



RAPPORT 2014

Konsumentföreningen Stockholm

Så möter vi svenskar framtiden

Attitydundersökning
KfS
April 2014

För mer information:

Louise Ungerth, chef för Konsument & Miljö, 08-714 39 71, 070-341 55 30

Anna Lilja, informatör, 08-714 39 79, 076-015 39 72

www.konsumentforeningenstockholm.se

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) är en medlemsstyrd ekonomisk förening med närmare 750 000 medlemmar. Medlemskortet heter Coop MedMera och vår huvuduppgift är att göra medlemsnytta och stärka medlemmarnas ställning som konsument. Föreningen driver inga egna butiker men är delägare i Kooperativa Förbundet (KF) som driver Coop Forum, Coop Extra, Coop Konsum och Coop Nära.

SAMMANFATTNING

Konsumentföreningen Stockholm har ställt frågor om framtiden till svenska folket. Frågorna berör elva olika områden bland annat robotar, växthuseffekten, GMO och marknadsföring. Nedan presenteras ett axplock.

Majoriteten tror inte att mänskligheten kan hejda växthuseffekten

Majoriteten (63 %) tror inte att människan kommer förmå att hejda växthuseffekten så att ödesdigra effekter undviks. De som trots allt är mer positiva än genomsnittet (37 %) till att det ska gå att lösa klimatproblemen är de som tjänar över 600 000 kr/år (42 %) och de som är i åldern 30-49 år (41 %). Frågan ställdes innan FN:s klimatpanel släppte sin senaste nedslående rapport i början av april.

Tre fjärdedelar (75 %) av svenskarna tycker att skatter och andra ekonomiska styrmedel för att begränsa försäljningen av produkter som har stor negativ effekt på klimat och miljö är en bra idé.

Tre av tio tror att de har en egen 3D-skrivare hemma år 2020

3 av 10 (33 %) tror att de har en egen 3D-skrivare hemma om 6 år. Mer benägen att tro det är du om du är man (38 %) än om du är kvinna (28 %).

Var fjärde säger ok till larver som proteinkälla i framtiden

Lite mer än var fjärde (28 %) svensk kan tänka sig att äta insekter och larver. Män (37 %) är mer positiva till detta än kvinnor (18 %). Mer negativ till detta än genomsnittet (72 %) är de som bor i glesbygd (83 %).

Svensken tveksam till specialanpassad marknadsföring

Att företagen skulle ha koll på våra inköpsvanor och exempelvis erbjuda extrapris på byxor om vi inte köpt några på ett tag tycker 85 procent av de svarande inte om. De säger nej till den sortens marknadsföring. Kvinnor (88 %) är mer negativa till detta än män (82 %).

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	3
1.1 Bakgrund	3
1.2 Syfte	3
1.3 Tillvägagångssätt	3
1.3.1 Metod	3
1.3.2 Val av frågor till enkäten.....	3
1.3.3 Fakta, kommentarer och källor.....	4
1.4 Mer information	4
2 SVENSKA FOLKET SVARAR PÅ FRÅGOR OM FRAMTIDEN	5
2.1 Klimatet och framtiden	5
2.1.1 Majoriteten tror inte att mänskligheten kan hejda växthuseffekten.....	6
2.1.2 Tre fjärdedelar tror på skatter på klimatdåliga produkter	7
2.2 3D-skrivare i var mans hem?	7
2.2.1 Tre av tio tror att de har en egen 3D-skrivare hemma år 2020.....	9
2.2.2 Inte många tilltalas av mat från en 3D-skrivare.....	10
2.3 Äta myror?	10
2.3.1 Var fjärde säger ok till larver som proteinkälla i framtiden	11
2.4 Marknadsföring vs. integritet	11
2.4.1 Svensken tveksam till specialanpassad marknadsföring	13
2.4.2 Reklam för byxor för att man inte köpt några på ett tag – nej tack	14
2.4.3 44 procent är oroliga för att företag missbrukar information om kunden.....	15
2.5 Robotiseringen i samhället	15
2.5.1 Sex av tio tror att fler robotar leder till arbetslöshet.....	17
2.6 Framtidens köttkonsumtion	17
2.6.1 Fyra av tio tror att de äter mindre kött år 2020.....	18
2.7 Användningen av GMO i framtiden	19
2.7.1 Sex av tio tror det finns mycket GMO i butikerna om 6 år	20
2.8 Vill man veta när man ska dö?	21
2.8.1 Nio av tio vill inte veta vilket år de ska dö	23
2.9 I framtiden är alla smygfotografer?	23
2.9.1 Svensken vill inte fotas i smyg.....	24
2.10 Prisdifferentiering	25
2.10.1 En av fyra tycker att de med lite pengar ska betala mindre	26

2.11 Laborieframställt kött	26
2.11.1 8 av 10 säger nej till laborieframställt kött.....	27

1 INLEDNING

1.1 Bakgrund

För bara några år sedan var det svårt att tänka sig att vi skulle sköta så mycket från våra mobiltelefoner som många av oss gör idag. Utvecklingen går snabbt framåt och många av nyheterna rör vår vardag. Robotar och 3D-teknik lanseras på marknaden, företagens möjligheter att samla in information om enskilda individers förehavanden är snart sagt obegränsade och växthuseffekten och befolkningsökningen talar för att vi kan tvingas till andra konsumtionsvanor framöver.

Hur ser vi på de nyheter som snart når oss? Konsumentföreningen Stockholm har ställt frågor om framtiden till svenska folket.

1.2 Syfte

Syftet med undersökningen är att ge några ögonblicksbilder av svenska folkets attityder till ny teknik, framtida livsmedel, konsumtionsvanor och miljö- och integritetsfrågor.

1.3 Tillvägagångssätt

1.3.1 Metod

Undersökningen är genomförd av marknadsundersökningsföretaget Novus med hjälp av webbenkäter under perioden 13-18 mars 2014. Frågorna är ställda till kvinnor och män i åldern 18-79 år i Novus Sverigepanel. Panelen är riksrepresentativ och slumpmässigt rekryterad. Totalt omfattar undersökningen 1 047 intervjuer med en deltagarfrekvens på 57 procent.

1.3.2 Val av frågor till enkäten

Frågorna i enkäten rör de ämnen som togs upp på Konsumentföreningen Stockholms seminarium Smaka på framtiden den 9 april 2014.

1.3.3 Fakta, kommentarer och källor

Varje fråga som redovisas i rapporten har en kort bakgrund med fakta. Vi gör på intet sätt anspråk på att vår information skulle vara heltäckande, den ska snarare ses som exempel på vad som är på gång inom respektive område och hur framtiden kan tänkas te sig. Då vi endast tillfrågat cirka 1 000 personer går det inte att dra några större slutsatser, vi har ändå valt att redovisa några signifikanta avvikelserna i svaren.

Källor som används i rapporten är intervjuer med experter, artiklar i tryckta och digitala medier, vetenskapliga artiklar, rapporter och Youtube-klipp.

1.4 Mer information

Dokumentation från seminariet Smaka på framtiden den 9 april 2014 finns på www.konsumentforeningenstockholm.se. För mer information om undersökningen kontakta Louise Ungerth, chef för Konsument & Miljö på KfS, louise.u@konsumentforeningenstockholm.se eller Anna Lilja, informatör på KfS, anna.l@konsumentforeningenstockholm.se.

2 SVENSKA FOLKET SVARAR PÅ FRÅGOR OM FRAMTIDEN

2.1 Klimatet och framtiden

Fakta om växthuseffekten

De viktigaste växthusgaserna i jordens atmosfär är vattenånga, koldioxid, metan och dikväveoxid (lustgas). De finns i luften sedan gammalt och åstadkommer på så sätt en kraftfull naturlig växthuseffekt. Utan den effekten skulle det ha varit 35 grader kallare på jorden än det är i dag, och då hade förmodligen inget liv kunnat utvecklas här.

Växthuseffekten i sig är alltså inget problem, tvärtom. Problemet är i stället att människan förstärker effekten genom att släppa ut växthusgaser i luften. Luftens koldioxidhalt har ökat med ungefär 40 procent sedan förindustriell tid, och den fortsätter att stiga med ungefär 0,4 procent per år.¹

IPPC, FN:s klimatpanel släppte i dagarna sin femte utvärderingsrapport som 300 forskare från 70 länder står bakom. Rapporten liknar de tidigare versionerna men skillnaden är att det som tidigare var hypoteser nu bekräftas. Det konstateras att effekterna av klimatförändringen är tydligare och att det inte längre rör sig om ett avlägset hot. Om vi ska klara det klimatmål som EU satt upp om en temperaturökning på max två grader måste dagens utsläpp minska med minst 60 procent fram till år 2050.^{2 3}

Ekonomiska styrmedel på klimatområdet

Miljöskatter och miljöavgifter tas ut för att styra resursanvändningen i önskvärd riktning. Tanken är att kostnaden för till exempel en miljöskada ska synas i priset och därmed påverka de val som konsumenter och producenter gör. I Sverige tar staten ut delar av miljöskatterna och miljöavgifterna inom områdena energi och trafik. Exempel på miljöskatter är energiskatt, koldioxidskatt på bränslen, drivmedelsskatt och fordonsskatt. En miljöskatt på kött⁴ och

¹ Naturvårdsverket (apr 2014), <http://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Klimat-och-luft/Klimat/Darfor-bli-det-varmare/Vaxthuseffekten-forstarks/>

² Intergovernmental Panel of Climate Change (apr 2014), <http://www.ipcc.ch/>

³ Naturvårdsverket, Vad händer med klimatet (2008), <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-8368-7.pdf>

⁴ Artikel på debatt.svt.se (okt 2013), <http://debatt.svt.se/2013/10/22/en-kottskatt-maste-inforas-nu/>

farliga kemikalier⁵ och en miljöavgift för att få ner konsumtionen av t ex papper har diskuterats.⁶

2.1.1 Majoriteten tror inte att mänskligheten kan hejda växthuseffekten

Kommer vi politiker, företag och människor förmå att hejda växthuseffekten så att ödesdigra konsekvenser undviks?

