

PLASTKAMPEN

– att guida hushåll till en
minskad plastkonsumtion



Onödigt med onödig plast

Hur mycket kan konsumenter minska på sin plastkonsumtion? Genom Plastkampen har vi undersökt om det går att få till en beteendeförändring.

Vi lever i en värld där plast blivit en självklar del av vardagen. Plast är ett fantastiskt material som till exempel kan minska matsvinn, säkerställa en god hygien i sjukvården och göra transporter mindre energikrävande. Nödvändig plast helt enkelt. Det är den onödiga plasten vi behöver minska. Det är plast som med fördel kan bytas ut till flergångsalternativ, mindre resursslukande material eller helt slopas.

I Sverige sätts årligen knappt 1,1 miljoner ton plastråvara ut på marknaden. 99% av all plast tillverkas av fossil råvara. Tillverkningen kräver mycket energi, tillsatsämnen och stora resurser med en råvara som dessutom sinar. Biobaserad plast är ett klimatsmartare alternativ, men kräver också resurser vid framställningen och kan innehålla skadliga ämnen.



84%
upplever att det är
för mycket onödig plast
i vardagen.

Källa: Norstat, 2025

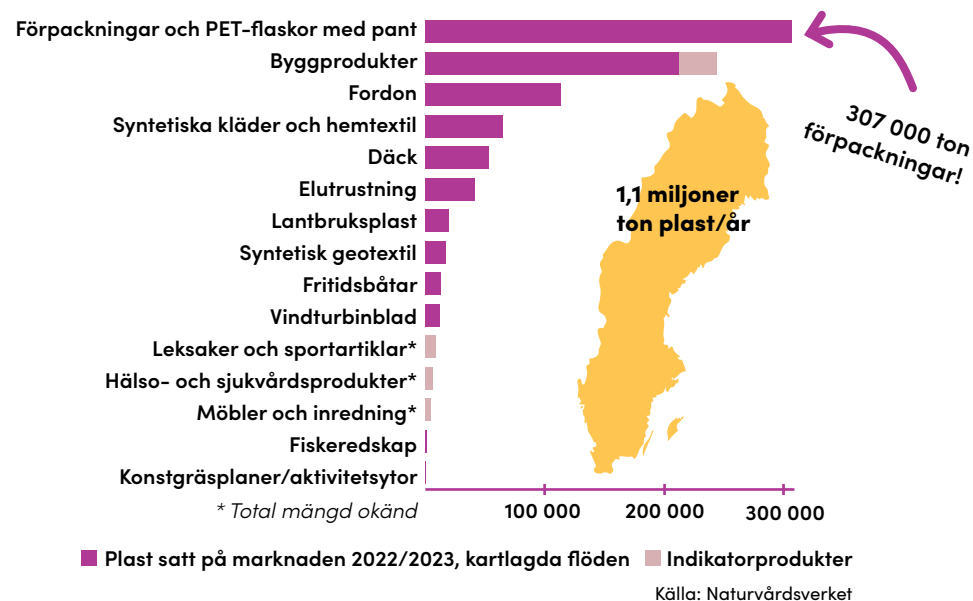
Enligt vår opinionsundersökning tycker 8 av 10 att det är för mycket onödig plast i vardagen, och 9 av 10 vill ändra på sina konsumtionsvanor. Något vi också sett hos deltagarna i Plastkampen.

9 av 10
är villiga att **ändra sina konsumtionsvanor** för att minska sin användning av onödig plast

Källa: Norstat, 2025

Några exempel på onödig plast:

–för stora förpackningar, dubbelinplastade eller överförpackade produkter, grupperingsplast, engångsplast som kan ersättas med flergångs.



Guide för minskad plastkonsumtion

Sedan 2023 har vi deltagit i EU-projektet **BALTIPLAST** som syftar till att minska mängden engångsplast och plastförpackningar i Östersjöregionen. Projektet är medfinansierat av EU:s Östersjöprogram Interreg och samlar 24 organisationer från 6 länder runt Östersjön.

