



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Att bibehålla sin värld
- En utvärderingsstudie för Malmö Cleantech City.***

**Helen Jönsson
Mette Schäfer**

Kandidatuppsats vt 2014

**Handledare: Åse Innes-Ker
Bi-handledare: Simon Granér**

Abstract

Networking is a useful tool in today's society for business development. Malmö Cleantech City is a network for environmental engineering in Malmö, who wished to get their network evaluated for potential progress opportunities. The study was designed with a qualitative methodology and was conducted through telephone interviews with eight respondents. The following research question was formed "how do companies experience the participation in Malmö Cleantech City's network?". The following four main categories were formed (a) participants' expectations, (b) attitude towards the network, (c) various network, and (d) time, with following subcategories. The result demonstrated a widespread positive attitude with an insinuation of ambivalence in the potential of the network as well as unincorporated expectations based on what Malmö Cleantech City gave the impression of. The study generated suggestions regarding development opportunities for the network.

Keywords: Network, environmental engineering, Malmö Cleantech City, development opportunities

Sammanfattning

Att nätverka är väldigt användbart i dagens samhälle för företag. Malmö Cleantech City är ett nätverk för miljöteknik företag i Malmö som ville få sin verksamhet utvärderad för potentiella utvecklingsmöjligheter. Därför utformades denna studie med kvalitativmetod och genomfördes genom telefonintervjuer med åtta respondenter. För att uppnå syftet formades forskningsfrågan "hur upplever företagen i Malmö Cleantech Citys nätverk deltagandet i helhet?". De fyra huvudkategorierna som skapades var (a) deltagarnas förväntningar, (b) syn på nätverket, (c) diverse nätverk samt, (d) tid, med underkategorier. Resultatet påvisade en utbredd positiv inställning med inslag av ambivalens kring potential samt icke införlivade förväntningar utifrån vad Malmö Cleantech City ingett förhoppningar om. Studien genererade förslag angående utvecklingsmöjligheter för nätverket.

Nyckelord: Nätverk, miljöteknik, Malmö Cleantech City, utvecklingsmöjligheter

Introduktion

Bakgrund

Miljöfrågor blir allt viktigare och folk blir medvetna om vikten av att arbeta efter en bättre värld. Malmö Stad är den tredje mest miljövänliga staden i världen och har som övergripande miljömål att vara självförsörjande med förnybar energi till år 2030 (Malmö Stad, u.å.). Malmö Stads näringslivskontor startade därför som del av denna process miljötekniknätverket Malmö Cleantech City. Detta är ett nätverk för hållbar stadsutveckling som etablerades 2010. I verksamheten ingår cirka 700 företag i Öresundsregionen varav 100 är Malmöbaserade (Malmö Cleantech City, u.å.). Företagen som medverkar varierar i storlek och i etablering. Malmö Cleantech City drivs av två personer. Arbetet utgörs av tre delar; kompetensutveckling, nya mötesplatser och affärsmöjligheter för företagen (Malmö Cleantech City, u.å.). Deras hållbarhets mål utgår från de tre komponenterna socialt, ekonomiskt och ekologiskt. För att möjliggöra hållbar utveckling krävs att alla olika faktorerna uppmärksammas (Lena Persson, personlig kommunikation, 2 april 2014). Problematiken nätverket stod inför våren 2014 var att uppdatera dess funktioner och utföra en konceptutveckling för att möjliggöra expanderings och uppnå mer aktivitet bland de befintliga deltagarna. Därför ansökte de om studenter som var intresserade av att skriva ett examensarbete om ovanstående problemformulering. Diskussion med uppdragsgivaren ledde fram till att omfånget av uppsatsen skulle innefatta en utvärdering av den befintliga uppfattningen hos deltagarna. Studien syftar till att undersöka uppfattningen av medverkan i miljötekniknätverket.

Hållbar utveckling

Av anledning att studien kommer att beskriva miljöteknikföretag är det av vikt att förstå innebörden av hållbar utveckling. Donald Hughes (2005) menar på att det historiskt sett har varit högprioriterat med ekonomisk vinning framför att förhindra miljöförstöring för stater. Multinationella företag som ibland kan ha större förmåga än länder att påverka produktion, prioriterar oftast vinst framför miljö. Därför har man på senare tid börjat tala om hållbar utveckling. Hållbar utveckling myntades 1987 och publicerades i Brundtlandrapporten. Begreppet syftar till att "en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (Nationalencyklopedin, u.å.). Hållbar utveckling är att det

ska vara socialt-, ekonomiskt- och miljömässigt hållbart (Regeringen, u.å.). Malmö Cleantech City behandlar ovanstående i deras nätverk, med en tydlig röd tråd mellan de tre segmenten inom hållbar utveckling. Malmö Cleantech City har miljöteknikföretag som deras primära målgrupp. Dessa definieras som företag som arbetar mot hållbart samhälle och utveckling (Lena Persson, personlig kommunikation, 2 april 2014).

Nätverk

I denna studie är det viktigt att förstå komplexiteten gällande nätverk för att begripa tillvägagångssättet av arbetet. Nationalencyklopedin (u.å) skriver att det finns olika typer av nätverk och definierar att ”Socialantropologer studerar beteendeformer i förhållande till det nät av sociala relationer som människor omger sig med.”. Enligt Ford och Håkansson (2002) är ett nätverk i stort sett olika komponenter som strukturerat är kopplade till varandra. Utgår man ifrån företagsnätverk utgörs dessa av komplexa samspel mellan företag. Det är alltså inte separata, isolerade interaktioner, utan en mängd sammankopplade. Genom att ha goda relationer mellan företag, kan respektive firma dra nytta av andra bolags kunskap, framförallt gällande teknik som baseras på snabb utveckling. På grund utav svåröverskådligheten av nätverk kommer en metod genomföras för att urskilja vad för behållning företagen upplever att de får utav sin medverkan. Malmö Cleantech Citys önskan om att få en utvecklingsplan, genererade en utvärderingsstudie. Detta för att förhoppningsvis tydliggöra vilka områden som bör förstärkas eller förändras.

För att få förståelse för nätverk bör tidigare forskning tas i beaktning. Enligt Wolff och Moser (2010) har mycket tidigare forskning antytt på att deltagande i nätverk kan leda till karriärmöjligheter och ökad prestanda för de som deltar i den typen av verksamhet. Vetenskapen har främst behandlat nätverk på ett övergripande sätt, inte specifika skillnader inom dem. Vidare har Afuah (2013) beskrivit att värdet för medlemmar i ett nätverk ligger inte enbart i dess storlek, även andra faktorer är av relevans. Dessa kan exempelvis vara nätverkets rykte eller trovärdigheten som medlemmarna utgör. Genom att ta reda på vad den rådande uppfattningen av nätverket är kan man se om dessa aspekter uppmärksammas.

Morsing, Schultz & Nielsen (2008) har diskuterat problematik för företag som sysslar med Corporate Social Responsibility (CSR) frågor. Dessa företag får mer kritik

och blir bedömda hårdare än de företag som inte utger sig för att syssla med denna typ av frågor. Exempelvis ett företag som arbetar med miljöfrågor kommer förväntas att vara konsekventa med detta arbete. Om några funktioner inom företaget inte är miljövänliga kommer detta att uppmärksammas istället för det fungerande miljöarbetet. Med anledning av denna problematik är det tänkvärt att detta kan härledas i studien och vara av vikt att undersöka. Under intervjuerna ställs frågor om upplevelsen av andra deltagare för att se om denna kritiska inställning finns inom nätverket.

Många personer som deltar i verksamheten är entreprenörer eller intraprenörer. Schoon och Duckworth (2012) har uppgett att kvinnor har svårare att lyckas som entreprenörer än män på grund utav sociala omständigheter och därför är det av betydelse att uppmärksamma om det råder könsskillnader inom Malmö Cleantech City.

