

Klima- og miljødepartementet  
Postboks 8013 Dep.  
0030 Oslo

postmottak@kld.dep.no

## Hørings svar om veivalg for klimapolitikken mot 2050 (NOU 2023:25 Omstilling til lavutslipp)

Forbrukerrådet viser til at Klima- og miljødepartementet den 31. oktober 2023 sendte rapporten til Klimautvalget 2050 (NOU 2023:25 Omstilling til lavutslipp) ut på høring.

Mandatet til Klimautvalget 2050 har bestått i å foreta en helhetlig gjennomgang av veivalgene Norge står overfor for å nå klimamålet i 2050, og vise hvordan Norge kan bli et lavutslippssamfunn i 2050, på en mest mulig kostnadseffektiv måte, med effektiv ressursbruk og et konkurransedyktig næringsliv. Mandatet presiserer videre at omstillingen også må bidra til en utvikling som sikrer naturmangfoldet og et bærekraftig velferdssamfunn.

Klima- og miljødepartementet ber om innspill til utredningen innen den 30. januar 2024. Forbrukerrådet oversender med dette sitt innspill, som også er innsendt ved bruk av departementets digitale løsning for høringsuttalelser.

Forbrukerrådets hovedpunkter kan oppsummeres slik:

- For å lykkes med klimamålene må forbrukernes rolle vektlegges langt høyere enn i dag. Det er nødvendig å ha med alle forbrukere på veien mot lavutslippssamfunnet.
- Forbrukerrådet mener at utvalget undervurderer hvordan dyrtiden både begrenser forbrukernes mulighet til å ta miljøvennlige valg og også snevrer inn det politiske handlingsrommet for å innføre kostnadskrevenne klimatiltak.
- Skatter og avgifter bør bidra til å fremme holdbarhet og reparasjoner, og motvirke omsetning av produkter med kort levetid og produkter som ikke kan



repareres. Økonomiske incentiver bør premiere forbrukere og husholdninger som velger grønt og bærekraftig. Det vi vil ha mer av bør bli billigere, mens det vi vil ha mindre av bør bli dyrere.

- Forbrukerrådet anbefaler at man vektlegger klimatiltak og tiltak for sirkulærøkonomi som kan bidra til redusert forbruk, og dermed legge til rette for at forbrukere både reduserer utslipp og sparer penger samtidig.
- Vi kan ikke innrette samfunnet slik at vi belønnes for å bruke og kaste, mens det skal være dyrt og vanskelig å ta vare på det vi allerede har. Merverdiavgiften på brukthandel og på reparasjoner av blant annet sykler, hvitevarer, elektronikk, møbler, klær og sko bør derfor enten reduseres kraftig eller fjernes helt. Dette vil redusere forbrukernes kostnader knyttet til reparasjoner, gjøre det mer attraktivt å reparere og kjøpe brukt fremfor å kjøpe nytt, og vil kunne stimulere til en mer sirkulær økonomi.
- Forbrukerrådet støtter utvalgets anbefaling om at et lavutslippssamfunn også bør være et lavenergiamfunn, men støtter ikke at det må innebære vedvarende høy pris på en nødvendighetsvare. Det finnes andre virkemidler, herunder bl.a. ulike ENØK-tiltak, som kan bidra til økt energisparing.
- Forbrukerrådet mener kravene om økt energifleksibilitet vil være svært krevende for mange forbrukere, som ikke vil ha mulighet til å tilpasse seg. Forbrukerrådet mener derfor at man heller bør gi økte bidrag til energisparing framfor å satse på økt energifleksibilitet.
- I omstillingen til et bærekraftig matsystem må forbrukernes interesser veie tungt. Det handler om forbrukernes rett til å kunne ta opplyste valg og retten til trygg og helsemessig god mat. Et fremtidig matvaremarked må legge til rette for sunne og bærekraftige matvalg.
- Forbrukerrådet mener det er nødvendig å utvide det norske forbruksbaserte klimaregnskapet til også å inkludere klimautslipp knyttet til forbruk som skapes utenfor Norges grenser, for slik å få en mer fullstendig oversikt over klimagassutslipp relatert til norsk forbruk. Dette er også nødvendig for å sette inn relevante tiltak.

### Overordnede innspill

Forbrukerrådet vil understreke at forbrukerperspektivet må vektlegges sterkere i det videre arbeidet med å gjennomføre de foreslåtte tiltakene i NOUen. Ifølge en analyse publisert i *Journal of Industrial Ecology* er forbrukerne ansvarlige for rundt 60 prosent av klimagassutslippene på kloden og opptil 80 prosent av verdens forbruk av vann.<sup>1</sup> Endringer i forbruksmønstre og redusert forbruk er avgjørende for at en

---

<sup>1</sup> <https://forskning.no/ntnu-miljogifter-partner/slik-pavirker-forbruket-ditt-miljoet/437293>



omstilling til et lavutslippssamfunn med mer sirkulært og ressurseffektivt forbruk skal lykkes.

På veien mot lavutslippssamfunnet må myndighetene i større grad løfte spørsmålene om hvilken rolle vi mennesker, våre forbruksvaner og valg, spiller for å nå klimamålene. Teknologiske nyvinninger vil være en viktig del av løsningen, men omstillingen vil ikke lykkes hvis ikke forbrukerne forstår og tar dem i bruk.

For Forbrukerrådet er det sentralt at det skal være enkelt å ta gode miljøvalg som forbruker, og at de mest miljøvennlige alternativene er tilgjengelige til en konkurransedyktig pris. Det handler om å gjøre det miljøvennlige valget til det beste alternativet for alle forbrukere, uavhengig av sosial status, miljøengasjement og inntekt.

EU gjennomfører nå en større juridisk og politisk innsats for å fremme en mer sirkulær økonomi og oppnå et klimanøytralt EU innen 2050. Det tas også flere grep for å styrke forbrukernes rolle i det grønne skiftet.

Forbrukerrådet mener at regjeringen bør sikre at EU-rettsaktene angående både sirkulær økonomi, klima og forbrukervern blir tatt inn i norsk rett så snart som mulig. De spesifikke direktivene og forordningene som Forbrukerrådet mener bør prioriteres, er nærmere beskrevet i dette høringsvaret.

Forbrukerrådet mener Norge ligger bakpå i arbeidet med å legge gode rammeverk som gjør at forbrukerne har gode muligheter til å ta gode miljøvalg. Kun 2,4 % av økonomien var sirkulær i 2020.<sup>2</sup> Samtidig er utslippene av klimagasser i Norge de siste tretti årene blitt kuttet i svært begrenset grad sammenlignet med referanseåret 1990. Norge slapp ut hele 48,9 millioner tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter i 2022, som er en reduksjon på kun 4,7 prosent sammenlignet med utslippene i 1990.<sup>3</sup>

Forbrukerrådet har i dette høringsvaret valgt å fokusere på noen utvalgte kapitler i utredningen til Klimautvalget 2050: Kapittel 4 om «Usikkerhet og rettferdighet i omstillingen», kapittel 5 om «Energisystemet», kapittel 7 om «Matsystemet», kapittel 8 om «Transport og mobilitet», kapittel 9 om «Økonomisk aktivitet, velferd og sirkularitet», kapittel 11 om «Norges fotavtrykk», og kapittel 15 om «Virkemiddelbruk for omstilling».

---

<sup>2</sup> <https://www.forbrukerradet.no/siste-nytt/ny-rapport-viser-at-norsk-okonomi-kun-er-24-prosent-sirkulaer/>

<sup>3</sup> Riksrevisjonen: Enovas bidrag til teknologi- og markedsutvikling av lav- og nullutslippsløsninger. Dokument 3:5 (2023-2024). Side 5.



