



Hur ska det gå utan en bricka?!

Ett nudgetest på Restaurang Översten

Innehåll

Sammanfattning.....	3
1. Inledning	4
1.1 Syfte	4
2. Beskrivning av testet och metod	5
2.1 Varför flytta och försöka minska brickanvändningen?.....	5
2.2 Varför vi använde oss av skyltar	6
2.3 De tre olika perioderna	6
2.3.1 Mätperioden.....	9
2.3.2 Testperioden.....	9
2.3.3 Utvärderingsperioden.....	9
3. Resultat och diskussion	9
4. Lärdomar	12
5. Litteraturförteckning.....	14
Bilagor.....	15
Bilaga 1: Tidsplan	15
Bilaga 2: Enkätfrågor	16
Bilaga 3: Intervjumanual för gruppintervju 7 december 2022.....	18
Bilaga 4: Mall för registrering antal diskmaskiner och kilo matsvinn	19

Besök vår hemsida: www.umea.se/co2platsen

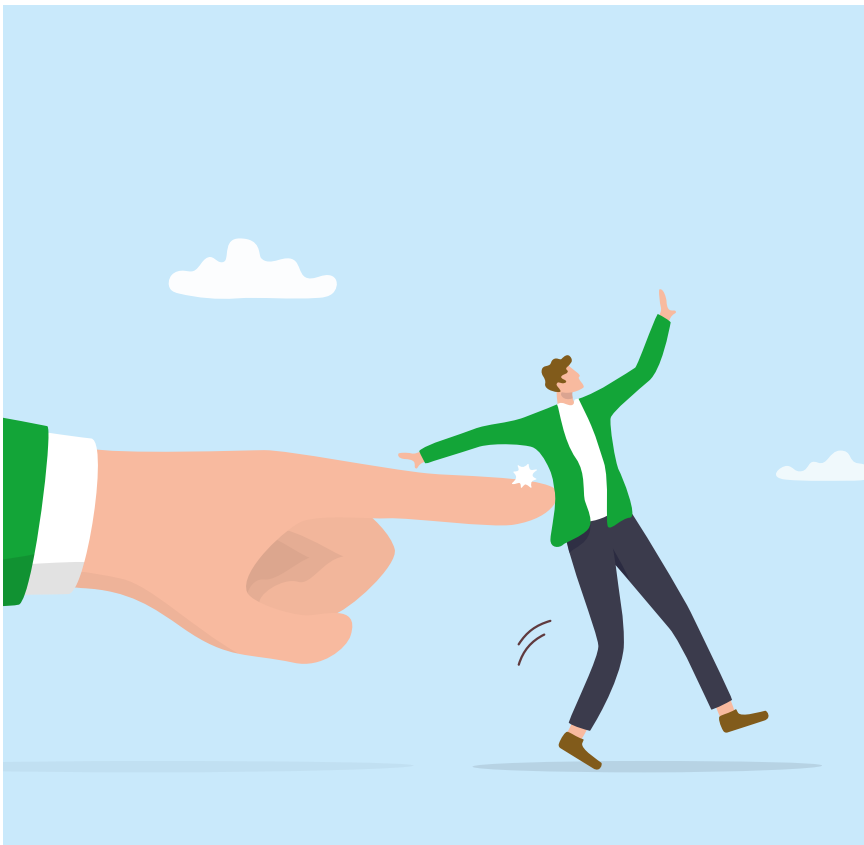
Kontaktpersoner:

Mirella Persson, Miljöutveckling Miljö- och hälsoskydd
Tel. 090-16 66 94
mirella.persson@umea.se

Märta Streiffert, Miljöutveckling Miljö- och hälsoskydd
Tel. 090-16 66 73
marta.streiffert@umea.se

Sammanfattning

Sommaren 2021 skapades "Handbok för nudging", där en slutsats var att nudgeinsatser i lunchrestaurangmiljö skulle vara lämpligt. Under hösten 2022 bestämde sig en arbetsgrupp inom projektet *Den koldioxidsnåla platsen 2.0* på Umeå kommun, tillsammans med personal och ansvarig chef på Restaurang Översten, för att testa två olika nudgeinsatser. Syftet med testet var att se om det gick att minska energi, vatten och kemikalieanvändningen samt minska matsvinnet. Testet pågick under totalt tio veckor, där veckorna var uppdelade i tre delar: en mätperiod (för att förstå nuläge och samla in datamaterial), en testperiod (för att implementera insatserna) samt en utvärderingsperiod (för att sammanställa enkäter och fördjupad gruppintervju). Den insamlade datan tillsammans med enkäterna och gruppintervjun har indikatorer som visar på att insatserna har gjort påverkan på antalet körda diskmaskiner, men det är svårare att säga huruvida matsvinnet påverkats. Enkätsvaren visade på att brickan är viktig för många som äter lunch på Restaurang Översten vilket även styrks i gruppintervjun, men ändå tycks färre personer använt sig av en bricka sett till den insamlade datan. Avslutningsvis beskrivs ett antal lärdomar och medskick till framtida nudgeinsatser i lunchrestaurangmiljö.