Nätverket består av individer och därför är ”social comparison” (social jämförelse) som bygger på att individer jämför sina beteenden och emotioner med andra (Passer et al., 2009) en intressant teori som kan beskriva tendenser i rörelsen. Principen råder när en person känner tillhörighet till en grupp och genom gruppen skapar sina normer och identitet. För att detta ska uppstå krävs att denna känsla upplevs. Exempelvis kan inställningen hos individerna som deltar influera varandra och på så sätt frambringa en generell känsla inför medverkan. Samma princip råder angående hur frekvent andra företag besöker aktiviteterna.

Eftersom individer jämför sig med andra kan en liknande aspekt härledas till en av Cialdinis (2005) teorier som handlar om sympati där likhet och igenkännande skapar ”liking” (uppskattning). Det är lättare för en person att påverka andra individer om ”liking” är uppfyllt inför denne. Likhet kan bestå av flertalet olika faktorer så som intresse eller livsstil. Utgångspunkten i studien är att företagen har en viss likhet från början av den orsaken att de arbetar med miljö. Det är intressant att undersöka om denna likhet är tillräcklig eller om likheten överhuvudtaget uppfattas av intervjupersonerna som en bidragande faktor för att ”liking” ska uppstå. Det kan vara andra aspekter som skapar likhet för företagen exempelvis antal anställda eller tidigare erfarenheter. Studien undersöker en verksamhet där individer träffas vid upprepade tillfällen och därför är Cialdinis (2005) teori om att människor tycker om det de känner till. Ett annat av Cialdinis (2005) resonemang bygger på associationsprincipen som

innebär att människor har en tendens att associera samman olika saker. Exempelvis om en individ är positivt inställd till Malmö Stad, och ser att det är Malmö Stad som förmedlar nätverket skulle detta kunna resultera i en ökad positiv inställning inför Malmö Cleantech City. Denna betingelse kan härledas till Aronsons (1994) teori om att människor föredrar individer med liknande åsikter för det stärker ens personliga uppfattning. Därför är individer motstridiga mot personer vars ståndpunkt skiljer sig åt från deras egen övertygelse för att det försvagar det egna tankesättet. Om tesen är korrekt att det råder likhet inom nätverket, kommer detta påvisas genom att ovanstående argumentation är uppfylld om bekräftelse och samhörighet bland de medverkande.

Aronsons (1994) ”The self-serving bias” förklarar att när en individ utfört något bra kan denne ta åt sig av äran för detta, men när något mindre bra skett förkastas det som ens eget fel. Exempelvis om ett företag lyckas få en affär genom nätverket kommer detta att tillskrivas det egna företagets förtjänst. Däremot om dessa förväntade affärsmöjligheter inte inträffar kommer utomstående parter att beskyllas för den uteblivna uppgörelsen. Denna teori beskriver även att människor kan uppmärksamma sin egen insats mer än andra parter. En koppling mellan ”The self-serving bias” och studien kan förklaras genom att om en deltagare främst ser sitt eget engagemang och som nämnt ovan ser olika på lyckade och mindre lyckade prestationer. Studien granskar individers beskrivningar av upplevelser kring fördelar och nackdelar i Malmö Cleantech City och därför är det av intresse att se om ”The self-serving bias” principen äger rum.

Med anledning av att nätverket baseras på interaktioner och relationer mellan individer är Hoffer Gilletts (2006) resonemang om att relationer kan påverka samarbete och framgång intressant. Genom starka relationella band där kunskap och mål enas kan en grupp bli starkare och mer framgångsrik. En önskan att vilja delta i en grupp samt dela dess mål, kan leda till ett bättre samarbete vilket har möjlighet att generera effektivitet. Genom att skapa en förståelse för andras arbete och vad de utför kan egenvinning erhållas (Hoffer Gilletts, 2006). Förslagsvis kan det gynna individerna i nätverket att dra nytta av varandra i form av erfarenheter. Det kan även vara till fördel att arbeta som en gemensam enhet mot utsatta mål, då det medför mer slagkraft. Studien väntar sig att se om denna önskan inhyses och upplevs.

Det är intressant att se på förpliktelsen som råder gentemot Malmö Cleantech City. Förpliktelse innebär att om man tagit sig an något vill man fullfölja det. Detta kan uppstå exempelvis om någon utger sig för att vara miljövänlig, speciellt om detta uttalats offentligt, kommer detta troligen att strävas efter att uppfyllas. Personer som förpliktat sig vill vara konsekventa inför sina åtagande och agerar mer lojalt desto mer förpliktigade de anser sig vara (Cialdini, 2005). Kan studien påvisa om detta är uppfyllt kan också styrkan eller svagheten angående förpliktelsen mot Malmö Cleantech City diskuteras.

En annan aspekt är förväntningarna deltagarna har på nätverket som kan beskrivas med stöd av Vrooms (1964) teori om motivation och förväntningar. Teorin gör anspråk på att individer agerar på ett sätt för att de förväntar sig ett visst resultat. Förväntningar av ett resultat genererar motivation för individer. Förväntning kan ses som en personlig föreställning av en möjlighet på grund utav en viss ansträngning (Vroom, 1964). Genom att komma fram till vilka förväntningar som finns kan det vägas mot den motivation som beskrivs. För att förtydliga, om förväntningarna är låga på Malmö Cleantech City kommer detta att speglas i att motivationsnivån för att aktivt delta är låg.

Syfte

Syftet är att på uppdrag åt Malmö Cleantech City undersöka utvecklingsmöjligheter av deras nätverk. Uppdragsgivaren är intresserad av att se ifall det finns möjligheter att expandera samt få mer aktivt deltagande. Den akademiska infallsvinkel är att kvalitativt granska varför individer/företag deltar i nätverket. Med utgångspunkt i psykologiska teorier ska studien undersöka individens deltagande i grupper och relationer sinsemellan. Följande forskningsfråga har därför framtagits: Hur upplever företagen i Malmö Cleantech Citys nätverk deltagandet i helhet?

Metod

För att få fördjupad förståelse för funktionerna i verksamheten valdes det att medverka i aktiviteter vid två olika tillfällen. Dessa utgjordes av frukostseminarium med deltagare i nätverket samt så kallad ”Testbed”, där Malmö Cleantech City aktivt för samman potentiella intressenter med producenter av miljöteknik. Producenterna får möjligheten att presentera sina produkter för eventuella uppköpare inom Malmö Stad.

Nätverket har valt att marknadsföra sig genom att presentera sig i andra nätverk och förlitat sig på "word of mouth" (Aronson, 2007). Den interna kommunikationen utgörs av Nyhetsbrev via e-post, den officiella hemsidan och Facebook (Lena Persson, personlig kommunikation, 4 april 2014).

Deltagare

Deltagarna bestod av en representant från vardera företag som kontaktades. Totalt kontaktades 14 personer, varav 11 män och 3 kvinnor. Sammanlagt ställde 9 stycken upp på telefonintervju varav 7 män och 2 kvinnor. Kontakterna förmedlades via Malmö Cleantech City med motivering att det inte fanns någon lista på alla deltagare. Larsen (2009) klargör att snöbollsurval är när en individ hänvisar till andra människor med erfarenheter om ämnet. Vi anser att detta påminner om urvalsprocessen i studien. Vår kontaktperson på Malmö Cleantech City försåg oss med kontaktuppgifter till deltagare med upplevelser av nätverket. Dessa har i sin tur tagit ställning till sin medverkan i studien. Kriterier för att medverka i studien var att intervjupersonen deltagit i nätverket i minst sex månader. Detta för att erfarenheter kring verksamheten och dess funktion skulle innehas av deltagarna och kunna generera utförlig information.