## Kap. 4: Usikkerhet og rettferdighet i omstillingen

Forbrukerrådet støtter utvalgets vurderinger av at omstilling må skje på en rettferdig måte. Utvalget skriver: «*Omstillingen til lavutslippssamfunnet må gjøres mest mulig rettferdig, både fordi et rettferdig samfunn er et mål i seg selv og fordi det vil gjøre omstillingen lettere. Et samfunn med små forskjeller og med relativt like muligheter til medvirkning i saker av stor betydning for folks liv, er et gode i seg selv. Samtidig er oppslutning om klimapolitikken nært knyttet til om politikken oppfattes som rettferdig. Manglende oppslutning kan utvikle seg til motstand som gjør det vanskelig å gjennomføre en stadig mer ambisiøs klimapolitikk.*»

Utvalget skriver også: «*Å begrense økonomisk ulikhet og bidra til rettferdig fordeling må i hovedsak ivaretas av andre politikkområder. En aktiv politikk mot ulikhet kan bidra til å lette omstillingen til et lavutslippssamfunn, fordi det vil øke tilliten og den økonomiske tryggheten i samfunnet, øke omstillingsevnen og dempe de negative effektene omstillingen kan få for enkeltaktører i en overgangsfase.*»

Forbrukerrådet støtter utvalgets vurderinger, men mener at utvalget undervurderer hvordan den pågående dyrtiden påvirker oppslutningen om ulike klima- og miljøtiltak. Mye av den skisserte omstillingen av samfunnet tar lang tid, og vi må derfor starte arbeidet nå hvis vi skal lykkes med å være et lavutslippssamfunn i 2050. For stadig flere forbrukere blir de høye prisene og bekymringer knyttet til hvordan de skal få økonomien til å gå rundt altoppslukende. Det vises godt i SIFOs undersøkelser om dyrtid. I perioden 2017 til 2021 var ifølge SIFOs tall 65 prosent av oss kategorisert som «økonomisk trygge» mens to prosent var kategorisert som «ille ute». Disse tallene har endret seg kraftig i 2022 og 2023. Rundt halvparten er nå «økonomisk trygge», mens seks prosent, dvs. tre ganger så mange som i 2021, er «ille ute» økonomisk. Kategorien «sliterne», som strever med å få privatøkonomien til å strekke til, har økt fra å utgjøre fem til hele elleve prosent av befolkningen.

SIFO-rapporten «*Det er ikke over ennå*», som ble lagt fram på Forbrukerkonferansen i september 2023, viser at mange sliter med å betale for grunnleggende nødvendighetsvarer.<sup>4</sup> Omtrent halvparten av forbrukerne har erstattet varer med billigere varianter og gått over til å handle i rimeligere matbutikker. For mange forbrukere er det ikke mulig å betale en høyere pris for en mer bærekraftig matvare. Og selv gjennom sommermånedene i 2023 med ganske lave strømpriser i hele landet har nesten halvparten av befolkningen endret strømvaner (skrudd ned temperatur, kun varmet opp en del av boligen, redusert dusjing og/eller redusert

<sup>4</sup> [Dyrtid 4 - Det er ikke over ennå. Husholdenes økonomiske trygghet i august 2023 \(oslomet.no\)](https://www.oslomet.no/nyheter/nyheter/2023/08/04/dyrtid-4-det-er-ikke-over-ennaa-husholdenes-ekonomiske-trygghet-i-august-2023)



strømforbruket på andre måter). I tillegg har mange redusert sitt forbruk av mat og andre nødvendighetsvarer. Blant de forbrukerne som SIFO kategoriserer som henholdsvis «sliterne» og de som er «ille ute» økonomisk er det også mange som har betydelige problemer med å få betalt strømregningene.

At dyrtiden påvirker hvilke samfunnsmessige problemer forbrukerne mener må løses først gjenspeiles også i Opinions rapport «*Forbruker og bærekraft 2023*» som viser at priskrisen står øverst på forbrukernes prioriteringsliste.<sup>5</sup> I et spørsmål der forbrukere ble bedt om å velge ut tre til fem av de viktigste sakene dagens politikere må løse, handler tre av de fire øverste om pris og økende forskjeller. 60 prosent peker på økte forskjeller i samfunnet, 58 prosent mener at strømkrisen er den viktigste saken som må løses, mens 55 prosent har plukket ut bekjemping av høy prisvekst som viktigste prioritet. Først på 6. plass kommer å stoppe klimaendringene med 36 prosent oppslutning. Dette viser at klima er et tema som har havnet lenger ned på prioriteringslisten for de fleste forbrukere, og dermed også på den politiske dagsorden. Det gir mindre offentlig debatt, og mindre politisk handlingsrom for kostnadskrevende tiltak som skal redusere utslippene. Økende ulikhet er dermed et stort hinder for å få en politikk som reduserer utslipp.

Utvalget skisserer en rekke faktorer som påvirker om tiltak vil være eller oppleves rettferdig. De skriver: «*Hvordan goder og byrder knyttet til omstillingen fordeles avhenger av hvordan virkemidlene i klimapolitikken utformes, men også av den generelle økonomiske politikken, utformingen av skattesystemet og en rekke andre forhold. Klimatiltak bidrar i begrenset grad til å forsterke økonomisk ulikhet, og kan også bidra til å dempe relative forskjeller i samfunnet. Økonomiske virkemidler vil nødvendigvis oppleves mer begrensende for grupper med lavere kjøpekraft, og økte avgifter eller andre restriksjoner vil alltid kunne slå ut på en måte som oppleves urettferdig for enkelte. Det gjelder særlig dersom omstillingsevnen er ujevnt fordelt, for eksempel hvis alternative valg er sterkt avhengig av geografi eller krever privatøkonomiske investeringer som ikke er tilgjengelig for alle. Generelt er det sterk sammenheng mellom inntektsnivå og utslippintensivt forbruk (Albertsen et al., 2022). Det betyr at avgifter og andre virkemidler rettet mot klimagassutslipp i sum treffer høyinntektsgrupper sterkere enn lavinntektsgrupper.*»

Forbrukerrådet mener likevel at selv om avgifter og andre tiltak rettet mot klimagassutslipp i sum treffer høyinntektsgrupper kraftigst må man også være bevisst hvordan slike økte utgifter har ulik betydning for forbrukere avhengig av hvor høy andel av inntekt som brukes på feltet der det blir økte utgifter, samt hvor mye inntekt som er disponibel til nye eller ekstra utgifter. 100 kroner ekstra for en

---

<sup>5</sup> [Opinion - Forbruker og bærekraft innsiktsrapport](#)



forbruker som sliter med å få endene til å møtes vil kunne oppleves mer inngripende enn 1000 kroner ekstra for noen som har penger igjen på konto hver måned.

I en situasjon der mange forbrukere opplever å ikke ha penger til eller sliter med å betale for nødvendighetsvarer som mat, bolig og oppvarming vil flere motsette seg klimatiltak som øker kostnadene for disse eller andre viktige varer for forbrukerne. Derimot vil tiltak som gjør det mulig å spare både penger og miljø få mer støtte. Dette vil særlig være tiltak som fremmer en mer sirkulær økonomi. Våre konkrete forslag om dette er utdypet i forbindelse med vår omtale av utvalgets kapittel 9.

For en del forbrukere har dyrtiden bidratt til mer bærekraftige vaner og livsførsel, blant annet gjennom redusert matsvinn og mindre innkjøp av ting man egentlig ikke trenger. Myndighetene bør søke å forsterke disse vanene gjennom ytterligere tiltak som gjør det enklere og mer lønnsomt å redusere det materielle forbruket, og ta vare på det vi allerede har. Forbrukerrådet vil understreke at vi ikke mener at de endringene som har gått på bekostning av helse og livskvalitet, slik som å ikke kjøpe næringsrik eller nok mat eller fryse i vinterhalvåret, er noe som bør videreføres. Selv om rettferdig fordeling bør ivaretas av andre politikkområder er det nødvendig å løse disse for å sikre et reelt handlingsrom for klimapolitikk.