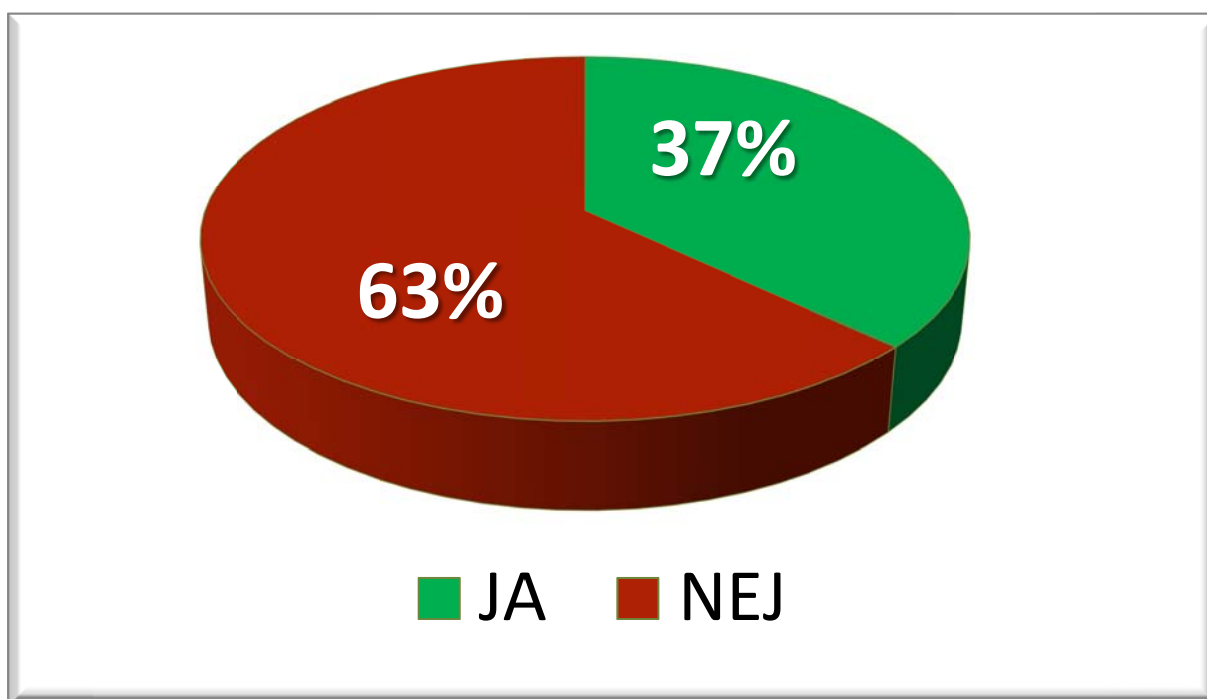


Diagram 1a: 37 procent av svenska folket svarade Ja och 63 procent Nej.

Majoriteten (63 %) tror inte att människan kommer förmå att hejda växthuseffekten så att ödesdigra effekter undviks. De som trots allt är mer positiva till att det ska gå att lösa klimatproblemen är de som tjänar över 600 000 kr/år (42 %) och de som är i åldern 30-49 år (41 %), att jämföra med genomsnittet (37 %). Frågan ställdes innan FN:s klimatpanel släppte sin senaste nedslående rapport i början av april.

⁵ Artikel på svt.se (jan 2014), <http://www.svt.se/nyheter/sverige/regeringen-vill-ha-skatt-pa-kemikalier-i-klader>

⁶ Naturvårdsverket (apr 2014), <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Styrmedel/Ekonomiska-styrmedel/Miljoskatter-och-miljoavgifter/>

2.1.2 Tre fjärdedelar tror på skatter på klimatdåliga produkter

Tycker du att det bör införas skatter eller andra ekonomiska styrmedel för att begränsa försäljningen av produkter som har stor negativ effekt på klimat och miljö?

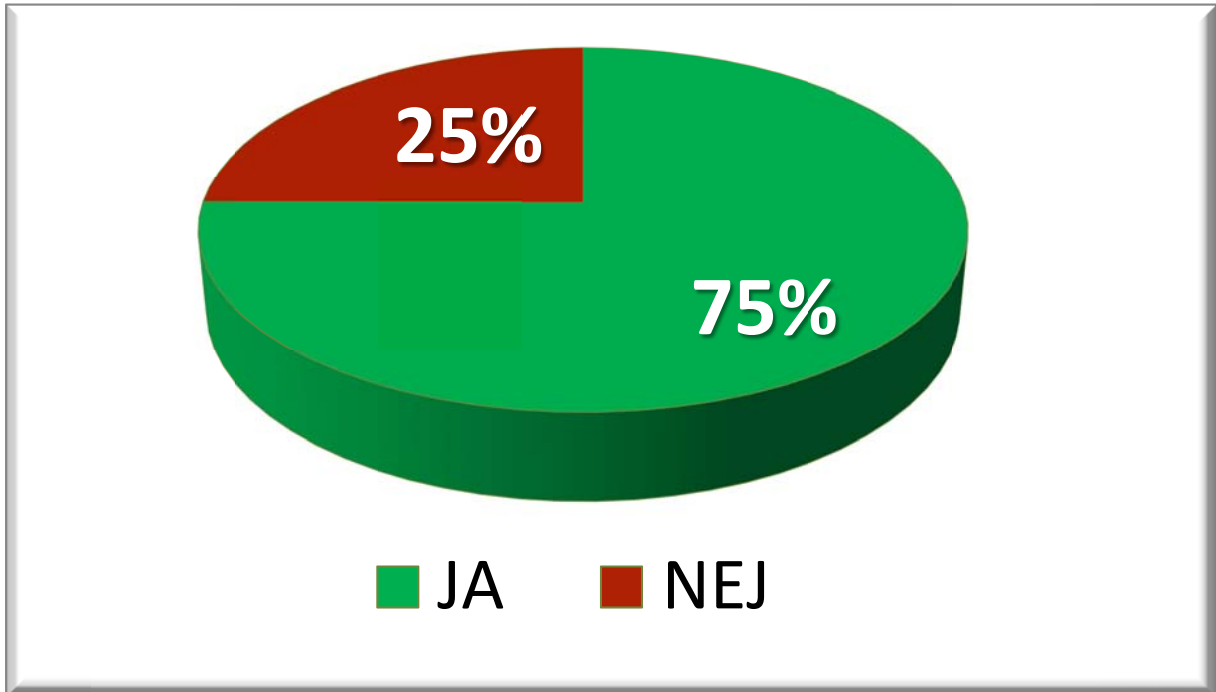


Diagram 1b: 75 procent av svenska folket svarade Ja och 25 procent Nej.

Tre fjärdedelar (75 %) av svenskarna tycker att skatter och andra ekonomiska styrmedel för att begränsa försäljningen av produkter som har stor negativ effekt på klimat och miljö är en bra idé. Mest positiva till detta, jämfört med genomsnittet är de med inkomst över 600 000 kr/år (80 %) och storstadsbor (79 %). Mer negativa till detta än genomsnittet (25 %) är arbetssökande (40 %).

2.2 3D-skrivare i var mans hem?

Fakta om 3D-skrivare

En 3D-skrivare kan tillverka produkter i plast och metall genom att ringla ut materialet med en lager på lager-teknik på en bottenplatta. På så sätt byggs föremålet upp. En CAD-ritning konverteras till en utskriftsfil som förklarar exakt hur skrivarhuvudet ska röra sig för att skapa produkten.⁷

⁷Artikel i Råd och Rön (aug 2013), <http://www.radron.se/tester/telefoni-datorer--internet/3d-skrivare/>

Det finns mängder av CAD-ritningar som går att ladda ner gratis från nätet. En 3D-skrivare för hemmabruk kostar mellan 5 000 och 20 000 kronor och kan i princip tillverka allt från kläder, leksaker och vapen till en mängd industriella applikationer. Troligen kommer 3D-teknik att användas för att tillverka inredning, bilar och kanske organ för transplantation inom en ganska snar framtid.⁸

För bara några år sedan lät det som science fiction att man skulle kunna tillverka olika saker i sitt hem med en 3D-skrivare. I dag kan 3D-skrivaren till och med tillverka mat, till exempel pizza. NASA stödjer forskning för att få fram 3D-skrivare för mat till astronauter som befinner sig i rymden och Cornell University har tagit fram en skrivare som tillverkar mat, den kan bland annat dekorera tårtor med stor precision. Om NASA lyckas med sina föresatser kanske man kan köpa kapslar med pulver, att blanda med vatten. En utveckling mot Nespresso-konceptet?^{9 10 11}

Företaget Natural Machines i USA planerar att lansera sin "Foodini" i höst, en 3D-skrivare som skriver ut mat. Priset beräknas bli 1 000 dollar. Skrivaren ska säljas till storkök och restauranger men huvudmålgruppen är konsumenter. Det är framförallt tänkt att man ska laga maten från grunden med egna råvaror utan konserveringsmedel eller andra tillsatser. Smeten eller degen läggs i en kapsel och skrivaren printar ut allt från kakor och snacks till ravioli. Men företaget kan också tänka sig att göra en deg som säljs i livsmedelsbutiker som man kan köpa och skriva ut till mat hemma.¹²

Utvecklingen av Foodini sker genom crowd-funding¹³. 100 000 dollar måste företaget samla in för att Foodini ska sättas på marknaden. Till dags dato har företaget fått in närmare hälften.

⁸ Film från Coldfus Tion (mar 2014), <https://www.youtube.com/watch?v=s1fOdPrnPog>

⁹ Artikel på mothernaturenetwork.com (dec 2013), <http://www.mnn.com/green-tech/research-innovations/stories/3-d-food-printer-makes-perfect-pizza>

¹⁰ Artikel på creativemachines.cornell.edu, <http://creativemachines.cornell.edu/node/194>

¹¹ Artikel på gizmag.com (feb 2014), <http://www.gizmag.com/3d-printed-pizza-astronauts/30685/>

¹² Natural Machines (apr 2014), <http://www.naturalmachines.com/>

¹³ <https://www.kickstarter.com/projects/456763017/designed-for-healthy-eating-foodini-a-3d-food-printer>

2.2.1 Tre av tio tror att de har en egen 3D-skrivare hemma år 2020

Tror du att du kommer att ha en 3D-skrivare i ditt hem år 2020?