Material

Studien utfördes med hjälp av en halvstrukturerad intervjuteknik. Larsen (2009) anser att utan tidigare erfarenhet av att intervjua och om intervjun ska vara kort bör man använda sig utav denna teknik. Med tanke på intervjuernas längd på cirka 15 minuter, ansåg vi själva att det kan definieras som korta intervjuer. En viss struktur inom intervjuerna kan hjälpa under dessa omständigheter och bedömdes därför vara det rätta tillvägagångssättet. Genom en halvstrukturerad intervju gavs det utrymme för att ställa oplanerade följdfrågor för en djupare förståelse kring intervjupersonens svar (Larsen 2009). Det är viktigt att ha ett öppet klimat under intervjuer med hjälp av att den som intervjuar håller sig lugn och avslappnad (Starrin & Svensson, 1996). Detta försökte vi uppnå genom att den som agerade samtalsledare var väl förberedd och påläst om ämnet.

Vi tog hjälp av en intervjuguide (se appendix) vilket innebar att innan intervjuerna utfördes, hade ett antal frågor sammanställts för att hålla samtalet kring de ämnen som ansågs relevanta. Larsen (2009) hävdar att en intervjuguide utgör

strukturen inom intervjuer och syftar till att försöka nå svaret på frågeställningar. Studiens intervjuguide (se appendix) följer Hägers (2007) rekommendation. Frågorna är öppna, enkla och icke ledande, för att få så detaljrika svar som möjligt. De specifika frågorna togs fram efter samtal med Malmö Cleantech City. Uppdragsgivarens uppfattning om nätverket låg till grund för utformningen av guiden. "Interview bias" (intervjuareffekten) är en risk där man som intervjuare påverkar resultatet genom förförståelse, intresse och kroppsspråk (Larsen, 2009; Vogl, 2013). Kroppsspråk uteslöts eftersom studien utfördes genom en telefonintervju och de andra aspekterna har tagits i beaktning, därmed har "interview bias" i stor utsträckning kontrollerats.

Två pilotintervjuer utfördes och vi ansåg att frågorna fungerade och beslöt därför oss för att använda den befintliga intervjuguiden utan ändringar.

Datainsamlingen genomfördes genom telefonintervjuer med hänsyn till Vogls (2013) forskning angående att telefonintervjuer är väl anpassade för kortare intervjuer och gör att mindre resurser krävs för att genomföra intervjuerna, i form av tid och ekonomiska aspekter. Sturges & Hanrahan (2004) anser att det gynnar att använda telefonintervju när intervjupersonerna kan vara svåra att ordna ett konkret möte på plats med.

Inspelningen av intervjuerna utfördes med hjälp av högtalarfunktion på våra mobiltelefoner och spelades in på GarageBand på en MacBook Pro laptop. Varje avslutad intervju följdes av en transkribering som utfördes av samma person som utfört intervjun. På grund av bristfällig ljudkvalitet i GarageBand ansåg vi att den som hade genomfört samtalet var mer lämpad att utföra transkriberingen. Otydliga ord uppfattades enklare av den som hört yttrandet tidigare vid intervjutillfället. Efter att materialet var transkriberat togs ljudfilerna bort och vardera intervjuperson tilldelades ett pseudonym intervjuperson 1, intervjuperson 2 etcetera. För att representera de olika deltagarna utan att utlämna deras identitet.

Procedur

Studiens uppstart bestod av att vi sökte ett specifikt uppdrag via Miljöbrons hemsida. Det fastslogs att vi skulle träffa uppdragsgivaren, Malmö Cleantech City. Mötet ifråga genererade en sammanstrålning av den akademiska världen samt näringslivet där en konkret utformning av samarbetet utarbetades. Ökad förståelse för Malmö Cleantech City skapades genom deltagande i två separata evenemang samt samtal. Det första evenemanget skedde den 2 april 2014. Denna dag innehöll föreläsningar samt mingel

och en första kontakt med deltagare i nätverket inleddes. Det andra evenemanget den 4 april 2014 gav förståelse kring aktiviteter inom nätverket. En diskussion med drivande parter på Malmö Cleantech City ingav överskådlighet för nätverket i helhet och möjliggjorde utformandet av intervjuguiden (se appendix). Malmö Cleantech City förmedlade även intervjupersoner, vilket redovisats under rubriken ”deltagare”.

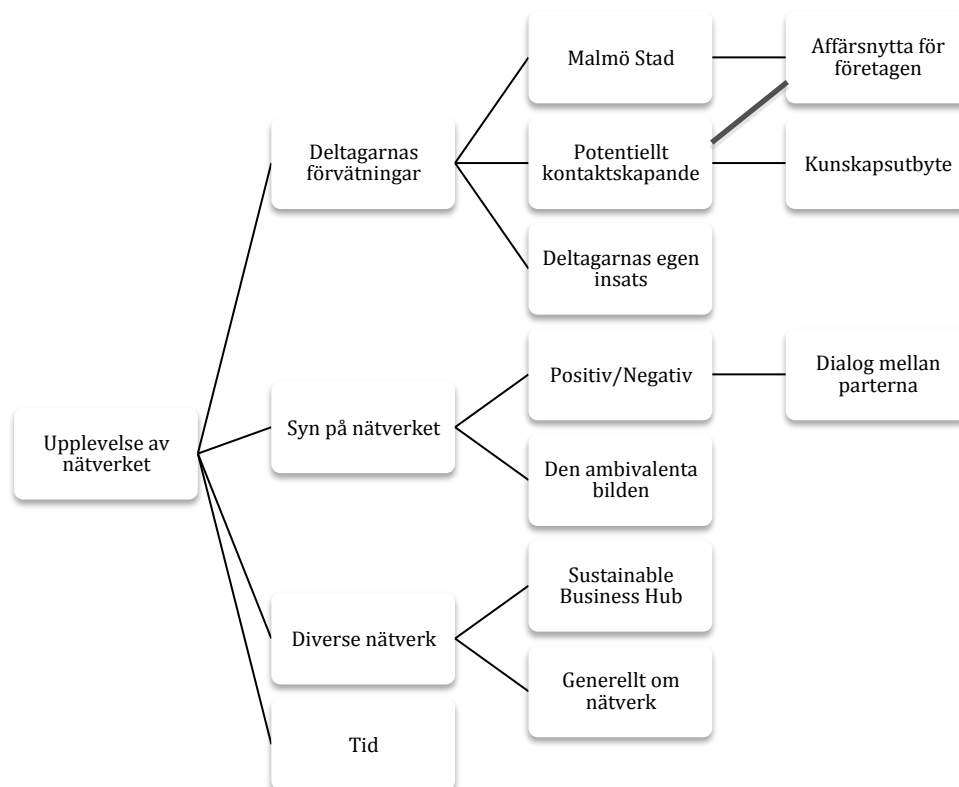
Inledande kontakt skapades genom att samtliga potentiella deltagare till studien fick samstämmig information via e-post med förfrågan om medverkan i en telefonintervju på cirka 15 minuter. Nio intervjuer genomfördes där intervjupersonerna själva valde datum och tid. En av intervjuerna fick strykas på grund utav att en av intervjupersonerna inte ansåg sig själv ingå i nätverket Malmö Cleantech City.

Telefonintervjuerna delades likvärdigt upp mellan oss och utfördes med hjälp av samma tillvägagångssätt. Tidsomfånget för intervjuerna var mellan 10-15 minuter och samtliga deltagare fick identisk information om studien innan intervjuernas start och utgick från samma intervjuguide (se appendix). Informationen bestod av hur materialet skulle användas, möjligheten att få tillgång till transkriberat material för eventuella strykningar och intervjupersonernas rättighet att avbryta sitt deltagande under studiens gång. Medverkande fick även möjlighet att få sin e-post uppskriven på ett separat papper för att eventuellt ta del utav den färdiga rapporten. Med hjälp av denna metod uteslöts risken för att anonymiteten för individerna skulle röjas.