Forbrukerrådet mener at:

- Klimatiltak må oppleves rettferdig og fordelingseffekten av økonomiske virkemidler kan ikke bare vurderes ut fra fordeling av total kostnad, men også hva disse betyr for totaløkonomien for den enkelte forbruker.
- Tiltak som fremmer en mer sirkulær økonomi er særlig virkningsfulle i en dyrtid, der slike tiltak kan gi forbrukere mulighet til å spare både penger og miljø samtidig.

## **Kap. 5: Energisystemet**

Forbrukerrådet støtter mange av utvalgets vurderinger knyttet til energisystemet, men vil i det etterfølgende også belyse en del andre perspektiver.

Forbrukerrådet har forståelse for vurderingen av at et lavutslippssamfunn også bør være et lavenergiamfunn. Den mest klimavennlige energien er den som ikke brukes. Klimautfordringene kan heller ikke løses med tiltak som forsterker andre miljøutfordringer, slik som tapet av natur og biologisk mangfold. Forbrukere har også ulikt syn på hvilke miljøutfordringer de venter høyest hvis de må velge. I Opinionsundersøkelse «*Forbruker og bærekraft 2023*» mener tre av fire at klimaendringene er alvorlige, men når hensyn står mot hverandre vil 38 prosent prioritere bevaring av



natur og arts mangfold, 33 prosent mener at det er aller viktigst å stoppe klimaendringene mens 30 prosent har hovedfokus på miljøforurensing.

Ettersom mange forbrukere er opptatt av å stoppe nedbygging av natur betyr det også at ny energi som bygges ut bør være rettet mot tiltakene som kan gjøres med minst mulig inngrep slik som f.eks. solcellepaneler på tak og annen bygningsmasse og jordvarme. Klimautvalget baserer sine vurderinger av energiformer dels på Energikommisjonens utredning. Sistnevnte gikk ikke inn i potensialet for dyp jordvarme fordi de ikke hadde kunnskap om feltet. Forbrukerrådet mener at dette er et felt som bør undersøkes og utredes nærmere.

Forbrukerrådet mener det er problematisk å dra konklusjonen om et lavenergismått videre til at strømprisen må være høy. Dette reflekterer ikke at strøm er et nødvendighetsgode som vi er helt avhengige av, og at mange ikke har andre oppvarmingsmuligheter enn strøm. Forbrukerrådets strømundersøkelse viser at hele 35 prosent av befolkningen har iverksatt tiltak for å spare strøm på en måte som har gått ut over livskvaliteten. Forbrukere flest (94 prosent) mener strøm er en ressurs alle har et ansvar for at vi ikke sløser med, og over halvparten mener det ikke er greit at folk bruker så mye strøm de vil selv om de betaler for det.<sup>6</sup> At norsk strømforbruk ligger høyere enn i andre land skyldes dels klimatiske og geografiske forhold der vi har det mørkt og kaldt store deler av året. Dels skyldes det at strøm har vært en prioritert oppvarmingskilde gjennom mange år.

Pris er heller ikke det eneste virkemidlet som finnes for å regulere forbruket av nødvendighetsvarer. Et eksempel på dette så man når det var lite vann i Oslo kommunes hoveddrikkevannskilde i 2022. Den 9. mai ble innbyggerne tilsendt en SMS der de ble bedt om å spare vann med konkrete råd om hvordan dette kunne gjøres. Som effekt av dette gikk vannforbruket ned med 10-15 prosent fram til starten av juni.<sup>7</sup> Effekten vedvarte gjennom sommeren med et forbruk for juli og august som lå 12,5 prosent lavere sammenlignet med samme periode året før.<sup>8</sup> Tiltakene ble opphevet i starten av oktober samme år. Den kraftige reduksjonen i vannforbruket skyldtes hverken pris eller rasjonering, kun råd og anbefalinger.

Utvalget skriver: «Klimautvalget støtter Energikommisjonens forslag om at det må stilles krav til at forbrukerfleksibilitet alltid må utredes før tradisjonell oppgradering gjennomføres.» Nyere forskning fra både Forbruksforskningsinstituttet SIFO og

---

<sup>6</sup> [Rapport 2023 - 08 - Flexeffect endelig.pdf \(cicero.oslo.no\)](#)

<sup>7</sup> [Ba Oslo-folk spare på vannet. Nå har vannbruken gått ned 10-15 prosent. \(aftenposten.no\)](#)

<sup>8</sup> [Oslo kommune opphever vannsparetiltak: – Imponert over Oslofolks innsatsvilje - VG](#)



CICERO tyder på at en høy andel av befolkningen har liten mulighet til å ha oversikt over eller tilpasse seg et mer krevende prisbilde på strøm.

SIFOs undersøkelse «*Bærekraftig energiforbruk: Forbrukermobilitet og -fleksibilitet i strømmarkedet*» fra desember 2022 viser at under halvparten av forbrukerne sjekker strømpris og eget forbruk en gang i uken eller oftere.<sup>9</sup> Nesten en fjerdedel sjekker det sjeldnere enn en gang i året eller aldri. Selv om de fleste strømsalgsselskaper har utviklet apper med mye informasjon er det mange som ikke tar i bruk disse. 27 prosent bruker aldri strømleverandørens app, og ti prosent sjeldnere enn en gang i året. Kun tre prosent gjør det daglig, og 14 prosent ukentlig.

For å kunne tilpasse forbruket til prisene og effekttoppene er det behov for å kunne ha oversikt over eget forbruk i sanntid. For dette trengs en sanntidsmåler (HAN-adapter) som kobles til HAN-porten i smartmåleren i sikringsskapet. Det er under 1 av 10 som har installert sanntidsmåler, mens det på den andre siden er nesten en av to som ikke en gang kjenner til HAN-porten.

CICEROs prosjekt «*Flexeffect – Flexible electricity use in households: barriers, opportunities and effects*» viser at forbrukere generelt synes det er vanskelig å forstå og tilpasse seg til ny nettleie som priser effektforbruket, altså hvor mye energi man bruker på en gang<sup>10</sup>. Det er krevende å ta i bruk ny teknologi for å øke forbrukerfleksibiliteten. For svært mange forbrukere er det vanskelig å flytte strømkrevende aktiviteter som matlaging og dusjing på grunn av klare rutiner i hverdagen som de har få muligheter til å endre.

For mange forbrukere vil det være enklere å redusere forbruk gjennom energieffektiviseringstiltak som gjøres en gang for alle, enn å stadig tilpasse forbruket til priser og effekttrappetrinn. Energieffektiviseringsgapet er et begrep for å beskrive hvorfor tilsynelatende lønnsomme investeringer i energieffektivisering ikke blir gjennomført. For de som eier egen bolig bidrar dyrtiden til at stadig flere ikke har økonomi til å gjøre investeringene som vil bidra til reduserte utgifter i framtiden. Dagens støtteordninger via Enova løser ikke dette. Totalt sett er manglende investeringer i energieffektivisering også med og bidrar til at stadig flere opplever energifattigdom.

Forbrukerrådet støtter utvalgets vurdering av at dette særlig rammer leieboliger. I de fleste leieforhold betaler leietaker for strøm og oppvarming, noe som gjør at utleier ikke har insentiv til å investere i energieffektiviseringstiltak. Leietakerne vil på sin

---

<sup>9</sup> [SIFO-rapport 13-2022 BFD Bærekraftig energiforbruk.pdf \(oslomet.no\)](#)

<sup>10</sup> [Rapport 2023 - 08 - Flexeffect endelig.pdf \(cicero.oslo.no\)](#)





side ha få muligheter til å gjøre endringer i en bolig de ikke eier. Forbrukerrådet mener det er behov for å finne flere virkemidler som bidrar til å sikre gode energieffektiviseringstiltak i leieboliger.

