



NISCHOMRÅDE · KURERAD TRENDANALYS

Hållbar livsstil och medvetna val

Utforska trender inom hållbar livsstil och medvetna val för individer och företag. Fokus ligger på grön omställning i vardagen, från boende och mat till resor och konsumtion, samt utveckling av relevanta erbjudanden.

UPPDATERAD 30 juni 2026

● Mikro ● Makro ● Mega

12 —
PUBLICERADE
TRENDER

KORT SVAR

Det viktigaste i analysen

Framgångsrik hållbar omställning kräver att företag överbryggar gapet mellan konsumenters intention och faktiskt köpbeteende genom ökad tillgänglighet och transparens. Genom att anpassa erbjudanden till **specifika konsumenttyper** och följa nya EU-krav på verifierbarhet kan företag transformera hållbarhet från **nisch till mainstream**.

01 Hur kan vi öka konverteringen från hållbarhetsintresse till faktiska köp?

Företag måste minska friktionen i köpresan genom att göra cirkulära alternativ lika bekväma och prisvärda som konventionella produkter. Det krävs en aktiv insats för att överbrygga **gapet mellan intention och agerande**.

03 Hur bör vi segmentera vår marknad för att driva innovation?

Använd insikter om **olika hållbara konsumenttyper** för att skräddarsy era erbjudanden och driva innovation.

02 Vilka regulatoriska risker bör vi prioritera i vår kommunikation?

Prioritera anpassning till **EU:s nya direktiv** för att undvika anklagelser om greenwashing och möta skärpta krav på transparens.

04 Vilka möjligheter finns för att finansiera vår omställning?

Sök aktivt **innovationsstöd** från nationella aktörer för att finansiera er omställning till cirkulära affärsmodeller.

MAKROTREND

Skalning av hållbar konsumtion från nisch till mainstream

Forskning och initiativ (som Mistra Sustainable Consumption) fokuserar på hur hållbar konsumtion, som idag praktiseras av ett fåtal, kan skalas upp och bli en norm i samhället. Detta indikerar ett skifte från att enbart tillgodose en nischmarknad till att utveckla lösningar som fungerar för hela samhället. Företag behöver därför tänka på hur deras hållbara erbjudanden kan göras mer tillgängliga, prisvärda och attraktiva för en bredare massa, snarare än att enbart fokusera på den redan övertygade konsumenten.

Affarsmodeller

Konsumentbeteende

Innovation

2 observationer · senast 6 maj 2026

Källor

01 **Nyheter - Medveten Konsumtion**
medvetenkonsumtion.se

02 **Om programmet - MISTRA Sustainable Consumption**
sustainableconsumption.se

03 **New Report: Unlocking sustainable living through global consumer ...**
consumersinternational.org

MEGATREND

Megatrenden 'Hållbara Konsumenttyper' driver innovation

En global megatrend identifierar olika 'Hållbara Konsumenttyper' med varierande drivkrafter och beteenden. Företag som förstår och anpassar sina erbjudanden till dessa specifika konsumentsegment, exempelvis genom skräddarsydda hållbara produkter och kommunikation, kommer att ha en konkurrensfördel och driva innovation inom hållbar livsstil.

Konsumentbeteende

Innovation

Affarsmodeller

3 observationer · senast 13 maj 2026

Källor

01 [PDF] Vägval för framtiden 5.1 - SKR
extra.skr.se

02 [PDF] SUSTAINABLE LIFESTYLES: TODAY'S FACTS & TOMORROW'S ...
eurohealthnet.eu

03 The sustainable consumer - Deloitte
deloitte.com

MIKROTREND

Affärsekosystem för kreativa och livsmedelsindustrier inom hållbar livsstil

Sverige utvecklar ett affärsekosystem som specifikt riktar sig mot kreativa industrier och livsmedelssektorn för att stödja hållbara livsstilsval. Detta indikerar en växande möjlighet för företag inom dessa sektorer att samarbeta, innovera och erbjuda produkter och tjänster som möter konsumenternas efterfrågan på hållbarhet inom mat, kläder och möbler.