Dataanalys

Studiens dataanalys utfördes genom att det insamlade materialet kodades och delades in i kategorier. Kodningsproceduren påbörjades genom att det transkriberade materialet skrevs in i ett Word-dokument. Varje ny syftning, även det som skilde sig inom meningar, sattes på en separat rad för att simplificera kommande steg i förloppet. Därefter fördes alla ovanstående uppdelningar in i ett Excel-dokument och varje separat syftning blev tilldelad ett representativt tema. Genom de olika teman fann vi övergripande likheter som formades till kategorier. Exempelvis ”deltagarnas förväntningar” (se nedan) skapades genom att olika teman angående deltagarnas inställning gentemot nätverket och Malmö Stad sammanfördes med de olika utsagorna om vad intervjupersonerna ville ha utav nätverket. Kategorierna fördes in i *figur 1* (se nedan) för att illustrera hur de olika delarna kollaborerar och för att tydliggöra huvudkategorier, andrestegs- samt tredjestegs-kategorier.

Resultat



Figur 1. Illustration av de framtagna kategoriernas sammansättning.

Generellt sett har en stor spridning av deltagarnas upplevelser av nätverket framkommit under intervjutillfällena. En del av det insamlade materialet exkluderades för att möjliggöra en överskådlighet. Detta material valdes systematiskt bort på grund utav att vi inte såg en trend i utlåtandena alternativt data som inte berörde Malmö Cleantech City. För att undvika att relevant information togs bort valde vi att separat ta bort material och jämförde därefter vilka delar som borttagits. Vardera eliminerad data som överensstämde togs bort från studien. De delar som har valts ut att belysa i resultatet är de vi anser mest frekvent omnämnda samt de som skiljer sig mycket åt mellan intervjupersonerna. Huvudkategorierna i studien är följande (a) deltagarnas förväntningar, (b) syn på nätverket, (c) diverse nätverk, och (d) tid. Ovannämnda kategorier ansågs vara mest representativa utifrån vår uppfattning av intervjupersonernas subjektiva beskrivningar av deltagandet i Malmö Cleantech City. Kategorierna specificeras genom underkategorier se *figur 1*.

”Deltagarnas förväntningar”

Den första huvudkategorin bearbetar ”deltagarnas förväntningar”. Alla medverkande hade individuella visioner om nätverket, vilket har resulterat i de analyserade förväntningarna. Dessa varierade betydligt men har slutligen sammanställts till tre andrestegs-kategorier samt två tredjestegs-kategorier.

”Malmö Stad”

Representerar den första andrestegs-kategorin under huvudkategorin ”deltagarnas förväntningar”. Samtliga deltagare diskuterade Malmö Stads del i nätverket och hade olika uppfattning om vad de förväntade sig. Majoriteten var överens om att Malmö Stad var passiva och borde generera mer affärsnytta för deltagande företag. Följande tre citat konstaterar detta: “Malmö stad som betalar mycket av det här så jag tycker att de borde utnyttja den kompetens eh som finns mer bland deltagande företag” (Intervjuperson 1). “Sen tror jag också att alla hoppas på att eh det blir mer blir mer skjuts in mot Malmö Kommun, det tror jag att de flesta vill” (Intervjuperson 3). “Det ska vara lättare att få Malmö Kommun att ingå eh ja Testbeddar” (Intervjuperson 7).

”Potentiellt kontaktskapande”

Utgör den följande andrestegs-kategorin som baseras på att de medverkande förmodade att deltagandet skulle ge upphov till eventuella nya kontakter. För att styrka kategorin har två citat valts ut: ”Det kan förmedla kontakter helt klart” (Intervjuperson 6). “I och med att vi försöker slå igenom globalt så tror vi att detta här kan vara väldigt positivt, att det finns så pass mycket kontakter inom detta område också.” (Intervjuperson 4).

”Kunskapsutbyte”. Är en tredjestegs-kategori under ”potentiellt kontaktskapande” där förväntningar uttryckts om att få kunskap från andra. Fyra av intervjupersonerna har valt att omnämna detta, varav två av utlåtanden lyder: “Har träffat intressanta människor som har gjort att jag har suttit i diskussioner och lett mig vidare till nya idéer och möjligheter” (Intervjuperson 2). “Jag möter andra eh miljöteknik företag som många står inför samma typ av problematik som jag gör. Eh vilket är bra att kunna diskutera och utbyta erfarenheter.” (Intervjuperson 6).

“Affärsnytta för företagen”. Skapar en gemensam tredjestegs-kategori för andrestegs-kategorierna ”Malmö Stad” samt ”potentiellt kontaktskapande”. Detta eftersom samtliga deltagare i studien uttryckte att de hade en förväntan på att deltagandet i nätverket skulle kunna motiveras av affärsmöjligheter genom nya kontakter eller med Malmö Stad. Se följande citat: “Ja det är ju att skapa förutsättningar för att göra bättre affärer.” (Intervjuperson 5). “Vi behövde komma igång lite mer på marknaden och synas lite mer utåt och då kände jag att det här var ett bra första steg att eh synas lite mer.” (Intervjuperson 7). “Huvudsakliga syfte var väl egentligen också alltså att kanske synas mer inom Malmö Kommun.” (Intervjuperson 8).

”Deltagarnas egen insats”

Det egna deltagandet beskrevs varierat bland alla intervjupersonerna och därför utformades denna andrestegs-kategori. Vilket motiveras genom dessa två citat: “Jag har väl varit relativt passiv och ska jag vara riktigt ärlig så har det väl inte gett så jätte mycket” (Intervjuperson 1). “Jag brukar gå. Jag är ganska aktiv” (Intervjuperson 2).

”Syn på nätverket”

Huvudkategorin bottenar i hur deltagarnas inställning till nätverket förhåller sig som mynnar ut i två stycken sub-kategorier se nedan.

“Positiv/negativ”

Denna andrestegs-kategori utgör de uppskattade delarna i nätverket samt de mindre uppskattade. Alla intervjupersoner anser att de är positivt inställda till nätverket. Följande citat styrker detta; ”Ja men jag är jätte positivt inställd till det. Jag tycker det är superbra.” (Intervjuperson 6). ”Jag tycker det är en positiv grej. Ehm, det är det absolut.” (Intervjuperson 4).

“Dialog mellan parterna”. Denna kategori representerar en tredjestegs-kategori och är under ”positiv/negativ”. Denna grupp syftar till kommunikationen mellan Malmö Cleantech City och företagen samt kommunikationen mellan de deltagande företagen. Det förstnämnda har överlag beskrivits som positiv, detta citat representerar majoriteten av deltagarnas uttalanden ”Den är väldigt god. Vi pratar, vi

träffas, vi mejlar.” (Intervjuperson 4). Två av åtta intervjupersoner anser att kontakten mellan dem och Malmö Cleantech City inte är frekvent och tydlig vilket företrädes av kommande citat: ”Jag hade väl velat eh att det blev ja, att det blev lite mer. Att man kunde utnyttja Cleantech City Malmö på ett bättre sätt än vad vi gör idag. Ehm, det är ju inte så jättemycket egentligen” (Intervjuperson 5). De upplevelser som beskrivits som mindre bra inom denna kategori har framförallt utgjorts av kontakterna mellan företagen som ingår i nätverket. Tre uttalanden som påvisar detta är: ”Dem som är direkt så att säga våra konkurrenter eller kollegor. Det verkar inte som de har tagit det på riktigt allvar, på samma sätt som vi har gjort och sett möjligheten i det” (Intervjuperson 8). ”Det är lite varierat, vissa tycker jag är bra Cleantech företag som har bra idéer sen finns det kanske vissa som har halkat in på ett bananskal som kanske inte har något unikt att erbjuda.” (Intervjuperson 7).