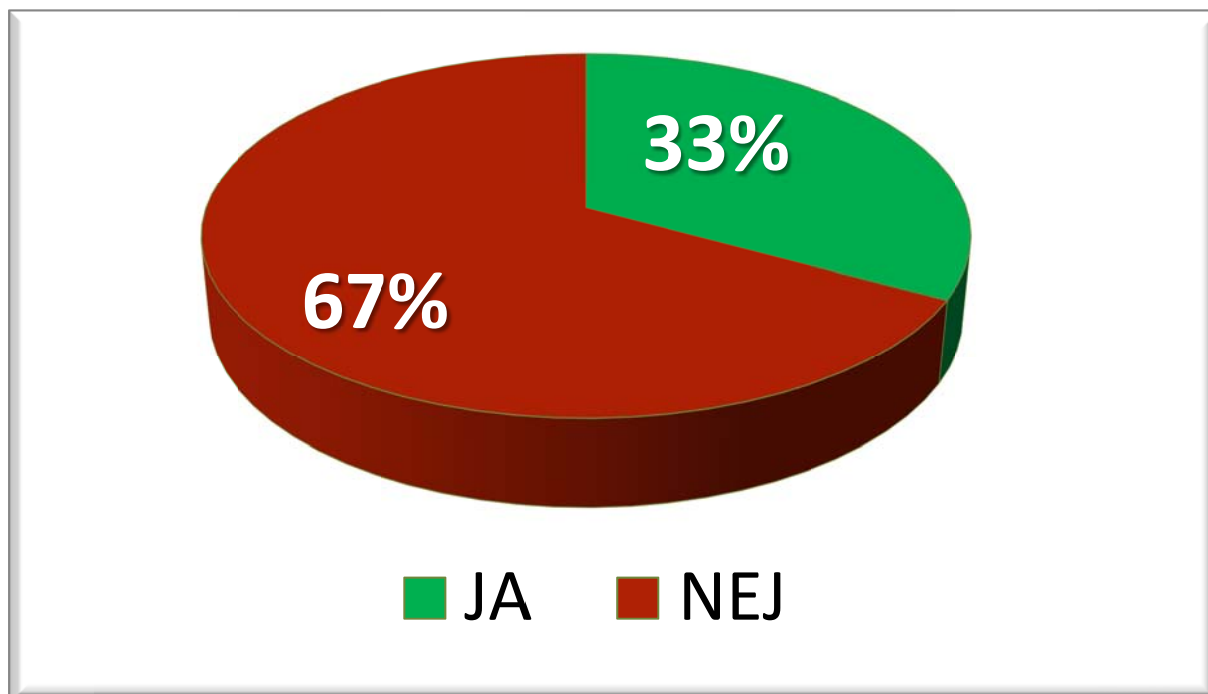


Diagram 2a: 33 procent av svenska folket svarade Ja och 67 procent Nej.

3 av 10 (33 %) tror att de har en egen 3D-skrivare hemma om 6 år. Mer benägen att tro det är du om du är man (38 %) än om du är kvinna (28 %).

2.2.2 Inte många tilltalas av mat från en 3D-skrivare

Skulle du vilja ha en 3D-skrivare i ditt hem som tillverkar mat?

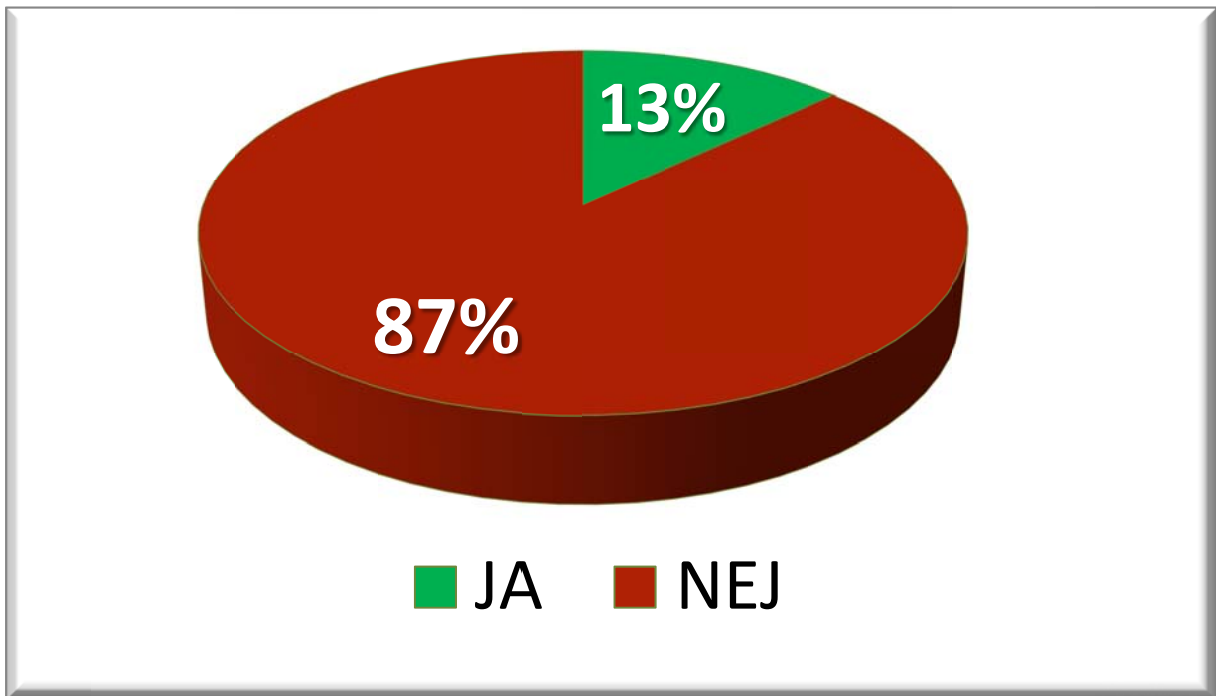


Diagram 2b: 13 procent av svenska folket svarade Ja och 87 procent Nej.

Bara 13 procent kan tänka sig att ha en skrivare hemma som skriver ut mat. Mest positiva till matskrivare, jämfört med genomsnittet, är studerande (34 %) och de med inkomst under 200 000 kr/år (27 %).

2.3 Äta myror?

Att äta insekter kan låta främmande, men faktum är att det är en av FAO:s (FN:s mat och jordbruksorganisation) lösningar på hur vi i framtiden kan äta mer klimatsmart. Insekter innehåller högvärdigt protein, vitaminer och aminosyror. Dessutom släpper de inte ut några växthusgaser och de kan födas upp på organiskt avfall.¹⁴ Det är så klimatsmart det kan bli i livsmedelsproduktionen.

¹⁴ Information på fao.org (apr 2014), <http://www.fao.org/forestry/edibleinsects/en/>

2.3.1 Var fjärde säger ok till larver som proteinkälla i framtiden

Skulle du kunna tänka dig att äta stekta eller friterade insekter som gräshoppor eller larver?

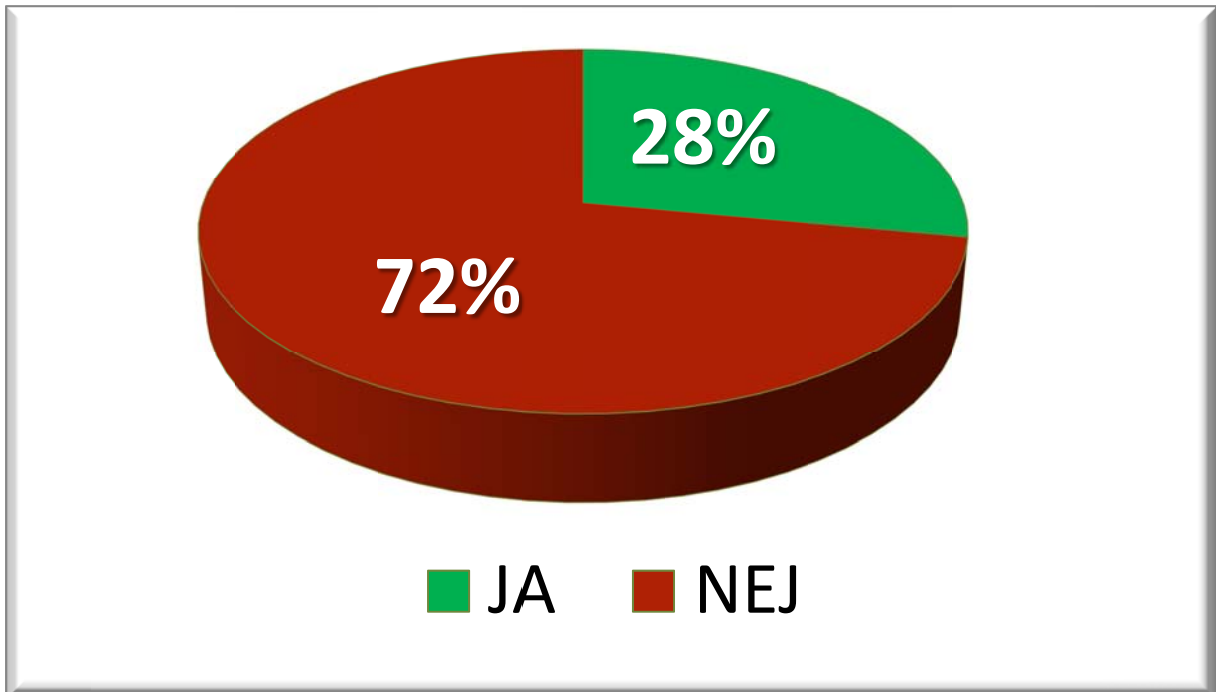


Diagram 3: 28 procent av svenska folket svarade Ja och 72 procent Nej.

Redan idag är det vardagsmat att äta insekter i vissa delar av världen. Men i Sverige verkar vi ha en bit kvar innan friterad gräshoppa finns i var mans stekpanna och på restaurangernas menyer. Men lite mer än var fjärde (28 %) svensk kan ändå tänka sig att äta insekter och larver. Män (37 %) är mer positiva till detta än kvinnor (18 %). Mer negativ till detta än genomsnittet (72 %) är de som bor i glesbygd (83 %).

2.4 Marknadsföring vs. integritet

Geotargeting

GPS, Bluetooth eller andra tekniker för att anpassa tjänster till var man befinner sig kallas för geotargeting.

