



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Företagsekonomiska Institutionen  
FEKN90, Företagsekonomi  
*Examensarbete på Civilekonomprogrammet*  
VT 2014

## **Värdefulla invånare i en hållbar kontext**

En studie av individvärden och beteenden  
i Västra Hamnen och Hyllie, Malmö

Författare:  
David Huynh  
Jacob Larsson

Handledare:  
Matts Kärreman

*Till Michael och Mette, för alla dagarna.*

*Vi vill uttrycka vår tacksamhet till alla personer som gjort denna uppsats möjlig.*

*Först vill vi tacka de informanter som vi intervjuat, utan er hade studien inte kunnat genomföras.*

*Vi vill också rikta ett tack till vår handledare Matts Kärreman, för vägledning och en givande dialog under arbetets gång.*

*Vidare har Institutet för Ekonomisk forskning bidragit med arbetsrum och andra resurser, vilket varit ovärderligt för vår arbetsprocess.*

*Avslutningsvis vill vi rikta ett tack till våra familjer och vänner för deras stöd.*

*Tack!*

---

**David Huynh**      2014-05-16

---

**Jacob Larsson**      2014-05-16

# Sammanfattning

## Titel

Värdefulla invånare i en hållbar kontext

En studie av individvärden och beteenden i Västra Hamnen och Hyllie, Malmö

## Seminariedatum

2014-05-23

## Ämne/kurs

FEKN90. Magisteruppsats i Företagsekonomi (D-nivå), 30 Högskolepoäng (30 ECTS).

## Författare

David Huynh och Jacob Larsson

## Handledare

Matts Kärreman

## Nyckelord

Konsumentbeteende, Individvärden, Hållbara Städer, Hållbar konsumtion, Malmö

## Syfte

Uppsatsens syfte är att genom en studie av invånare som konsumenter identifiera mönster i livsstil och beteenden i en hållbar stad och därmed bidra till teoribildningen kring konsumentbeteende.

## Teoretiska perspektiv

Uppsatsen bygger på tidigare forskning kring det moderna samhället, konsumentbeteenden, hållbar konsumtion och individvärden.

## Metod

Uppsatsen grundar sin kunskapsteoretiska inriktning på en kvalitativ ansats med en induktiv strategi. Då forskningen bygger på studier av en social verklighet i ett socialt samspel har den ontologiska ståndpunkten konstruktionism antagits. Den empiriska studien är insamlad genom semistrukturerade intervjuer där analysen är genomförd utifrån det hermeneutiska perspektivet.

## Empiri och analys

Med grund i det empiriska materialet visar vi på de värdemönster som finns i de hållbara stadsdelarna Västra Hamnen och Hyllie. Detta leder sedan fram till en presentation av fyra värdeteman som kan förklara invånarnas beteende.

## Slutsatser

Vi presenterar fyra värdeteman för invånarna i de hållbara stadsdelarna Västra Hamnen och Hyllie; 1. Öppenhet för förändring, 2. Hedonism, 3. Självöverskridelse och 4. Trygghet. Utav dessa fyra fann vi att värdetemanen ett, två och tre hade störst positiv inverkan för ett hållbart beteende.

## **Abstract**

### **Title**

Valuable residents in a sustainable context  
A study of individual values and behaviors in Western Harbour and Hyllie, Malmö

### **Seminar date**

2014-05-23

### **Course**

FEKN90. Master Thesis in Business administration (Level D), 30 University Credit Points (30 ECTS).

### **Authors**

David Huynh and Jacob Larsson

### **Supervisor**

Matts Kärreman

### **Key words**

Consumer behavior, Individual values, Sustainable cities, Sustainable consumption, Malmö

### **Purpose**

The purpose of this thesis is through a study of residents as consumers identify life patterns and behaviors in a sustainable city and thereby contribute to the theorizing around consumption behavior.

### **Theoretical perspective**

The theoretical framework of this study builds on previous research in the field of the modern society, consumer behavior, sustainable consumption and individual values.

### **Methodology**

This paper bases its epistemological focus on a qualitative approach with an inductive approach. As the research is based on studies of a social reality with social interactions, the ontological standpoint constructivism has been adopted. The empirical study has been conducted through semi-structural interviews and was analyzed using the hermeneutic perspective.

### **Empirical foundation**

From our empirical findings we present the value types present in the sustainable communities Västra Hamnen and Hyllie. Accordingly this leads to the presentation of four value themes, which can explain the sustainable behaviour of the citizens.