Affärsmodeller

Hållbarhet

Innovation

4 observationer · senast 13 maj 2026

Källor

01 **Sveriges Ekosystem för hållbar livsstil - Business Sweden**
business-sweden.com

02 **[PDF] Årlig uppföljning av Sveriges nationella miljömål 2026**
naturvardsverket.se

03 **[PDF] Resultat Västerbotten 2025 - Analysportal NORR**
analysportalnorr.se

MIKROTREND

Genusperspektiv på hållbar konsumtion och livsstil

Nya forskningsprojekt fokuserar på att analysera hållbarhet och livsstil utifrån ett brett, intersektionellt genusperspektiv. Detta innebär att förstå hur kön och andra sociala faktorer påverkar individers förutsättningar och val för en hållbar livsstil. Företag som integrerar detta perspektiv kan bättre designa produkter och tjänster som är inkluderande och relevanta för olika demografiska grupper, samt undvika oavsiktliga bias i hållbarhetsinitiativ.

Konsumentbeteende

Demografi

Innovation

1 observation · senast 1 maj 2026

Källor

01 **Klimat, kön och konsumtion**
norden.org

02 **Genusperspektiv på hållbarhet fokus i nytt projekt | Göteborgs ...**
gu.se

MEGATREND

Hållbarhet genom 'Underconsumption' och cirkularitet

En ny våg av hållbarhet fokuserar på medveten underkonsumtion och långsammare innovationscykler. Företag förväntas erbjuda etiska ingredienser, miljövänliga förpackningar och produkter designade för att hålla längre.

Hållbarhet

Reglering

6 observationer · senast 13 maj 2026

Källor

- 01

Beauty Industry Trends 2025: Insights & Emerging Innovations - Attest
askattest.com
- 02

The trends that will shape beauty and wellness in 2025
harpersbazaar.com
- 03

Organic Beauty Awards | Sveriges viktigaste skönhetspris
organicbeautyawards.net

MAKROTREND

Fokus på drivkrafter och hinder för hållbart beteende

Projekt syftar till att förstå de psykologiska och sociala drivkrafterna samt hindren för att människor ska agera mer hållbart. Detta är en svag signal för att företag kommer att behöva investera i beteendevetenskaplig insikt för att designa produkter och tjänster som effektivt övervinner konsumenters tröghet och främjar långsiktigt hållbara val.

Konsumentbeteende

Innovation

Affarsmodeller

2 observationer · senast 8 maj 2026

Källor

01 Hållbara Livsstilar - hur agerar människor hållbart? - Green Leap
greenleap.kth.se

02 europa.eu
cordis.europa.eu

03 Life EU Project Takes the Next Step Towards Sustainable Eating Habits
chalmers.se

MAKROTREND

Ökad efterfrågan på hållbara affärsmodeller och cirkulär gastronomi

Sveriges fokus på hållbarhet driver en trend där hotell och restauranger alltmer anammar miljövänliga metoder, från förnybar energi till hållbar livsmedelsförsörjning. Initiativ som Circular Gastronomy® Challenge accelererar övergången till en cirkulär ekonomi inom restaurangbranschen, vilket påverkar inköp, avfallshantering och affärsmodeller.

Hållbarhet

Cirkularitet

Affärsmodeller

12 observationer · senast 20 maj 2026

Källor

01 **Meet Our New Partners Bringing Food Made Good To Sweden**
thesra.org

02 **Cirkulär ekonomi i besöksnäringen**
kunskapbesoksning.se

03 **[PDF] hur skapar vi förutsättningar för hållbara affärsmodeller?**
lup.lub.lu.se

MIKROTREND

Stadsbaserade pilotprojekt och nationella initiativ för hållbar livsstil

Svenska städer som Stockholm och Göteborg agerar som testbäddar för hållbara lösningar. Stockholm skalar upp smarta lösningar inom digital infrastruktur, mobilitet och energieffektivitet, medan Göteborg blir ett FN-nav för hållbara livsstilar 2026. Nationella initiativ som Sveriges sociala klimatplan, med subventioner för elfordon, stödjer också medborgare i omställningen till en hållbar livsstil.

Politik

Infrastruktur

Hållbarhet

Innovation

2 observationer · senast 6 maj 2026

Källor

01

Swedens Pilot City Activity Scale Stockholm
netzerocities.eu

02

Sweden Gothenburg Selected New Global Un Hub For Sustainable Lifestyles
neuseeland-australien-news.com

03

europa.eu
employment-social-affairs.ec.europa.eu

MAKROTREND

Stort gap mellan konsumentintention och faktiskt agerande inom cirkulär ekonomi

Trots en hög önskan bland konsumenter att anamma cirkulära metoder (t.ex. köpa mer hållbara produkter, reparera), finns det ett betydande 'intention-action gap'. Detta beror på bristande bekvämlighet, höga kostnader, begränsad infrastruktur och psykologiska barriärer. Företag som kan överbrygga detta gap genom att göra hållbara val enklare, billigare och mer tillgängliga kommer att ha en konkurrensfördel.