1. Inledning

De allra flesta är medvetna om att människan behöver ändra sina beteenden för att minska resursanvändningen. Sommaren 2021 skapades "Handbok för nudging" av Lucas Lundberg och Nina Lovering, som en del av Umeå kommuns projekt *Den kolldioxidsnåla Platsen 2.0*. Handboken togs fram för att skapa en enkel vägledning kring hur nudging kan användas som verktyg för att främja ekologiskt hållbara beteenden i en konsumtions situation. En rekommendation för vidare arbete med nudging var att testa det i skolkök i Umeå eller i samarbete med lokala restauranger, som exempelvis kommunrestaurangen Restaurang Översten. Som ett resultat av handbokens rekommendationer genomfördes under hösten 2022 två olika nudgeinsatser på just Restaurang Översten där fokuset låg på att minska energianvändningen vid diskning av brickor samt minska matsvinnet hos matgästerna.

Vad är en nudge?

Individer väljer inte alltid det som är bäst för dem eller för samhället i stort. Många gånger beror det på val som sker omedvetet. En omedveten handling är när en individ bara gör, utan vidare reflektion. Dessa omedvetna handlingar kan delas upp i tre kategorier; automatiska val, rutinmässiga val samt intuitiva val. En nudge riktar in sig på det automatiska tanke systemet, det vill säga det som fattar snabba beslut, till skillnad från det reflektiva som fattar beslut genom rationella tankar och beräkningar.

Nudge betyder att knuffa och innebär att varsamt leda människor i en lämplig riktning. Nudging bygger på att det ska "vara lätt att välja rätt". Det betyder alltså inte att man ska använda sig av metoder som bestraffningar eller belöningar för att få till det önskvärda beteendet. Snarare handlar det om att arrangera en valsituation så att det önskvärda beslutet är det som blir enklast att fatta. Syftet med en nudge är att beslutet ska gynna individen eller samhället, samtidigt som det inte begränsar valfriheten.

Nudging är alltså en typ av vägledning för att underlätta för klokare beslut, samtidigt som det ska vara fullt möjligt för en individ att göra val som är sämre ekonomiskt, hälsomässigt och miljömässigt.

1.1 Syfte

Syftet med detta test är att undersöka om nudging som verktyg i en lunchrestaurangmiljö kan bidra till att minska på mängden resurser, med andra ord att minska det ekologiska fotavtrycket. Det vi mer specifikt vill undersöka är om det går att minska på förbrukningen av vatten, energi och kemikalier samt minska matsvinnet. Vi vill även ta reda på vilka attityder som finns till denna typ av nudgeinsats – som bygger på mindre korrigeringar i den fysiska miljön och där syftet inte framkommer.

2. Beskrivning av testet och metod

Testet har letts och planerats av en arbetsgrupp inom projektet Den koldioxid-snåla platsen 2.0 på Umeå kommun. Arbetsgruppen har kompetens inom hållbar konsumtion och energi- och klimatrådgivning. Under våren 2022 kontaktade arbetsgruppen Restaurang Översten för att undersöka intresset för att genomföra nudge som insats. Efter en presentation av begreppet nudge och vad nudging är och hur det kan användas som verktyg i restaurangen beslutade arbetsgruppen, tillsammans med personal och ansvarig chef, att genomföra ett försök på tio veckor under hösten 2022. Försöket inkluderade en mätperiod, en testperiod och en utvärderingsperiod (se beskrivning av perioderna i avsnitt 2.3). Initialt var tanken att genomföra ett försök på 15 veckor, men olika omständigheter bidrog till att testperioden blev förkortad till tio veckor (se bilaga 1).

Som processtöd i genomförandet av nudge som insats konsulterades universitetslektor Sofia Isberg. Isberg forskar inom bland annat marknadsorientering och beteendeförändringar på Handelshögskolan vid Umeå Universitet. Isberg har bidragit i utformningen av testinsatserna, agerat bollplank samt varit till stor hjälp i formuleringen av enkätfrågorna (se bilaga 2) och intervjumanualen (se bilaga 3) som togs fram till gruppintervjun.

2.1 Varför flytta och försöka minska brickanvändningen?

Diskhantering och matsvinn är två områden där arbetsgruppen bedömde att förändrade beteenden kan göra stor skillnad för miljöpåverkan från en restaurang. Därför enades arbetsgruppen om att genomföra insatser som främjar ett minskat antal körningar av diskmaskinerna och minskat matsvinn.

Den första insatsen handlade om att flytta på brickorna, från brickornas ursprungliga plats som var i anslutning till matvagnen, till kassan. Att använda en bricka handlar oftast om en vanesak och att gästen tar en bricka per automatik, även fast den kanske inte alltid behövs. Däremot behöver brickan diskas efter varje användning (även om brickan inte är smutsig), vilket innebär att fler diskmaskiner behöver köras (med tanke på att varje diskmaskin bara rymmer cirka 15 brickor). Detta leder i sin tur till onödig energi-, vatten- och kemikalieanvändning. I ett försök att få färre gäster att använda bricka, som skulle leda till färre körda diskmaskiner, flyttades alltså brickorna under den första insatsen.