Det är en ganska brokig skara, jag tycker väl inte att jag har jättemycket gemensamt med de flesta utav de andra företagen. Som är med i nätverket. Så, så eh jag har väl mer nytta av, av själva av Malmö Cleantech city som sådana än av de andra företagen (Intervjuperson 3).

“Den ambivalenta bilden”

Är en andrestegs-kategori under ”syn på nätverket” och bildades av att det fanns en osäkerhet hos vissa av deltagarna gällande nätverket. Detta uttrycks i olika former, fem uttalanden fastslår följande: ”Men det är ju inställningen från Cleantech City Malmö att de vill ha så mycket företag som möjligt. Så att det, är inte något jag ska lägga mig i, egentligen vilka som är, som är med där.” (Intervjuperson 5), ”Alltså det är ju inte, det känns som ett nätverk som är väldigt öppet” (Intervjuperson 2).

Jag känner eh att det nätverket är för mig mindre klart i sin struktur. Ehm, kanske troligtvis den har ju rimligen en mindre grad av tydligt ledarskap så att säga. Det kanske, ska man uttrycka det i några termer här, det kanske känns mer som en eh intresseklubb (Intervjuperson 1).

Jag var i ett väldigt tidigt skede i kontakt med dem men jag tyckte när jag väl kollade på hemsidan att det kanske inte var, ehm det var nästan för mycket

företag som var med på deras hemsida som jag inte ser som Cleantech företag. Ehm Men det fick jag reda på sen, att de bara gjort en lista och sen är ju inte alla medlemmar där utan det är ju bara ett visst, visst antal (Intervjuperson 7).

Det här för mig är det en plats där människor med, med, och företag med liknande målsättningar och inom Cleantech, ja miljöteknik, där man möts, så att jag känner inte att, oh detta är ett nätverk där vi måste samarbeta i nätverket, utan det, det är snarare platsen och dem förutsättningar som dem, de och dem människorna som verkar där liksom skapar (Intervjuperson 6).

”Den ambivalenta bilden” förstärktes ytterligare av att två deltagare beskrev en osäkerhet kring kostnaden av att delta i nätverket, följande utdrag ur intervjuer tydliggör detta: “Jag vet faktiskt inte om det är några avgifter förenad med det heller” (Intervjuperson 1) samt “Framförallt nu när det inte kostar massa pengar” (Intervjuperson 5).

”Diverse nätverk”

Den tredje huvudkategorin är en sammanställning om hur intervjupersonerna valde att diskutera andra nätverk under studien.

”Sustainable Business Hub”

Detta är en andrestegs-kategori som omnämndes av sex stycken av deltagarna vid frågor om Malmö Cleantech City:

Jag vet mycket väl vem XXX är som är VD för Sustainable Business Hub. Och jag skulle kunna faktiskt nämna kanske upp till 10 personer i de två organisationerna, men jag vet inte vem, vem som faktiskt representerar egentligen Malmö Cleantech (Intervjuperson 1).

Fyra stycken av de intervjuade menade på att de har blivit medlem i Malmö Cleantech City genom nätverket ”Sustainable Business Hub”. Detta citat representerar förklaringen av en persons val av deltagande: “Jag tror att det var för, genom Sustainable Business Hub.” (Intervjuperson 8).

“Generellt om nätverk”

Detta är en andrestegs-kategori under ”diverse nätverk”. Kategorin ansågs passande eftersom flera av studiens deltagare började diskutera nätverk i Malmö i stort och nämnde även andra nätverk vid namn. Detta kan urskiljas i följande två citat: “Så rent generellt så tycker jag det är den största positiva överraskningen med Malmö att det, att det finns så många väldigt aktiva och produktiva nätverk man kan vara med i.” (Intervjuperson 4). “Jag tror på nätverk och på vår, vår förmåga att bli bättre genom att samverka.” (Intervjuperson 2).

”Tid”

Den fjärde och sista huvudkategorin berör huruvida intervjupersonernas deltagande kan bero på tid. Några deltagare uttryckte att tiden är begränsad och man måste välja vad tiden går till. Tre kommande citat stödjer detta: ”Vi har ju massor av annat och göra också, så man kan ju inte vara nere där varje vecka här.” (Intervjuperson 3). ”Jag kunde nog deltagit lite mer men tidsaxeln räcker inte till riktigt” (Intervjuperson 8). ”Det ska ju vara det som är aktuellt för just en här så att man inte går dit och sitter med någonting som inte alls handlar om ens bransch. Där för då är det bortkastade timmar här.” (Intervjuperson 4). Andra anser att de använder sin tid till att skapa affärer och kontakter genom att delta i nätverksaktiviteterna:

I och med att vi, ehm, själv ser till att vi använder tiden till nätverket, så ser vi till att vi också får igång dialogerna, potentialerna och ringar på vattnet spridande, plus att det är ett väldigt gott sätt att eh, vidare utveckla både nätverk och affärer (Intervjuperson 1).

Förslag

Vi valde att utesluta “förslag” från *figur 1* eftersom att alla intervjupersoner skiljde sig avsevärt i vad de ansåg inom detta område. Anledningen att “förslag” ändå dokumenteras är att den kan vara användbar för uppdragsgivaren och därför vill vi ge dem tillgång till materialet. Följande citat representerar tre av deltagarnas åsikter:

Vi har börjat nu i, en liten utställning det har gått utställningar där hela tiden i och för sig. Och jag tror folk går förbi men man vet inte riktigt vad det är. På

nått sätt får man gå ut med någon typ av event tror vi . . . och berätta att det här faktiskt finns så folk kan gå dit och låta sig informeras. För det är ju gratis för vem som helst och gå dit. Öppna informationskvällar eller dagar eller så för allmänheten, jag tror att allmänheten måste bli mer informerad. Jag tror att jätte många, många vill veta men de vet inte vart de ska hitta den informationen. Och då är ju det här en jättebra plattform för att hitta den (Intervjuperson 2).

Business Network International, BNI det är ett eh vad ska man säga, ett nätverk av ofta företagare i det fallet, men personer som jobbar med försäljning eller ja. Där man har frukostmöten eller lunchträffar. I en och en halv timma. Då man är extremt konkret och tydlig, kanske säg att det är 20 personer med på mötet och de träffas varje vecka . . . så man är väldigt, väldigt konkret vad man söker och alla hjälps åt, alla leverera lösning om de, om dem har. Amen jag har kontakt där så att jag kan börja med att koppla ihop er, eller du vet så, extremt konkret och det tycker jag och då skulle man kunna, då använder man ett nätverk på ett väldigt aktivt sätt (Intervjuperson 6).

Det ska vara lättare att få Malmö Kommun att ingå eh ja Testbeddar. Att få in teknik och använda oss som referens. Det ska inte, det ska inte vara för många hinder i vägen det ska vara rätt så enkelt så länge de själva tycker att det är en bra idé . . . för att man behöver inte tjäna pengar på sin hemmakommun, tvärtom man kan ju eh i då fall göra det i princip kostnadsfritt bara för att få den referensen (Intervjuperson 7).

Diskussion

Diskussion om resultat

Alltomfattande är studiens deltagare positivt inställda till att nätverka och nätverket ifråga. Deras förväntningar skiljer sig åt och de anser att nätverket har diverse brister. En utpräglad åsikt hos samtliga medverkande i studien är en avsaknad av tydlighet om vad Malmö Cleantech City innebär och förmedlar. Utifrån studiens resultat tror vi oss se en informationsbrist och diffus marknadsföring av orsaken att förvirring råder bland de aktiva.

