

## Verksamhetsberättelse 2013

Ordförande har ordet:

Året 2013 ses som ett bra år för föreningen Medveten Konsumtion. Samtidigt har året kantats av viss orolighet, inte minst på grund av vår verklighet som en bidragsberoende förening. Med verksamhetsstöd från Konsumentverket som primär finansieringskälla behåller föreningen å ena sidan sitt oberoende och kan fokusera på kärnfrågorna. Å andra sidan förtydligades sårbarheten när stödet från Konsumentverket märkbart sjönk inför verksamhetsår 2013. De goda resultat som personalen med verksamhetsledare Alexander Clemenson i spetsen levererat detta till trots under sitt andra år som ansvarig för den dagliga driften och utveckling av verksamheten poängterar vikten av att anställningstrygghet fortsatt är en prioriterad fråga för kommande år. Främst för att säkra kompetens och långsiktighet i den betydande roll som vi upprepat ser och får bekräftat att föreningen har.

Fler människor både vill och behöver ta sitt ansvar genom en medveten konsumtion. De informationsinsatser och kunskap om en medveten konsumtion som vi bidrar med är av stor vikt.

**/Cecilia Linder & Carl-Martin Johborg, Ordförande Medveten Konsumtion**

Föreningen Medveten Konsumtion Sverige är en partipolitiskt och religiöst obunden ideell förening med säte i Stockholm. Föreningens huvudsyfte är att främja en mer medveten konsumtion och bidra till hållbar utveckling genom att verka för fördjupad kunskap om den privata konsumtionens villkor och effekter på natur och människa. Vi vill att konsumtion i mycket högre grad ska bli ett medvetet val och inte ske av bara farten, utan tanke på konsekvenser. Därför arbetar vi för att underlätta för konsumenterna att ta mer genomtänkta konsumtionsbeslut med hänsyn till miljö, rättvisa och hälsa. Vi vill helt enkelt att det ska bli lättare och intressantare att vara en fullt medveten konsument.

Föreningens högsta beslutande organ är årsmötet, som hålls varje år. Årsmötet utser en styrelse som efter årsmötet 2013 hade följande sammansättning:

Ordförande 1: Cecilia Linder

Ordförande 2: Carl-Martin Johborg

Kassör: Pamela Cordero

Sekreterare: Sara Brinkberg

Ordinarie ledamöter: Adam Herlitz, Jenny Lönnroos, Teresa Sida Norgren, Linus Svensson

Suppleant: Maria Fabricius, Annsophie Aronsson

Föreningen arbetar för att underlätta en medveten konsumtion genom brett opinionsarbete, fördjupad kunskap om konsumtionens villkor och effekt på natur och människa. Detta sker genom att vara en källa till inspiration med reflektion i fokus snarare än perfektion. Genom att samla och sprida information om mer medveten konsumtion i kombination med verktyg som underlättar för konsumenter att bli mer medvetna och få större inflytande på marknaden bidrar vårt arbete till ökad, eller snarare återtagen, konsumentmakt. Under 2013 har föreningen kunnat hjälpa än fler konsumenter mot en mer medveten konsumtion.

Genom att samla och paketera information skapar vi ett nätbaserat verktyg som gör det möjligt för alla konsumenter, oavsett ålder, kunskapsnivå, grad av engagemang eller geografisk placering att enkelt kunna lära sig tillräckligt om konsumtionens villkor för att genom sina dagliga konsumtionsbeslut faktiskt bidra till ett mer hållbart samhälle. Genom hemsidans sektioner "Råd och tips" respektive "Märkningar", vilka under 2013 aktualiserats, är vi även fortsatt en tillförlitlig källa till information.

Kommunikation via sociala medier och andra webbaserade kanaler har prioriterats 2013 även om traditionell media och analog spridning ses som ett mycket viktigt komplement. Inte minst genom samarbeten med tryckt media som under året vidareutvecklats och delvis tagit nya former för att nå fler att bli mer medvetna konsumenter. Under 2013 har föreningen även hållit fler föreläsningar och workshops än någonsin tidigare. Den ökade efterfrågan ser vi som en kombination av ökad närvaro och ett tecken på att tiden mognar för fler att ta till sig mer kunskap inom området.

Med verktyget Ekoguiden underlättar vi för den medvetne konsumenten. I slutet av 2013 finns den fortsatt på 8 platser i landet och engagerar än fler ideella, mycket tack vare en vidareutveckling av arbetsmetod där engagemanget från de ideella kan fångas upp enklare och på "bredare villkor". Fyra nya guider ligger i startgroparna som ett resultat av årets arbete och väntas lanseras under 2014.