Forbrukerrådet mener også at det bør gjøres mer for å finne løsninger som sikrer fleksibiliteten på et høyere nivå enn at hver enkelt forbruker skal tilpasse eget forbruk. Det kan for eksempel være høyere grad av fleksibilitetskontrakter med næringslivet eller batteriordninger for sameier og borettslag som avlaster strømmettet i forbrukstoppene. Noen nettselskaper er i gang med å teste ut markedsløsninger der nettselskapene kan betale for å skru av mange forbrukeres elbilladere ved behov for å avlaste strømmettet, blant annet gjennom prosjektene Norflex og Euroflex.<sup>11</sup>

Økt energiforbruk kan også gi behov for å bygge ut ny nettkapasitet, noe som både gir naturinngrep og er kostbart. Kostnadene til dette betales av alle strømkunder. Husholdningene står for omtrent 30 prosent av strømforbruket, men betaler omtrent 52 prosent av kostnadene i strømmettet. NVEs langsiktige kraftmarkedsanalyse fra 2023 viser også at man forventer at forbruket fra bygg og husholdninger skal gå ned, mens energiforbruket i samfunnet skal gå opp.<sup>12</sup> Det er ikke rimelig at forbrukerne må betale for investeringer knyttet til andres behov. Forbrukerrådet mener at prioriteringene for hvilke virksomheter som får ny tilgang til strøm bør prioriteres etter samfunnsnytte og forsyningssikkerhet for forbrukere.

Forbrukerrådet mener at:

- Det er nødvendig med andre supplerende virkemidler enn bare pris for å sikre overgang til lavenergisamfunn, herunder energisparetiltak rettet inn mot leieboliger og tiltak overfor sårbare forbrukere
- Løsninger og krav til fleksibelt energiforbruk må ta hensyn til at flertallet av forbrukere har liten mulighet til å skaffe seg oversikt over og gjøre store endringer i eget forbruk.

## Kap. 7: Matsystemet må omstilles

NOUen gir en god beskrivelse av utfordringene vi står overfor med dagens matsystem. Vi støtter i all hovedsak utvalgets anbefalinger.

---

<sup>11</sup> [Norflex - Flytter strøm for et smartere nett \(norflextech.no\)](https://www.norflex.no/)

<sup>12</sup> [NVE Rapport nr. 25/2023: Langsiktig kraftmarkedsanalyse 2023: Energiomstillingen – en balansegang](#)



På sikt kan klimaendringer og andre viktige utviklingstrekk, også kalt de fire C-er - Corona (evt. andre pandemier), Conflicts, Climate and Costs - utfordre forutsetningene for egen produksjon eller innførsel av viktige varer, inkludert mat- og fôrråvarer, til Norge. Derfor er det presserende å sikre nasjonale bærekraftige matsystemer. En viktig del av dette er knyttet til å få ned utslippene relatert til matproduksjon.

Matproduksjon bidrar til betydelige klimagassutslipp og andre negative miljøpåvirkninger. Samtidig er mat livsnødvendig og i framtiden må matsystemene våre sikre tilgangen til mat og være bærekraftig både sosialt og for miljøet.

I omstillingen til et bærekraftig matsystem må forbrukernes interesser veie tungt. Det handler om forbrukernes rett til å kunne ta opplyste valg og retten til trygg og helsemessig god mat. Et fremtidig matvaremarked må legge til rette for sunne og bærekraftige matvalg.

Forbrukerrådet mener at det må utvikles en helhetlig plan for å oppnå overgangen til et mer bærekraftig matsystem, der befolkningens behov for å kunne ha et bærekraftig kosthold må stå i fokus. For å sikre forbrukernes tilgang til mat må det norske matsystemet være rustet til å møte klimaendringene.

En slik plan må ha som mål å 1) redusere klimagassutslippene, 2) beskytte naturressurser, biologisk mangfold, matjord, dyrevelferd og forbrukernes helse, og 3) ha en langsiktig god beredskap og sikre matsikkerhet

Vi ønsker i det etterfølgende å komme med noen forslag som vi mener kan bidra til å redusere klimagassutslippene knyttet til matsystemet.

Forbrukerrådet mener at:

- De oppdaterte offisielle kostrådene må utformes med tanke på helse og bærekraftig kosthold
- Myndighetene bør gjennomføre en helhetlig gjennomgang av opplysningskontorenes rolle for å sikre at disse støtter opp under nasjonale mål for konsum med tanke på helse og bærekraft
- Bruk av målrettede avgifter og andre prisvirkemidler for å påvirke atferd i ønsket retning, bl.a. gjennom å innføre differensiert merverdiavgift på mat utfra matvarens næringsverdi og miljøbelastning, slik som redusert mva-sats på frukt og grønnsaker



- Det må stilles krav til produktutvikling som møter forbrukernes ønske om et bærekraftig kosthold, bl.a. ved at det produseres matvarer med mindre klimagassutslipp
- Det er behov for tydelige, bindende og transparente erklæringer fra dagligvarekjedene på hvordan de tilrettelegger for sunnhet og bærekraft i butikk, både når det gjelder produktutvikling, produktplassering, prising og markedsføring
- Barnehager, skoler og eldreomsorgen må legge til rette for et sunt og bærekraftig mattilbud i tråd med nasjonale retningslinjer og kostråd. Offentlige innkjøp må stille krav til ernæring og bærekraft
- Det er nødvendig å sikre en rask oppfølging av Matsvinnsutvalget sine anbefalinger som innføring av aktsomhetskrav, plikt til donasjon og krav til nedprising.

### *Kap. 8: Transport*

Klimautvalget påpeker at en tredjedel av de norske klimagassutslippene kommer fra transport, og disse utslippene er over 25 prosent høyere nå enn det de var i 1990. Utslippene av klimagasser i Norge fra transport i 2021 utgjør anslagsvis 16 millioner tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Om lag halvparten av dette, 8 millioner tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter stammer fra veitransport.

Lavutslippsutvalget forutsetter i sin analyse, som blant annet er omtalt under kap. 3.5, at veitrafikken skal være helelektrifisert i 2050, med unntak av for veteranbiler. Utvalget peker også på at valg som er tatt tidligere knyttet til utviklingen av byer og tettsteder gjør det vanskeligere å få til en omstilling fra privat mobilitet til kollektivtransport og aktiv transport (sykkel og gange) som ville spart både utslipp, ressurser og areal. Utvalget skriver at transportsystemer basert på bruk av privatbil er et eksempel på *stiavhengighet* innenfor byutvikling.<sup>13</sup> Økt utbredelse av privatbiler i midten av forrige århundre gjorde det mulig å bosette seg lenger unna bysentrum, noe som medførte et behov for veibygging, som igjen tilrettela for ytterligere bilbruk. I dag står vi derfor i en situasjon der avhengigheten av privatbil blir forsterket av et utviklingsmønster hvor boliger ofte befinner seg langt fra arbeidsplasser, samtidig som det finnes godt utbygde veinett, og sterke sosiale og kulturelle preferanser for individuell mobilitet.

