

Från ord till handling

Handelns roll i utvecklingen av hållbara och hälsosamma matvanor

Projektet "Från ord till handling – handelns roll i utvecklingen av hållbara och hälsosamma matvanor" har haft som syfte att fördjupa förståelsen av hur dagligvaruhandeln kan bidra till att omsätta samhällsambitioner om hållbarhet och hälsa i praktiken.



Dagligvaruhandeln utgör en central länk i livsmedelskedjan – den plats där produktion möter konsumtion och där kundens beslut formar framtidens matvanor. Både konsumenter och handlare vill i grunden samma sak: att bidra till en positiv utveckling för både människor och miljö. Men trots höga ambitioner på båda sidor uppstår ett tydligt glapp mellan ord och handling. Konsumenterna uttrycker en vilja att handla hållbart och hälsosamt men möter butiksmiljöer som inte alltid stödjer dessa intentioner. Handeln har å sin sida verktyg och kunskap för att påverka kundernas val, men hindras ofta av interna strukturer, försäljningsmål och kampanjlogik.

Utmaningar och möjligheter

Projektet har kombinerat två empiriska perspektiv – en konsumentstudie och en butiksstudie – som speglar varandra. Konsumentstudien visar till exempel att vägen från god vilja till faktisk handling försvåras av fem typer av störningar: budskapsbrus, autopilotbeteenden, upplevt pris, värdekrockar och oklarheter i valen. Tillsammans skapar dessa hinder en vardagsmiljö där beslut fattas snabbt, ofta på rutin, och där reflektion får liten plats. När intentionerna inte omsätts i praktiken använder konsumenter olika förklaringar och berättelser för att legitimera sina val – till

exempel att hänvisa till pris, tidspress eller familjens preferenser. På så sätt normaliseras beteenden som går på tvärs med de egna värderingarna. Butiksstudien visar att handeln besitter en djup förståelse för hur konsumenter agerar i butik, men att denna kunskap kan utnyttjas ytterligare för att stödja arbetet med att utveckla hållbara och hälsosamma matvanor. Handeln vet hur pris, placering och kommunikation påverkar beteende – det är dess kärnkompetens – men samma logik används främst för att driva försäljning. Samtidigt vittnar butikschefer om vilja och engagemang: de ser möjligheterna att påverka, men upplever otydliga mandat och strukturella hinder. Deras roll som "ambassadörer" mellan centrala strategier och den lokala verkligheten framträder som avgörande för att omsätta målen i praktiken.

Påverka och möjliggöra hållbara val

En central slutsats i projektet är att handeln och konsumenten måste gå i takt. Det är först när butikens struktur, kommunikation och incitament stödjer konsumentens vilja som verklig förändring kan ske. Att gå i takt innebär att använda butikens praktik – sortiment, pris-sättning och kampanjer – för att förstärka kundernas intentioner snarare än att



motverka dem. Det innebär också att bekräfta att ansvaret är delat: handeln kan inte vänta på att konsumenterna förändras, och konsumenterna kan inte förväntas bära hela ansvaret själva.

Projektet pekar ut två huvudsakliga strategier för att minska gapet mellan ord och handling:

- **Göra det lätt att välja rätt.** Handeln kan använda sina befintliga verktyg – pris, exponering, sortiment och kommunikation – för att synliggöra och lyfta fram de produkter som bidrar till hållbara och hälsosamma val. Genom att minska informationsbruset och skapa tydlighet kan butiken hjälpa konsumenten att välja rätt, även när besluten fattas snabbt och på rutin.
- **Göra det svårare att välja fel.** Handeln kan successivt fasa ut produkter som inte bidrar till hållbarhet eller hälsa, eller ge dem mindre exponering. Samtidigt kan man

utveckla attraktiva, prisvärda och hälsosamma alternativ – särskilt inom handelns egna varumärken, där möjligheterna att styra produktion, kvalitet och pris är som störst.

Samverkan för verklig förändring

Förändring kräver dock samarbete genom hela kedjan – från leverantör till butik och konsument. Handeln har en särskild position att driva på leverantörer mot mer hållbara produkter och att genom gemensamma initiativ stärka hela branschens bidrag till folkhälsa och klimatmål. Projektet visar att förflyttningen mot mer hållbara och hälsosamma matvanor inte handlar om att förändra människors vilja, utan om att forma de strukturer som gör det möjligt att agera i linje med redan formulerade intentioner. När handelns logik och konsumentens intentioner samspelar, när hållbara alternativ blir både prisvärda och synliga, och när butiken blir en arena för förändring snarare än för impuls och vana – då kan ord faktiskt bli till handling. ■

Projektnamn: Från ord till handling – handelns roll i utvecklingen av hållbara och hälsosamma matvanor

Projektledare: Jens Hultman

Övriga projektdeltagare: Christian Fuentes, Maria Nyberg, Heléne Tjärnemo, Axel Welinder

Beviljat anslag: 1 989 000 kronor

Projekttid: september 2023–augusti 2025



Handelsrådet | 103 29 Stockholm
Besöksadress: Regeringsgatan 60
Telefon växel 010-471 85 80
www.handelsradet.se