### **Conclusions**

We conclude that there are four value themes for the citizens in the sustainable communities Västra Hamnen and Hyllie; 1. Openness to change, 2. Hedonism, 3. Self-transcendence and 4. Security. From these four characteristics we found that characteristic one, two and three had the largest impact on people's sustainable behaviour.

# Innehållsförteckning

<b>1. Bakgrund och problematisering</b>	<b>7</b>
1.1 Syfte	9
<b>2. Metod</b>	<b>10</b>
2.1 Vetenskapligt förhållningssätt	10
2.2 Kvalitativ forskningsstrategi	10
2.3 Urval	11
2.3.1 Val av studieobjekt	11
2.3.2 Val av informanter	11
2.4 Datainsamlingsmetod	13
2.4.1 Primärdata	13
2.4.2 Sekundärdata	14
2.4.3 Teorival	15
2.5 Databearbetning och analysprocess	15
2.6 Studiens trovärdighet	16
2.7 Källkritik	17
<b>3. Den empiriska kontexten</b>	<b>18</b>
3.1 Ett samhälle i förändring	18
3.1.1 Kunskapssamhället	18
3.1.2 Ekonomiska förändringar	19
3.1.3 Livskvalitet	19
3.1.4 Hållbar utveckling	20
3.1.5 Hållbar utvecklings tre dimensioner	21
3.2 En hållbar stad	22
3.2.1 Ekonomisk hållbarhet i Malmö	22
3.2.2 Miljömässig hållbarhet i Malmö	23
3.2.3 Social hållbarhet i Malmö	23
3.2.4 Västra Hamnen - Från industriområde till attraktiv stadsdel	23
3.2.5 Hylle - Malmö nya vägvisare mot hållbarhet	24
<b>4. Teoretiska perspektiv på beteenden och värden</b>	<b>25</b>
4.1 Konsumentbeteende och konsumentkultur	25
4.1.1 Varför konsumerar vi?	25
4.1.2 Den sociala kontexten	26
4.1.3 Kan vi sluta konsumera?	26
4.1.4 Hållbar konsumtion	27
4.1.5 Energibesparande beteende	27
4.1.6 Gapet mellan attityd och handling	27
4.1.7 Verktyg för ett mer hållbart beteende	28
4.1.8 Vem bär ansvaret?	29
4.1.9 NOA-modellen	30
4.2 Individvärden	33
4.2.1 Definition av värden	33
4.2.2 Typer av värden	34
4.2.3 Motsättningar i individvärden	36
4.2.4 Förändring av värden	36
4.3 Sammanfattande modell av teorin	37

<b>5. Empiri och analys</b>	<b>39</b>
<b>5.1 Tema 1: Öppenhet för förändring</b>	<b>39</b>
5.1.1 NOA och öppenhet för förändring	43
<b>5.2 Tema 2: Hedonism</b>	<b>45</b>
5.2.1 NOA och hedonism	47
<b>5.3 Tema 3: Självöverskridelse</b>	<b>49</b>
5.3.1 NOA och självöverskridelse	51
<b>5.4 Tema 4: Trygghet</b>	<b>53</b>
5.4.1 NOA och trygghet	55
<b>5.5 Hinder och möjligheter för att tillämpa värden i handling</b>	<b>56</b>
5.5.1 Tillgänglighet	56
5.5.2 Prissättning och finansiell förmåga	58
5.5.3 Kunskap, information och marknadsföring	60
5.5.4 Bristande inflytande, påverkan och värdeförskjutning	61
<b>5.6 Sammanfattande modell av empiriska insikter</b>	<b>64</b>
<b>6. Slutsats</b>	<b>66</b>
<b>6.1 Resultat och diskussion</b>	<b>66</b>
6.1.1 Tre tydliga värdeteman	66
6.1.2 Hur ett hållbart beteende kan stärkas	68
6.1.3 Teoretiska och praktiska implikationer	69
<b>6.2 Förslag på framtida forskning</b>	<b>70</b>
<b>7. Referenslista</b>	<b>71</b>

## Tabell- och figurförteckning

Figur 1. Needs-Opportunity-Ability modellen.	32
Figur 2. Teoretisk modell över olika typer av värden.	35
Figur 3. Teoretiskt ramverk ur ett stadsperspektiv.	37
Figur 4. Modell över empiriska insikter.	64