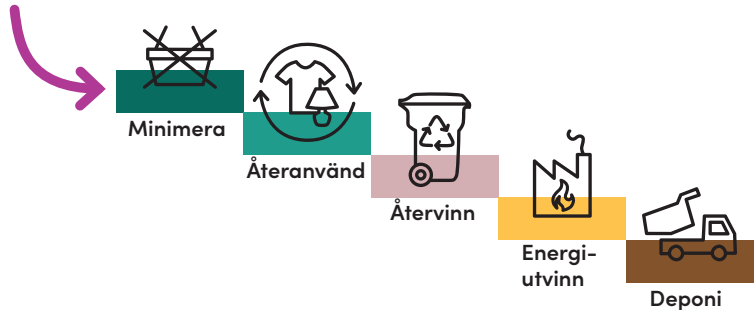
Vår roll i projektet har varit att utforska åtgärder för att minska hushållens avfall från engångsplast och plastförpackningar. Detta har resulterat i **Plastkampen**: en plastutmaning för hushåll som vill minska sitt plastavfall.

Denna guide bygger på våra erfarenheter av hur man kan engagera hushåll att bli mer hållbara plastkonsumenter. Vi går igenom upplägget för Plastkampen och vad konsumenter behöver för att minska sin plastkonsumtion. Vi hoppas att guiden kan inspirera aktörer som kommuner, avfalls- och bostadsbolag m.fl. som vill göra liknande satsning.

Plastkampen guidar konsumenter till nya beteenden

Vi har undersökt konsumenters beteenden kopplat till plast, och vilka hinder och möjligheter som finns för att gynna hållbara konsumtionsvanor. Och vi kan konstatera att konsumenter är villiga att ändra beteenden och testa nya lösningar, men de behöver stöd. Genom att informera och synliggöra konkreta alternativ till onödigt plast – som hur det går till att köpa olika varor i lös vikt, var det är möjligt att ta med sin egen förpackning eller vilka serveringar som har ett etablerat retursystem – guidar Plastkampen konsumenter till mer hållbara val.

Avfallshierarkin visar vilka insatser som ska prioriteras när det gäller avfall. Plastkampen fokuserar på det högsta och viktigaste steget – att förhindra att avfall uppstår från början.



Beteendeförändring – steg för steg

Plastkampen är uppdelat i tre steg under sex veckor. För att gå med i Plastkampen registrerar deltagarna sin mejladress till ett nyhetsbrev. De får då löpande mejlutskick under 6 veckor – som en egen plastcoach i fickformat. Utöver att få guidning genom de tre stegen, får deltagarna lära sig mer om olika typer av plast, om plaståtervinning, lagstiftning och såklart tips och inspiration för att minska på den onödiga plasten i vardagen.

Plastkampen är inspirerad av den transteoretiska modellen för beteendeförändring, en teori som beskriver hur beteendeförändring på individnivå sker i en stegvis process genom olika stadier. Modellen tar avstamp i de psykologiska aspekterna av att inte ha kännedom om problemet, till att vidare få kunskap och förbereda sig på att ändra sitt beteende. De sista stegen handlar om att testa på det nya önskade beteendet och fortsätta med det.



Plastkampens innehåll är utformat för att ge rätt stöd till deltagarna i varje steg, den transteoretiska modellen för beteendeförändring (Prochaska och DiClemente, 1983).

Mejlutsickiken följer den transteoretiska modellen genom att börja på en grundläggande nivå med förklaring av problem och verka motivationshöjande, till att vidare inspirera till stegvis förändring.



– vilken plast hamnar i soppåsen under en vecka?



– utifrån tips och utmaningar testas olika sätt att minska hushållets plastkonsumtion under fyra veckor.

Plastkassen – steg 2

Här har vi samlat några tips som kan hjälpa dig att minska ditt avfallspåslag och påfyllningsproblemen förare för det något du redan gör. Tipsen för att återvinna även återvinna till slut i steg 3 kommer du till kan du hjälpa till med till slut i steg 3.

STRATEGI FÖR DIN PLASTKASS:

- MINIMERA UTVÄXEL** Var försiktig! Vi kan inte ta ut utgående plan.
- ÅTERVINN** Fyllning i lagring på den sida som inte har givare av återvinning.
- VÄJ KÖRT SMART** När du vill ha återvinning av utgående plan, vill du ha återvinning av utgående plan.
- PÅFYL** Sprid ut Planen och återvinning av utgående plan.

I BUTIKEN

- Kolla upp var du kan hitta dina planer och vilka som är utgående planer i butikens planer.
- Ta med dig återvinning av utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.

I HEMMET

- Öppna upp Planen och återvinning av utgående planer i butikens planer.
- Kolla upp var du kan hitta dina planer och vilka som är utgående planer i butikens planer.
- Ta med dig återvinning av utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.

PÅ SPRÅNG

- Kolla upp var du kan hitta dina planer och vilka som är utgående planer i butikens planer.
- Ta med dig återvinning av utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.

