



RAPPORT:

**FRAMTIDENS
JULHANDEL –
INOM
PLANETENS GRÄNSER**

12 NOV 2024

I SAMARBETE MED KLIMATKLUBBEN



RAPPORT: FRAMTIDENS JULHANDEL – INOM PLANETENS GRÄNSER

Att förändra en så enorm apparat som den svenska julhandeln görs inte över en natt. Det är också svårt att som enskild julfirare agera hållbart i ett ohållbart samhälle som översköljer oss med köpbudskap under många, långa veckor fram till högtiden. Men vi måste börja någonstans.

Med rapporten *Framtidens julhandel – inom planetens gränser* vill organisationerna Klimatklubben och Medveten Konsumtion därför syna julhandeln och dess effekter i sömmarna, och samtidigt presentera en hållbar väg framåt. Rapporten är tänkt som inspiration och vägledning till konsumenter, eftersom vi vet att en majoritet av svenskarna är villiga att göra livsstilsförändringar för klimatet – 9 av 10, enligt en undersökning av Verian/TV4 (december 2023). Och med den knappa tid vi har att bekämpa klimatkrisen och dess effekter blir konsumentmakt ett viktigt verktyg. Men rapporten är också tänkt som en knuff i rätt riktning för alla företag som är en del av julhandeln – för allt ansvar ska aldrig läggas på individen. Det behöver bli mycket lättare att göra rätt och svårare, eller helst omöjligt

att göra fel. Och såväl butikerna som producenterna har lika stor makt att förändra invanda beteenden till det bättre som att förstärka de ohållbara normer som råder idag. Här behövs ett större ansvarstagande, från alla branscher. Framtidens julhandel inom planetens gränser bygger vi tillsammans. Och ja, kära politiker – ni är också inbjudna att hjälpa till. Rapporten släpps i samband med att Klimatklubben och Medveten Konsumtion presenterar Årets medvetna julklapp och en gedigen idélista över framtidssäkra julklappar. Årets medvetna julklapp instiftades 2019 som ett alternativ till den prognosbaserade klapp som Handels Forskningsinstitut HUI utser baserat på konsumtionstrender varje år.

Medveten Konsumtion & Klimatklubben

Julhandeln i siffror

Varje år kartlägger Svensk Handel statistiken kring julhandeln, vilket bland annat omfattar försäljning i detalj- och dagligvaruhandeln.

Den totala försäljningen under december används oftast som måttstock, och jämförelser görs från år till år för att se utvecklingen. Som en följd av rekordhög inflation och räntechocker minskade julhandeln drastiskt förra året. Och kanske kan en mindre plånbok just i detta sammanhang bjuda in till mindre köphets och sundare shoppingbeteenden kring jul.

Enligt Naturvårdsverket kommer hela 60 procent av Sveriges utsläpp från hushållens konsumtion, och perioden november-december utgör peaken för vår shopping. Kort sagt behöver konsumtionen, särskilt runt jul, minska drastiskt för att rymmas inom planetens gränser.

– Om fler företag tog ansvar för sin kommunikation och sina erbjudanden inför julen och lade större fokus på att marknadsföra tjänster och klappar som bidrar till personlig omställning skulle det bli betydligt lättare för konsumenterna att både förändra sina konsumtionsmönster och fira en mer klimatsmart jul. Här har även media en viktig roll i de budskap kring klappar och resor som förmedlas på löpsedlarna, säger **Oksana Mont**, Professor i Hållbar konsumtionsstyrning på Lunds universitet.

En historisk tillbakablick visar på en generellt stadig ökning av julhandeln under de senaste 30 åren. Men siffrorna kan tolkas på olika sätt. Statistiken tar nämligen inte hänsyn till prishöjningar på produkter. Därför har det ofta sett ut som att julhandeln exploderar år efter år. Tar man däremot hänsyn till prishöjningar kan försäljningen i kronor öka trots att det säljs färre produkter. Räknar man på det här sättet ses inte en lika tydlig ökning av julhandeln.