---

<sup>13</sup> Klimautvalget 2050 omtaler begrepet stiavhengighet bl.a. slik: «*Stiavhengighet handler om valg. Valg tatt på et tidspunkt kan angi retningen for samfunnsutviklingen på en måte som påvirker hvilke valg som er tilgjengelige på et senere tidspunkt.*»



Forbrukerrådet mener at dersom Stortingets ambisjon om tilnærmet 100 prosent fossilfritt nybilsalg skal nås i 2025, er det avgjørende at sentrale elbilinsentiver videreføres på et nivå som ikke sår tvil om fordelene ved å velge nullutslippsbiler fremfor forurensende fossilbiler.<sup>14</sup> I tillegg vil det være behov for å sikre utbygging av en mer landsdekkende ladeinfrastruktur, slik at kjøp av elbil blir et reelt alternativ for bilkjøpere i hele landet, også i distriktene.

### *Utenforskap i kollektivtransporten*

Mange forbrukere opplever at det kan være komplisert å betale for kollektivtransport. Enkelte av dagens betalingsløsninger gjør det utfordrende og vanskelig å betale uten digitale verktøy, noe som betyr at en rekke forbrukere lar være å reise kollektivt. Flere av dagens betalingsløsninger skaper dermed et utenforskap i dette forbrukermarkedet.

Forbrukerrådet gjennomførte i 2022 en bred kartlegging av forbrukernes tilgang til ulike varer og tjenester i forbrukermarkedene, blant et landsrepresentativt utvalg på 2016 personer over 16 år. Funnene i undersøkelsen la grunnlaget for Forbrukerrådets rapport om utenforskap i forbrukermarkedene, som ble publisert i desember 2022.<sup>15</sup> Det fremgår av undersøkelsen at 88 prosent av de som oppga at de bruker kollektive transporttjenester vanligvis betaler og bestiller problemfritt, mens ni prosent oppga at de har hatt betydelige problemer med å bestille/betale det siste året. Tre prosent av respondentene oppgir at de ikke har fått bestilt og/eller betalt.

Det store antallet henvendelser til Forbrukerrådets veiledningstjeneste bekrefter inntrykket fra utenforskapsrapporten om at mange forbrukere opplever selskapenes ulike systemer for bestilling og betaling som hindre for tilgang til transporttjenester. Forbrukerhenvendelsene indikerer at utfordringene er særlig knyttet til kjøp av billetter på blant annet buss og bane, ferger og hurtigbåter.

Regjeringen ved Justis- og beredskapsdepartementet har i forbindelse med høring i september 2022 om forbrukernes rett til å betale med kontanter varslet at det vil bli lagt frem en egen sak om betaling for kollektivtransporttjenester. Forbrukerrådet mener prinsipielt at betalingsløsninger må være enkle, velfungerende, rimelige, sikre og brukervennlige for forbrukerne. Alle skal ha mulighet til å kunne foreta betalinger,

---

<sup>14</sup> Målet om 100 prosent utslippsfrie personbiler og lette varebiler i nybilsalget i Norge i 2025 fikk bl.a. tilslutning fra et enstemmig Storting i forbindelse med behandlingen av Energimeldingen i 2016.

<sup>15</sup> [forbrukerradet-utanforskap-i-forbrukermarknadene-no.pdf](#)



også forbrukere som av ulike grunner ikke har tilgang til bankkontotjenester eller digitale verktøy.

Forbrukerrådet mener at alle skal kunne bruke kollektive transportmidler uten å måtte gjøre forutgående investeringer i dyrt digitalt utstyr. Dersom adgangen til å betale med kontanter i kollektivtrafikken innskrenkes, så må det finnes muligheter for å betale reisen med kontanter eller kort i rimelig nærhet til stedet der forbrukeren skal benytte transporttjenesten, og uten at dette er til ulempe for forbrukeren.

På veien mot lavutslippssamfunnet er det viktig at alle forbrukere får muligheten til å kunne benytte seg av miljøvennlige transporttjenester.

### *Delingstjenester*

Klimautvalget har i liten grad vurdert fremvekst og bruk av ulike delingstjenester innenfor transportsektoren. Mange norske forbrukere vil sannsynligvis ønske å løse sine transportbehov på nye måter i årene som kommer. Arealknapphet og befolkningsvekst i byene kombinert med teknologiutvikling og fremvekst av ulike delingstjenester gjør at det vil bli mer attraktivt for flere å velge å dele kjøretøy med andre snarere enn å eie sin egen bil.

Bildeling kjennetegnes av at man ikke disponerer egen bil, men at man leier den for en spesifikk kjøretur, helgetur eller lignende. Bildeling innebærer dermed stor grad av fleksibilitet, ved at leieperioden kan vare fra et par timer til et par dager eller til og med uker. Hos et bilkollektiv betaler man som regel for bruken av bilen gjennom timesleie eller døgnleie, samt en sum per kilometer.

Bilkollektiver er i realiteten samvirkemodeller der medlemmene eier bilene sammen. En fordel ved å være tilknyttet et bilkollektiv kan være at forbrukeren får tilgang til fordelaktige leiepriser, ettersom bilkollektivene ikke har som formål å gå med overskudd som skal utbetales til eierne. For å bli medlem må man imidlertid belage seg på å betale en engangssum pluss en avgift per måned eller år. En ulempe ved bilkollektivene er dermed at medlemskap gjerne innebærer oppstartskostnader og løpende utgifter. Kostnadene vil likevel sannsynligvis være lavere enn om man må betale for hele bilholdet selv.

Forbrukerrådet mener det må legges bedre til rette for bildelingsløsninger slik at behovet for å eie egen privatbil blir mindre.



## *Kap. 9: Økonomisk aktivitet, velferd og sirkularitet*

Omstilling til en mer sirkulær økonomi forutsetter at forbrukerne er med på laget. Forbrukerrådet forventer derfor at forbrukerperspektivet får en mer sentral plass også i Norge fremover, på linje med den økte rollen og viktigheten forbrukerne har i utformingen av politikk i EU. Norge kan blant annet bli et foregangsland gjennom å gjøre det billigere for forbrukere å ta vare på det vi allerede har fremfor å kjøpe nytt. På den måten kan forbrukerne bli en driver for en mer sirkulær økonomi.

### *Sirkulær økonomi*

Integrering av forbrukerperspektivet i forbindelse med overgang fra en lineær økonomi til en sirkulær økonomi er nært knyttet til elementer som lengre levetid og holdbarhet på produkter. Målet er at forbrukerne sikres produkter av høyere kvalitet som varer lenger og som kan repareres, altså en forlengelse av brukstiden.

EUs økodesignforordning er her av stor betydning. Den ble vedtatt politisk i desember 2023 i EU, og stiller strengere krav til holdbarhet, mulighet for gjenbruk, reparasjon, vedlikehold, energiforbruk, demontering og miljøfotavtrykk. Den inkluderer et forbudt mot destruksjon av usolgte tekstiler. Nye produktgrupper blir vedtatt hvert år, og for å sikre det norske næringslivets tilgang til hele EU/EØS-markedet, oppfordrer Forbrukerrådet regjeringen å ta inn økodesignforordningen i norsk rett så snart som mulig etter vedtak under EØS-avtalen.

Hvilke valg forbrukere tar vil imidlertid fortsatt være viktig. For å kunne ta mer bærekraftige valg må forbrukerne få pålitelig informasjon om hva som er de mest bærekraftige alternativene. I dag er dette umulig å vite og den største barrieren folk opplever er at de rett og slett ikke vet hvilket produkt de bør velge for å velge bærekraftig. Forbrukerne må i kjøpsituasjonen sikres informasjon om produktets forventede levetid, om innhold av helse- og miljøskadelige stoffer i produktene og om muligheter for reparasjon.

Forbrukerrådet mener at:

- Det må bli enklere for norske forbrukere å ta mer miljøvennlige valg. Innføring av reklamasjonsrettigheter og økodesignkrav som bidrar til fremvekst av holdbare produkter på bekostning av produkter som ikke er det må styrkes.
- Rettigheter knyttet til leie av produkter må bedres.
- Merverdiavgiften bør fjernes på reparasjon av blant annet hvitevarer, elektronikk, sykler, klær og sko.
- Det må innføres strengere krav til produkter – produkter må kunne tas fra hverandre og repareres, og reservedeler må være tilgjengelige.