För att kunna ta reda på exakt hur många diskmaskiner som kördes per dag införskaffades en personräknare som personalen på Restaurang Översten kunde använda för att "klicka" varje gång en diskmaskin kördes. Den summan som stod på personräknaren i slutet på dagen skrev personalen in i en mall som tagits fram av arbetsgruppen. Utöver detta togs det fram data som arbetsgruppen fått av Restaurang Översten samt diskmaskinstillverkaren på hur vatten-, kemikalie- och energianvändningen såg ut.

2.2 Varför använde vi oss av skyltar?

Genom skyltar kan man via små medel förenkla och förbättra förutsättningen för ett hållbart val, exempelvis genom att belysa hur mycket matsvinn som en restaurang har eller klistra fotspår på marken som leder till en informationstavla där det kan finnas information om vad man som lunchgäst kan göra för att hjälpa restaurangen att minska sitt matsvinn. I detta test valde vi att använda oss av skyltar placerade på matvagnen i ett försök att minska restaurang Överstens matsvinn, då många gäster tar mer mat än vad de orkar äta upp vilket resulterar i att gästerna slänger maten de har på sin tallrik.

2.3 De tre olika perioderna

Testet delades upp i tre perioder: mätperioden, testperioden och utvärderingsperioden. Tidsåtgången för respektive period bestämdes utifrån den totala tidsaspekt som arbetsgruppen hade att förhålla sig till och delas upp i samråd med Isberg. Se förklaring av respektive period nedan.

2.3.1 Mätperioden

Denna period syftade till att förstå nuläget i restaurangen och varade i totalt tre veckor. Under denna period fick personalen på Restaurang Översten fylla i en mall (se bilaga 4) för att hålla reda på hur många diskmaskiner som kördes varje dag, hur många kilo matsvinn de hade varje dag samt ifall det fanns övriga kommentarer. I övriga kommentarer dokumenterades bland annat hur ofta de bytte diskbomb, vilket kan liknas med en stor diskmaskinstablett som kan användas flera gånger innan den behöver bytas ut. När de tre veckorna passerat gjordes en sammanställning på hur nuläget såg ut samt en kortare utvärdering med personalen på Restaurang Översten. Utvärderingen med personalen gjordes för att samla in deras åsikter om hur det fungerade att "klicka" på personräknaren och för att samla in statistiken från mallen de fyllt i. Överlag tyckte personalen att det hade gått bra, men att det stundtals var svårt att komma ihåg att "klicka" på personräknaren varje gång diskmaskinen kördes – speciellt under lunchtid då restaurangen har många gäster. På grund av detta skrevs det ut en skylt som sattes upp på diskmaskinen för att påminna personalen om att "klicka" på personräknaren varje gång diskmaskinen startades. Med detta system kunde projektgruppen konstatera att det under testperioden hade körts totalt 1 609 diskmaskiner, varit 37,1 kilo i matsvinn och 2 404 lunchgäster. Detta gav ett genomsnitt på 107 diskmaskiner, 2,47 kilo matsvinn och 160 lunchgäster per dag.

2.3.2 Testperioden

Efter mätperioden gick en vecka åt till projektgruppen att samla upp och göra eventuella justeringar. Därefter påbörjades nästa insats som kallades för testperioden som varade i totalt sex veckor, där fyra av dessa veckor utgjordes av den faktiska nudgeinsatsen. På grund av uppehållet mellan insats ett och två samt en tjänsteresa blev testperioden lite längre än planerat. Personalen på Restaurang Översten fortsatte ändå att fylla i mallen under dessa två veckor där ingen aktiv insats gjordes. Under denna period var det 1 591 diskmaskiner som kördes, 57 kilo matsvinn och 3 939 lunchgäster.

Idag hämtar lunchgästerna en tallrik och betalar lunchen i kassan, därefter går gästen till matkön. För att undersöka om det gick att uppnå ett minskat antal

körda diskmaskiner flyttades brickorna från matvagnen till kassan, i ett försök att få gästerna på Restaurang Översten att använda färre brickor. Tanken med denna insats var att ju färre som tog en bricka desto färre diskmaskiner behövde köras per dag. Flytten av brickorna till kassan nudgade lunchgästen att lämna matkön för att hämta en bricka, om gästen inte redan hade frågat om en bricka i anslutning till betalningen av lunchen. Två skyltar sattes upp i anslutning till där brickorna tidigare var placerade, på skyltarna stod det: "Vi testar något nytt! Saknar du en bricka? De finns nu att hämta i kassan".

Den första veckan hade endast brickorna flyttats och skyltarna satts upp, under den andra veckan placerades det även ut skyltar på alla bord på Restaurang Översten med en uppmaning att svara på fyra korta frågor i en enkät (se bilaga 3) som skapats av arbetsgruppen. Frågorna som lunchgästen fick svara på var:

1. Har du ätit lunch här mellan 5–18 oktober?
2. Använde du dig av en bricka under perioden 5–18 oktober?
3. Hämtade du en bricka för att: Jag använder mig alltid av en bricka; Jag får inte plats med det jag vill utan en bricka; Jag behöver en bricka; Annat.
4. Hur upplevde du det var att äta lunch utan att använda dig av en bricka?; Det gick bra, jag behöver egentligen inte en bricka utan tar det på grund av vana; Jag reflekterade inte över att brickorna var på ett annat ställe; Annat.