Att frågor kring privatkonsumtion och dess in- och påverkan får mer och mer plats i de flesta medier och kanaler har föreningen inte för avsikt att helt ta åt sig äran för. Däremot ser vi att föreningen har en bidragande del i att frågorna tas på allvar och att de informations- och utbildningsinsatser, liksom generella kunskap om en medveten konsumtion som föreningen bidrar med, fortsatt är av stor vikt. I takt med att läget i världen förändras både behöver och vill fler människor ta sitt ansvar genom en medveten konsumtion. Just detta bidrar vi med.

### **Nätverket**

Vid årets slut hade föreningen ca 270 registrerade medlemmar och dessa har under året hållits informerade genom 3-4 nyhetsbrev som skickats ut via e-post från kansliet, samt via sociala medier som prioriteras mer och mer som kommunikationskanal för att även nå de medlemmar föreningen har inom dessa. Föreningen prioriterar en ökning av personer inom nätverket generellt framför uttalade föreningsmedlemmar. Främst då vi anser att det är viktigt att fånga upp engagemang och hjälpa fler bli "ambassadörer" och underlätta för dem att sprida mer kunskap i sina egna nätverk, oberoende av ett explicit medlemskap i föreningen. Detta har tagits upp till diskussion under 2013 och tankar har börjat ta form där eventuellt en vidare undersökning av möjligheter kring satsning på ökat antal medlemmar kan komma till stånd längre fram, men ej varit aktuellt under 2013.

Föreningen har både en sida och en grupp på Facebook för att kunna sprida inspiration och tips i detta forum, samt för att lättare rekrytera nya anhängare till nätverket. Gruppen och sidan hade vid årets slut sammanlagt drygt 5 000 medlemmar och Ekoguidens sida hade ca 2 000 anhängare. En del av medlemmarna i dessa grupper är givetvis desamma, men vi bedömer att vi når ut till minst 6 000

olika personer direkt via Facebook och ser en ganska stor aktivitet i nätverket. Indirekt, det vill säga via medlemmars vänner och egna nätverk, når föreningen så klart en mycket större grupp än så.

### **Finansiella medel och kansli**

Föreningen fick ansökan om verksamhetsstöd beviljad av Konsumentverket för 2013 med beloppet 800 000; dvs 20% mindre än föregående år. Under större delen av året har verksamhetsstödet till stor del bidragit till att säkra föreningens två deltidstjänster, en projektledare för Ekoguiden och en tjänst för det mer övergripande i form av en verksamhetsledare som under året bytts till titel generalsekreterare för att förtydliga att föreningen agerar inom ideell sektor, liksom förtydliga mandat gentemot samarbetspartners och andra kontakter. Då projektledaren för Ekoguiden beviljats tjänstledigt för vidare studier har en vikarie anställts med start från hösten 2013.

Vidare har föreningen satsat mer på att ta in praktikanter där handledning, en arena att arbeta i skarpt läge och möjlighet att samla värdefulla erfarenheter erbjudits i utbyte mot det engagemang praktikanterna kommer med, liksom värdefulla insatser inom allt från att skriva och driva fristående projekt framåt till att delvis uppdatera information på hemsidan. Detta har visat sig mycket värdefullt både från föreningens sida liksom praktikanternas, vars utvärderingar speglar både ökad kännedom och intresse kring de viktiga frågor föreningen arbetar med.

Föreningen fick under 2013 även ett beviljat anslag om projektstöd från Ungdomsstyreslen gällande projektet "Verktogsåda för medveten konsumtion" med projektperiod september 2013 – februari 2014 med ett belopp på EURO 5670.

Även ett bidrag för projektet "Medveten App" beviljades under 2013 av Malmö Stad med beloppet 85 000 kr. Projektiden är dock under 2014, varför det inte tas upp mer i detalj i denna verksamhetsberättelse som avser 2013.

Detsamma gäller ett projekt som syftar till att höja kunskapen om konsumtionens villkor och konsekvenser ur ett miljö- och rättviseperspektiv hos allmänheten i Stockholm Stad. Drygt hälften av ansökt medel beviljades i december 2013, 110 360 kr, av Stockholm Stad och B A Danelii Stiftelse och projektet genomförs främst under 2014.