Tekniken för specialanpassad marknadsföring fungerar redan i dag. Om du till exempel har ett mobiltelefonabonnemang som ska förnyas var artonde månad kan det plinga till i din telefon

när du går förbi butiker som säljer abonnemanget, detta för att påminna dig om att förnya det så att du inte frestas att sluta avtal med någon konkurrent.¹⁵

Grönsaksbranschen skulle till exempel kunna gå ihop för att erbjuda dig extrapris på grönsaker när du går förbi en digital annonstavla som sitter vid en livsmedelsbutik som du är ansluten till. Det förutsätter att du har tackat ja till denna tjänst.¹⁶

Med digital ansiktigenkänning kan en butik ge personliga erbjudanden när du stiger in i butiken. Eller en gratis kopp kaffe om du är sömning och gäspår.¹⁷

Allt detta förutsätter att du har accepterat villkoren när du har tackat ja till tjänsterna. Det är förbjudet att spåra någon utan dennes vetskap eller medgivande enligt personuppgiftslagen (PUL), och andra lagar.¹⁸

Det går att ställa in sin mobiltelefon så att GPS trackning förhindras. Det talas också om fodral för mobiltelefoner, ipads etc som förhindrar GPS-spårning.¹⁹

Kvittoinformation

Butikskedjorna kan skräddarsy extra erbjudanden, på individnivå, som de tror att du är intresserad av. Det sker med hjälp av den så kallade kvittoinformation som företagen har tillgång till där du har kund- eller medlemskort. Insamlad data om dina inköp ligger till grund för marknadsföringen. Men man kan också se vad du inte köper och utifrån det lista ut vad du kan tänkas behöva eller vara intresserad av. Data som du har lämnat om var du bor, din inkomst, familjeförhållanden med mera kan samköras med dina inköp.

Dock behövs ett medgivande från dig att du accepterar företagets villkor. Formellt accepterar man ofta det när man ansöker om kund- eller medlemskort, men om man inte har läst det finstilta vet man kanske inte om det. Företagen kan också köpa information från Statens personuppgiftsregister (SPAR) om vad man har för bil, inkomst, hur många och gamla barn

¹⁵ Muntlig intervju med tidigare anställd på mobiloperatörföretag.

¹⁶ Film från MobilePromo (jan 2012), <https://www.youtube.com/watch?v=BjfnCYB81rA>

¹⁷ Douwe Egberts film (jul 2013), <http://www.pinterest.com/pin/266275396691666669/>

¹⁸ Datainspektionens webb (apr 2014), <http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/intresseavvagning/>

¹⁹ Film från MIAmobi (nov 11), <https://www.youtube.com/watch?v=5cgqKhQTclg>

man har med mera. Detta kan sedan samköras med inköpsinformationen. Vill man inte att data om ens inköp ska samlas in ska man anmäla detta till företaget.

Kundinformation till salu?

Om ett företag ska sälja kundinformation vidare måste det framgå av villkoren som konsumenten har gett sitt medgivande till.

2.4.1 Svensken tveksam till specialanpassad marknadsföring

Skulle du känna dig bekväm om marknadsföring specialanpassades för dig efter ditt personliga köpmönster när du går förbi en butik eller på annonstavlor på stan?

Bakgrund till frågan: Skulle du känna dig bekväm om marknadsföring specialanpassades för dig efter ditt personliga köpmönster när du går förbi en butik eller på annonstavlor på stan, till exempel "Extrapris på grönsaker just nu, bara för dig", om du är vegetarian eller "fyra coca-cola till priset av tre" om du köper mycket läsk. Företagen håller koll på vad du handlar och var du befinner dig via GPS.

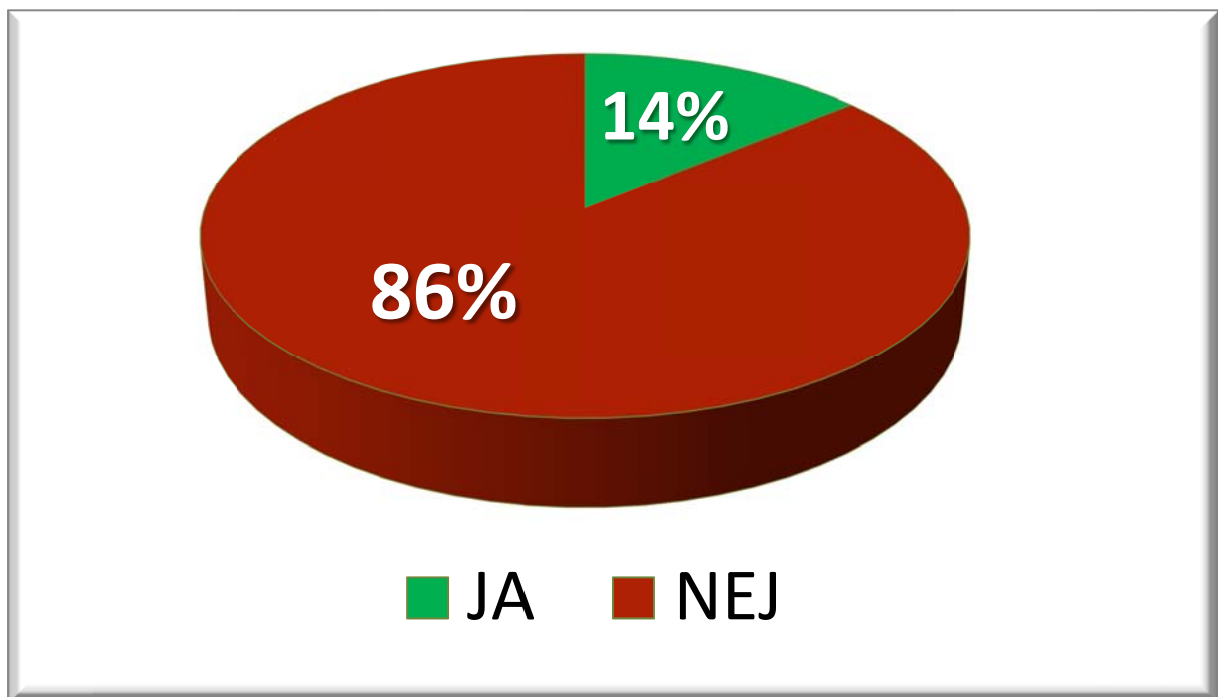


Diagram 4a: 14 procent av svenska folket svarade Ja och 86 procent Nej.

Svensken är inte intresserad (86 %) av att få specialanpassad marknadsföring via GPS utifrån var man befinner sig. Mer negativa till detta jämfört med genomsnittet är pensionärer (91 %).

Grupper som däremot är mer positiva till specialanpassad marknadsföring än genomsnittet (14 %) är män (19 %), och storstadsbor (18 %).

2.4.2 Reklam för byxor för att man inte köpt några på ett tag – nej tack

Är det okej om du får reklam i mobilen från butikskedjor om att köpa byxor till extrapris utifrån att butikerna har information om att du inte har köpt byxor på tre år.

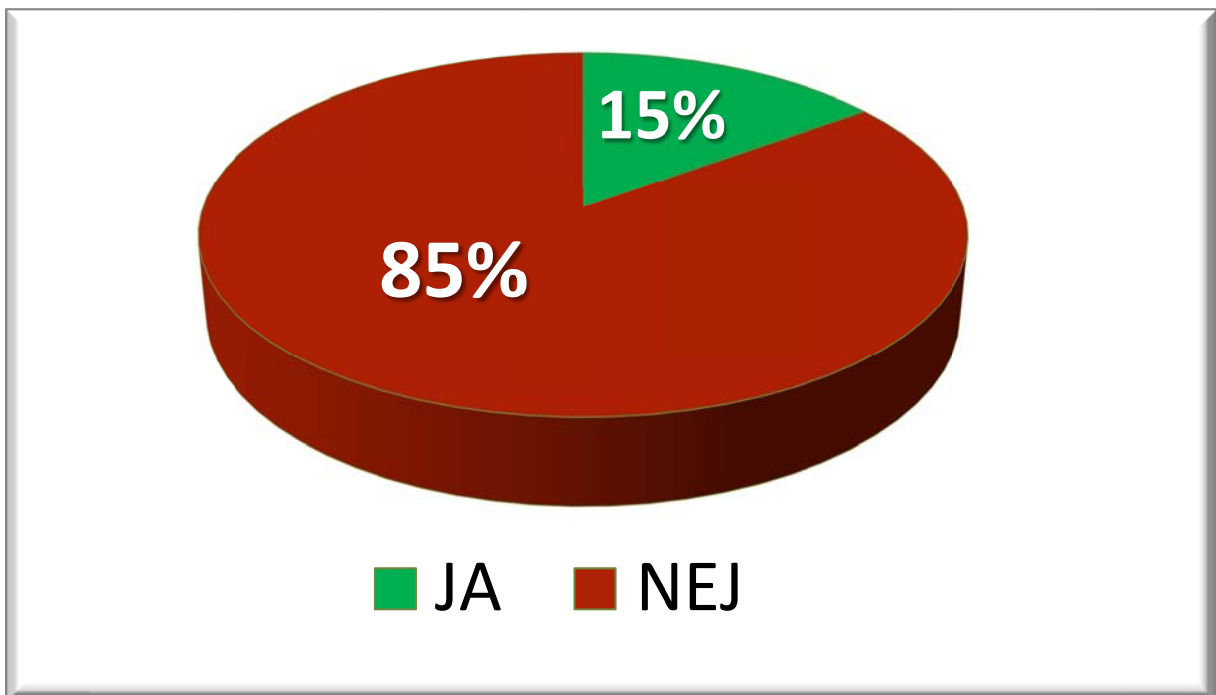


Diagram 4b: 15 procent av svenska folket svarade Ja och 85 procent Nej.

Att företagen skulle ha koll på våra inköpsvanor och exempelvis erbjuda extrapris på byxor om vi inte köpt några på ett tag tycker 85 procent av de svarande inte om. De säger nej till den sortens marknadsföring. Kvinnor (88 %) är mer negativa till detta än män (82 %).

2.4.3 44 procent är oroliga för att företag missbrukar information om kunden

Är du orolig för att livsmedelsföretag missbrukar den information de får om vad du handlar när du drar ditt kund- eller medlemskort, till exempel säljer den vidare till andra företag?