Om gästen svarade att den inte ätit lunch under angiven tidsperiod kom gästen inte vidare i enkäten. Svarade gästen däremot att den hade använt sig av en bricka, fick den svara på fråga 3 och svarade gästen att den inte hade använt en bricka, fick den svara på fråga 4. Det var totalt 43 gäster som svarade på enkäten.

Bild 1: Innan brickorna flyttades till kassan



Bild 2: Efter brickorna flyttades till kassan



Under de kvarvarande två veckorna i testperioden genomfördes insats nummer två, som riktades mot matsvinnet. Personalen på Restaurang Översten berättade att de tidigare haft insatser mot matsvinn, exempelvis genom att visa för kunderna hur mycket mat som slängts på en digital våg.

Personalen var positivt inställda till att testa något nytt. Därför bestämdes det att det skulle sättas upp två skyltar på matvagnen med en uppmaning att gå före i kön om kunderna ville hämta mat en gång till. Efter en vecka placerades det även ut skyltar på alla restaurangens bord med en uppmaning om att svara på fyra korta enkätfrågor. I denna enkät inkom endast åtta svar från gästerna.

Bild 3: Skylten som sattes upp i samband med andra delen av testperiod 2.



Bild 4: Skylt som placerades ut på alla bord på Översten för att besvara enkätfrågorna.



2.3.3 Utvärderingsperioden

Under den sista perioden som kallades för utvärderingsperioden samlades svaren från enkäterna ihop och en sammanställning gjordes av antalet diskmaskiner och kilo matsvinn som registrerats i mallen under hela period 2. Arbetsgruppen upplevde att det behövdes mer kvalitativt material med tanke på relativt få svar i enkäterna (43 svar i den första enkäten och 8 svar i den andra enkäten). Därför beslutades det om att genomföra en gruppintervju. Detta annonserades först genom affischer och skyltar på alla restaurangens bord; med en kort beskrivning av syftet med gruppintervjun, att de som anmälde sig behövde ha ätit lunch på Restaurang Översten under september – oktober och vad deltagarna hade att förvänta sig. En vecka senare hade arbetsgruppen inte fått in några deltagare till gruppintervjun. I stället publicerade arbetsgruppen ett meddelande på kommunens intranät där samma efterfrågan gick ut men denna gång la de till att det också skulle bjudas på lunch. Efter bara ett par timmar var kvoten för gruppintervjun fylld.

Gruppintervjun genomfördes i mitten på december 2022 med totalt 7 deltagare varav alla var tjänstepersoner på Umeå kommun. Syftet med intervjun var att samla in djupare reflektioner av de två nudgeinsatser som testades under hösten. Innan intervjun startade fick vi ett godkännande av alla deltagare att spela in intervjun. När intervjun var slut transkriberades den och alla deltagare

blev anonymiserade. Gruppintervjun fick ett positivt utfall, då reflektioner som inte kunde tas i uttryck genom att besvara enkäterna framkom. Se djupare analys och reflektion under avsnitt 3.

3. Resultat och diskussion

Diskmaskiner och matsvinn

Resulterade nudgeinsatserna i någon minskning i antalet körda diskmaskiner och matsvinn? Kort svar, delvis. Under den tre veckor långa mätperioden var det 1 609 diskmaskiner som kördes, 37,1 kilo matsvinn och 2 404 lunchgäster. Under testperioden, som i slutändan pågick i sex veckor, var det 1 591 diskmaskiner som kördes, 57 kilo matsvinn samt 3 939 lunchgäster. Om detta halveras blir det 759 diskmaskiner, 28,5 kilo matsvinn och 1 969,5 lunchgäster på tre veckor. Detta ger ett genomsnitt på 53 diskmaskiner, 1,9 kilo matsvinn och 131,3 lunchgäster per dag under testperioden. Däremot är det fortfarande svårt att säkerställa om insatserna faktiskt givit någon effekt då underlaget på hur många diskmaskiner som körts och antal kilo matsvinn är bristfälligt under testperioden. Eftersom det är totalt nio dagar som inte blivit ifyllda är det svårt att säga med säkerhet om insatserna gjort någon skillnad. Dessutom var grundunderlaget som tillhandahållits av diskmaskinsleverantören på hur mycket energi, vatten och kemikalier som diskmaskinen använder när den körs svårtolkat. Därmed var det svårt för arbetsgruppen att kunna göra konkreta uträkningar på hur mycket energi, vatten och kemikalier som förbrukats.

Resultatet antyder dock på att antalet körda diskmaskiner har minskat under testperioden. Under mätperioden var det tolv dagar där antalet körda diskmaskiner översteg 100 stycken per dag, flertalet dagar var det runt 110 diskmaskiner där två dagar sticker ut (125 respektive 130 diskmaskiner som körts). Under testperioden är det två dagar där antalet körda diskmaskiner överstiger 100 (102 respektive 103). Flertalet dagar är det runt 70 körda diskmaskiner. Utöver detta var det höstlov under den sista veckan på testperioden, således kan detta ha påverkat hur många diskmaskiner som körts samt hur mycket matsvinn Restaurang Översten hade under den veckan. Sammanfattningsvis har vi indikationer på att framför allt brickinsatsen tycks minskat antalet körda diskmaskiner, och därmed minskat mängden vatten, energi och kemikalier som använts. Däremot kan vi inte säga hur stor denna minskning i vatten, energi och kemikalier faktiskt är. Gällande skyltinsatsen är det svårare att se ett samband.