Därutöver har föreningen fått intäkter från externa föreläsningar, konsultuppdrag, medlemsavgifter samt gåvor från medlemmar. Likaså har kommuner beviljat stöd för etablerande och/eller fortsatt arbete med Ekoguiden, vilket ses som ett viktigt inslag för dess fortsatta funktion att hjälpa fler konsumenter att lättare hitta ett rättvist och ekoreko utbud i sin ort eller på orten de besöker.

### **Samla, sprida och underlätta**

Under året 2013 har den strategi som togs fram 2011 lagt grunden för verksamheten. Denna strategi är uppdelad i tre övergripande områden, som utgör de huvudsakliga roller/uppgifter vi anser att föreningen Medveten Konsumtion har: 1) Samla och paketera information, 2) Sprida information, 3) Underlätta för den medvetna konsumenten. Inom dessa områden ryms även de nya projekt som nämnts ovan.

## 1) Samla och paketera information

Som bekräftats av såväl politiker som näringsliv är medvetenheten om konsumtionens villkor idag alldeles för låg och det saknas bra stöd för konsumenter att skaffa den information de behöver utan att behöva lägga orimligt stor del av sin tid på detta. En av MKS viktigaste roller är därför att samla upp information som redan finns och göra den mer lättillgänglig och pedagogisk.

Under 2013 har arbetet med att förbättra webportalens struktur och arkitektur fortsatt och den nya versionen av hemsidan har fått positiv feedback från första ref-grupper angående informationens lättillgänglighet. Detta kvarstår att mäta i bredd när den "går live" under 2014. Nytt upplägg för sektionen "Råd och Tips" har gjorts på nya hemsidan och även här har hittills genomförda ref-grupper gett positiv respons. Även en första revidering av sektionen har gjorts och därmed är sektionen fortsatt den tillförlitliga källa för både befintliga och nya besökare vi har som mål.

Under året har föreningen publicerat många fler krönikor och debattinlägg än de som var satta som mål för året. Att det hamnar under denna punkt i rapporteringen är helt enkelt för att vi ser det första steget, samlande och paketerande av artiklar och debattinlägg som kritiskt för att det ska gå över i nästa steg där informationen sprids. Generellt ser vi detta verktyg som mycket viktigt och har under året bland annat haft extra fokus på områdena sommar och konsument, skörd i egen trädgård, mode och julklappshandel. Alla områden har tagits emot positivt från både andra kanaler, som tex press som publicerat det vi skriver och konsumenter som återkopplar med tacksamhet och/eller tips.

Målet med denna del av verksamheten är att vara ett nätbaserat verktyg som gör det möjligt för alla konsumenter, oavsett ålder, kunskapsnivå, grad av engagemang eller geografisk placering att enkelt kunna lära sig tillräckligt om konsumtionens villkor för att genom sina dagliga konsumtionsbeslut faktiskt bidra till ett mer hållbart samhälle. MKS hemsida ska fungera som grundplattform både för den som har ont om tid och bara vill skrapa lite på ytan vad gäller hållbar konsumtion. Detta anser vi ha uppfyllt.

### **Nytt projekt: Utbildningsprojekt i Stockholm stad**

Ansökan gjordes 2012 till Stockholm Stad och beslut om beviljat medel kom i december 2013. Så klart hade föreningen redan utfört en del av vad projektet avsåg, men valde att främst ta den arbetsinsatsen som egen insats i genomförandet av projektet och har därför anställt en projektledare under våren 2014 för utförande av delar av projektet. Endast 15 770 kr är bokfört inom ramen för det beviljade stödet på år 2013 medan resten av medlen används under 2014, främst för framtagande av utbildningsmaterial inom miljö, konsumtion och rättvis handel för gymnasieskolor. Genom att samla och paketera utbildningsmaterial för denna viktiga målgrupp faller projektet under denna punkt, men även under punkten 2. Sprida information nedan då målet är att materialet ska användas i stadens gymnasieskolor.

## 2) Sprida information

Det räcker givetvis inte att vi samlar informationen, vi måste också nå ut med den. Utöver egna kanaler som hemsidan och i sociala medier är viktiga fönster för detta som nämnts ovan de kanaler där våra texter publiceras externt. Under året har fler krönikor och debattinlägg publicerats än tidigare och fortsatt viktiga fönster för föreningen att sprida kunskap genom är de regelbundna samarbeten med traditionell media som tågtidningen Kupé där vi publicerar två hela sidor i var nummer med inspiration till en mer medveten och hållbar konsumtion, liksom gratistidningarna i Stockholm, Göteborg och Uppsala som regelbundet publicerar recensioner ur Ekoguiden för

inspiration till stadens mer hållbara utbud. Det har blivit mycket uppskattat av både läsare, goda aktörer och exempel som lyfts fram och hos redaktionen.