PÅFYL / SPRID

- Kolla upp var du kan hitta dina planer och vilka som är utgående planer i butikens planer.
- Ta med dig återvinning av utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.
- Vill du ha utgående planer i butikens planer, vill du ha utgående planer i butikens planer.



Nu kollar vi igen – har plasten i soppåsen minskat?

Plastkampen – steg 3

Äls du att du delar med dig hur mycket plastavfallslösningen och återanvändning du gör och vilka saker du använder under helgen? Skicka in plasten senast på torsdag!

Skicka in dina plasten i lådan! Fyll på med egna kategorier. Skicka till vi vill!

INVÄGNINGAR:

1. Väg plasten (eller bestämma om källa) i gram

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2. Räkna på procent!

Sätt upp på kylen & börja kalla plasten!

LIVSMEDELS-FÖRPACKNINGAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Påsar frukt och grönt

Marm & sm

Frysäsk

Färdigmat

Kött & chark

Skaffer

Frost, kaker & bns

Snöskia & glass

Gula

Färdiga (pasta, sopor)

Skaffer

Tuba smör

Kylskaff

Ät-livsmedel

Fler kategorier:

FÖRPACKNINGAR - EJ LIVSMEDEL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Plastpapper

Plast & plast

Applik

Tyck & stål

Skivpapper

Taksk

Skivpapper

Hem & inredning

Sneg

Köder

Plast

Skivpapper

Skivpapper

Skivpapper

Plast

ÖVRIG ENGÅNGSPLAST (sorteras som restavfall)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Servis (papper, plast, metall)

Servis

Dokumenter (papper, kartong)

Plast (papper, kartong, metall)

Fler kategorier:

Resultat

Onödig plast väcker både engagemang och frustration hos konsumenter. I skrivande stund har över 200 hushåll deltagit i Plastkampen. En tydlig majoritet av de som anmält sig har varit kvinnor, som i sin tur engagerat fler i sina hushåll.

Motivation och engagemang

Många anger plastens miljöpåverkan som den största anledningen till att vilja delta i Plastkampen. Även önskan om att få koll på sin egen plastkonsumtion och hjälp till att förändra sina vanor är vanligt. En annan orsak som nämns är frustration kring mängden plast i vardagen.

”Vill bidra till en bättre miljö för mina barns generation”

Deltagare i Plastkampen

”Jag blir så irriterad på att det alltid blir så mycket plastavfall och hoppas få lite hjälp att minska det”

– Deltagare i Plastkampen

De flesta deltagarna fullföljde programmets samtliga sex veckor, men med varierad engagemangsnivå. Vissa svarar på enkäter, inventeringar, frågor och utmaningar, medan majoriteten enbart följer mejlutsikten.

Deltagarna i Plastkampen kan verka som förebilder och inspirera sin omgivning med sin plastminimeringsresa. För att nå ut till den breda allmänheten kan Plastkampen med fördel kombineras med en bredare kampanj om hållbar plastanvändning i vardagen som når ut till fler än bara deltagarna.

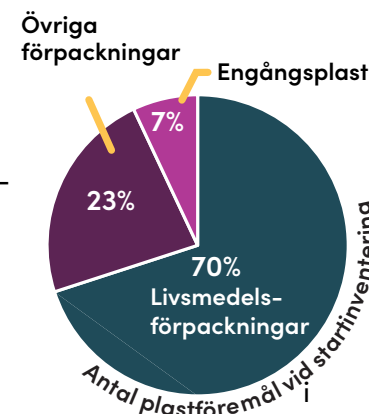
Gemensam kick-off gav stort engagemang

Plastkampens första omgång inleddes med en fysisk kick-off för deltagarna, med föreläsning samt mat och dryck. Det skapade ett större engagemang under Plastkampen, men kräver också mer resurser från arrangören.

Plastavfall före och efter

Allra flest plastföremål som uppstod i hushållens plastavfall var från livsmedelsförpackningar. De är dock i många fall nödvändiga, eftersom de förlänger hållbarheten och minskar matsvinn. Trots minskad plastvikt ökade antalet livsmedelsförpackningar något vid slutmätningen. För de två andra kategorierna lyckades deltagarna minska på antalet plastföremål, vilket kan bero på att det fanns mer onödig plast de två kategorierna.

Av de hushåll som rapporterat in sin plastinventering minskade plastvikten med i genomsnitt 33% per person. Det motsvarar 3,6 kg per person och år. I den subjektiva utvärderingen svarar dock enbart 3 av 10 att de upplever att deras plastkonsumtion minskat.