- Det må utarbeides standardisert informasjon til forbruker om tekstiler med hensyn til forventet brukstid, slitasje og holdbarhet. Det må bli lettere å velge klær av god kvalitet som varer lengre.

### *Mer holdbare produkter – styrket reklamasjonsrett*

En styrking av forbrukerrettighetene er i tråd med målsettingen om et mer bærekraftig forbruk. Et godt forbrukervern bidrar til at det blir mindre lønnsomt å selge produkter av dårlig kvalitet og kan derfor gi viktige bidrag til en mer sirkulær økonomi.

Forbrukerrådet mener at:

- Det må innføres informasjonsplikt om reklamasjon. For å øke levetiden på produkter og sikre at forbruker får god informasjon og mulighet til å ivareta sine rettigheter, bør det innføres en plikt til å merke alle produkter med informasjon om reklamasjonstid.
- Det bør utredes hvordan dagens reklamasjonsfrist kan kombineres med en «levetidstilnærming». Minimum levetid for hver produktkategori bør etableres gjennom produktlovgivning (f.eks. økodesign), og bli et utgangspunkt for produktspesifikk reklamasjonstid. Produsenter bør også pålegges å informere om forventet levetid på produkter, for å sikre at informasjon er tilgjengelig i kjøpsøyeblikket.
- Forslag om å heve terskelen for forbrukerklager gjennom å innføre ulike former for klage- og saksbehandlingsgebyrer og verdigrenser må avvises. Slike forslag vil gjøre det dyrere å være forbruker, føre til færre reparasjoner og gi oss et mindre bærekraftig samfunn. Dersom det er behov for å redusere antallet klager og øke kapasiteten i Forbrukerklageutvalget, bør det isteden ilegges et gebyr på næringslivsaktører, noe som vil gjøre det mindre lønnsomt å selge produkter som ikke tilfredsstillt krav til holdbarhet og som det klages mye på.

### *Rett til reparasjon: Det må bli enklere og billigere å reparere produkter*

EUs kommende direktiv om retten til å reparere (R2R: Right to repair) vil være et viktig bidrag i en omlegging fra en lineær økonomisk tankegang basert på «bruk-og-kast», til en sirkulær økonomi hvor ressurser i mye større grad gjenbrukes, ombrukes og resirkuleres. Direktivet vil medføre en ny rett til reparasjon for viktige forbrukervarer, både innenfor og utenfor den lovfestede reklamasjonsfristen.

Direktivet gir imidlertid ingen plikt for medlemsstatene til å innføre økonomiske insentiver som skal fremme reparasjoner. Forbrukerrådet mener at skatter og avgifter i større grad må tas i bruk for å korrigere markedssvikt og fremme en mer effektiv ressursbruk.



I lys av de miljøutfordringene vi står overfor kan vi ikke innrette samfunnet på en slik måte at vi belønnes for å bruke og kaste, mens det skal være dyrt og vanskelig å ta vare på det vi allerede har. Forbrukerrådet mener at vi må bevege oss vekk fra dagens lineære økonomi til en mer sirkulær økonomi.

Forbrukerrådet mener at reduserte mva-satser som fremmer reparasjon og/eller innføring av skattefradrag for reparasjoner vil kunne være hensiktsmessige virkemidler for å oppnå økt sirkularitet. Dette vil også gjøre det mer attraktivt for gründere og etablerte virksomheter å starte opp nye reparasjonsbedrifter og annen næringsvirksomhet som vil kunne støtte opp under det grønne skiftet.

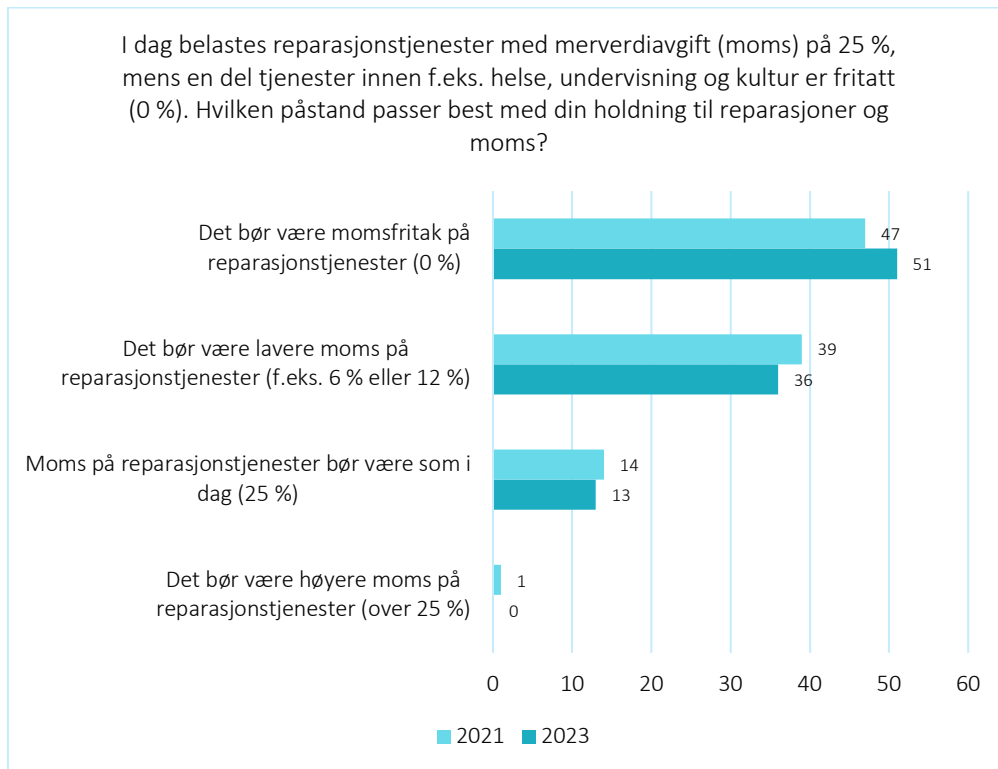
Oslo Economics har høsten 2021 på oppdrag fra Forbrukerrådet utredet effektene av momskutt for reparasjoner av utvalgte produktområder. Konklusjonen er at et momskutt vil ha en høy effekt for hvitevarer ved at flere vil velge å reparere fremfor å kjøpe nytt dersom merverdiavgiften reduseres eller fjernes helt. Et mva-kutt vil på noe sikt også kunne ha god effekt for andre produktgrupper.<sup>16</sup>

Norske forbrukere er opptatt av å ta miljøvennlige valg. Norstat har gjennomført flere befolkningsundersøkelser for Forbrukerrådet, blant annet i 2021 og 2023, som viser at nesten ni av ti ønsker reduksjon eller fritak av moms på reparasjoner. I den siste befolkningsundersøkelsen om sirkulærøkonomi fra februar 2023 oppgir 87 prosent at de mener at moms på reparasjonstjenester enten bør reduseres (36 prosent) eller fjernes helt (51 prosent). Pris fremstår som en åpenbar og viktig barriere for reparasjon, og dette er også et signal om at norske forbrukerne ønsker å være en del av løsningen – ikke problemet.

---

<sup>16</sup> <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2022/01/oe-rapport-2021-63-virkninger-av-a-fjerne-eller-redusere-mva-pa-reparasjon-av-forbrukerverer.pdf>





Kilde: Befolkningsundersøkelser gjennomført av Norstat for Forbrukerrådet i 2021 (N=1003) og 2023 (N=1050).