## Bilageförteckning

<b>Bilaga 1 – Tabell över konsumentinformeranter</b>	<b>80</b>
<b>Bilaga 2 – Tabell över informanter från offentlig/privat verksamhet</b>	<b>81</b>
<b>Bilaga 3 – Intervjuguide 1: Claes Jeppsson, Veidekke.</b>	<b>82</b>
<b>Bilaga 4 - Intervjuguide 2: Lari Pitkä-Kangas, Malmö stad.</b>	<b>84</b>
<b>Bilaga 5 - Intervjuguide 3: Peder Berne, E.ON Sverige.</b>	<b>86</b>
<b>Bilaga 6 - Intervjuguide 4: Tor Fossum, Malmö stad.</b>	<b>88</b>
<b>Bilaga 7 - Intervjuguide 5: Rikard Roth, Roth Fastigheter AB.</b>	<b>90</b>
<b>Bilaga 8 – Intervjuguide 6 (Mail): Jeanette Madsen, MKB.</b>	<b>92</b>
<b>Bilaga 9 - Intervjuguide: Konsumenter boende i Västra Hamnen/Hyllie</b>	<b>93</b>
<b>Bilaga 10 – Informationsbrev</b>	<b>96</b>
<b>Bilaga 11 – Artikel</b>	<b>97</b>

## 1. Bakgrund och problematisering

Städer verkar vara på modet, det skrivs böcker om städer, det görs dokumentärfilmer om städer, de fyra stora konsultfirmorna släpper rapporter om städer. Det tävlas i att ta fram de mest hållbara städerna och städer som få kunnat ana vara hållbara, gör plötsligt anspråk på att vara de mest hållbara i världen. Det är i städerna det händer, där jobben finns, där tillväxten skapas, där innovation växer fram och där konsumtion sker. Allt kretsar kring städer, vilket inte är så konstigt. Städer beräknas år 2050 befolka 75% av jordens invånare och står redan idag för 75% av jordens utsläpp (Burdett & Rode, 2011). Samtidigt som städer gett upphov till en stor del av våra klimatförändringar, kommer de också vara lösningen på många av dem (Stern et al., 2011).

Hoornweg & Freire (2013) menar att städer utgör en viktig, om inte den viktigaste pusselbiten för en grönare tillväxt världen över. Städer kan också vara lösningen på de sociala problem som finns i världen (Florida, 2001). Rode et al. (2012) menar att hållbara städer är nära sammankopplade med välstånd och ställer sig frågande till varför inte fler städer väljer att engagera sig i grön tillväxt. Utvecklingen av städer kommer därför i framtiden ha stor betydelse för miljön, men också för de människor som bor i städerna (Burdett & Rode, 2011). Invånarna i en hållbar stad är därför en betydelsefull dimension att analysera, då livsstilsförändringar sägs spela en avgörande roll i övergången mot en ökad hållbarhet i urbana miljöer (Arup, 2014).

Liksom städer, ses människan som en lika stor orsak, som del av lösningen på klimatförändringarna (Kelly, 1994; Stern et al., 2011). Människan har nu också på bred front börjat intressera sig för hållbarhetsproblem och dess lösning (Inglehart och Welzel, 2005). Detta märks enligt Castells (2010), inte minst genom de många initiativ som regeringar, företag och institutioner tagit i riktning mot att rädda miljön. Redan 1980 menade Van Liere och Dunlap att den urbana människan sannolikt är mer miljövänlig än människor på landsbygden. Trots det använder människan i dagsläget resurser för 1,5 planteter (Global Footprint Network, 2013), resurser som i större utsträckning förbrukas i urbana områden (Jorgenson, 2003).

Vi sägs leva i ett samhälle i förändring (Schwab, 2014), där kunskap bidrar till högre medvetenhet om miljöproblem (Cole, 2004). Ett samhälle där livskvalitet snarare än strävan efter materialistiska ting, vilket var signifikativt för det industriella samhället, står i centrum (Inglehart & Welzel, 2005; Florida, 2001). Samtidigt är det ett samhälle där konsumtion är ett sätt att bygga upp sin identitet (Douglas & Isherwood, 1980) och hushållen i Europa och Norden ökar sin materiella konsumtion och därmed miljöpåverkan (Mont et al., 2013). Ett nätverk av dimensioner såsom inkomst, priser, globalisering, teknologi, marknadsföring och utbud (Mont & Power, 2010), tillsammans med sociala och psykologiska aspekter som kultur och vanor sägs förklara konsumtion (Power & Mont, 2010). Enligt Jackson (2009) har dagens konsumtion ett osunt fokus på tillväxt, vilket har bidragit till nedbrytandet av upp till 60% av jordens ekosystem. Samtidigt har hållbar konsumtion sakta förflyttat sig från att vara gemensamt för människor med en radikal, alternativ livsstil, till att vara en sak för gemene man (Seyfang, 2009). Tidigare

forskning presenterar olika bakomliggande dimensioner till konsumtion, vilka bör hjälpa oss förstå invånarens hållbara val.