Föreningens roll som talesorganisation medialt anser vi ha ökat, liksom att media använder föreningen som startpunkt inför publikation om frågor vi arbetar med. Att "tyngre media" hört av sig ser vi som ett bevis på detta, även om vi pga resursbrist inte alla gånger kan hjälpa dem med det de söker när det är specifika rapporter eller undersökningar de önskar ha gjorda.

Att föreningen hållit fler föredrag och workshops än någonsin är ett annat viktigt exempel på hur vi sprider den viktiga kunskapen och informationen. Hos en uppdragsgivare har vi sammanlagt hållit dubbelt så många föredrag (16 stk) som målet för föreläsningar under året var satt, så målet är uppfyllt med råge. Denna del ser vi fortsatt som mycket viktig del för att minska den sårbarhet som finansiering från en huvudsaklig källa innebär.

Vi har under hösten 2013 kontaktat drygt dubbelt så många lärare/skolledare än målbilden tack vare en ideell research-insats som en medlem utfört. Dock ser vi att detta inte givit så stor utdelning vi hoppats på, endast 10% av de kontaktade har återkopplat för mer info och/eller direkt intresse av materialet. Vi tror detta beror på svårigheten att verkligen nå fram per e-post och har satt som extra mål att följa upp majoriteten per telefon.

Distanskursen i konsumtion, miljö och etisk handel har genomförts två gånger under året med sammanlagt drygt 270 deltagare, dvs 100 fler än året innan. Detta är långt över förväntan.

Inför julhandeln genomfördes kampanjen "Inget NYP till jul" där NYP står för nyproducerat. Föreningens anställda har primärt fungerat som bollplank, stöd och delvis samordnare medan kampanjen till stor del genomförts av en praktikant som ideell resurs. Kampanjen fick gott gehör i kampen om utrymme inför en av årets största högtider med mest konkurrens där alla vill nå konsumenterna. Med inslag i sex olika kanaler inom Sveriges Radio och skriftliga inlägg kring budskapet i fyra tidningar, varav den webbaserade Göteborgsposten var en av dem, anser vi kampanjen lyckad.

### **Nytt projekt: Verktyslådan**

Unga vuxna mellan 18-30 år fördjupar och utvecklar sina möjligheter att påverka sitt lokalsamhälle mot en mer medveten konsumtion genom projektet. Genom att de utvecklar verktyg för att sprida sin kunskap till andra ungdomar faller projektet inom ramen för punkt 1. Samla och paketera information, men då det resulterar i att fler unga får ökad kännedom om konsumtionens villkor och konsekvenser genom att deltagarna blir ambassadörer för kunskapen och sprider den vidare genom föreläsningar väljer vi att placera den här. Deltagarna får 1. Lära sig utveckla ett föreläsningmaterial, 2. Ta fram workshop-idéer, 3. Skapa en användarmanual för desa, samt 4. Erfarenhet av att hålla föreläsning och därmed konkret sprida kunskapen vidare. Detta projekt löper över både 2013 och 2014 och kommer därför slutrapporteras i 2014.

### **3) Underlätta för den medvetna konsumenten**

Det räcker inte med förståelsen för att vi människor ska göra något i praktiken. Vi måste också tydligt se våra möjligheter att påverka själva och ges enkla stöd att förändra våra vanor. Det är än så länge betydligt fler som säger att de vill värna om miljö, hälsa och rättvisa än sådana som faktiskt gör det genom sina konsumtionsbeslut. Därför är tredje benet för att skapa en mer hållbar konsumtion att underlätta för den redan medvetne konsumenten. Främst genom den nätbaserade Ekoguiden.

Ekoguiden har under 2013 både engagerat fler konsumenter runtom i landet som eko-recensenter och underlättat för fler konsumenter att handla mer medvetet. Dock har vi inte nått alla satta mål inom detta, å andra sidan uppnått andra mål. Mer om det nedan.