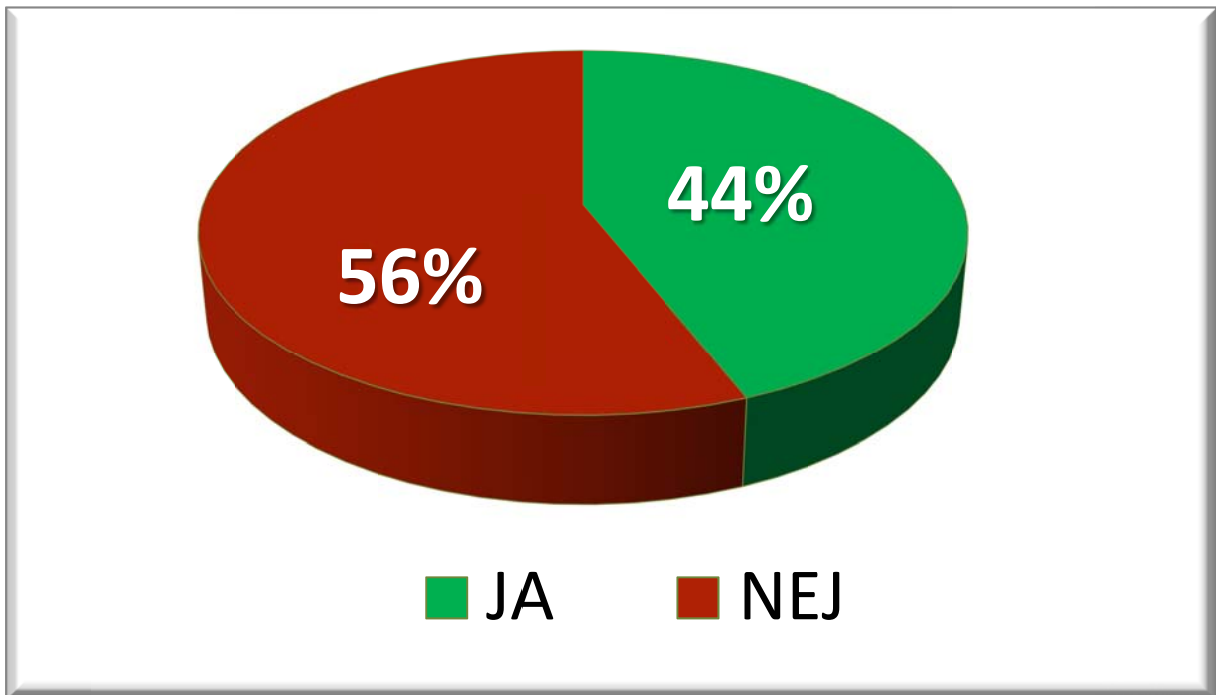


Diagram 4c: 44 procent av svenska folket svarade Ja och 56 procent Nej.

Närmare hälften (44 %) av svenskarna är oroliga över att livsmedelsföretag missbrukar den information de får om vad man handlar när man drar sitt kund- eller medlemskort. Män är mer bekymrade över detta (47 %) än kvinnor (40 %).

2.5 Robotiseringen i samhället

Allt smartare robotar utvecklas just nu i något som ibland kallas den tredje industriella revolutionen.

Ett exempel kommer från företaget Foxconn som bland annat tillverkar Apples iphone och ipad i Kina. Foxconn planerar att utöka antalet robotar på sina fabriker från 10 000 år 2011 till en miljon år 2014. Robotarna kommer ersätta ett stort antal kinesiska arbetare på Foxconns

fabriker.²⁰ Många spår att monotona jobb som till exempel elektronikmontering kommer att vara helt ersatta av robotar i framtiden. Kanske av roboten FRIDA som ABB har utvecklat.²¹

Inom vården används redan robotar för att utföra enklare sysslor som att hämta blod²². I Japan provas så kallade androider på sjukhus. Det är robotar som ser ut, uppför sig och talar som människor och som förutspås kunna användas till exempel på vårdinstitutioner som sällskap åt personer som har demens.²³

Hur den intensiva robotiseringen kommer att påverka arbetstillfällena i Sverige kan man bara sia om. Vissa jobb försvinner och andra tillkommer, på samma sätt som tidigare. Finlands näringslivsinstitut menar att en tredjedel av dagens arbeten kan komma att försvinna och ersättas med robotar och andra IT-lösningar²⁴. I en studie från Oxford University uppskattas att uppåt hälften av jobben i USA riskeras att helt eller delvis ersättas genom allt smartare robotteknik på 10-20 års sikt²⁵.

²⁰ Artikel på robotnyheter.se (aug 2011), <http://robotnyheter.se/2011/08/01/foxconn-ersatter-kineser-med-robotar/>

²¹ Artikel på cnet.com (apr 2011), <http://www.cnet.com/news/frida-factory-robot-wont-crush-your-fingers/>

²² Artikel på dagensmedicin.se, (nov 2013), <http://www.dagensmedicin.se/vetenskap/medicinsk-teknik/unik-robot-kan-handla-i-sjukhuskiosken/>

²³ Film från plasticpals.com (sep 2012), <https://www.youtube.com/watch?v=cy7xGwYdRk0>

²⁴ Rapport: Computerization Threatens One Third of Finnish Employment, ETLA (jan 2014), <http://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Muistio-Brief-22.pdf>

²⁵ Rapport: The future of employment: How susceptible are jobs to computerization (sep 2013), Carl Benedikt Frey & Michael A. Osborne, http://www.futuretech.ox.ac.uk/sites/futuretech.ox.ac.uk/files/The_Future_of_Employment_OMS_Working_Paper_1.pdf

2.5.1 Sex av tio tror att fler robotar leder till arbetslöshet

Tror du att den ökande användningen av robotar i industrin, inom vården och transportsektorn kommer att öka arbetslösheten radikalt i Sverige fram till 2020?

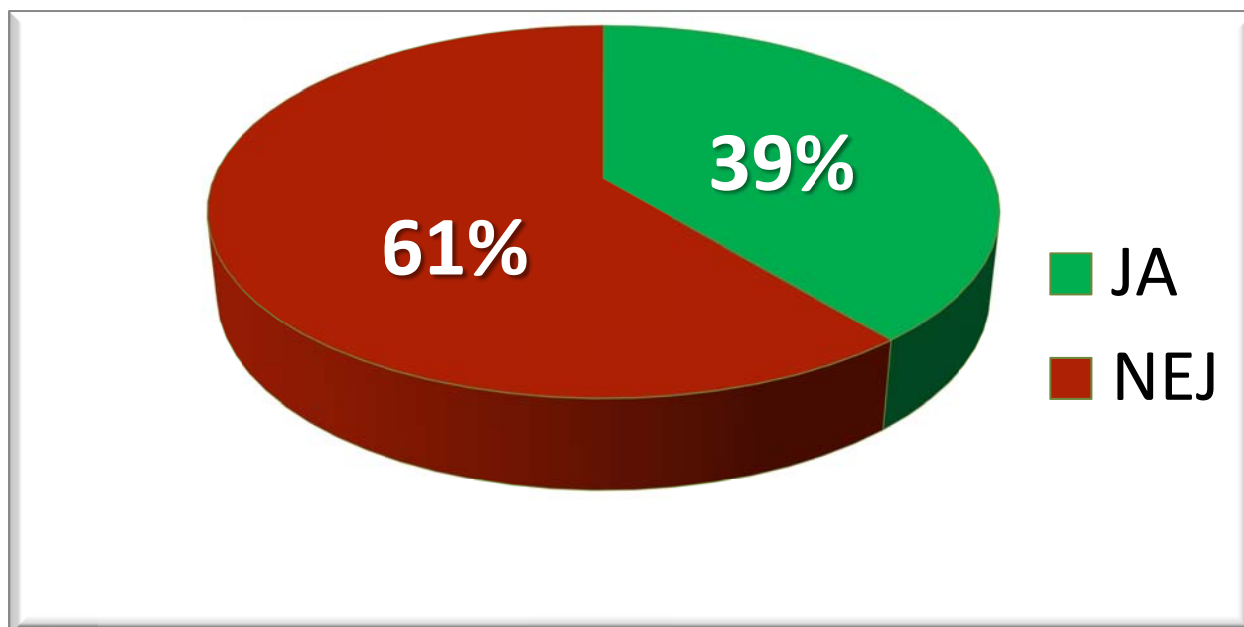


Diagram 5: 39 procent av svenska folket svarade Ja och 61 procent Nej.

Fyra av tio (39 %) tror att robotiseringen kommer att öka arbetslösheten radikalt. En grupp som i större utsträckning än andra svarade ja var arbetssökande (63 %).

2.6 Framtidens köttkonsumtion

Jordbruksverket menar att vi i västvärlden behöver äta mindre kött för att köttproduktionens påverkan på klimatet är så stor. En minskad köttkonsumtion, och därmed mindre arealer till foder, ökar också möjligheterna att i framtiden tillgodose den växande befolkningen i världen med livsmedel. Vegetabilier kan mätta fler. Ytterligare anledning att minska mängden rött kött och charkprodukter i kosten och istället öka andelen vegetabilier är att det är bättre för hälsan^{26 27}.

Produktionen av kött är förknippad med stor klimatpåverkan oavsett hur den har producerats. Köttproduktionen står för nästan en femtedel av världens totala utsläpp av växthusgaser. Det

²⁶ Livsmedelsverket (apr 2014), <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Maten-och-var-halsa/Cancer/Risker-med-rott-kott-och-chark/>

²⁷ Rapport: Hållbar Köttkonsumtion, Rapport 2013:1, Jordbruksverket.

huvudsakliga skälet till det är att det går åt mycket mark för att producera foder. Det är metangas från djuren och lustgas som frigörs i biologiska processer i odlingsmarken som står för de stora utsläppen och båda dessa växthusgaser är långt mer kraftfulla än koldioxid. Men köttproduktionen är inte bara negativ för miljön. Betande djur bevarar naturbetesmarkerna och gynnar den biologiska mångfalden. Produktionen av svenskt kött bidrar dessutom till vårt kulturlandskap och sysselsättning på landsbygden.²⁸

2.6.1 Fyra av tio tror att de äter mindre kött år 2020

Tror du att du kommer att äta väsentligt mycket mindre kött och charkprodukter år 2020?