Konsumentbeteende

Affarsmodeller

Cirkularitet

2 observationer · senast 13 maj 2026

Källor

01 [PDF] Consumers and the Transition To A Circular Economy Report
consumer.scot

02 Capgemini Research Shows That Up To 72 of Consumers Want To Adopt Circular Practices
petnology.com

03 sustainability-directory.com
prism.sustainability-directory.com

MEGATREND

Hälso- och hållbarhetsdriven differentiering

Konsumenters ökade medvetenhet kring hälsa och miljö tvingar cateringaktörer att anpassa menyer och inköpsstrategier, där cirkulär ekonomi och minskat matsvinn blir centrala konkurrensfördelar.

Hållbarhet

Halsa

14 observationer · senast 8 maj 2026

Källor

01	Trender 2025 foodfacts.se
02	Smaskalig Livsmedelsförädling 2024 2027 jordbruksverket.se
03	[PDF] LIVSMEDELSSEKTORN I SVERIGE Syntesrapport - Tillväxtverket tillvaxtverket.se

MAKROTREND

Ökad efterfrågan på innovationsstöd för grön omställning

Företag söker aktivt innovationsstöd för att finansiera projekt som stärker deras forsknings- och innovationsförmåga inom cirkulär ekonomi och hållbar resursanvändning. Detta drivs av behovet att utveckla nya affärsmodeller, minska svinn och skapa hållbara system i linje med den gröna omställningen. Tillväxtverket, Vinnova, Energimyndigheten och Formas är centrala aktörer i att erbjuda sådant stöd.

Innovation

Hållbarhet

Ekonomi

15 observationer · senast 8 maj 2026

Källor

01 **Sök finansiering för digital hållbar omställning i Norra Mellansverige - Tillväxtverket**
tillvaxtverket.se

02 **Sju av tio företag vill öka investeringar för omställning**
aktuellhallbarhet.se

03 **Finansiering för hållbar omställning - RISE**
ri.se

MEGATREND

Ökad transparens och konsumentskydd genom EU:s gröna direktiv

Nya EU-direktiv, som 'Green Transition Directive', syftar till att bekämpa greenwashing och ge konsumenter bättre information för hållbara val. Detta kommer att tvinga företag till större transparens och verifierbarhet i sina hållbarhetsanspråk, vilket påverkar konsumentbeteendet i Sverige.

Reglering

Konsumentbeteende

Hållbarhet

14 observationer · senast 20 maj 2026

Källor

01 **Utredning för att genomföra två nya EU-direktiv som ska främja en hållbar konsumtion** - Regeringen.se
regeringen.se

02 **Åtgärder för en mer hållbar konsumtion** - Riksdagen
riksdagen.se

03 **[PDF] Rapport 2021**
konkurrensverket.se

OM ANALYSEN

Använd gärna analysen

Du får gärna skriva ut, dela och citera ur analysen. Använd insikterna i ert eget arbete, i presentationer och i samtal där de kan göra nytta.

DOKUMENTKÄLLA

<https://trendscope.se/hallbar-livsstil-och-medvetna-val>

NÄR DU HÄNVISAR

Ange Trendscope som källa. I digitala sammanhang får du gärna länka tillbaka till dokumentkällan, så att läsaren kan hitta den senaste publicerade versionen och följa underlaget vidare.

KONTROLLERA VIKTIGA UPPGIFTER

Både människor och AI kan missa sammanhang, feltolka uppgifter eller återge en källa fel. Kontrollera därför originalkällan när en uppgift ska ligga till grund för beslut, publicering eller andra sammanhang där korrekthet är viktig.

AI-STÖD OCH MÄNSKLIG KURERING

Delar av källinsamlingen och bearbetningen har gjorts med AI-stöd. Urval, struktur och den publicerade analysen har granskats och kurerats redaktionellt av människor.

FÖRESLAGEN HÄNVISNING

Trendscope. “Hållbar livsstil och medvetna val”.
Uppdaterad 30 juni 2026.