Norske forbrukere oppgir til Forbrukerrådet at pris på reparasjoner fremstår som en viktig barriere som bidrar til at mange velger å kjøpe nytt fremfor å reparere. Målrettede skatte- og avgiftslettelser som gjør det billigere for folk å reparere, vil dermed også kunne øke andelen forbrukere som velger å reparere fremfor å kjøpe nytt.

Bortfall eller reduksjon av merverdiavgift for reparasjoner vil også være et tydelig signal til næringslivet og gjøre det mer attraktivt både for gründere og etablerte virksomheter å starte opp nye reparasjonsbedrifter og annen næring som vil kunne støtte positivt opp under det grønne skiftet.

Forbrukerrådet vil påpeke at Skatteutvalget i sin utredning NOU 2022:20 om «*Et helhetlig skattesystem*» tok til orde for en bred utredning av tiltak for å fremme sirkulære aktiviteter, herunder også vurdere om det kan gjøres endringer i skatte- og avgiftssystemet for å fremme sirkulære aktiviteter, reparasjoner, gjenbruk og resirkulering (jfr. NOU 2022:20, s. 30 og 424-426).



Forbrukerrådet vil i denne sammenheng minne om at Sverige, i tillegg til å ha innført redusert moms på reparasjoner av sykler, sko, lærvarer, klær og tekstiler, også har innført skattefradrag på reparasjoner av hvitevarer og IT-utstyr (såkalt RUT-avdrag). En drøfting av et slikt skattefradrag bør derfor også være en del av en norsk tilleggsutredning på skatte- og avgiftsområdet knyttet til tiltak som kan fremme sirkulære aktiviteter.

Forbrukerrådet mener at:

- Det bør vurderes å innføre skattefradrag for kjøp av visse reparasjonstjenester i hjemmet, herunder reparasjoner av viktige forbrukervarer som kjøleskap, vaskemaskiner og andre hvitevarer.
- Merverdiavgiften bør fjernes eller reduseres kraftig på reparasjoner av bl.a. hvitevarer, fjernsynsapparater, datamaskiner, mobiltelefoner og annen småelektronikk, møbler, sykler, klær og sko.
- Norge bør ta initiativ i EU til at prinsippet om fritt verkstedsvalg, som er innført for biler, også skal gjelde for elektronikk og større husholdningsprodukter. Sertifiserte frittstående reparatører bør gis rett til innsyn i reparasjons- og servicemanualer til f.eks. datamaskiner, nettbrett, smarttelefoner, komfyrer, oppvaskmaskiner, vaskemaskiner, med mer.
- Det bør utredes hvilket ansvar større salgskjeder bør ha for å gjøre reparasjoner og deler tilgjengelige utover reklamasjonsfristen for produkter de selger.

Det er blitt unødvendig dyrt og utfordrende å ta vare på det vi allerede har, og det gjør det vanskelig for oss forbrukere å ta gode miljøvalg i hverdagen. Umulige eller svært kostbare reparasjoner er et stadig større problem. Det må bli både enklere og billigere å reparere viktige forbrukervarer. Alle produktets deler bør kunne repareres eller skiftes ut til en pris som oppfordrer til reparasjon fremfor nyinnkjøp.

### *Mva-kutt innenfor brukthandel*

Markedet for kjøp og salg av brukte varer er i vekst i Norge. Likevel ligger nordmenn på topp i europeisk sammenheng når det gjelder bruk-og-kast. I dag må det betales merverdiavgift når man kjøper en brukt vare, til tross for at noen allerede har betalt moms for produktet. Dette gjør det enklere og mer attraktivt for forbrukerne å velge å kjøpe nytt fremfor brukt, og det gjør det vanskeligere for bedriftene å legge om til sirkulære forretningsmodeller.

Undersøkelser viser at pris er viktig når forbrukere velger hvilken vare de skal kjøpe. Et momsfritak på brukte varer vil derfor kunne være et velegnet tiltak som kan bidra til å øke andelen bruktkjøp i Norge.



Forbrukerrådet mener at:

- Merverdiavgiften knyttet til brukthandel bør fjernes.
- Fritak for mva på brukthandel kan stimulere til mer brukthandel på bekostning av mindre bærekraftige nyinnkjøp.

### *Leie av ting: Forbrukerrettighetene må styrkes i en ny forbrukertjenestelov*

Et grønt skifte nødvendiggjør at det legges til rette for at forbruket endres fra å eie til å leie, låne, dele og lease mer. Forbrukerrettighetene ved leie av ting er i dag for svake. For å få flere til å leie framfor å eie og bidra til at delingsløsninger får større gjennomslag og betydelig klimaeffekt, må forbrukers rettigheter ved leie av ting styrkes. I dag er leie av ting altfor utrygt, og helt grunnleggende forbrukerrettigheter som prisavslag, heving og erstatning ved mangler er ikke på plass. Norske myndigheter bør utrede behovet for en ny lov som regulerer leie av ting. Gode forbrukerrettigheter og trygge produkter er helt sentrale for at forbruker skal velge å reparere, låne, leie eller lease produkter.

Forbrukerrådet mener at:

- Forbrukere må sikres samme nivå av rettigheter og beskyttelse i et tjenestesamfunn som ved kjøp av varer. Det bør oppnevnes et eget offentlig utvalg som skal utrede hva sirkulærøkonomi med mer vekt på tjenester betyr for forbrukerrettighetene, herunder en ny lov som regulerer leie av ting.
- Virkemiddelapparatet må tilpasses utvikling av nye forretningsmodeller, og stimulere til nye forretningsidéer der det legges til rette for at det blir enklere å dele, låne, leie, bytte og kjøpe brukt.

## **Kap. 11: Norges fotavtrykk**

Lavutslippsutvalget peker på at i global målestokk så er norsk forbruk svært høyt og vi har et betydelig miljøfotavtrykk. Miljødirektoratet har i 2024 for første gang publisert beregninger av Norges forbruksbaserte utslipp. Beregningen gjelder for 2020, og estimatet er at forbruket av varer og tjenester i husholdninger, næringsliv og offentlig sektor bidro med et samlet klimagassutslipp på 70 millioner tonn, hvorav omtrent halvparten kommer fra husholdningenes forbruk.<sup>17</sup> Til sammenligning viser det territorielle klimaregnskapet utslipp på 48,9 millioner tonn.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> [Utslipp av klimagasser fra norsk forbruk er beregnet - Miljødirektoratet \(miljodirektoratet.no\)](https://www.miljodirektoratet.no/utslipp-av-klimagasser-fra-norsk-forbruk-er-beregnet)

<sup>18</sup> [Klimagassutslippene gikk ned i 2022 – SSB](#)



Ifølge OECD så har Norge det tredje høyeste materielle forbruket av alle OECD-land (jfr. kap. 9.4 i NOU 2023:25, side 178).

Forbrukerrådet mener at fotavtrykket ved dagens forbruksmønster på om lag 13 tonn per person er altfor høyt, og må reduseres betydelig.

Forbrukerrådet støtter utvalgets vurdering av at utslipp som per i dag ikke inngår i det norske utslippsregnskapet, men som likevel er knyttet til materielt forbruk i Norge, må telles med og reduseres. Det forbruksbaserte regnskapet viser at i overkant 60 prosent av disse utslippene fant sted i andre land.

De globale klimaendringene skjer uavhengig av hvor utslippene skjer, og en helhetlig klimapolitikk bør derfor også omfatte utslipp som følge av vårt forbruk av importerte varer. Det er også nødvendig å sikre at tiltak i Norge ikke ender opp med å øke utslippene andre steder i verden for eksempel gjennom flytting av miljøskadelig og utslippsintensiv produksjon.

