

## Unga leder vägen mot mer hållbar konsumtion

**I framtiden måste vi hitta alternativ till slit-och-släng. Abonnemangstjänster kan innebära fördelar för både plånbok och planet – och unga är redan med på tåget. Det visar en undersökning från Resurs.**

I en omställning till ett mer hållbart samhälle blir cirkulär konsumtion viktigare. Abonnemangstjänster, där produkter används och återanvänds, är ett sätt att konsumera mer cirkulärt.

För att ta reda på hur konsumenter i Sverige, Finland, Norge och Danmark ställer sig till just abonnemang på produkter har Norstat på uppdrag av Resurs genomfört en undersökning.

- Abonnemangstjänster är på uppgång. Vi inom bank- och betaltjänstesektorn kan bidra genom att kroka arm med detaljhandeln för att utveckla nya produkter och tjänster som möjliggör den här omställningen. Vi har själva påbörjat denna resa, bland annat genom samarbetet med fintech-plattformen Payer där vi tillsammans utvecklar en lösning för smidiga och säkra betalningar i abonnemangstjänster, säger Anders Engstedt, Head of Product Development på Resurs.

Bland de svarande i åldrarna 18–29 är det 38 procent som tror att de kommer abonnera mer i framtiden, medan bara 26 procent av de äldsta tror det. Bara 9 procent av unga ser inte några fördelar alls med abonnemang, medan motsvarande siffra för 30–54 och 55+ är 19 respektive 32 procent.

- Det är tydligt att den yngre generationen har omfamnat det här nya sättet att konsumera – de leder vägen, säger Henrik Linder, hållbarhetschef på Resurs.

Produkterna som är populärast att abonnera på, efter den givna mobiltelefonen, är trädgårdsmaskin, cykel och verktyg.

### **De flesta ser fördelar – men inte för miljön**

64 procent av de svarande ser fördelar med att abonnera på en produkt istället för att köpa den. Samtidigt är det bara 10 procent som anger att det är en fördel att det är mer klimatvänligt med abonnemang.

- Cirkulär konsumtion är ett relativt nytt begrepp. Många kanske inte heller förstår hur abonnemang på produkter skulle vara mer miljövänligt. Här finns en möjlighet för både handlare och finansiella institutioner att informera och skapa relationer, säger Henrik Linder.

Mer än hälften av de svarande tror att vi kommer att abonnera i större utsträckning i framtiden. Samtidigt är det bara 31 procent som svarar att de tror att de själva kommer abonnera mer i framtiden.

### **Om undersökningen**

Rapporten baseras på en konsumentundersökning som är genomförd av Norstat. Undersökningen omfattade totalt 1044 webbenkäter i Sverige, Norge, Danmark och Finland, som genomfördes under 11 juli–10 augusti 2022. Respondenterna är över 18 år.

### **MER INFORMATION**

Henrik Linder, Nordic Sustainability Manager, Resurs Bank, [henrik.linder@resurs.se](mailto:henrik.linder@resurs.se), +46 079 06 60 906

### **OM RESURS**

Resurs är en ledande nordisk bank med en enkel filosofi: Vi vill skapa balans i människors vardagsekonomi. På den grunden bygger vi erbjudanden och tjänster inom lån, sparande och betalningar för butik och e-handel som utgår från människors liv och vardag, och som skapar långsiktiga värden för våra kunder. Och för samhället. Idag har vi en kundbas på drygt 6 miljoner privatkunder och 625 anställda i Norden.

### **Bifogade filer**

[Unga leder vägen mot mer hållbar konsumtion](#)  
[Resurs Consumer Report 2022](#)