Genom vårt beteende bidrar vi till de miljöproblem vi idag ser, där många av miljöproblemen har sitt ursprung i vardagslivet (Ibsen, 2010). Rokeach (1973) och Schwartz (1992, 1994) förklarar beteenden med värden, där värden är trosföreställningar som avser önskvärda beteenden hos människor (Schwartz, 1992). Vidare kan värden beskrivas som människors grundföreställningar om hur de bör leva sina liv. Utifrån dessa värden formas också de slutmål som individer strävar efter att uppnå. (Fisher & Lovell, 2006). Människans värden vägleder hennes val och värdering av beteenden (Schwartz, 1994) och delas av en majoritet av människor i ett samhälle (Fisher & Lovell, 2006). Beroende på vilka värden människor har kommer individer också bete sig och konsumera på olika sätt (Poortinga et al., 2004). Därmed kan värden vara ett annat sätt för att hjälpa oss förstå hur invånare i städer resonerar kring sina hållbara val.

Om hållbara städer vuxit fram i ljuset av urbanisering och globala miljöproblem (Joss, 2010; Alusi et al., 2011), har denna studie vuxit fram i skärningspunkten mellan hållbara städer och individers värden och beteenden. Städer sägs först och främst vara en mötesplats där ett rikt gatuliv förenar människor (Jacobs, 1961). Hållbara städer med lägre utsläpp och högre fokus på hållbarhet sägs också bidra till att göra dem till välmående och attraktiva platser att både bo och arbeta på (Stern et al., 2011). Utvecklingen av städer kommer i framtiden ha stor betydelse för miljön, men också för invånarna i städer (Burdett & Rode, 2011).

För att kunna utveckla städer människor vill bo i, är det viktigt att förstå vad som driver beteenden i hållbara städer. Enligt tidigare forskning styr värden beteenden, samtidigt som annan forskning ämnar förklara beteenden med hjälp av sociala-, psykologiska- eller makrodimensioner. Därför är nya insikter i vad som styr människor att bete sig på ett visst sätt i hållbara städer högst relevanta. Teoribildning kring värden i förhållande till miljön finns redan (Schwartz, 1992, 1994; Shaw et al., 2005; Doran, 2009). Emellertid önskar Joss et al. (2011) mer forskning inom området för hur invånare ser på planerade städer och stadsdelar. Utöver Joss et al. (2011) menar Turcu (2013) att avsaknaden av lokal kännedom kan utgöra hinder vad gäller mål för policys och beslutsfattande, därför är en analys av människorna i staden viktig för att förbättra framtida beslut. Howley et al. (2009) argumenterar för att ett av de viktigaste och mest relevanta problemen när det kommer till skapandet av hållbara städer är hur det kan skapas boendemiljöer som inte bara möter målen för miljömässig hållbarhet utan även är beboliga för människor. Det finns också ett behov av fortsatt experimenterande, debatterande och utvecklande av nya tillvägagångssätt vad gäller hållbara livsstilar (Gram-Hanssen, 2012). De teoretiska gap tidigare forskare önskat få svar på, ämnar vår studie fylla. Uppsatsen ska också ge städer och företag en klarare bild över hur de kan påverka människor till ett mer hållbart levnadssätt och det leder oss fram till vårt syfte.



## 1.1 Syfte

Uppsatsens syfte är att genom en studie av invånare som konsumenter identifiera mönster i livsstil och beteenden i en hållbar stad och därmed bidra till teoribildningen kring konsumentbeteende.