60%

av Sveriges utsläpp kommer från hushållens konsumtion

– Ett vanligt argument för att inte ställa om är att man tror att ingen annan gör det – att andra ändå agerar värre. “Varför ska jag göra något när ingen annan verkar bry sig?” Denna upplevda ensamhet, kan fast den troligen inte svarar mot verkligheten leda till en känsla av vanmakt och meningslöshet, som undergräver både viljan och tron på att ens egna handlingar gör skillnad. Detta är skadligt för omställningen, för det skapar en passivitet där alla väntar på att någon annan ska leda vägen. Genom att belysa att julhandeln faktiskt minskar – och att vi kollektivt sänker våra klimatavtryck – signaleras en ny trend, säger **Maria Wolrath Söderberg**, docent i retorik vid Södertörns högskola.



KLAPPARNA

– cirkulära, roliga och omställningsfrämjande

Enligt Svensk Handels julprognos för 2024 förväntas detaljhandeln omsätta 92 miljarder kronor i december, en ökning på 2 procent (eller 1,5 miljarder kronor) jämfört med 2023. Detta innebär ungefär 8 720 kr per person. För att sätta siffran i perspektiv landade Sveriges totala budget för klimat- och miljöåtgärder på 19,6 miljarder för 2024.

– *Utsläppen från svenskarnas konsumtion är åtta gånger högre idag än vad de behöver vara för att vi ska hålla oss under 1,5-gradersmålet. Det betyder att vi måste ställa om våra livsstilar rejält för att klara klimatomställningen – det här handlar om hur vi reser, vad vi äter och konsumerar och hur vi investerar våra pengar. Det räcker inte att konsumera mer hållbart, vi måste också konsumera mindre. Den svenska materialkonsumtionen har ökat med nästan 20 procent på 10 år. Vår höga konsumtion är alltså ingen naturlag utan något som har ändrats mycket snabbt, så det finns en enorm potential att ställa om! Julen ger oss en utmärkt möjlighet att fokusera på det här – hur kan vi resa, äta och ge presenter som gynnar omställningen istället för klimatkrisen? säger **Kristina Östman**, enhetschef klimat på Naturskyddsföreningen.*

Fenomenet Black Friday, en dag i slutet på november som numera också är en del av Black Week, är startskottet för julhandeln.

19 procent av alla svenskar börjar spendera julklappspengarna under Black Friday/Week, enligt dataplattformen Statista.

Black Friday/Week går i korta drag ut på starkt rabatterade köperbudanden, där den skarpa tidsbegränsningen är en del av köpargumentet – och många köp hinner därför inte tänkas igenom. Detta blir extra intressant när det kopplas till en undersökning som Blocket gjorde 2020 som visade att sju av tio svenskar fått julklappar de inte velat ha – och att oönskade julklappar börjar säljas på Blocket redan på julaftons morgon. Även Tradera ser en ökning direkt på julafton: år 2023 såldes 12 000 artiklar den 24 december, 20 procent mer än året innan. Kläder, exklusiva klockor och spelkonsoler toppade listorna, och kan antas täcka in både oönskade julklappar och det faktum att vi ersätter fungerande prylar med en nyare version.

– *När vi ser hur mycket som konsumeras vid jul och hur snabbt oanvända klappar hamnar på andrahandsmarknaden, blir det tydligt att vi måste tänka om kring konsumtionen. Shoppingdagar som Black Friday spär på överkonsumtionen, vilket är ohållbart i en tid när klimatutmaningarna kräver en helt annan riktning. Istället för att jaga kortsiktiga rabatter behöver vi en konsumtionskultur som prioriterar kvalitet, återbruk och ansvar. Det är hög tid att både konsumenter och företag börjar agera som cirkulenter och att industrin tar sitt ansvar i denna omställning, säger **Jennie Grute**, Generalsekreterare på Medveten Konsumtion.*



KLAPPARNA - HÅLLBARA TIPS

För dig som konsument

- **Välj secondhand.** En begagnad klapp har betydligt lägre klimatavtryck och tenderar att kännas mer unik och väl genomtänkt än att ge bort något massproducerat.
- **Inspirera andra.** Köp ett presentkort till den lokala skraddaren, skomakaren eller en prenumeration på en app för hyrtjänster.
- **Ge bort en kurs.** Kunskap är det nya heta. Lär dig remake:a, laga kläder, sticka en halsduk, renovera fönster, odla eller bygga om en möbel. Ge bort ett paket kunskap!
- **Upplev något.** Ge bort ett restaurangbesök, en massage, en konsert eller någon annan upplevelse.
- **Skapa framtidstro.** Ge bort klappar som bidrar snarare än orsakar. Som Årets medvetna julklapp 2024 – en fröpåse – som bidrar till mat, biologisk mångfald, trygghet och resiliens.
- **Undvik omslagspappret.** Återanvänd material du har hemma. Att slå in julklappen i en sjal, tygstuv eller i tidningspapper funkar utmärkt och sätter en originell touch på klapparna.
- **Tänk efter.** Börja gärna planera klappar i november, och tänk igenom vad personen ifråga verkligen behöver och har nytta av under lång tid. Då kan det vara lättare att stå emot tidsbegränsade erbjudanden och risken för att klappen inte används minskar.