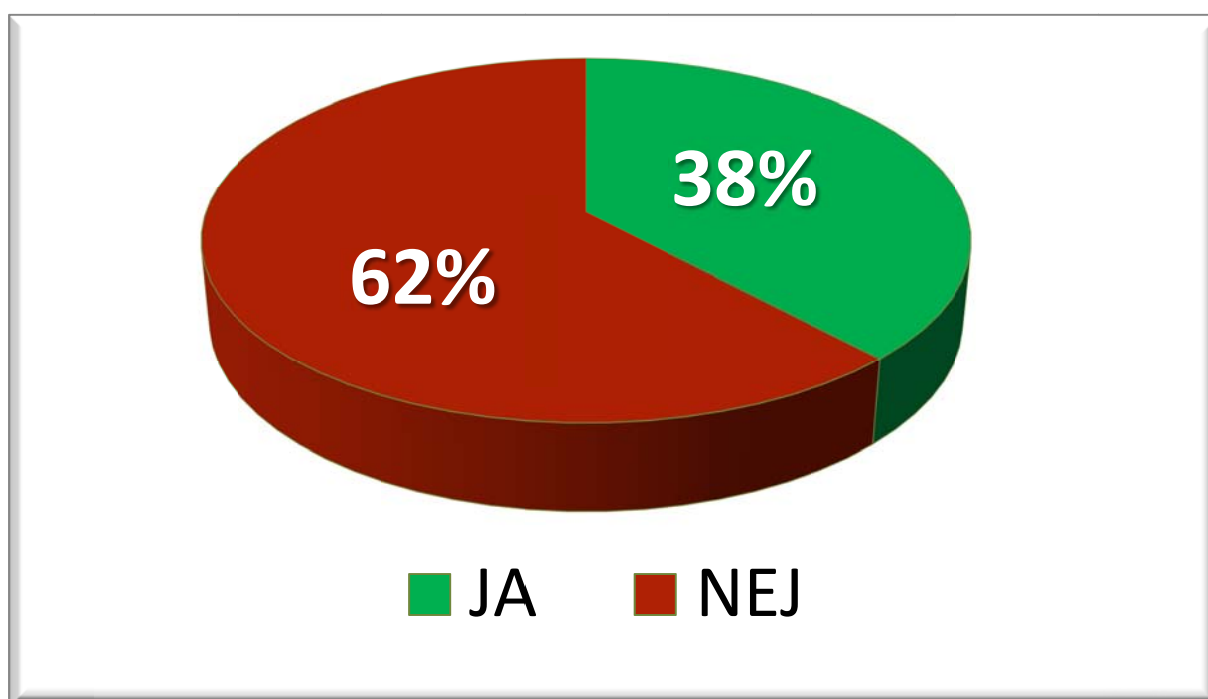


Diagram 6: 38 procent av svenska folket svarade Ja och 62 procent Nej. Om man räknar bort vegetarianerna blir det 37 procent på Ja och 63 procent för Nej.

Fyra av tio (38 %) tror att de kommer att äta mindre kött och charkprodukter år 2020. Planer på att minska sin köttkonsumtion har man särskilt om man är kvinna (48 %) och studerande (48 %). Om man däremot är man (72 %) är man mer benägen än genomsnittet (62 %) att svara nej. De tror inte att de kommer att minska sin köttkonsumtion inom den närmaste 6-årsperioden.

²⁸ Rapport: Hållbar Köttkonsumtion, Rapport 2013:1, Jordbruksverket.

När det kommer till svenskens köttkonsumtion i allmänhet, det vill säga hur man tror att ”alla andra” kommer att agera, tror man att något fler (42 %) kommer att minska sin köttkonsumtion.

2.7 Användningen av GMO i framtiden

Debatten om GMO

Debatten för eller emot GMO är komplicerad. De som är positiva till tekniken hävdar bland annat att genteknik är en av flera tekniker som är nödvändig för att öka produktiviteten i jordbruket för att möta behovet av livsmedel för en växande befolkning. Grödor kan ges egenskaper som förbättrad motståndskraft mot torka och miljöbelastningen kan minska genom att grödor ges egenskaper som tar kål på skadeinsekter och därmed kan användandet av kemiska bekämpningsmedel minska.²⁹

Motståndarna hävdar i sin tur att vi redan idag kan producera tillräckligt med mat men att tillgången är ojämnt fördelad och att det är andra saker t ex krig, konflikter och fattigdom som är det huvudsakliga problemet. Själva odlingen av GMO-grödor kan också ställa till problem. Det finns i huvudsak två tillämpningar av GMO-grödor som odlas idag, grödor som ska tåla bekämpningsmedel och grödor som själva producerar ett insektsgift. Detta anses ha lett till ökad besprutning av kemiska bekämpningsmedel där dessa grödor odlas samt att de modifierade generna vandrat över till ogräset som på så vis blir extra motståndskraftigt för bekämpningsmedel.³⁰

Till skillnad från t ex USA, Kina och Indien, där GMO-grödor är vanliga, har Europa en betydligt mer skeptisk inställning till odling av GMO-grödor. EU:s regelverk kräver omfattande och kostsamma tester av nya genmodifierade grödor vilket gör att de kommersiella jättarnas intresse för Europas GMO-forskning svalnar. Motståndet i den allmänna opinionen och även på politisk nivå i EU, riskerar att kollapsa den europeiska forskningen kring GMO.^{31 32}

²⁹ Formas, Miljöforskning (apr 2014), <http://miljoforskning.formas.se/sv/Nummer/Oktober-2001/Innehall/Notiser/Snabbt-och-exakt-med-GMO/>

³⁰ Naturskyddsföreningen (apr 2014), <http://www.naturskyddsforeningen.se/sveriges-natur/2008-6/gengrodor-inte-hallbart>

³¹ Artikel på svt.se (mars 2014), <http://www.svt.se/nyheter/vetenskap/gmo-forskning-laggs-ner>

Fakta om GMO

En genetiskt modifierad organism har, i sitt DNA, fått en eller flera främmande gener med hjälp av modern bioteknik. Genetiskt modifierad organism förkortas GMO. Uttrycket genetiskt modifierad organism eller GMO används framför allt i växter som odlas som mat. Ibland säger man i stället transgen organism.

Det finns genetiskt modifierade växter som fått en gen som gör den mindre känslig för kyla, gener som gör att den bildar ett gift som skyddar den mot skadedjur eller gener som gör den nyttigare att äta.

Det kan finnas risker och problem med genetiskt modifierade organismer. Framför allt är man orolig för att de gener som man fört in i organismen ska spridas på ett okontrollerat sätt i naturen. En sådan spridning kan ske antingen genom att den genetiskt modifierade organismen själv förökar och sprider sig eller genom att den korsar sig med andra organismer som då får den nya genen.

Därför finns många regler och lagar när det gäller genteknik. Man måste ha tillstånd för att odla genetiskt modifierade växter. Mat som innehåller genetiskt modifierade växter eller djur måste märkas.³³

Svensk livsmedelsindustri och dagligvaruhandel är mycket restriktiv till GMO i livsmedel. På specialhyllor eller i butiker för amerikanska livsmedel kan man ibland hitta produkter som är märkta med ” framställd av genetiskt modifierad majs” Livsmedelsverket tar prover för att se om märkningsbestämmelserna uppfylls. Livsmedlen får innehålla max 0,9 procent oavsiktlig inblandning, över denna nivå ska livsmedlet märkas. Då och då hittar man livsmedel som ligger över denna gräns.^{34 35}

2.7.1 Sex av tio tror det finns mycket GMO i butikerna om 6 år

³² Artikel på svt.se (mars 2014) <http://www.svt.se/nyheter/vetenskap/sa-har-tycker-forskarna-om-gmo>

³³ Nationalencyklopedin

³⁴ Rapport: Undersökning av förekomsten av GMO I livsmedel SLV, (2011), <http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/genteknik/Rapport%20GMO%202011.pdf>

³⁵ Livsmedelsverket (nov 2013), <http://www.slv.se/sv/grupp1/Markning-av-mat/Genmodifierad-mat-GMO/>

Kommer vi ha många livsmedel som innehåller genmodifierade grödor på butikshyllorna år 2020?

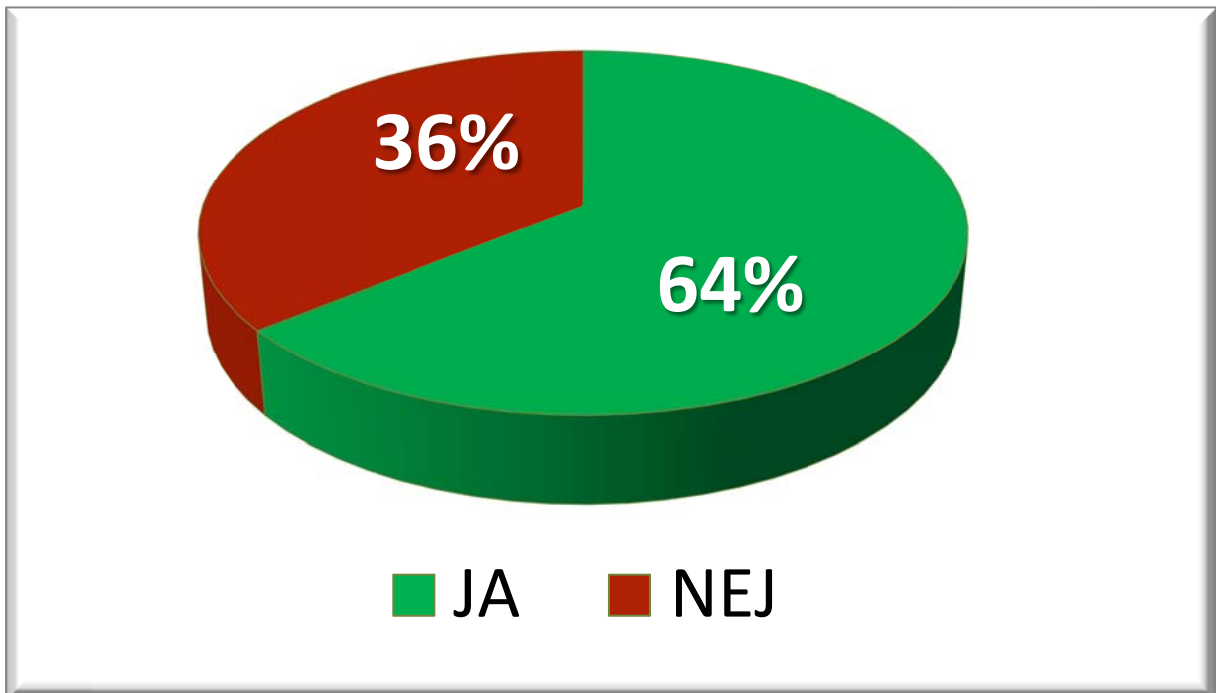


Diagram 7: 64 procent av svenska folket svarade Ja och 36 procent Nej.