## 2. Metod

*Kapitlet presenterar vårt vetenskapliga förhållningssätt och val av forskningsstrategi. Därefter presenteras vårt val av studieobjekt och informanter, följt av en framställning över hur vi samlat in samt analyserat vårt teoretiska och empiriska material. Slutligen diskuteras studiens trovärdighet och använda referenser ur ett kritiskt perspektiv.*

### 2.1 Vetenskapligt förhållningssätt

Vår forskning handlar om att studera invånare i en social omgivning, en verklighet som bygger på ett socialt samspel. Detta innebar att vi har valt den ontologiska ståndpunkten konstruktionism. Bryman och Bell (2005) beskriver konstruktionism som en ståndpunkt, vilken ser sociala uppenbarheter och deras mening som något sociala aktörer kontinuerligt skapar och reviderar. I motsats till konstruktionism står objektivism, en ståndpunkt som föreslår att sociala företeelser och dess betydelse existerar oberoende av sociala aktörer (Bryman & Bell, 2005). Denna ståndpunkt var dock inte ändamålsenlig för oss, då vår studie karaktäriseras av en subjektiv tolkning av intervjuobjekten. Därför var den ontologiska ståndpunkten konstruktionism mest lämplig.

Den teoretiska inriktningen baseras på vårt valda ontologiska synsätt, vilket genererade en tolkande inriktning. Tolkningsperspektivet betonar att det krävs en åtskillnad mellan människor och naturvetenskapens studieobjekt, detta för att kunna framhäva den subjektiva delen av en social handling (Bryman & Bell, 2005). Valet av detta perspektiv var lämpligt, då syftet med studien är att identifiera mönster i livsstil och beteenden i en hållbar stad och därmed bidra till teoribildningen kring konsumentbeteende.

En del av tolkningsperspektivet är det hermeneutiska förhållningssättet, vilket sedan införandet i samhällsvetenskapen, behandlat teori och metod vid tolkning av mänskliga handlingar (Bryman & Bell, 2005). Genom att använda det hermeneutiska förhållningssättet har vi tolkat och försökt förstå det material som ackumulerats under studien. Det gav oss en möjlighet att bidra med en djupare förståelse av invånarnas värden och beteenden.

### 2.2 Kvalitativ forskningsstrategi

Utifrån uppsatsens syfte att undersöka människor i deras sociala kontext föll det sig naturligt att metodvalet antog en kvalitativ ansats (Bryman & Bell, 2005). Denna ansats är enligt Bryman och Bell (2005) också passande, då vi önskade att generera kompletterande teorier. Ett annat tillvägagångssätt hade varit en kvantitativ metod, emellertid är denna mer passande vid prövning av teorier (Bryman & Bell, 2005). Vi betraktade en kvantitativ undersökning som mer relevant, om vi skulle testat om hållbara stadsdelar befolkas av individer med särskilda värden eller beteenden. En kvantitativ ansats kräver givna svarsalternativ, men eftersom det var svaren vi var intresserade av att hitta, passade en kvalitativ ansats bättre. Vi ansåg att en kvalitativ studie kan komma både företag och städer till större nytta, då kvalitativa studier används för att förstå hur

undersökningsspersonerna upplever världen (Bryman & Bell, 2005), en uppfattning som kan skilja sig från företag och städers uppfattning.

Kvalitativ forskning kopplas ofta samman med en induktiv strategi, där teorin är resultatet av en forskningsinsats (Bryman & Bell, 2005; Denscombe, 2009; Backman, 1998). En induktiv forskningsstrategi avser att dra generaliserbara slutsatser baserade på empirisk observation och insamlad data (Bryman & Bell, 2005; Denscombe, 2009). Flertalet samhällsvetenskapliga studier är kvalitativa och hypotesresulterande, snarare än traditionella och hypotesprövande (Backman, 1998). Att vår studie antog en induktiv strategi, är därmed i linje med existerande forskningsmetodik, då vi genom datainsamling från invånare i Malmös hållbara stadsdelar önskade komplettera teoribildningen om denna typ av konsument. Det resultat vi tagit fram går således att testa och kan därmed sägas vara hypotesresulterande.

I kontrast till den induktiva processen finner vi det deduktiva angreppssättet, vilka är hypotesprövande och befintlig teori styr forskning och resultat (Bryman & Bell, 2005; Backman, 1998). I nuläget verkar det inte finnas en klar bild över vad som styr konsumentbeteende och värden hos invånare boende i hållbara städer och stadsdelar. Därför var ett deduktivt angreppssätt mindre lämpligt för vårt ändamål.