Genomsnittlig minskning av plastvikt per person



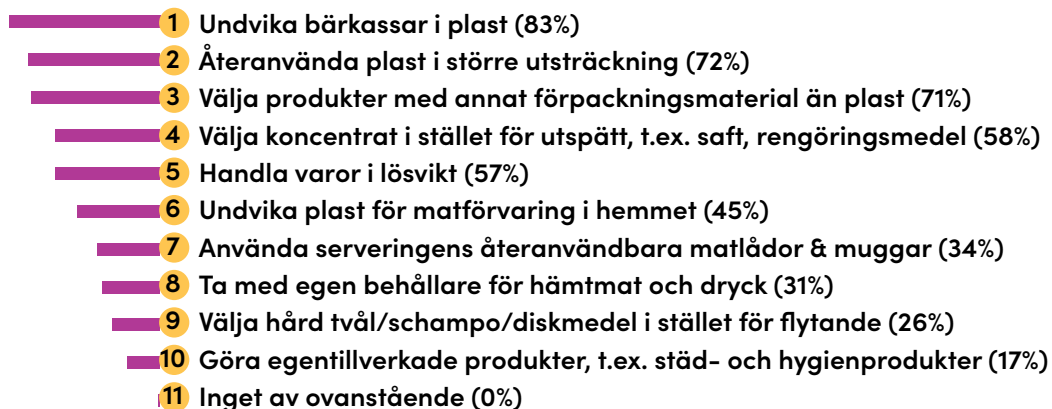
Populära sätt att minska på plasten

När vi frågat deltagarna i Plastkampen vilka åtgärder för att minska på plasten de tar med sig vill de främst fortsätta med att handla i lösvikt och ta med egen behållare för hämtmat.

Enligt vår opinionsundersökning ser vi däremot att handla i lösvikt och att ta med egen behållare inte är bland de mest attraktiva lösningarna för konsumenter. Där är istället den mest populära åtgärden att undvika bärkassar av plast, följt av att återanvända plast i större utsträckning samt välja produkter av andra material.

Det verkar därför som att Plastkampen bidrar till att deltagarna upptäcker och tar till sig hållbara vanor som för konsumenter generellt sett upplevs som mindre attraktiva.

FRÅGA: Vad skulle du kunna tänka dig att göra för att minska din användning av onödig plast?



Källa Norstat, 2025

Hinder för minskad plastkonsumtion

Det största hindret för att minska på sin plastanvändning är, enligt deltagarna i Plastkampen, det dåliga utbudet. Särskilt ekologiska varor anges som en utmaning att hitta utan onödig plast.

"Många saker finns inte att köpa utan plastförpackning"

Deltagare i Plastkampen

Det stämmer väl överens med vår opinionsundersökning, där 4 av 10 anger att det största hindret är avsaknaden av bra alternativ. Andra hinder som anges är att det är för krångligt samt att de är osäkra på vad de ska välja istället.

FRÅGA: Vilket är det största hindret för att minska användningen av onödig plast i din vardag?



Källa Norstat, 2025

Vägen till en hållbar plastanvändning

Konsumenters roll

Det är inte konsumenters ansvar att lösa den stora plastutmaningen. För att nå verklig förändring måste den onödiga plasten strypas i första steget, alltså innan den ens uppstår. För att lyckas med det är lagar och regler nödvändigt. Konsumenter kan göra hållbara val vid konsumtionstillfället – om det finns bra alternativ och miljön tillåter det.

Lagstiftning som stöttar

Det händer mycket på lagstiftningsfronten. Äntligen! Konsumenterna är redo att minska på den onödiga plasten, och här är lagstiftning centralt för att underlätta för konsumenter i vardagen.

Engångsplastdirektivet trädde i kraft 2022 i Sverige och har redan hunnit förbjuda plastkonfetti och engångsmuggar i plast. Sedan januari 2024 finns regler för att erbjuda återanvändbara lådor och muggar vid takeaway, och nya regler införs för ökat innehåll av mängden återvunnen plast i dryckesflaskor. Bland annat.

PPWR – (Packaging and Packaging Waste Regulation) EU:s nya förpackningsförordning som träder i kraft i augusti 2026 innehåller en mängd nya regler för att minska onödig plast och förpackningsskräp. Bland annat kommer grupperingsplast och överförpackade produkter förbjudas, regler för att erbjuda påfyllningsstationer i butik införs, och förbud mot servering i engångsplastförpackningar på restaurang att introduceras. Än så länge är det få konsumenter, bara 30 procent av de tillfrågade i vår opinionsundersökning, som känner till de kommande reglerna.