Enkät och gruppdiskussion

Resultaten från enkäterna och gruppintervjun visar på att den första nudgeinsatsen, att flytta brickorna från deras vanliga plats till kassan, var en insats som engagerade gästerna på Restaurang Översten. Enkäten för denna insats samlade in 43 svar och det var även denna insats som tjänstepersonerna under gruppintervjun hade många reflektioner kring. Genom enkätsvaren går det att utläsa att 25 gäster hämtade en bricka trots att de var flyttade till kassan, där 15 svarade att de hämtade en bricka för att de inte får plats med det som de vill ha med sig utan en bricka. 3 gäster svarade att de hämtade en bricka för att de alltid använder sig av en bricka och 5 gäster svarade att de hämtade en bricka för att de behöver en. Resterande 12 svarade att de inte

använde sig av en bricka, där 7 av svaren var för att de inte behöver en bricka, 2 svarade att de inte reflekterade över att brickorna var borta samt 3 svarade "Annat". Reflektionerna från gruppintervjun som deltagarna hade var liknande, de ansåg att det är mer praktiskt att använda sig av en bricka och att de alltid använder sig av en bricka när de är på restaurang. En deltagare berättade att brickan blivit viktigare sedan Covid-19 pandemin då brickan upplevs som ett skydd mot bakterier som en annan gäst som suttit på samma plats kan ha haft. Däremot var det två deltagare som resonerade att brickan är onödig disk, där den ena deltagaren berättade att " [...] jag använder mig aldrig av en bricka. Om jag får en bricka så flyttar jag alltid bort den, det känns mer hemma."

Första steget till förändring är medvetenhet

Under gruppintervjun fick deltagarna svara på vad de ansåg om de två skyltarna som placerades vid brickornas tidigare placering. Texten löd: "Vi testar något nytt! Saknar du en bricka? De finns nu att hämta i kassan". Här framkom det att deltagarna upplevde att skylten var tydlig, men de hade velat veta varför det testades något nytt och varför brickorna var flyttade. De hade svårt att förstå kopplingen mellan insats och reell effekt, och flera deltagare resonerade att de hade agerat annorlunda om de hade vetat varför brickorna var flyttade. En deltagare sa "Första steget till förändring är medvetenhet" och några deltagare yttrade att de vill veta varför, för att kunna avgöra om det är värt att göra förändringen. En annan deltagare berättade att om de fick veta varför insatserna gjordes och vad de ger för minskad påverkan på miljö och klimat så hade hen mest troligen gjort ännu mer för att ändra sitt beteende, för att kunna underlätta ens egna samvete och slippa dåligt samvete. När nudgeinsatser genomförs är tanken att inte avslöja varför något ändras eller flyttas för att försöka nå ett så naturligt beteende som möjligt, därmed gjordes valet att inte förklara varför brickorna var flyttade till kassan. Det var en deltagare som förklarade att hen inte lade märke till vare sig skyltarna eller att brickorna var flyttade.

Gällande den andra nudgeinsatsen placerades en skylt på buffévagnen där det stod "Det är okej att backa! Ta hellre en gång till om du inte blir mätt. Det är bara att smita före i kön." För denna nudgeinsats inkom endast 8 svar i enkäten. En anledning till detta kan vara för att enkäten placerades ut under höstlovsveckan, en tid som många tar ut ledighet. En annan tänkbar anledning är att gästerna på Restaurang Översten varken såg eller reflekterade över skyltens existens. I enkäten var det 4 som svarade att de hade lagt märke till skylten, men den bidrog inte till att gästen hämtade mat en gång till genom att smita före i kön. Detta bekräftades genom gruppintervjun, då några av deltagarna hade sett skylten men inte reflekterat över den och några hade inte sett skylten alls. Deltagarna resonerade att anledningen kunde vara skyltens placering. Som beskrivet placerades den ovanpå buffévagnen, vilket innebar att gästerna behövde kolla lite uppåt för att se den. En deltagare berättade att " [...] man har fokus på maten när man står i kön och tittar inte uppåt mot där skylten stod." samt att en deltagare uttryckte "Såg inte skylten, så dålig placering."

Att använda skyltar när nudgeinsatser genomförs är vanligt förekommande. Deltagarna i gruppintervjun beskrev vikten av att ha kortfattad och tydlig information vid användning av skyltar samt att det är bra om något på skylten sticker ut (något som drar deras blick till just skylten). På så vis har de en bättre chans att lägga märke till den. Däremot är det viktigt att det inte är för många skyltar då det kan bidra till mentalt brus.

Vad tyckte deltagarna i gruppintervjun?