## 2.3 Urval

### 2.3.1 Val av studieobjekt

Malmö är en stad som bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete för sina invånare. Staden arbetar under visionen att Malmö ska bli världsledande inom hållbar stadsutveckling. I denna process är det tänkt att de nya stadsdelarna Västra Hamnen och Hyllie ska leda utvecklingen. Därför har vi valt att avgränsa studien till invånare i stadsdelarna Västra Hamnen och Hyllie. Att studera dessa invånare är relevant, eftersom privata aktörer i regionen efterfrågar mer studier kring hur invånare förhåller sig till hållbarhet och energibesparing, något som framkom under en föreläsning med Sigrun Esbensen, försäljningsanalytiker på E.ON Sverige (2014-02-27).

### 2.3.2 Val av informanter

Vid valet av informanter har vi gjort ett subjektivt urval, vilket representerar ett icke-sannolikhetsurval (Denscombe, 2009; Bryman & Bell, 2005). Då vi ville undersöka människor bosatta i Västra Hamnen och Hyllie, valdes medvetet informanter som bor i dessa områden ut. Fördelen med ett subjektivt urval är att det tillät oss angripa de människor som kunde ge oss mest värdefulla data (Denscombe, 2009). Emellertid kan vårt urval även karaktäriseras av en bekvämlighetsfaktor (Bryman och Bell, 2005; Denscombe, 2009). Anledningen var att vi endast hade möjlighet att intervjua de individer som valde att kontakta oss, således de individer som fanns tillgängliga (Bryman & Bell, 2005). Vi har ändå fångat informanter med olika demografiska egenskaper såsom kön och ålder, samt andra beskrivande egenskaper såsom civilstånd, utbildning

och yrke. Det resulterade att vi kunde ringa in vårt empiriska resultat, genom data insamlad från människor med olika infallsvinklar.

Denscombe (2009) menar att det inte är sannolikt att någon urvalsram är perfekt och att det i mindre urval kan vara svårt att inkludera alla typer som finns i en population. Vidare kan det argumenteras för att urvalet, på grund av avsaknad av slumpmässighet, kan vara snedvridet. Det har vi varit medvetna om, vilket framgår under avsnittet om insamlandet av primärdata.

Vi har valt att studera 15 bostadskonsumenter, vilka presenteras i Bilaga 1. Relativt snabbt upptäckte vi mönster i vårt empiriska material från invånarna i Västra Hamnen, och en viss empirisk mättnad. Detta innebar att den nya datan inte tillförde något nytt, utan snarare bekräftade analysen (Bryman & Bell, 2005; Denscombe, 2009). Dock ville vi stärka resultaten och genomföra de intervjuer med invånare i Västra Hamnen som redan var inbokade och se om samma mönster gavs från invånare i Hyllie. Då samma mönster i värden och beteenden kunde identifieras, ser vi inte det skilda antalet informanter från respektive stadsdel som någon brist. Istället stärker det trovärdigheten av vårt resultat gällande invånare i hållbara stadsdelar, då mönstrena framkommit från invånare i två olika stadsdelar. Vi fann det slutgiltiga antalet informanter tillräckligt för att uppnå vårt syfte.

För att vi skulle kunna skapa oss en grundläggande förståelse för hur de hållbara stadsdelarna utvecklats i Malmö, förberedde vi oss inför intervjuerna med invånarna genom att intervjua representanter från Malmö Stad, Veidekke och E.ON. Syftet var att bilda oss en uppfattning om det specifika hållbarhetsarbetet som hittills bedrivits i Västra Hamnen och Hyllie. Därmed kunde vi också ställa mer anpassade frågor till invånarna. Parallellt med intervjuerna med invånare utfördes ytterligare två intervjuer med representanter från Roths fastigheter och Stadsbyggnadskontoret i Malmö. Intervjuerna med representanter på Malmö stad och företagen behandlade två övergripande teman: den hållbara staden och den hållbara konsumenten (se Bilaga 3-7) Vidare har vi genom mailkorrespondens med uthyrningschefen av nyproduktion på MKB fastigheter fått del av deras bild av den hållbara konsumenten och hållbara städer (se Bilaga 8). Representanterna valdes efter omfattande mailkorrespondens med respektive organisation, dessa personer var därmed mest lämpliga för att kunna presentera aktörernas uppfattning på vår frågeställning. Dessutom har vi genom ett seminarium tillsammans med E.ON diskuterat konsumenters preferenser och beteenden gällande energiförbrukning och hållbart boende. En presentation av dessa informanter ges i Bilaga 2.