Samtliga intervjupersoner benämnde Malmö Stads del i nätverket samt vad de förväntar sig av kommunen. "Malmö Stad" är en andrestegs-kategori till "deltagarnas förväntningar" som alla aktörerna resonerade om. Många väntade sig affärer eller marknadsföring gentemot kommunen. Denna förväntning kan vara drivkraften för många parter (Vroom, 1964) att gå med i nätverket. De uppfattade förväntningar på Malmö Stad och vad deltagandet skulle kunna generera kan ha bidragit till att deltagarna påverkats av "the self-serving bias" (Aronson, 1994). Om individen känner att denne har gjort något bra i nätverket härleds det till egen bedrift. Den bristfälliga kontakten mellan företaget och Malmö Stad skylls däremot över på Malmö Stad, eftersom detta anses som ett misslyckande eller ett nederlag. Utgår man från denna teori kan en förklaring genereras angående att intervjupersonerna uppmärksammade sin egen insats och därmed upplevde Malmö Stad som inaktiva.

Deltagarnas uppfattning om deras egen medverkan skilde sig avsevärt. Några ansåg sig vara aktiva och andra passiva. Man bör dock vid dessa resultat ha i åtanke att de inte definierade för vad dessa begrepp innebär. En reflektion som omfattar de som ansåg sig som passiva i nätverket, kan Cialdinis (2005) teori om förpliktelse anspela på. Deltagarna behöver inte göra någon form av uppoffring för att medverka, exempelvis är det inga omkostnader för att delta. Malmö Cleantech City har inga medlemmar utan bara aktiva deltagare och vill ha det under dessa premisser. Detta kan vara en nackdel om deltagarna inte känner sig förpliktade inför nätverket och därför inte behöver vara konsekventa med hur aktiva de väljer att vara. Ytterligare något som kan påverka delaktigheten för personerna inom nätverket är att om det upplevs att andra deltagare är sympatisörer och bekräftar individens ståndpunkter (Aronson, 1994), kan detta bidra till en ökad aktivitet och vice versa då bekräftelse uppskattas. Med andra ord leder likasinnade, uppmuntrande deltagare till att det blir mer attraktivt att närvara vid aktiviteter i nätverket.

Generellt sett var de medverkande i studien mycket positivt inställda till nätverket. Vilket kan utskiljas på andrestegs-kategorin "positivt/negativt" som är underkategori till "syn på nätverket". Detta kan bero på att "liking" (Cialdini, 2005) har uppstått i och med att likasinnade medverkar på mötena. Individerna som deltar i evenemangen skapar ett stöd och en uppmuntran kring exempelvis miljö samt miljöteknik, vilket kan ligga i deras intresse. Deltagarnas egna åsikter bekräftas genom gruppens och därmed ökar "liking" (Cialdini, 2005; Aronson, 1994) inför nätverket.

Utifrån ovannämnda resonemang utgör miljöteknik den främsta gemensamma nämnaren för deltagarna inom nätverket. På grund utav att miljö utgör huvudområdet, som är ett brett ämne, bidrar detta till att de olika företagen har olika tekniker och representerar varierande branscherna. Detta kan ha påverkat att nätverket upplevdes sakna viss struktur och tydlighet. Utöver att ”likning” påverkas av att individer liknar varandra (Cialdini, 2005) kan det också härledas till möjligheten för social jämförelse, vilket kan minska om man inte upplever sig att likna de andra deltagarna. Det finns en önskan att komparera sitt beteende med andras (Passet et al., 2009). Genom att delta i nätverket kan deltagarna tillåta sig att se om deras aktioner och emotioner överensstämmer med andras. Därför kan detta resultera i att man tar efter andras beteende, exempelvis börjar delta mer sporadiskt.

Följande delar syntes vara extra positiva: “Kontaktskapandet” och “kunskapsutbytet” med likasinnade samt kommunikationen gentemot vardera part och Malmö Cleantech City. Detta överensstämmer med Wolff och Mosers (2010) diskussion gällande ökad prestanda för individer som nätverkar. En av de två som tyckte att kommunikationen var bristfällig hade inte fullständig kunskap om nätverket. Den andra som sade sig uppleva brister i kommunikationen ansåg sig själv delaktigt till detta.

Deltagarna i studien utgav sig för att vara positiva gentemot nätverket men under majoriteten av intervjuerna uppfattades genomgående kritiska uttalanden om nätverket. En del kritik har redovisats i tredjestegs-kategorin “dialog mellan parterna” som är underkategori till “positivt/negativt”. I denna kategori ifrågasatte några av intervjupersonerna andras deltagande i nätverket. Möjligen kan detta bero på brist av igenkänning och likhet (Cialdini, 2005) bland deltagarna. Det som kan skapa “likning” för en deltagare kan även vara något som saknas inom nätverket för att detta ska uppstå för andra medverkande.

Andrestegs-kategorin “den ambivalenta bilden” som ligger under “syn på nätverk” påtalar att det finns blandade beskrivningar av hur deltagarna utgav sig uppfatta nätverket. Yttranden som skiljde sig bland deltagarna var deras förhoppningar på Malmö Cleantech City och vad de medverkande eftersträvar med deltagandet. Afuah (2013) påvisade att nätverk inte endast bygger på storlek, utan att det finns andra faktorer som kan uppmuntra till framgång. Deltagarna i studien antydde att Malmö Cleantech City strävar efter att vara ett stort nätverk. De som deltar i ett

nätverk påverkar synen på verksamheten (Afuah, 2013) vilket är något de medverkande bekräftat. En osäkerhet uttryckts gällande om deltagande varit aktuellt eftersom många icke relevanta företag kopplats samman med nätverket, oberoende av verksamhetens storlek. Företagsnamnen som omnämns på hemsidan anknyts med Malmö Cleantech City och bör därför övervägas noggrant. Det har framgått att somliga av de företag som uppmärksammas på hemsidan inte är deltagare inom nätverket och detta kan vara en anledning till att den ambivalenta bilden skapats. Människor tenderar till att associera samman saker (Cialdini, 2005). En del deltagare upplever nätverket som ostrukturerat. Vilket möjligtvis kan associeras med de parter som utgör nätverket vilket kan generera en negativ inställning gentemot dem. En annan intressant aspekt som berör kritiken om att alla företag inte hör hemma i ett miljöteknik nätverk. Detta kan eventuellt härledas till att företag som sysslar med ett socialt ansvar utsätts för hårdare granskning, kontra företag som inte har den typ av verksamhet (Morsing, Schultz & Nielsen 2008).

Det råder en ombytlighet gällande hur aktiva deltagarna är och vilka som medverkar, därför uteblir många tillfällen för dem att lära känna varandra. Hoffer Gillett (2006) ser relationer som grunden till att samordna verksamheter, här skiljer sig vår studie från den tidigare forskningen eftersom detta är något som få av intervjupersonerna benämnde. Majoriteten av deltagarna i studien berörde inte ämnet relationer och somliga avsåg sig relationer till de andra inom nätverket. Detta påvisar inte att teorin är felaktigt utan att studien eventuellt inte gett tillräckligt utrymme för den. Det kan även bero på att det är en "självklarhet" för deltagarna och därför inte benämns. Relationers betydelsefullhet benämns av en person, vilket uppmärksammar att det finns individer som värdesätter relationer och vad det kan generera inom Malmö Cleantech City. Till skillnad från vad som nämns inledningsvis angående en önskan om att undersöka relationer i nätverket har detta inte möjliggjorts på grund utav resonemangen om detta uteblivit under intervjuerna. Detta kan dock bero på bristfälliga frågor från vår sida.