64 procent tror att det kommer att finnas genmodifierade grödor i butikshyllorna i Sverige år 2020. Om man är man (68 %) tror man mer på detta än om man är kvinna (60 %).

Vi ställde ytterligare en fråga om GMO. Vi frågade om man tror att man kommer att äta livsmedel från genmodifierade grödor 2020 och knappt hälften av svenskarna (45 %) svarade ja.

2.8 Vill man veta när man ska dö?

Det finns ännu inte några tester på marknaden, som på vetenskaplig grund, kan förutspå det exakta året man kommer att avlida. Men mycket forskning sker inom området och genombrott görs. Här är tre exempel:

- 1) Forskare i Storbritannien har utvecklat något som av media beskrivs som ett "dödstest" som man hoppas ska kunna tala om hur många år en människa har kvar att leva. Ett armband med en smärtfri laserpuls appliceras på ytan av huden på armen. Produkten är den första i sitt slag i världen. Laserpulsen beräknar hur en persons kropp

bryts ner med åldern genom att analysera vissa celler som finns runt de minsta blodkärlen i kroppen. Genom att mäta svängningarna i kapillärerna hävdar forskarna att de kan räkna ut hur lång tid man har kvar att leva. Det kan också testa för livshotande sjukdomar som cancer och demens. En användarvänlig version av systemet beräknas bli klar att använda inom de närmaste två åren. Testet finansieras av medicinska välgörenhetsorganisationer och statliga forskningsanslag och har uppfunnits av forskare vid Lancaster University.³⁶

- 2) Ett annat test som har utvecklats kan genom ett blod- och vävnadsprov mäta den exakta längden och andelen teleomerer som sitter i ändarna av våra kromosomer och finns i våra celler. Ju kortare teleomerer desto större risk att åldras tidigt och få ett kortare liv.^{37 38}
- 3) Nyligen rapporterades att forskare funnit fyra ämnen, biomarkörer, i blodet som möjligen kan förutspå risk för sjukdom och död på kort sikt i hjärt-kärlsjukdom, cancer och andra sjukdomar. Studien gjordes på ett representativt urval av befolkningen i Estland och Finland, totalt 17 000 personer. Mer forskning behövs för att säkerställa resultaten.³⁹

Till dessa tre exempel kommer de många mer eller mindre seriösa tester där föräldrarnas ålder, vikt, levnadsförhållanden, vad man äter, hur mycket man tränar, alkoholvanor och om man röker eller ej med mera ger en viss uppfattning om risk att dö i förtid.

Helt klart är att området drar till sig mycket intresse från såväl allmänhet, forskare, försäkrings- och läkemedelsbolag. Men än så länge finns inget test som på vetenskaplig grund med säkerhet kan ange vilket år man kommer att dö. Frågan om man ska kunna ta reda på mer exakt hur länge en människa kommer att leva reser inte minst en mängd etiska frågor.

³⁶ Artikel på International Business Times (aug 2013), <http://www.ibtimes.co.uk/laser-death-test-science-prediction-498224>

³⁷ Företaget Lifelength, <http://www.lifelength.com/technology.html>

³⁸ Artikel på fgcsic.es/lychnos (sep 2010), http://www.fgcsic.es/lychnos/en_EN/interviews/interview_maria_a_blasco

³⁹ Biomarker Profiling by Nuclear Magnetic Resonance Spectroscopy for the Prediction of All-Cause Mortality: An Observational Study of 17 345 Persons (feb 2014), <http://www.plosmedicine.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pmed.1001606>

2.8.1 Nio av tio vill inte veta vilket år de ska dö

Skulle du vilja veta det årtal då det är mest sannolikt att du kommer att dö?

Bakgrund till frågan: Redan idag kan man prognosticera hur länge en människa kommer att leva mot bakgrund av arv, levnadsvanor och livsvillkor.

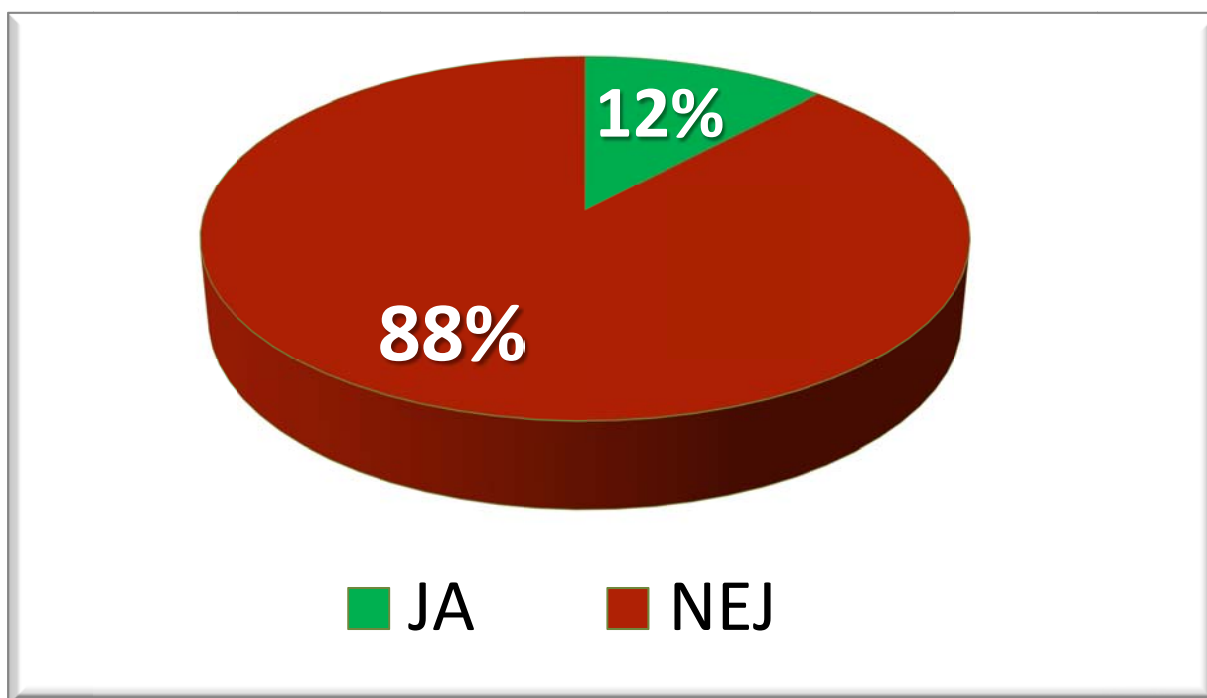


Diagram 8: 12 procent av svenska folket svarade Ja och 88 procent Nej.

Tanken på att veta vilket år man kommer att dö känns främmande för de flesta (88 %). Men bland dem med inkomst under 200 000 kr/år (21 %) och studerande (21 %) känns tanken lite mer tilltalande än för genomsnittet (12 %).

2.9 I framtiden är alla smygfotografer?

Det råder stor uppmärksamhet kring en av Googles kommande produkter, internetglasögon med mängder av inbyggda funktioner, bland annat en kamera.⁴⁰ Du talar om att du vill ta ett foto och glasögonen verkställer. Då hör visserligen personen som du vill ta en på bild vad du säger, men om glasögonen utvecklas så att du kan ta ett foto genom att bara blinka till, då blir det inte lika uppenbart att du blir fotograferad, kanske i närbild.

⁴⁰ Googles information om glasögonen <http://www.google.com/glass/start/what-it-does/>

För något år sedan erbjöds produktutvecklare för appar, spel och andra tjänster att för 1 500 dollar få tillgång till Googles teknik för att själva kunna vidareutveckla tjänster så att glasögonen ska bli riktigt efterfrågade när de lanseras till oss konsumenter. Glasögonen lär komma på marknaden under 2014.⁴¹

2.9.1 Svensken vill inte fotas i smyg

Skulle du känna dig bekväm med att bli fotograferad på nära håll av privatpersoner du pratar med utan att du själv lägger märke till det?

Bakgrund till frågan: Snart kommer många av oss att gå runt med små kameror i våra glasögon eller som ögonlinser som bland annat kan fotografera allt vi gör. Skulle du känna dig bekväm med att bli fotograferad på nära håll av privatpersoner du pratar med utan att du själv lägger märke till det?

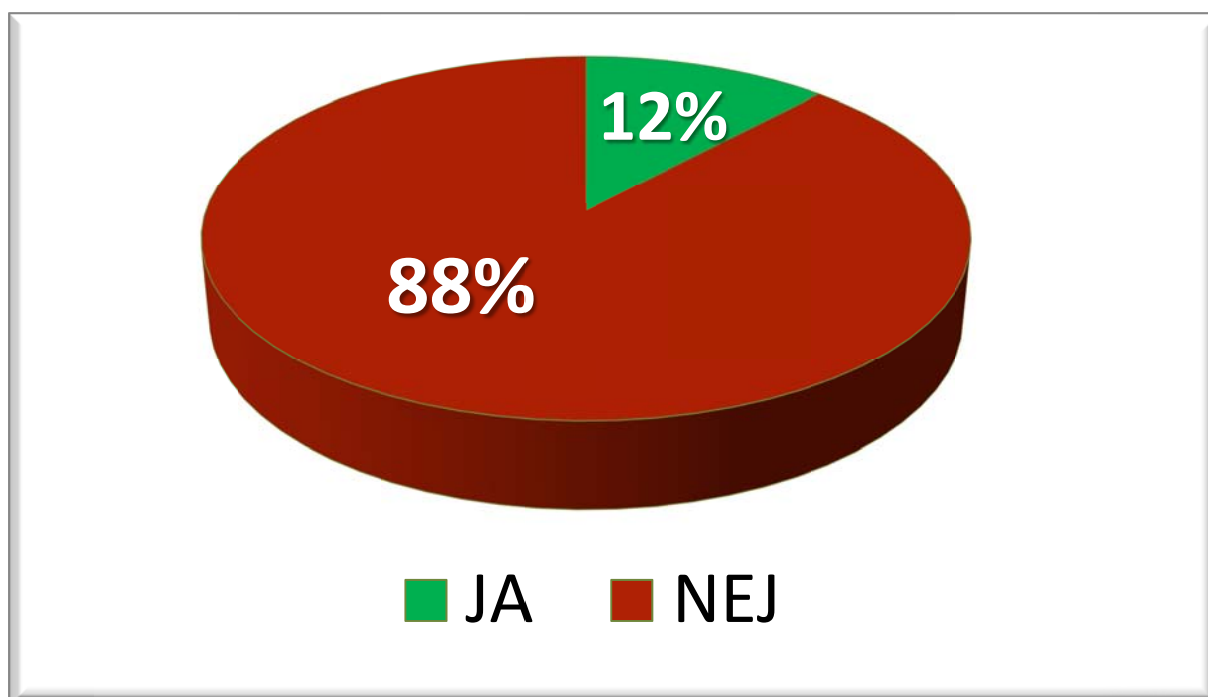


Diagram 9: 12 procent av svenska folket svarade Ja och 88 procent Nej.