Vad har företag och media för ansvar?

Företag har givetvis ett stort ansvar för klimat- och miljöeffekterna av överkonsumtion. Istället för att fokusera på ökad produktförsäljning kring jul skulle företag istället erbjuda hållbara alternativ och kommunicera ansvarsfullt kring julhandeln. Att våga ta tag i – och kommunicera – kring problemen kan öka trovärdighet, respekt och tillit för varumärket och därmed stärka långsiktiga kundrelationer. Win win.

Hur media ramar in julen och julklappar spelar också en stor roll i normförskjutningen. Här behövs goda exempel och konkreta tips på hållbara alternativ till julklappar och paketinslagning för att informera, inspirera och ändra narrativet.

Hur kan du som konsument förändra samhället?

- **Efterfråga** en cirkulär galleria i din kommun, så att det blir enklare för fler att handla cirkulärt.
- **Efterfråga** reportage och artiklar kopplat till julhandeln från din lokaltidning och tips på klimatsnåla klappar och lokalproducerade gåvor som gynnar lokalsamhället. Att handla lokalt, cirkulärt och med eftertanke gynnar inte bara lokala företag och samhällsekonomin, det skapar stolthet, kraft och energi.

MATEN

– säsongsbaserad, vego och svinnsmart

Det svenska julbordet är starkt kopplat till traditioner. En Demoskop-undersökning av Livsmedelsföretagen 2023 visar att 69 procent av svenskarna tycker att kött- och charkprodukter bör dominera på julbordet. 38 procent föredrar fiskrätter och 17 procent vill se mer grönsaker och rotfrukter.

En tydlig trend de senaste två åren är att priset blir allt viktigare. Att maten inte är för dyr är nu lika viktigt som att maten är svenskproducerad, ett önskemål som har legat i topp ända sedan 2018. En undersökning från Naturskyddsföreningen 2020 visar också att varannan svensk, 51 procent, vill att julmaten ska vara ekologisk. Men endast två av tio tycker att det är viktigt att den är vegetarisk.

Enligt WWF bör en måltid inte överstiga 0,5 kilo koldioxidutsläpp. En svensk genomsnittsmåltid genererar utsläpp på 1,8 kilo, och det gör också en klassisk julbordstallrik. På topplistan över populära julbordsinslag för svenskarna hamnar julskinka, Janssons frestelse, sill, lax och köttbullar. Skulle julskinkan ersättas med griljerad rotselleri minskar koldioxidutsläppen med hela 90 procent.

– Vi skulle kunna se julen som undantaget. Att under en högtid som julen unna sig julskinka och revbensspjäll om man är förtjust i just kött, men att resten av året minska sin köttkonsumtion. Vi svenskar behöver givetvis minska köttkonsumtionen drastiskt och över tid – vi äter långt mer kött än vad som är bra för såväl klimat, miljö som vår hälsa. Men för den som älskar kött kan en rotselleri vara som ett Grinchen-slag i julmyset. Enligt rapporten EAT-Lancet kan vi i snitt äta 14 gram kött per dag, ungefär en köttbulle. Vill man ha kött på jultallriken är det bara att do the math, säger **Emma Sundh**, medgrundare av Klimatklubben.

Julen är överflödets högtid, och det gäller även maten. Normen är ett välfyllt bord och under julen ökar matsvinnet markant.

Enligt en undersökning från Kantar Sifo 2023 på uppdrag av Too Good To Go handlar två av tre svenskar för mycket mat till jul, detta trots att man oroar sig för matsvinn. En fjärdedel av svenskarna slänger upp till 25 procent av julmaten. Oavsett vad som ställs på julbordet så är det mest resurseffektiva vi kan göra att faktiskt ... äta upp.