## 2.4 Datainsamlingsmetod

### 2.4.1 Primärdata

Vi använde intervjuer för att samla in primärdata. Då vår studie har en kvalitativ ansats, föll det naturligt att använda oss av kvalitativa intervjuer. Vad gäller kvalitativa intervjuer föreslår Bryman och Bell (2005) två kategorier, den ostrukturerade samt den semistrukturerade. Under våra intervjuer med invånare och andra representanter har vi använt oss av en semistrukturerad intervjuteknik. I överensstämmelse med (Bryman & Bell, 2005; Alvesson, 2011; Denscombe, 2009) använde vi en lista med teman och frågor vi skulle ställa, samtidigt som vi var flexibla och lät informanten utveckla sina idéer efter de ämnen som togs upp. Inför de semistrukturerade intervjuerna tog vi fram intervjuguiden till respektive informant. Intervjuguiden till bostadskonsumenter (se Bilaga 9), användes vid samtliga intervjuer, totalt 15 stycken. Denna bestod av tre huvudsakliga teman: individvärden och dess förhållande till hållbarhet, livet i en hållbar stad, och konsumentbeteende. De gånger vi fann det relevant ställde vi även följdfrågor för att bättre kunna förstå och tolka informantens åsikt och mening, något Bryman och Bell (2005) beskriver som signifikativt för kvalitativa studier. Samtidigt har vi varit noga med att låta informanten svara fritt, och inte leda in informanten till att svara på ett sätt som skulle styrka vårt teoretiska ramverk.

Att komma i kontakt med dessa invånare var problematiskt, då fastighetsbolagen i regionen hänvisade till att de inte kunde dela ut kontaktuppgifter på sina bostadsgäster. Till slut fann vi tre samarbetsvilliga fastighetsbolag som erbjöd sig dela ut informationsbrev till sina hyresgäster. Via Bengt Nevstens Fastigheter fick vi skicka ut informationsbrev till 160 lägenheter, belägna i deras tre fastigheter i kvarteret Fullriggaren, Västra Hamnen. I breven beskrevs uppsatsen, dess syfte och anledningen till vårt intresse av att intervjua dessa bostadsinnehavare (se Bilaga 10). Detta gjordes i linje med Alvesson (2011) där ingen omfattande förklaring till studien gavs och varje informant fick samma standardiserade presentation av uppsatsen. Från denna information fick mottagarna anvisningar för att kunna kontakta oss. Vi identifierade en risk att detta tillvägagångssätt skulle kunna göra vår undersökning snedvriden. Anledningen var att vi befarade att det huvudsakligen skulle vara aktivt hållbarhetsintresserade som skulle vilja vara en del av studien. Emellertid skulle denna risk finnas även om vi slumpvis hade valt ut personer utanför deras bostäder. Då vi såg detta alternativ för att få kontakt som det mest effektiva, tog vi vara på möjligheten och hade snedvridningsaspekten i åtanke vid analysen av materialet. Genom Haga Gruppen Fastighetsförvaltning distribuerades 53 liknande informationsbrev, fördelat på två fastigheter i Västra Hamnen. Dessutom etablerades kontakt med två informanter i en fastighet från MKB genom mailkorrespondans med en kundvärd på företaget. Från utskicken av informationsbrev lyckades vi etablera kontakt med nio personer. Sammanlagt intervjuades elva informanter från Västra Hamnen.

Efter färdigställandet av intervjuerna i Västra Hamnen planerade vi initialt att genomföra samma process för att nå ut till hyresgästerna i Hyllie. Emellertid ansåg vi att denna procedur hade varit något tidskrävande och ineffektiv. Därför utgick vi istället från telefonkatalogen och via telefonsamtal till invånare i samtliga lägenheter i den nya stadsdelen, 53 stycken, kunde vi genomföra ytterligare fyra intervjuer. Strategin valdes också för att i efterhand kunna se om brevutskicken gett en snedvriden representation av hållbarhetsintresserade från stadsdelarna. Detta var dock inget vi senare kunde identifiera. Emellertid noterade vi att flera informanter hade yrken av självöverskridande karaktär, såsom socialsekreterare, äldreårdsbiträde och doktor inom socialt arbete. Då självöverskridelse var ett av de värdeteman vi senare identifierade i vår empiriska studie, är vi medvetna om att detta tema därför kan vara svagare i ett nytt urval. Antalet informanter visade sig vara fullt tillräckligt för att senare kunna göra en adekvat analys.

