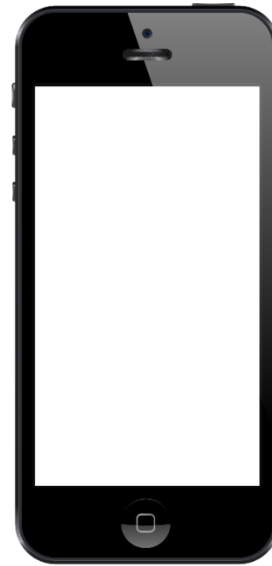




Ny telefon 1



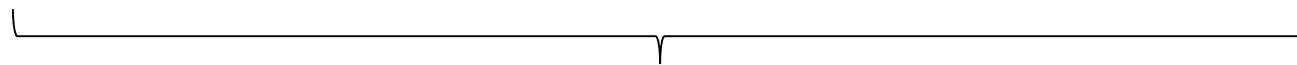
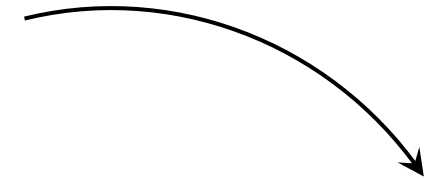
Ny telefon 2



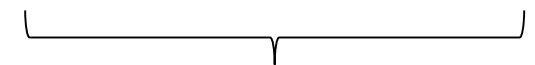
Ny telefon 3

Lämna "butik"

- Begagnat
- Reparera
- Etc.



Referensscenario: 29%



Begagnat: 4%
Reparation: 67%



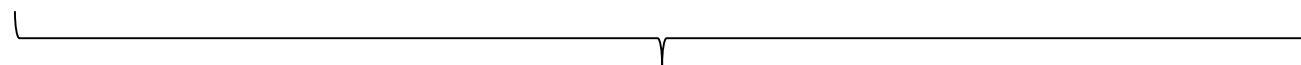
Ny telefon 1



Ny telefon 2



Ny telefon 3



Referensscenario: 29%
→ 11%**



Begagnat: 4%
→ 29%**



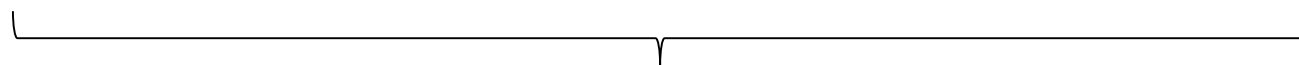
Ny telefon 1



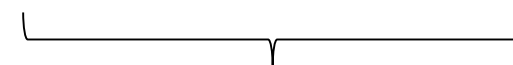
Ny telefon 2



Ny telefon 3



Referensscenario: 29%
→ **11%****



Reparation: 67%
→ **87%****

Pilotstudie

Sammanfattningsvis

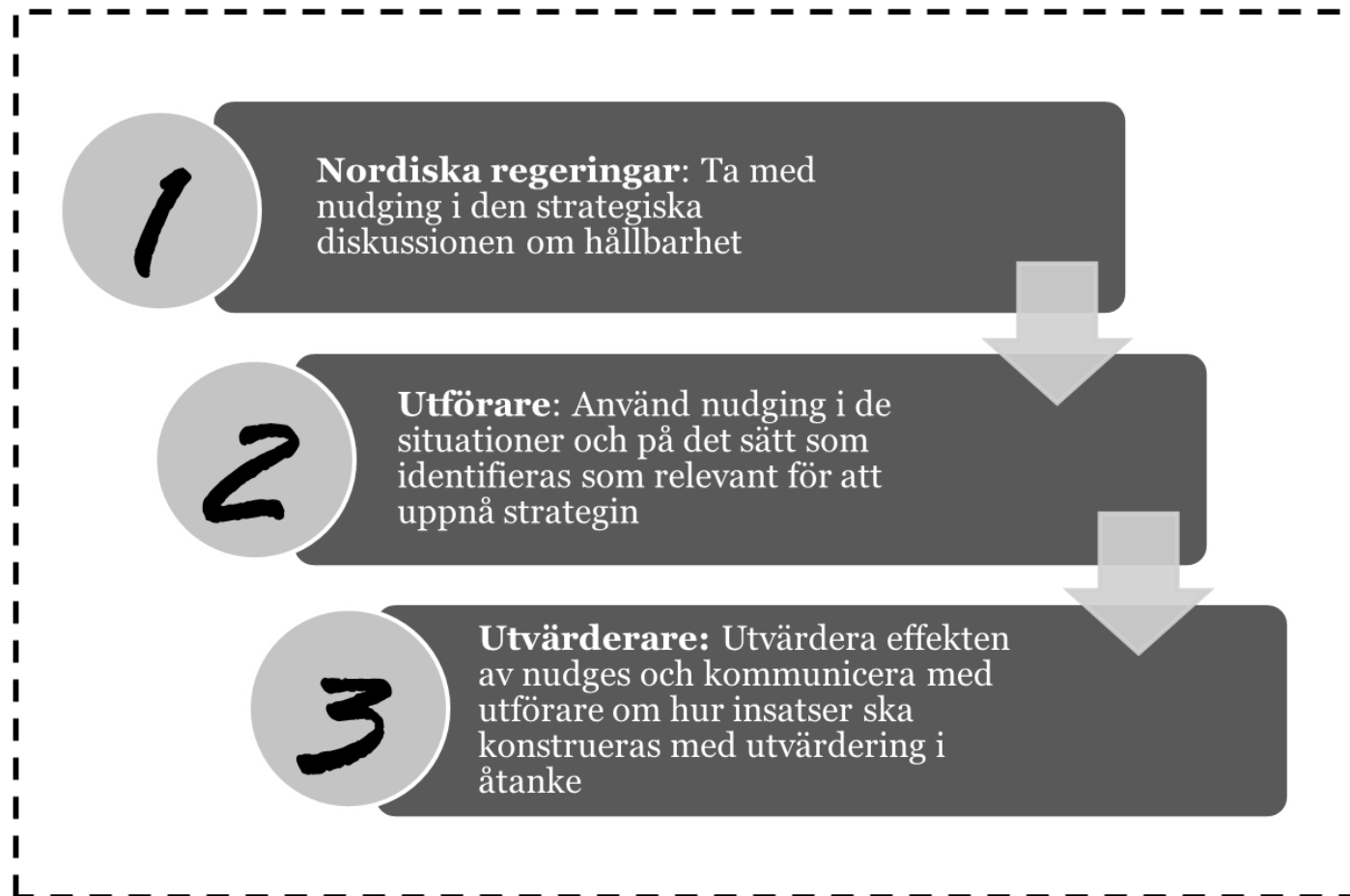
- Pilotstudie – större fältförsök behövs för att applicera resultaten
- Fokus på störst potential
 - Applicering
- Nudging antagligen **marginell** effekt på marknaden för mobiltelefoner **i nuläget**
- Marknadens struktur större problem
 - Affärsmodeller
 - Teknikutveckling
 - Outvecklad marknad för reparationer

Policyimplikationer och diskussion



Policyimplikationer elektronikkonsumtion och nudging

Nordiska ministerrådet/nordiska organisationer



+ undersök marknadsaktörernas incitament

Tack för mig!

Kontakt

Amanda Stefansdotter

ams@copenhageneconomics.com

Copenhagen Economics A/S

Mäster Samuelsgatan 4

SE-111 44 Stockholm

copenhageneconomics.com