– Just nu är det tuffa tider ekonomiskt, och i kombination med höga matpriser kan julbordet svida rejält i plånboken. Men här finns det ju också stora möjligheter att tänka smartare än vi brukar. Ofta dukar vi upp allt samtidigt, och är less på julsmakerna redan på annandag jul – då mycket slängs. Sprid ut de olika godsakerna mer över dagarna så är chansen större att det äts upp, och frys in allt som blir över så det kan komma till användning i fattiga januari istället. Vi kastar mat för 1 330 kronor per person och år i Sverige, så här finns både pengar och utsläpp att spara – inte minst i juletider, säger **Maria Soxbo**, medgrundare av Klimatklubben.



MATEN - HÅLLBARA TIPS

För dig som konsument

- **Välj vego.** Njut av vegetariska säsongsvor med lågt klimatavtryck, till exempel rotfrukter, grönkål, rödkål och brysselkål – traditionella och klimatsmarta julbordshjärtar.
- **Testa nytt.** Våga prova nya recept, tillbehör och kryddor – kanske blir det årets snackis vid julfirandet.
- **Unna dig.** Om du äter kött, betrakta julbordets kött- och charkprodukter som “sällan-varor”, och att vi kan njuta lite extra till jul om vi kraftigt minskar konsumtionen resten av året. Och om/när du köper kött – gör det med omsorg. Lokalproducerat, ekologiskt naturbeteskött är att föredra.
- **Minska svinn.** Köp mindre mängder mat och frys in och/eller kör restfest på det som blir över.
- **Hylla favoriterna.** Avgränsa julbordet, plocka bort rätter som ingen äter av och fokusera på era favoriträtter.

Vad har butiker och media för ansvar?

Vilka varor butiker köper in, samt hur de prissätts och exponeras i butiken, har stor betydelse för våra köpbeteenden. Därför spelar butiker en nyckelroll i att förändra normer kring hur vi äter.

Därtill har såväl butiker som media en viktig uppgift i att informera om kopplingen mellan miljö och klimat och inspirera till att prova nya råvaror och recept.

ANVÄND DIN KONSUMENTMAKT!

Hur kan du som konsument förändra samhället?

- **Efterfråga** ekologiska, lokalproducerade alternativ i din lokala matbutik.
- **Efterfråga** fler växtbaserade recept inför julen från matinriktade influencers, matmagasin och från livsmedelsföretagens kundtidningar.
- **Efterfråga** växtbaserade erbjudanden från livsmedelsföretagen. Det ska vara lätt att göra rätt, och här har de en enorm makt att förändra.
- **Efterfråga** svinnsmarta recept från nära och kära – gärna via sociala medier. Genom att visa vilja att använda upp varenda smula och ingrediens från julbordet förändrar vi normer kring matsvinn.
- **Peppa** butiken att nudge:a loss! Fronta med lokalproducerat, ekologiskt och växtbaserat. Gör det enkelt att göra rätt!

RESORNA

– planerade, klimatsmarta och korta

Julen innebär ofta att vi reser för att träffa nära och kära. Oavsett om resan går till andra sidan staden eller till andra sidan landet spelar transportvalet en avgörande roll för klimatpåverkan.

Idag är tåget det mest klimatvänliga alternativet för längre resor inom Sverige. En tågresor i Sverige kan ha så låga utsläpp som 0,4–2 gram koldioxid per passagerarkilometer beroende på den förnybara el som driver majoriteten av svenska tåg. Det innebär att en tågresor genererar minimala utsläpp i jämförelse med bil och flyg och kan minska resans klimatpåverkan med 99 procent jämfört med flyg. Detta är ett viktigt perspektiv när vi tänker på hur vi kan hålla våra julfiranden inom planetens gränser.

Samtidigt kan valet mellan tåg och flyg vara komplicerat på grund av pris och tillgänglighet. Flygresor, särskilt under högtiderna, kan vara betydligt billigare än tågresor, vilket gör att många trots klimatpåverkan ändå väljer flyget. Här är det viktigt att överväga vad som är viktigt på längre sikt. Genom att välja tåget när vi kan, och kanske även minska antal resor genom att till exempel stanna en längre tid på platsen, kan vi bidra till att minska transporternas utsläpp.