Under studiens gång har svårigheter upplevts kring att exakt få förståelse för Malmö Cleantech Citys struktur och verksamhet. Därför anser vi att det är särskilt intressant att många diskuterar det liknande nätverket som även är andrestegskategorin Sustainable Business Hub (SBH) som är underkategori till "diverse nätverk". Många verkade vara införstådda med hur SBH fungerade och blandade

möjligen därför samman deras riktlinjer som exempelvis medlemsavgifter, med det aktuella nätverket i studien. Den stora skillnaden på nätverken fick vi definierat av uppdragsgivaren. SBH har medlemsavgift och är mer inriktat på export medan Malmö Cleantech City är gratis, har inga medlemmar och de arbetar med Testbeds (se definition ovan). Nätverkens mål är inte att konkurrera med varandra utan komplettera varandra. Vi anser att det är bra att verksamheter kompletterar varandra istället för att tävla om medverkande. Andra nätverk nämndes vid namn och att nätverka överlag diskuterades av flertalet intervjupersoner, trots att det inte var en fråga i intervjuguiden (se appendix). Utifrån intervjupersonernas redogörelse om nätverk i stort kan parallellen dras till att Malmö Cleantech Citys struktur är otydlig och därför svävar samtliga intervjupersoner ut i ett bredare resonemang om nätverk generellt.

Anledningen att huvudkategorin "tid" betraktas som intressant trots att den inte är speciellt påverkningsbar är att ett antal tagit upp detta som en begränsning i samband med nätverket. Vissa av deltagarna i nätverket är entreprenörer som arbetar med sina egna företag och därmed ger mycket av sina resurser när de engagerar sig tidsmässigt i något. De är beroende av de resurser som finns tillgängliga. Detta blir mer känsligt då det ofta gäller mindre företag. Genom att spendera dessa tillgångar på att nätverka riskerar egenföretagarna mer än de större bolagen. Detta kan vara en bidragande faktor till att tid även upplevdes som ett verktyg. Vilket beskrivits i termer som att investera tid i nätverket kan göra att nya möjligheter uppstår och eventuellt generera affärsnytta.

Frågeställningen får inget entydigt svar med hjälp av studien. Deltagandet beskrivs olika av studiens medverkande, vilket lett till vår nyanserade bild av nätverket. Om de olika kategoriernas resultat läggs samman finner vi inte ett svar som säger att nätverket endast framstår på ett visst sätt, utan de flesta deltagare varierar i deras åsikter om de olika punkterna som ansågs avgörande i deltagandet. Trots denna subjektiva spridning ser vi en trend i en otydlighet i vad intervjupersonerna upplever att nätverket har och bör förmedla. Därför är vår slutsats att det främst behövs ett klargörande i vad Malmö Cleantech City representerar och genererar. Några intervjupersoner har varit mer genomgående positiva medan andra mer kritiska. Studien delger inte uppdragsgivaren ett färdigt svar utan något att arbeta vidare med för att utveckla de aspekter som de medverkande i Malmö Cleantech City påpekat och haft åsikter om.

Diskussion om metod

Urvalet begränsades av ett snöbollsurval (Larsen, 2009) och därmed är det svårt att uppskatta hur representativt det är eftersom uppdragsgivaren själv valt ut intervjupersonerna. Detta kan ha påverkat utfallet av studien då individerna som valts ut var en relativ homogengrupp som klienten kan ha en särskild inställning till. Vi tycker att könsfördelningen i urvalet är intressant (se ”deltagare”). Tidigare under besök i centret har vi reagerat på att deltagarna och ställföreträdare för kommunen främst utgörs av män. Det uppstod problematik att utreda om urvalets könsfördelning är representativ för nätverkets i helhet eftersom att det inte finns några medlemslistor på de företag som deltar. Schoon och Duchworth (2012) har beskrivit att kvinnor har svårare att bli entreprenörer än män i rådande sociala strukturer. Detta kan vara en bieffekt som vi ser i Malmö Cleantech Citys nätverk.

Studien utfördes genom en intervjustudie för att om exempelvis en observations- eller enkätstudie utförts hade den ej kunnat nå den önskade informationen. Intervjuer lämpade sig på grund utav att individerna själva fick möjlighet att sätta ord på sina upplevelser, vilket inte hade möjliggjorts genom andra metoder. Intervjuguidens utformning upplevdes inledningsvis som god men har under studiens gång ifrågasatts. Några av frågorna var irrelevanta och en av de oväsentliga frågorna fick strykas då vi specificerat den olika. Frågan som eliminerades anses inte ha påverkat utfallet på grund utav ovanstående argumentation.

Telefonintervju ansågs vara en passande metod då intervjuerna inte berörde känsliga ämnen och var relativt korta. Dessa omständigheter förutsätter mindre förtroende vilket är en av bristerna i telefonintervjuer (Vogl, 2013, Sturges & Hanrahan, 2004). Att studien utfördes med hjälp av telefonintervju motiveras även genom besparing av resurser. Deltagarna i studien hade begränsad tid och motivation av studien och därmed kunde konkreta möten ha varit problematiska att samordna (Vogl, 2013, Sturges & Hanrahan, 2004). Visuell kontakt ökar risken för att leda intervjun i en särskild riktning (Vogl, 2013). Genom att ge ”interview bias” så lite utrymme som möjligt har studien haft en större chans att nå deltagarnas faktiska beskrivningar (Larsen, 2009, Vogl, 2013). Det finns andra risker med att använda telefonintervjuer som exempelvis anser Vogl (2013) att det är komplicerat att skapa personligkontakt emellan individer utan ett fysiskt möte. Detta har motverkats genom

att vi har deltagit på Malmö Cleantech Citys events. Ytterligare en risk med telefonintervju kan vara förlusten av de sociala aspekterna där man visar sin uppmärksamhet, förståelse och reaktion i samtalet, detta kan vara limiterande för samtalets flöde (Vogl, 2013). För att motarbeta detta uppmuntrades intervjupersonerna med följdfrågor och instämmanden som klargjorde att uppmärksamheten fortfarande riktades mot samtalet.

Efter noggrann observation och analys av intervjuerna bedömer vi att de väcker fler frågor än de genererar svar. Detta kan vara förekommande i samband med kvalitativa studier och därför kommer en sektion om vidare forskning att beskriva vad vi anser att Malmö Cleantech City kan använda vårt material till. Under den delen kommer även generella punkter gällande vidare forskning om nätverk att tas upp.

Förslag

Med hjälp av studien har en del förslag kring förändringar inom nätverket uppkommit. En trend som kan urskiljas är att alla intervjupersonerna vill få en tydligare koppling till Malmö Stad. Testbed-verksamheten är en av de aktiviteter som deltagarna gärna vill se mer av, vilket också leder dem närmare kommunen. Det uppmärksammades även att nätverket borde arbeta för att skapa en medvetenhet hos allmänheten. Deltagarna vill få möjlighet att informera utåt så att fler fattar intresse för miljöteknik och därmed främjar nätverket och de involverade företagen. En av deltagarna föreslog att ta hjälp av ett annat nätverks utformning och arbetsmetod och därmed öka interaktionen mellan företagen i Malmö Cleantech City.

En större tydlighet i vad verksamheten är skulle vara relevant för att alla deltagare. Eftersom om de medverkande är införstådda med vad de kan förvänta sig, kan de bli mer nöjda med nätverket. Exempelvis skulle tydlighet kunna uppnås genom att Malmö Cleantech City informerade om vilka möjligheter det finns inom Malmö Stad. Detta skulle kunna leda till att deltagarna kan vara med i nätverket under rättvisa premisser och ha en verklighetsgrundad förväntan på nätverket.

Något som uppmärksammats i samband med studien är tid och att deltagare känner att tiden inte alltid räcker till. Malmö Cleantech City kan möjligtvis tidseffektivisera vissa av sammankomsterna. Förslagsvis genom att vid vissa evenemang inrikta sig mer mot en bransch åt gången. På så sätt kan de företag som

främst är ute efter att skapa kontakter inom det egna verksamhetsområdet prioritera sin medverkan till dessa tillfällen.