I och med att nudging syftar till att ändra beteende fick deltagarna i gruppintervjun frågor kring hur de såg på insatser likt dessa. Det framkom att alla var positiva till att försöka ändra sitt beteende – men de såg även utmaningar med det. Från några deltagare påpekades det att insatsen för att flytta brickorna löpte under för kort tid för att de skulle hinna ändra sitt beteende. De menade att om den hade löpt under en längre tidsperiod hade förmodligen flera av dem ändrat sitt beteende. Det var även några av deltagarna som ansåg att brickan är så pass viktig i en lunchmiljö att de alltid måste använda sig av en.



4. Lärdomar

Det finns flertalet lärdomar att ta med sig i framtida arbete med nudge-insatser i en lunchrestaurang. Nedan har vi listat de 5 viktigaste:

1. Ibland blir det ungefär som man tänkt sig. Innan den första testperioden startade hade arbetsgruppen och personalen på Restaurang Översten sina aningar om vad insatserna skulle visa på och till viss del stämde det och till viss del inte. Gällande brickinsatsen trodde vi bland annat att genom att flytta på brickorna skulle lunchgästerna välja att äta utan bricka, men det visade sig att många lunchgäster i stället valde att fråga personalen i kassan om en bricka.
2. Om tidsperioden är begränsad och relativt kort, använd den tiden till att testa en insats i stället för flera. Hade vi testat brickinsatsen under hela testperioden hade vi möjligen kunnat dra annorlunda slutsatser än vad vi kunnat göra nu.
3. Att testa flera insatser under en kort period behöver inte betyda något positivt för resultatet i slutändan. För vår del hade det varit lämpligt att göra insatsen mot brickorna i fyra veckor, i stället för att byta insats efter två veckor. Detta bekräftades även under gruppintervjun, då det var flera deltagare som påtalade att de ansåg att brickinsatsen löpte under för kort tid för att hinna ändra sitt beteende. De ansåg att det endast ledde till en tillfällig beteendeförändring och att de nu återgått till gamla vanor. När detta diskuterades under gruppintervjun var det många som menade att de hade blivit mer motiverade att göra förändringen om de visste att det hade ett gott syfte. I ett eventuellt framtida test hade detta varit intressant att undersöka (trots att det kan gå emot vissa nudging-regler) eftersom insikter från vår utvärdering pekar på att det stärker incitamentet att minska antalet diskmaskiner – det vill säga vårt slutmål.
4. Den andra insatsen med skylten som uppmanade till att gå före i kön om man ville hämta mat en gång till bekräftade tidigare konversationer med personal på Restaurang Översten om att gästerna sällan lägger märke till skyltar. Utöver detta bekräftades detta dels genom enkäterna, dels genom gruppintervjun. Dessutom sades det under gruppintervjun att det redan är "etablerat" att gå före i kön för att hämta mera mat, så skylten fyllde egentligen ingen funktion. Trots detta hade det varit intressant att se om resultatet hade kunnat bli annorlunda med en alternativ skylt som såg annorlunda ut och placerades bättre.
5. När man kommunicerar med hjälp av skyltar kan man koppla till resonemanget om att stärka goda sociala normer. I stället för skylten vi använde för insats nummer två hade vi kunnat mäta hur stor andel som under en dag slänger ätbart matavfall. Eller så hade vi kunnat göra en enkät där lunchgästerna själva får ange vad de tycker om att slänga mat. Detta hade vi sedan kunnat använda i vår kommunikation. Beroende på

resultatet så skulle vi kunnat kommunicera "Visste du att nästan alla som äter på Restaurang Översten äter upp allt på tallriken? Toppen för både miljön och bonden!" eller "Nio av tio av våra lunchgäster tycker det är fel att slänga mat." Själva nudgen skulle således vara att lunchgästerna får ett driv att tillhöra den sociala normen.

Det är svårt att säga om resultatet blev färgat då det endast var tjänstepersoner som deltog i gruppintervjun. I enkäterna efterfrågades aldrig deras arbetsplats så vi vet inte hur många som arbetar på Umeå kommun som besvarade enkäten. Däremot anses det inte vara ett problem i just detta test eftersom syftet var att undersöka nudging som verktyg i en lunchrestaurangmiljö. Vi tar även med oss i framtida nudgingsatser att det är svårt för personalen i en lunchrestaurang att komma ihåg att "klicka" på personräknaren varje gång en diskmaskin körs (eftersom det är en stressig miljö). På Restaurang Översten sattes det upp en skylt på diskmaskinen som uppmanade att klicka varje gång det kördes en diskmaskin, personalen påminde varandra samt att arbetsgruppen påminde personalen. För att få ett så säkert resultat som möjligt skulle det behövts en inbyggd data på hur många diskmaskiner som körts varje dag. Ett annat alternativt hade kunnat vara att ha någon utifrån som kunnat fokusera på endast mätningarna.

Medskick till framtida försök med nudging i lunchrestaurangmiljö:

1. Gör ett begränsat antal insatser under en längre period.
2. Vrid och vänd på hur skyltar kan användas. Skylt som metod behöver inte vara mest lämplig. Det kanske snarare är genom exempelvis former eller färg som ni bäst kan fånga gästernas intresse?
3. Se över hur eventuellt datamaterial ska samlas in och säkerställ att insamling av material går så smidigt som möjligt.