Den tid vi spenderar på tåget kan också vara en fördel. Tågresan erbjuder en stund för avkoppling, umgänge och en möjlighet att ta det lugnt utan hets.

Att resa hållbart kan ge julresan en annan, kanske mer värdefull, dimension än en snabb flygresor.

Att välja ett hållbart transportsätt under julen är att ta ansvar både för miljön och för framtida generationers möjlighet att fira en klimatsmart jul. Att resa utomlands under julen kan vara lockande, men dessa resor genererar ofta höga klimatutsläpp, särskilt om de sker med flyg. Även om det kan kännas som en välbehövlig paus från vintermörkret, är utlandsresor något av det mest utsläppstunga vi kan göra som privatpersoner. Att välja inhemska resmål, eller att utforska nya upplevelser närmare hemmet, kan vara ett steg mot att minska klimatavtrycket under julen och skapa en mer hållbar tradition.

99%

av utsläppen från en flygresor
kan undvikas om man
istället väljer tåget

– I en tid av klimatkris, där flyget subventioneras mer än klimatsatsningar, flygskatten avskaffas och tåget nedprioriteras, är det viktigare än någonsin att vi resenärer aktivt väljer hållbara alternativ. Var vi väljer att resa och hur vi reser under högtider som jul kan göra stor skillnad för klimatet, säger **Jennie Grute**, Generalsekreterare på föreningen Medveten Konsumtion.

RESORNA- HÅLLBARA TIPS

För dig som konsument

- **Välj klimatsmarta transportsätt.** Välj till exempel tåg och buss framför inrikesflyg vid besök hos släkt och vänner.
- **Ta nattåget.** Välj nattåget framför flyget om du ska åka en längre sträcka.
- **Skapa nya semestervanor.** Avstå dyra solsemestrar över jul och nyår. Lägg istället pengarna på att upptäcka spännande resmål i Sverige och fyll på dina energidepåer med till exempel avkoppling och upplevelser i din egen stad tillsammans med nära och kära.
- **Önska dig resan i julklapp.** Har du lång resväg hem till familjen och en tunn plånbok som räcker till flyg men inte tåg? Önska dig resan, eller mellanskillnaden, i julklapp och ta dig hem till familjen på så utsläppsnått sätt som det bara går.

Vad har företag och media för ansvar?

Resmålsföretag har ett stort ansvar gällande ansvarsfull kommunikation kring transportval. Till exempel bör fjälldestinationerna rekommendera tåg/nattåg.

Media bör också avstå från locklöpsedlar om billiga sista minuten-resor till soldestinationer och istället ge utrymme åt lokala resmål och upplevelser som främjar hållbar turism.

Hur kan du som konsument förändra samhället?

- **Efterfråga** tips på lokala upplevelsetips och jullovsaktiviteter från din lokaltidning. Det gynnar lokalsamhället, ekonomin, klimat och miljö.
- **Efterfråga** en ny policy från lokalmedia för 2025 – att i första hand lyfta lokala rese-mål framför de som kräver ett klimatskadligt färdmedel.
- **Kräv större satsningar** på järnväg, billigare biljetter och att flyget bär sitt verkliga pris. Det ska vara lätt att göra rätt, särskilt när det handlar om att kunna återförenas med sin familj.





BAKGRUND

Klimatkrisen och julhandeln

Vi lever i en miljö- och klimatkris där det är omöjligt att överblicka utvecklingen för planeten och mänskligheten. Sedan Parisavtalet 2015 har målet varit att hålla nere uppvärmningen till 1,5°C, men FN börjar nu tvivla på att det längre är inom räckhåll. För att undvika de mest katastrofala effekterna av ett förändrat klimat som kommer i kölvattnet av stigande temperaturer, behöver vi sänka utsläppen. Det mest effektiva vi kan göra är att konsumera mindre, smartare och på nya sätt.

Rika länder göder klimatkrisen – fattiga länder drabbas

Klimatkrisen kallas ofta vår tids största rättvisefråga, eftersom de som släpper ut mest växthusgaser – och eldar på klimatkrisen – drabbas minst, medan de som är mest oskyldiga är de som drabbas först och värst. Till den mest drabbade gruppen hör kvinnor och barn i fattiga länder. Samtidigt ökar klimatkrisen ojämlikheten då låginkomstländer dessutom har sämre möjligheter att ställa om och återhämta sig.