Kritik mot studien

Tidigare erfarenheter av intervjuteknik saknas och därför var antalet pilotstudier (två stycken) ej tillräckligt för att upptäcka bristerna i intervjuguiden. Under kodningen av alla intervjuerna insågs att begrepp så som: nätverk, aktiv/passiv samt positiv borde ha blivit definierade av deltagarna. Frågorna begränsade studien och det saknades frågor om exempelvis relationer inom nätverket. Det hade varit intressant att utföra studien som ett förarbete för att göra om intervjuerna till en förbättrad och utvecklad version.

Vidare forskning

En av våra intressepunkter för vidare forskning både inom nätverket och gällande nätverk överlag är könsfördelningen. Vi hade gärna sett om denna uppdelning är generellt betingad eller om det ser annorlunda ut i andra nätverk. I Malmö Cleantech City är det intressant att se om det verkligen är en överrepresentation av män och vad detta i så fall kan bero på och hur det påverkar nätverket.

Inblicken i Malmö Cleantech City har lett till insikt i deras målsättning om att vara en öppen och flexibel verksamhet. Utifrån studien anser vi att transparens kring detta har saknats och som påvisats genom att flera deltagare har väldigt olika uppfattning om vad nätverket förmedlar och står för. För att Malmö Cleantech City ska kunna genomföra en utveckling av nätverket är det av vikt att de med mer än denna studie går på djupet med vad deltagarna förväntar sig och eftertraktar. Förslagsvis kan Malmö Cleantech City utföra en utvärdering med hjälp av en enkätstudie där deltagarnas förväntningar på nätverket står i centrum.

Tidigare forskning har påvisat att relationer kan gynna affärsmässiga sammanhang och kan därmed vara av intresse för nätverk. Studien har påpekat att deltagarna inom nätverket inte uppmärksammat relationer avsevärt mycket. Genom att vidare undersöka relationerna och intresset för dessa inom nätverket får uppdragsgivaren en tydlig bild av normen kring relationsskapande inom nätverket. Om normen identifierats kan verksamheten avgöra om det är något som hämmar eller för relationerna framåt. Detta kan klargöra om det är till fördel att arbeta vidare medför att uppnå ytterligare utveckling med hjälp av samarbetande parter.

Referenser

- Afuah, A. (2013). Are network effects really all about size? The role of structure and conduct : are network effects really all about size? *Strategic Management Journal*, 34(3), 257-273. Doi: 10.1002/smj.2013
- Aronson, E. (1994). *The social animal*. (7:e uppl.). New York: W.H. Freeman and Company
- Aronson, E. (2007). *The social animal*. (10:e uppl.). New York: Worth Publishers
- Cialdini, R. (2005). *Påverkan – teori och praktik*. Malmö: Liber AB.
- Donald Hughes, J. (2005). *Världens miljöhistoria*. Stockholm: SNS förlag.
- Ford, D., & Håkansson, H. (2002). How can companies interact in business networks? [elektronisk version] *Journal of Business Research*, 55(2), 133-139.
- Hoffer Gillett J., i Kyriakidou O., Ozbilgin M. (2006). *Relational perspectives in organizational studies: A research companion*. Edward Elgar Publishing Ltd.
- Häger, B. (2007). *Intervjuteknik*. Stockholm: Liber.
- Larsen, A.K. (2009). *Metod helt enkelt*. Gleerup: Gleerups utbildning AB.
- Malmö Cleantech City. (u.å.). *Cleantech Business Center*. Hämtad 2014- 03-16 från <http://www.malmocleantechcity.se/malmo-cleantech-city/cleantech-business-center/>
- Malmö Cleantech City. (u.å.). *Malmö Cleantech City*. Hämtad 2014-03-16 från <http://www.malmocleantechcity.se/malmo-cleantech-city/>
- Malmö Stad. (u.å.). *Utmärkelser och priser*. Hämtad 2014-05-20 från <http://www.malmo.se/Kommun--politik/Studiebesok/Utmarkelser-och-priser.html>
- Malmö Stad. (u.å.). *Miljöbarometern*. Hämtad 2014-05-20 från <http://miljobarometern.malmo.se/miljomal/sveriges-klimatsmartaste-stad/>
- Miljöbron. (u.å.). *Miljöbron*. Hämtad 2014-05-13 från <http://miljobron.se/>
- Morsing, M. Schultz, M., & Nielsen, U.K. (2008) The ‘Catch 22’ of communicating CSR: Findings from a Danish study. *Journal of Marketing Communication*, 14(2), 97-111. Doi: 10.1080/13527260701856608
- Nationalencyklopedin. (u.å.). *Hållbar utveckling*. Hämtad 2014-04-16 från http://www.ne.se/hållbar-utveckling?i_h_word=hållbar

- Passer M., Smith R., Holt N., Bremner A., Sutherland E., Vliek M. (2009). *Psychology the science of mind and behavior*. (Europeisk uppl.) McGraw-Hill Education.
- Regeringen. (u.å.) *Hållbar utveckling*. Hämtad 2014-04-13 från <http://www.regeringen.se/sb/d/1591>
- Schoon, I. & Duckworth, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology*, 48(6), 1719-1726. Doi: 10.1037/a0029168
- Starrin, B., & Svensson P. G. (1996). *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.
- Sturges, J. E., & Hanrahan, K. J. (2004). Comparing telephone and face-to-face qualitative interviewing: a research note. *Qualitative Research*, 4(1), 107-118. ISSN: 1468-7941
- Vogl, S. (2013). Telephone versus face-to-face interviews: mode effect on semistructured interviews with children. *Sociological Methodology*, 43(1), 133-177. Doi: 10.1177/0081175012465967
- Vroom, H. V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Wolff, H-G., & Moser, K. (2010). Do specific types of networking predict specific mobility outcomes? A two-years prospective study. *Journal of vocational behavior*, 77(2), 238-245. Doi: 10.1016/j.jvb.2010.03.001

Appendix

Hej xxx

Jag kommer läsa innantill i en text nu om vad studien innebär så att alla som ställer upp ska få samma information. Syftet med den här intervjun kommer att vara att få en inblick i Malmö Cleantech Citys verksamhet. Intervjun kommer max att ta 15 minuter. Datan kommer att vara konfidentiell och du har rätt att avbryta intervjun när helst du vill. Du har också rätt att ta del av rapporten om du vill det.

Vi har behov av att spela in intervjun för vår akademiska del av arbetet. Om du känner att det är okej för dig så vill vi uppmärksamma dig på att det bara är (Helen och Mette), som kommer att höra intervjun och den kommer att förstöras direkt efter den blivit transkriberad. Du har även rätt att läsa igenom det transkriberade materialet för eventuella strykningar med information du anser kan härledas till dig eller är felaktig. Känns detta ok?

OM JA: då börjar jag spela in nu och ställer snart första frågan.

OM NEJ: då får vi tacka så mycket för din tid, då vi ej kan använda oss av intervjun om den inte är inspelad ur akademisk synpunkt. Ha en trevlig dag!

Intervjuguide

Hur fick du reda på om nätverket?

Varför du gick med i nätverket...(syfte)

Hur upplever du ditt deltagande i nätverket?

(Följd: Hur delaktig känner du dig? Vad är det för typ av saker du medverkar i? Vad menar du med det..?)

Hur upplever du att ditt deltagande påverkat dig och ditt företag?

Vad är din inställning till nätverket?

Hur upplever du andras deltagande i nätverket?

(Om vad menar du, delaktighet ens syfte att vara med).

Vad tror du andra deltagare har för inställningar till nätverket?

Hur upplever du att medvetenheten kring miljöfrågor ser ut i Malmö generellt?

Beskriv kommunikationen mellan dig och ditt företag och Malmö Cleantech City..

Kan du beskriva kommunikationen mellan de andra företagen och dig i nätverket?

Vad skulle du vilja förändra med nätverket?

Tack så mycket för hjälpen, vi mailar ut transkriberingen till dig när den är klar.