Forbrukerrådet mener det er nødvendig å regnskapsføre alt vi gjør som påvirker miljøet på en lett og forståelig måte både for forbrukere og myndigheter. Et forbruksbasert klimaregnskap må også synliggjøre det importerte fotavtrykket av forbruket vårt. Ved å sette tall på det, synliggjøres det også hvilke tiltak som er nødvendige for å gjøre noe med det. Et slikt regnskap vil sette forbrukeren i sentrum og vil danne et godt grunnlag for å innføre virkningsfulle tiltak og virkemidler.

Forbrukerrådet støtter derfor at det norske utslippsregnskapet forbedres og videreutvikles slik at relevante utslippskilder som i dag ikke inngår i dette regnskapet blir tatt med.

### ***Kap. 15: Virkemiddelbruk for omstilling***

Forbrukerrådet mener det er positivt at utvalget har gått grundig inn i hvilke virkemidler som virker, og samspillet mellom ulike virkemiddel. Forbrukerrådet har særlig merket seg at forskningen viser at virkemidler som treffer rettferdig både økonomisk, geografisk og overfor minoriteter har mer støtte i befolkningen. Universelle ordninger, som treffer alle forbrukere, har ofte lenger varighet enn behovsprøvde ordninger.

Forbrukerrådet mener utvalget argumenterer godt for at økonomiske virkemidler ikke alltid vil være det mest hensiktsmessige. Det henger både sammen med at økonomiske virkemidler gir ytre motivasjon som igjen kan svekke indre motivasjon



der folk ønsker å ta valg som reduserer klimagassutslipp. Økonomiske virkemidler kan også oppleves å treffe urettferdig. Utvalget peker blant annet på at prinsippet om at forurenser betaler kan oppleves som urettferdig dersom for eksempel velstående individer kan fortsette uendret med en karbonintensiv livsstil ved å betale for det, mens de med dårligere råd blir nødt til å tilpasse seg og endre atferd.

Lovendringer kan også virke normativt slik at lovstyrt endring av adferd også bidrar til å endre holdninger og normer over tid. Ett eksempel på dette var innføringen av røykeloven i sin tid. For forbrukerne vil det ofte være en fordel at miljøskadelige produkter ikke er tilgjengelige i markedet, gjennom at det ikke er tillatt å selge slike varer. Dette kan blant annet gjelde produkter med høyt innslag av ulike giftstoffer.

Forbrukerrådet merker seg at dette i liten grad følges opp i utvalgets forslag til endring på energifeltet, der høy kraftpris som et rent økonomisk virkemiddel skal sikre adferdsendring.

Informasjon kan både være i form av holdningskampanjer, men kan også målrettes gjennom mer konkrete veiledningstilbud for forbrukere som ønsker å endre adferd. Det må også sikres gode, lett forståelige og verifiserbare merkeordninger slik at forbrukerne har mulighet til å ta gode valg.

### **Grønnvasking**

Grønnvasking er en stor barriere for mer bærekraftig produksjon og forbruk. Det svekker tilliten til de konkrete produktene og firmaene som blir avslørt for å gjøre grønnvasking. Tre av ti forbrukere får også mindre tillit til andre miljømerkeordninger, inkludert de som krever dokumenterbare resultater.

Den Europeiske forbrukerorganisasjonen BEUC har gjennomført en undersøkelse om «*Green claims*» i en rekke europeiske land, inkludert Norge, og som også ble gjennomført i Australia og USA.<sup>19</sup> Undersøkelsen viser at mange ønsker å velge bærekraftig, men mange forbrukere overveldes av mange ulike merkeordninger og påstander om miljøvennlige, klimavennlige eller bærekraftige produkter og tjenester. Halvparten av forbrukerne mener at dette er markedsføringsteknikker som ikke reflekterer produktenes miljøpåvirkning. Undersøkelser av merkeordninger bekrefter mange av forbrukernes bekymringer, der mer enn 40 prosent av påstandene ikke er dokumentert og mer enn halvparten gir vag, misledende eller

---

<sup>19</sup> [BEUC-X-2023-149 The Great Green Maze How environmental advertising confuses consumers.pdf](#)



ubegrunnet informasjon. Det er ikke rart det er vanskelig å ha oversikt når det finnes hele 230 merkeordninger om bærekraft bare innenfor EU.<sup>20</sup>

Opinions undersøkelse viser at om lag to av tre (68 prosent) velger produkter med merking slik som Svanemerket, Dyrevernermerket eller FairTrade-merket. Kun 15 prosent mener det er lett å finne informasjon om hvor bærekraftig selskaper er. Den viser også til at mens det tidligere var 41 prosent som hadde tillit til hvordan bedrifter kommuniserer påstander om bærekraft, så har dette nå falt til 25 prosent. Det er bare 13 prosent som mener at bedrifter i sine markedsføringskampanjer og i reklame i stor grad snakker sant, uten å bedrive grønnvasking.

Opinion trekker i sin undersøkelse «*Forbruker og bærekraft 2023*» fram at det snakkes mer om bærekraft samtidig som de globale utslippene øker og det går feil vei også for mange andre miljøindikatorer. Denne utviklingen er et bidrag til en økende grad av klimaapati, særlig blant unge som ikke opplever at deres valg og handlinger har betydning. Det bidrar også til at færre tror at deres egne handlinger har effekt.

En del bedrifter hevder i økende grad at klimagassutslippene knyttet til produktene deres har blitt «kompensert for» eller at hele virksomheten deres er «karbonnøytral». Konseptene «kompensasjon», «kompensering» og «nøytralisering» beskriver ideen om at klimaskadene forårsaket av klimagassutslipp kunne bli reversert gjennom «kompenserende aktiviteter», som for eksempel skogplanting. Det underliggende premisset er at klimapåvirkningen av slike kompenserende aktiviteter er tilsvarende klimapåvirkningen av klimagassutslipp, og dermed oppveier dem.

Forbrukerrådet vil minne om at markedsføringsloven krever at markedsføringspåstander skal være faktisk korrekte og ikke villedende. Klimanytte tilskrevet kompenserende aktiviteter er betydelig mindre sikre enn klimaskade forårsaket av klimagassutslipp, noe som betyr at det ikke kan antas noen ekvivalens mellom de to. Kompensasjonspåstander må derfor anses som faktisk feil. Uten ekvivalens kan kompenserende aktiviteter ikke oppnå den markedsførte «kompensasjonen», «nøytraliseringen» eller «kompenseringen» av klimaskadene forårsaket av klimagassutslipp. Dette er tilbøyelig til å påvirke de valgene som forbrukere som er bekymret for klimaet tar, noe som betyr at kompensasjonspåstander utgjør villedende kommersielle praksiser.

---

<sup>20</sup> [Green claims \(europa.eu\)](https://europa.eu)



EU følger opp grønnvasking i to sentrale direktiver, henholdsvis direktivet om forbrukermakt i det grønne skiftet, og direktivet om miljøpåstander og miljømerking, «*Green claims directive*». I direktivet om forbrukermakt i det grønne skiftet er det innført forbud mot flere miljøpåstander, herunder generelle miljøpåstander uten bakgrunnsinformasjon, påstander om klimanøytrale produkter og tjenester, og forbud mot for tidlig foreldelse. Direktivet om «*Green claims*» skal hindre selskaper i å komme med villedende påstander om miljø og bærekraft og gi forbrukerne større sikkerhet for at produkter som er merket miljøvennlig faktisk er det. Direktivet forhandles i EU nå. Forbrukerrådet oppfordrer regjeringen til å ta inn slike forbud i norsk rett eller vedta lignende regelverk i Norge så snart som mulig.

*Oslo, den 30. januar 2024*

Med vennlig hilsen  
Forbrukerrådet

Inger Lise Blyverket (s.)  
Administrerende direktør

Gunstein Instefjord (s.)  
Leder forbrukerpolitikk