Kopplingen mellan hög inkomst och utsläpp är slående. Enligt Oxfam står de rikaste tio procenten av alla människor på jorden för hälften av alla globala utsläpp. De procenten handlar bland annat om oss i Sverige. Men även inom Sverige finns det stora skillnader.

En person som tillhör den rikaste procenten i Sverige släpper ut ca 42 ton CO₂ per år, jämfört med en låginkomsttagare som enbart släpper ut fyra ton. De rikaste 10 procenten släpper ut 15 ton CO₂ per person och år, och står för 22 % av landets utsläpp – lika mycket som all årlig vägtransport i Sverige. Enligt FN behöver vi sträva efter en utsläppsbudget på ett ton per person och år för att drastiskt lindra den globala uppvärmningen. Vi behöver alltså sänka vår konsumtion radikalt för att inte leva på bekostnad av andra. Vems budget naggar vi egentligen på?

Överkonsumtion – det stora problemet

Det pratas mycket om energi- och materialval, men desto mindre om det verkligt stora problemet: den enorma överkonsumtion som präglar vår samtid. Överkonsumtion definieras som ”överdriven konsumtion eller användning av något”, och är själva grunden i vårt slit- och slängsamhälle. Konsumenter matas med ohållbara budskap, reor och triggers, och köphetsen eldas på av företagen vars affärsmodell bygger på linjär produktion, stora volymer och ökad försäljning. Under julen tenderar vi att dras med i köphetsen, driven av reklam och förväntningar om att fylla våra hem med nya saker.

Men denna konsumtionsspiral kommer med ett högt pris, både för miljön och för våra egna värderingar.

Överkonsumtionen belastar miljön genom ökad produktion, transport och avfall. Ju mer vi konsumerar, desto mer skadar vi vår planet – en planet som redan kämpar med klimatförändringar och förlorad biologisk mångfald.



Samtidigt som konsumtionstakten är enormt hög, bidrar också överkonsumtion till gigantiska mängder avfall. 2023 exporterade Sverige 32 000 ton secondhand-kläder till andra länder, och varje vecka tar Stadsmissionen emot 25 ton textilier. Det innebär att vi både köper och slänger prylar i ett rasande tempo, och avfall från överkonsumtion har växt till en av de största miljömässiga utmaningarna vi står inför idag.

25 ton textilier tar Stadsmissionen emot per vecka

Ett ord som används allt för sällan i dagens samhälle, men som borde trenda på grund av den oroväckande sats vi befinner oss i stavar: Hushålla. Naturskyddsföreningens rapport "Monstret i garderoben" visar att en rättvis, klimatsmart och resurssnål garderob kan innehålla totalt 74 plagg. För att hålla oss inom planetens gränser kan vi köpa max fem nya plagg varje år, exklusive strumpor och underkläder. Under de senaste åren har vi köpt runt 25 nya plagg per person och år, det vill säga 20 plagg för många. En t-shirt används i genomsnitt 30 gånger medan de billigaste plaggen endast används sju gånger.

Samma höga omsättningstakt ser vi även i andra branscher, inte minst bland elektronik. Enligt Circularity Gap Report 2024 uppstod globalt 62 miljoner ton elektronikavfall 2022, en ökning med ofattbara 82 procent från 2010. Elektronik är idag den snabbast växande avfallsströmmen i Europa.

Problemen med matsvinn har vi redan varit inne på, men det tål att nämnas igen, då matsvinn globalt står för ungefär 10 procent av världens totala utsläpp av växthusgaser. Listan över branscher med avfallsproblematik skulle kunna göras lång.

Det är tydligt att vi behöver tänka om kring våra shoppingvanor generellt, men kanske framförallt kring hetsen under julhandeln. Genom att välja att handla med måtta och omsorg visar vi omtanke på riktigt. Och det är väl det som julen ändå handlar om.

För mer information

Har du frågor om *Framtidens julhandel*, kontakta Medveten Konsumtion eller Klimatklubben.

Jennie Grute,
Generalsekreterare
föreningen Medveten Konsumtion
073-430 54 34
jennie.grute
@medvetenkonsumtion.se

Emma Sundh,
medgrundare Klimatklubben
070-090 15 77
hej@klimatklubben.se