5. Litteraturförteckning

Carrico, Amanda R. 2021. Climate change, behavior, and the possibility of spillover effects: recent advances and future directions. *Behavior Sciences* (42): 76–82.

Denscombe, Martyn. 2018. *Forskningshandboken – För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 4 uppl. Studentlitteratur AB: Lund.

Hummel, Dennis & Maedche, Alexander. 2019. How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* (80): 47–58.

Lundberg, Lucas & Lovering, Nina. 2021. *Kunskapsspridning. Handbok för nudging 2021*.

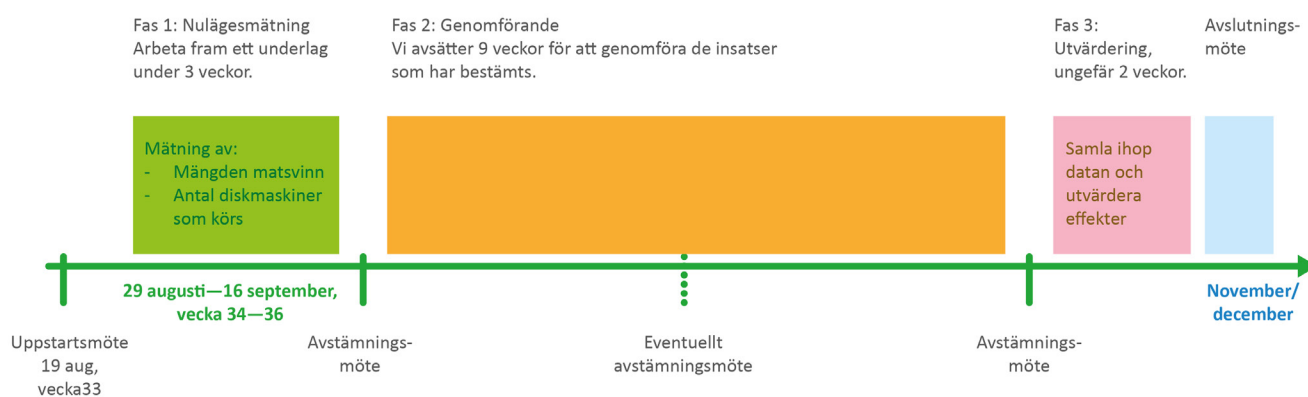
<https://www.umea.se/byggaboochmiljo/samhallsutvecklingochhallbarhet/klimatmiljoochhallbarhet/koldioxidsnalaplatsen/resultat/kunskapsspridning.4.19a41f3a17567e789ef1ff7.html>

Bilagor

Bilaga 1: Tidsplan

Tidsplan för nudging på Översten

Totalt ca
15 veckor



Bilaga 2: Enkätfrågor

Enkätfrågor mätperiod 1 - Brickor

Diagram 1

Har du ätit lunch här mellan 5-18 oktober?

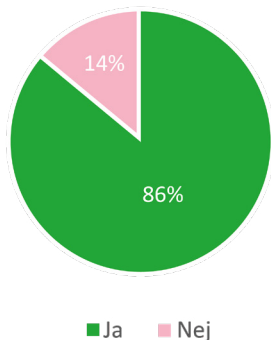


Diagram 2

Använde du dig av en bricka under perioden 5-18 oktober?

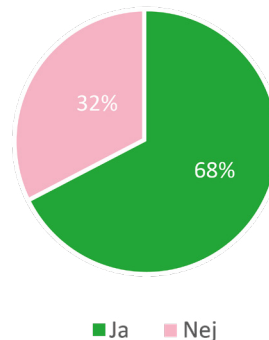
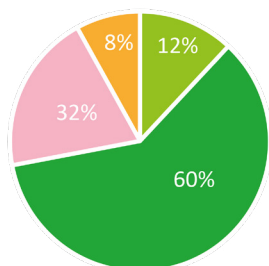


Diagram 3

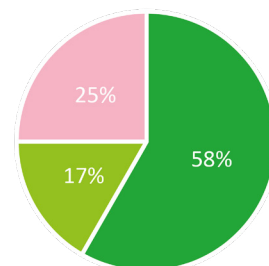
Hämtade du en bricka för att:



- Jag använder mig alltid av en bricka
- Jag får inte plats med det jag vill utan en bricka
- Jag behöver en bricka
- Annat

Diagram 4

Hur upplevde du det att äta lunch utan en bricka?



- Det gick bra, jag behöver egentligen inte en bricka
- Jag reflekterade inte att brickorna var på ett annat ställe
- Annat

Enkätfrågor mätperiod 2 – Skylt

Diagram 5

Har du ätit här mellan
24 oktober - 4 november?

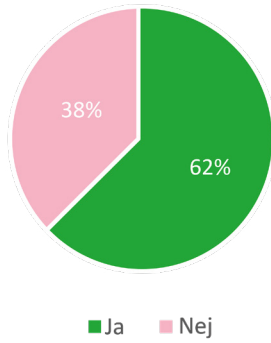


Diagram 6

Har du noterat skyltarna
som står på matvagnarna?