De nya reglerna kommer definitivt hjälpa konsumenter i sina plastkamper. Men det krävs att utformningen av de nya lösningarna är tillgängliga för att konsumenter enkelt ska kunna använda sig av dem i vardagen.

Ett exempel på mindre lyckad implementering (än så länge) är erbjudandet om återanvändbara lådor och muggar vid takeaway. Knappt 1 av 10 takeaway-köpare har blivit erbjuden ett flergångsalternativ, visade en Novusundersökning från 2025 som Håll Sverige Rent låtit göra.



Fler borde erbjudas flergångs!

Lätt att välja rätt

Här finns ett glapp mellan lagstiftning och konsumenters vardag. För att lyckas göra oss kvitt onödig plast måste vi göra det enklare att välja rätt. Plastkampen har givit konsumenter ökad kunskap om plastens påverkan och visat att hållbara alternativ finns. Vi har sett att det finns ett stort engagemang och vilja till förändring hos konsumenter. Nu behöver vi skapa förutsättningar för hållbara vanor som fungerar i vardagen.

Plastkampen har varit en övning i framtidens konsumtion. Nu är det dags att göra den framtiden möjlig på riktigt.

Våra förslag på konsumentvänliga lösningar:

- **Designa miljöer utan onödig plast** – som gör det enkelt att välja hållbara alternativ.
- **Guida konsumenter till en hållbar plastanvändning** – genom breda informationskampanjer och riktade satsning som Plastkampen.
- **Säkerställ att lagstiftningen följs** genom tillsyn av engångsplastdirektivet och i framtiden av PPWR.

Snart är det hejdå med onödiga plastförpackningar!

Material-bank

Anmälän till Plastkampen:
www.sverigeskonsumenter.se/plastkampen

Testa själv eller dela länken vidare!

Här har vi samlat det material som vi tagit fram till Plastkampen.
 Inspireras gärna eller låna rakt av!

Plastkampen – steg 1
 Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen.

INVÄGNINGAR:

1. Räkna plasten!
 2. Väg plasten!
 3. Skriv ner!
 4. Starta upp på!
 5. Skriv ner på!
 6. Skriv ner på!
 7. Skriv ner på!
 8. Skriv ner på!
 9. Skriv ner på!
 10. Skriv ner på!

LIVSMEDELS-FÖRPACKNINGAR

FÖRPACKNINGAR – EJ LIVSMEDEL

ÖVRIG ENGÅNGSPLAST (sorteras som restavfall)

Plastkampen – steg 1

Plastkampen – steg 2
 Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen.

STRATEGI FÖR DIN PLASTKAMP:

1. MINIMERA/UNDVÄ. Var förhållandevis.
 2. FÖREDRAG. Föredrag.
 3. VÄJ RÄTT SMART. Väg rätt smart.
 4. HÄRRE. Härre.

I BUTIKEN

I HEMMET

PÅ SPRÅNG

Plastkampen – steg 2

Plastkampen – steg 3
 Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen. Här har vi samlat de material som vi tagit fram till Plastkampen.

INVÄGNINGAR:

1. Räkna plasten!
 2. Väg plasten!
 3. Skriv ner!
 4. Starta upp på!
 5. Skriv ner på!
 6. Skriv ner på!
 7. Skriv ner på!
 8. Skriv ner på!
 9. Skriv ner på!
 10. Skriv ner på!

LIVSMEDELS-FÖRPACKNINGAR

FÖRPACKNINGAR – EJ LIVSMEDEL

ÖVRIG ENGÅNGSPLAST (sorteras som restavfall)

Plastkampen – steg 3

Inventering 1 (nollmätning)
www.sverigeskonsumenter.se/kolla_plasten

Tipslistan
www.sverigeskonsumenter.se/tipslistan_plastkampen

Inventering 2 (slutmätning)
www.sverigeskonsumenter.se/kolla_igen



#1: Fota onödig plast!



#2: Handla i lösvikt!



#3: Hämta mat med flergångs-behållare!



#4: Välj "rätt" plast!

Denna guide har tagits fram inom **BALTIPLAST** (Baltic Approaches Handling Plastic Pollution under a Circular Economy Context), finansierat av **Interreg Baltic Sea Region Programme**.

© Sveriges Konsumenter, 2025
Foto: Canva, Shutterstock

Läs mer om Plastkampen på:
www.sverigeskonsumenter.se/plastkampen