Målet för året inom ramen för Ekoguiden var högt ställt. Inom stödet från Konsumentverket var målet att starta två nya Ekoguides och därutöver, med annan finansiering, att starta två ytterligare. Två stycken i Skåne och två i ytterkant av Stockholm har förvisso legat i startroparna under året med ett stort engagemang från lokala redaktörer och delvis lokala recensenter. Dock inte tillräckligt för uppstart av guiderna, vilket å andra sidan beräknas ske under 2014.

Var befintlig Ekoguide har hållit minst två redaktionsträffar och sammalagt har drygt 80 nya recensenter introducerats i olika grad. Därmed har målet med 60 personer överträffats. Alla guider har under 2013 haft (minst) en lokal redaktör och minst 5 recensenter. Dock har en redaktör flyttat under året vilket gjort att den orten "halkat efter" lite. Vi har inte lyckats få till avtal med alla kommuner angående finansiell insats/delbidrag. Främst är det i de större städerna det går långsamt och vi antar att det faktum att guiden redan fungerar både som guide och plattform försvårar att få kommunen att nu, ett par år efter uppstart, gå in med stöd.

"Sommar med Ekoguiden" genomfördes som planerat med aktiviteter som hållbarhetsrapportering från festivaler och tips om hållbara festivaler runtom i landet, utflyktstips och twitterstafett samt sommarkrönikor. Aktiviteterna kommunicerades via hemsidan Medveten konsumtion, Ekoguidens facebookside och Twitter. Twitterflödet når ut till minst alla >900 följare och facebook <2000 följare. Mellan sommarmånaderna 1 juni-31 augusti hade Ekoguiden ca 2000 unika besökare vilket ger en total frekvens på knappt 5000 personer som nåtts i de virala forumen under denna period då kansliet dessutom är stängt, vilket ses som mycket positivt.

Med den nya version av hemsida som tagits fram, men som ännu ej gått "live", har både tillgänglighet och användarvänlighet vidareutvecklats.

Lokalmedia på mindre orter har visat sig svårare att få till samarbeten med än i de större städerna. I Göteborg, Stockholm och Uppsala finns rullande samarbete där recensioner publiceras medan mindre orter främst tagit emot våra krönikor och andra inlägg för spridning. Även en "Top 5" har tagits fram för en av de största kvällstidningarna, Aftonbladets nöje, vilket vi ser mycket positivt ur spridningssynpunkt. Däremot har de valt att invänta publikation till under 2014. Ett 20-tal väl utvalda magasin har kontaktats angående samarbete och lett till ett par publikationer, men inte mynnat ut i konkreta återkommande sådana. Därmed har vi under året inte nått målet med två nya samarbeten med nationell media, däremot är vi övertygade att nedlagt arbete under 2013 kommer mynna ut i det 2014 och med tanke på alla enstaka publikationer anser vi ha uppnått något likvärdigt, kanske rent av än större.

En vikarierande projektledare för Ekoguiden har tillsatts och skolats in under sista månaderna under 2013 då ordinarie studerar under ett års tid. Med hänsyn till detta och den inskolningsperiod som brukar och bör tas med i beräkningarna när en tjänst tillsätts tycker vi att Ekoguiden nått både många och viktiga mål, även om inte alla som satts för året uppfyllts.

### **Standardiseringsarbete**

Fyra personer har inom föreningen under 2013 varit engagerade i nationella och internationella standardiseringsgrupper. Både i Standardrådet för IP-standarderna och Jordbruksverkets konsumentråd, liksom en från handeln initierad standardiseringsgrupp för ekologiska livsmedel.

**Framtidsutsikter och nya vägar till finansiering**

Föreningen har breddat sin finansiering under 2013, men det här är ett arbete som kräver mycket tid och engagemang. Förutom att nya medel sökts och beviljats från Konsumentverket för 2014 har också flera ansökningar om projektmedel lämnats till framför allt stiftelser och fonder.

Tre projektansökningar har beviljats medel som nämnts ovan och vi anser detta är ett viktigt område att arbeta vidare på. Att arbeta i konkret projektform ger å ena sidan tydliga resultat och kan vara en konkret möjlighet för externa finansiärer att stödja verksamheten. Å andra sidan innebär det visstidsanställningar för de som ska driva och genomföra projekten och föreningen kan därmed inte alltid säkerställa kompetens på sikt. En balans häremellan är att eftersträva.

Att bredda finansieringen för föreningens grundverksamhet är högt på prioriteringslistan, det vill säga finna vägar till finansiering som inte låses till enstaka projekt. En balans även mellan detta och projektmedel är ett prioriterat område för kommande år.