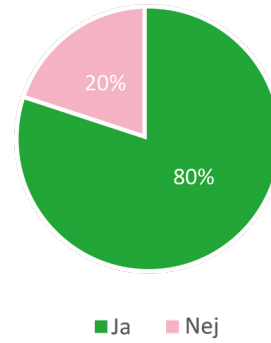
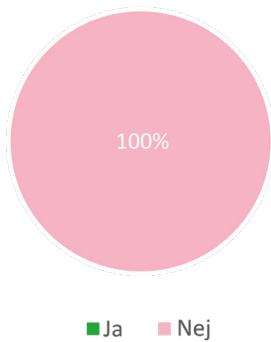


Diagram 7

Bidrog skylten till att du
hämtade mat en gång till?



Bilaga 3: Intervjumanual för gruppintervju 7 december 2022

Först: Berätta om upplägget

- Lite tid, mycket som ska hinnas med
- Alla ska få möjlighet att prata, avbryt därför inte varandra
- Vi kan avbryta, men genom ”nu är det sista inlägget, sedan går vi vidare till nästa fråga”.
- Påminn om att det inte finns något rätt eller fel!

Kort presentation, bordet runt:

- Hur ofta brukar du äta på Översten?
- Varför väljer du att äta där?

Tema 1 (30 MIN): Om experimentet

Vi vill prata med er om hur det var i restaurangen under några veckor i september och oktober, så vi vill nu att ni tänker tillbaka på hur det var då när ni diskuterar dessa frågor.

Först var det ett par veckor när brickan inte fanns i direkt anslutning till maten.

(Visa skylten)

- Hur upplevde ni texten? Hur upplevde du att få det här valet - hämta eller fortsä ta utan?
- Hur upplever ni generellt när saker inte fungerar som de alltid gjort?
- Minns ni hur ni reagerade när brickan inte fanns på sin vanliga plats?
- Någon som vill dela med sig?
- Brukar du vanligen använda bricka? Varför/varför inte?

Sen var det en period när gästerna fick gå före i kön för att hämta mer mat – att det fanns en skylt som uppmanade att göra så (Visa skylten).

- Vad tänker ni om den uppmaningen? Hur tror ni att det uppfattas av dem som ska släppa in någon framför sig? Av den som ska gå emellan i kön?
- Följde ni den? Såg ni någon annan som gjorde det?

Visa gärna skylten och påminn om var den var placerad

- Vad tänker ni om skylten och dess placering?
- Vad tänker ni generellt om skyltar med den här typen av uppmaningar? I den här typen av miljöer? (När ser man en skylt respektive när ser man den inte).

Tema 2 (20 MIN): Beteende

Båda aktiviteterna som vi pratat om handlar om att gästen förväntas ändra beteende – hur ser ni på det?

- Om ni hade fått veta om vad insatserna ger för minskad påverkan på klimat och miljö, hade ni då haft en annan inställning till insatsen/agerat annorlunda?
- (Eventuell fråga) Hur ser ni på att kommunen gör såna här typer av insatser?
- När ni nu tänker på det, finns det andra förändringar av beteenden som skulle kunna leda till att matsvinnet minskas i restaurangen? Att resursanvändningen kan påverkas?

Tema 3 (10 MIN): Avslutning/sammanfattningsvis

- Är det något annat ni kommer på som rör förändringar i restaurangen som skulle kunna leda till minskat matsvinn? (som inte är kopplat till beteende eftersom ni redan frågat om det).

Avsluta med att alla svarar på frågan: Vad tar du med dig från denna diskussion?

Bilaga 4: Mall för registrering antal diskmaskiner och kilo matsvinn

Registrering antal diskmaskiner

Kom ihåg att fylla i denna varje dag samt ungefär samma tid varje dag!

Datum	Antal diskmaskiner	Övriga kommentarer
Måndag 17/10		
Tisdag 18/10		
Onsdag 19/10		
Torsdag 20/10		
Fredag 21/10		
Måndag 24/10		
Tisdag 25/10		
Onsdag 26/10		
Torsdag 27/10		
Fredag 28/10		
Måndag 31/10		
Tisdag 1/11		
Onsdag 2/11		
Torsdag 3/11		
Fredag 4/11		
		Anta diskmedel:

Registrering matsvinn

Gör på samma sätt som ni gjort tidigare och fyll i ungefär samma tid varje dag!

Datum	Kilo matsvinn	Övriga kommentarer
Måndag 17/10		
Tisdag 18/10		
Onsdag 19/10		
Torsdag 20/10		
Fredag 21/10		
Måndag 24/10		
Tisdag 25/10		
Onsdag 26/10		
Torsdag 27/10		
Fredag 28/10		
Måndag 31/10		
Tisdag 1/11		
Onsdag 2/11		
Torsdag 3/11		
Fredag 4/11		

Rapporten är en del i projektet Den koldioxidsnåla platsen, som finansierats av Europeiska regionala utvecklingsfonden, Region Västerbotten, Umeå kommun, Umeå energi, Umeå kommunföretag, Skellefteå kommun och Göteborgs stad.