Svaret visar tydligt att genomsnittssvensken inte vill bli fotad i smyg av någon de pratar med, 88 procent säger nej. Endast 12 procent säger ja. Man är lite mer okej med detta om man är student (22 %) eller tjänar under 200 000 kr/år (21 %). Kvinnor (95 %) är mer negativa till att smygfotas än män (82 %).

⁴¹ Film från Forbes (mar 2012), <https://www.youtube.com/watch?v=IWkMRakRxc8>

2.10 Prisdifferentiering

Tekniker för prisdifferentiering är inget ovanligt. Företaget eBureau erbjuder till exempel företag så kallade eScores som på individnivå sammanställer konsumentkredituppgifter, fastigheter och andra tillgångar, demografiska uppgifter som ålder, familjeförhållanden, inköphistorik och uppgifter ur olika offentliga register till exempel eventuella konkurser.⁴²

Amazon experimenterade med prissättning som tog hänsyn till finansiell status i början av 2000-talet men projektet ansågs så kontroversiellt att det lades ner. Men detta sker, ett exempel är en hotellkedja som styr vilka hotell som visas på första sidan av deras sajt beroende på vilken dator som den potentiella kunden använder. Macanvändare förutspås välja dyrare hotell.⁴³

Köpcentrum i Täby och Nacka riktar reklamen efter vilken bil du kör. Sensorer känner av om det är lyx, premium, normal eller en budget-bil du kör. Dyr bil är lika med erbjudanden om exklusiva varor, billigare bil ger annonser med lågpriserbjudanden.⁴⁴

Prisdifferentiering har skett i alla tider. Goda och lojala kunder erbjuds bra priser för att inte gå till konkurrenter. Nya kunder lockas med presenter för att börja prenumerera på en tidning eller extra förmånliga räntor när de byter bank.

⁴² Informationsblad från eBureau, http://www.ebureau.com/sites/default/files/file/datasheets/ebureau_escore_datasheet.pdf

⁴³ Intervju med Fredrik Alverén, författare till boken "Såld på nätet"

⁴⁴ Artikel på svt.se (dec 2011), <http://www.svt.se/nyheter/regionalt/abc/bilen-avgor-reklamen>

2.10.1 En av fyra tycker att de med lite pengar ska betala mindre

Tycker du det är okej med priser på varor som anpassas till vem du är och din finansiella status. De som har mer pengar betalar mer, de som har mindre betalar mindre?

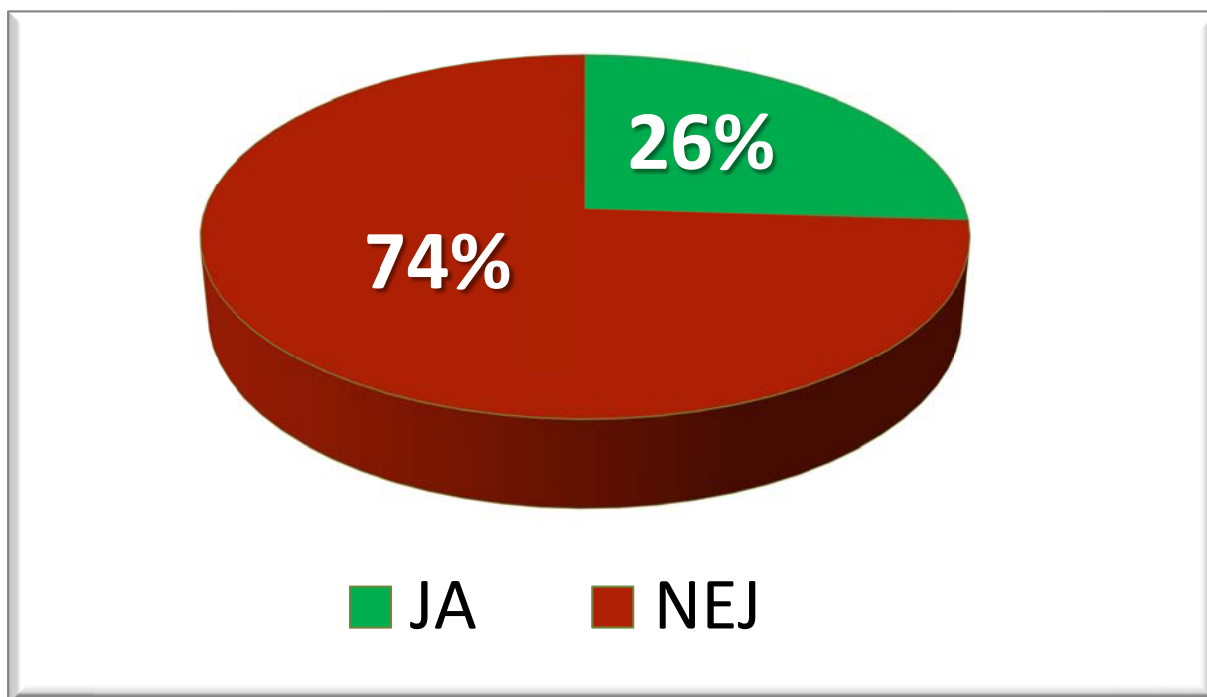


Diagram 10: 26 procent av svenska folket svarade Ja och 74 procent Nej.

Tre av fyra (74 %) är negativa till att priser på varor anpassas till den egna finansiella statusen. Pensionärer (81 %) är mer negativa till detta än genomsnittet. Mer positiva till idén är däremot studerande (43 %) och man jämför med genomsnittet (26 %).

2.11 Laborieframställt kött

Att äta kött som odlats fram på laboratorium kan i framtiden vara en realitet. Holländska forskare ligger längst fram på det här området, men även i Sverige odlas kött.⁴⁵

Animalieproduktion släpper ut mycket växthusgaser och djuren kräver mycket foder. Att odla kött är mycket mer skonsamt för klimatet, men fortfarande väldigt ekonomiskt kostsamt.

⁴⁵ Artikel på forskning.se (aug 2011), <http://www.forskning.se/nyheterfakta/nyheter/redaktionellaartiklar/expertpaketstgjortkottmots.5.2e5f1b2132089b5ddf8000110.html>

Forskarna jobbar på att kostnadseffektivisera processen så att det i framtiden ska löna sig att producera odlat kött istället för att föda upp djur.

Redan i februari 2012 bjöd forskarna i Maastricht på en laboratorieframställd hamburgare⁴⁶. Mer produktutveckling är dock nödvändig. Det lär dröja innan vi har dessa klimatsmarta hamburgare i frysdisk.

2.11.1 8 av 10 säger nej till laboratorieframställt kött

Kan du tänka dig att äta laboratorieframställt kött?

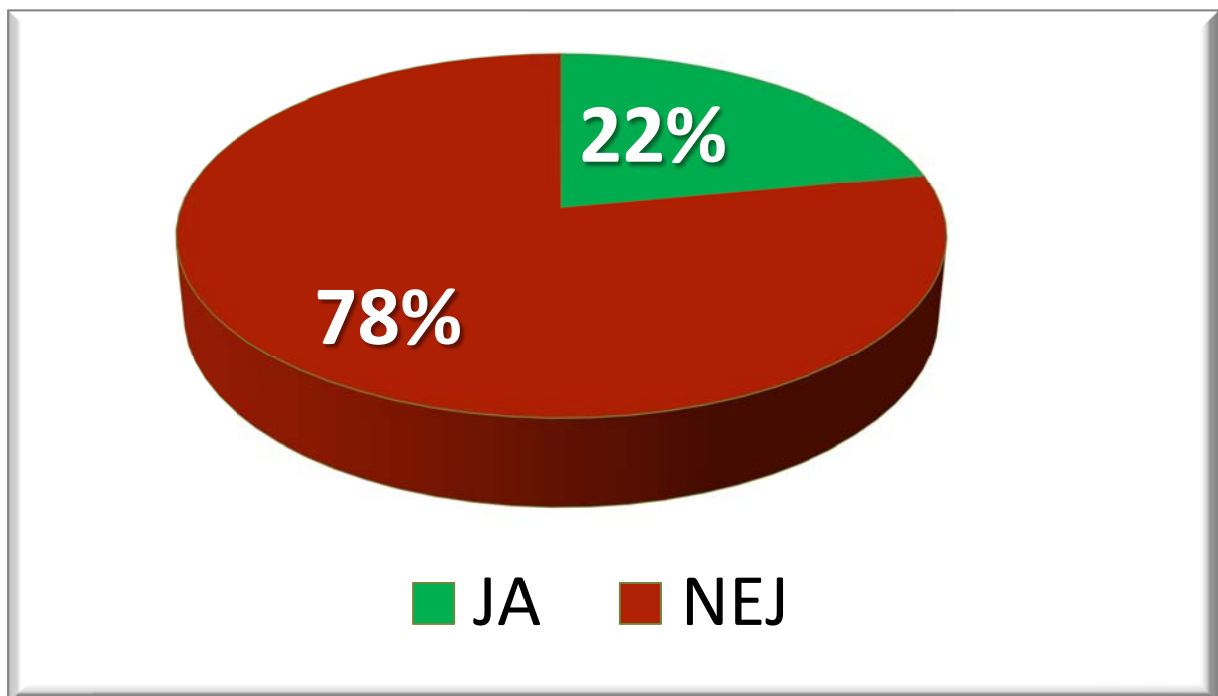


Diagram 11: 22 procent av svenska folket svarade Ja och 78 procent Nej.

Ungefär 2 av 10 (22 %) kan tänka sig att äta laboratorieframställt kött. Mest öppna för detta är män (31 %), studerande (45 %) och de som har en inkomst under 200 000 kr/år (37 %). Mest skeptiska till det laboratorieframställda köttet är pensionärer (90 %), om man jämför med genomsnittet (78 %).

⁴⁶ Artikel på sverigesradio.se (feb 2012),
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4973867>