Våra intervjuer med konsumenterna genomfördes på olika platser, med hänsyn till att underlätta för informanten att ha tid och möjlighet att delta. Några genomfördes i respektive informants bostad, i andra fall på informantens arbetsplats och i grupprum på bibliotek. Gemensamt för dessa är att de tog cirka en halvtimme i anspråk. Intervjuerna med representanter för Malmö stad utfördes på Stadshuset i Malmö, medan vi träffade representanter från företagen på deras respektive arbetsplats.

En möjlig forskningsmetod inom ramarna för den kvalitativa ansatsen är en etnografisk undersökning (Bryman & Bell, 2005; Denscombe, 2009). En etnografisk undersökning hade kunnat skapa en större förståelse, då forskaren följer människors agerande på djupet (Bryman & Bell, 2005). Det innebär att vi hade fått leva oss in i intervjuobjektens vardagsliv. Ingen av informanterna ville dock delta i en sådan studie. En annan metod som övervägdes var fokusgrupper, men eftersom vi önskade hålla informanterna fria från påverkan av andra, valde vi enskilda intervjuer. Detta var två metoder vi övervägde att använda oss av, emellertid anser vi att valda metoder gett adekvata underlag för analysen.

#### **2.4.2 Sekundärdata**

För att vi skulle kunna möjliggöra en tolkning av det empiriska materialet vi samlade in, utförde vi initialt en deskriptiv analys. Den deskriptiva analysen behandlade befintlig teori såväl som tidigare inhämtad empiri. Vi har i denna studie använt oss av sekundärdata i form av relevanta böcker, E-böcker, artiklar, rapporter, statistik, journaler och internetkällor. Sökmotorerna som har använts är LUBSearch, Business Source Complete och Google Scholar, vilka länkat oss till verk från ett flertal andra databaser. Lunds biblioteks sökmotor ”Lovisa” har även använts för att finna intressanta böcker och E-böcker inom ramen för vår studie.

### 2.4.3 Teorival

Den valda teorin har sin grund i populärkulturen och forskningen kring hållbara städer. Alexander Stähle (2008) undrar i en krönika för SvD vilka effekter dagens städer får för livet som levs i städerna. Han hänvisar sedan vidare till trovärdiga forskare inom ämnet, exempelvis Ricky Burdett och Deyan Sudjic, vilka sedan varit en del av grunden för teorin. Från Alusi et al. (2011) identifierades en önskan om forskning kring hur invånare ser på hårt planerade städer. Inom populärkulturen och akademien finns det således ett intresse av människans roll i den hållbara staden. Därför kom vi att välja det mänskliga beteendet som grund för teoridelen. Beteendet har satts in i en kontext där en beskrivning av det nutida samhället ges, något som inte kan ses som teori, men som bidrar till en bättre förståelse vid analysen av empirin. Då studien grundas i en hållbar kontext belyser vi även tidigare forskning kring ett hållbart beteende och konsumtion. NOA-modellen har använts som analysverktyg för att förstå konsumtionsbeteenden och varför människor gör hållbara val. Modellen identifierades under våra litteraturstudier, då den förekom i verk från organisationer och forskare såsom OECD (2002) och Inge Røpke (2005). Värden sägs vara en förklarande dimension till beteenden, därför diskuteras i teorikapitlet också kopplingen mellan värden och beteenden. Denna del utgår från Milton Rokeach (1973) samt Shalom Schwartz (1994).

## 2.5 Databearbetning och analysprocess

Då kvalitativ data förekommer i flertalet former, måste den förberedas och organiseras för att kunna analyseras och tolkas på ett systematiskt och meningsfullt sätt (Denscombe, 2009; Backman, 1998). Bryman och Bell (2005) beskriver tolkning av data som ett av de viktigaste stegen i en kvalitativ undersökning. Vår tematiska presentation av det empiriska materialet stänger ute läsare från egen tolkning och analys. Därför finner vi det relevant att beskriva den process analysen har genomgått. Transkriberingen från intervjuerna med de boende resulterade i cirka 140 sidor material. Transkriberingen medförde att vi kunde gå tillbaka till intervjuerna i efterhand, analysera informanternas svar och även jämföra svaren med varandra. Detta menar Bryman och Bell (2005) är viktigt, för att kunna genomföra en noggrann analys. Efter transkriberingen av intervjuerna har vi sammanställt svaren och sedan läst igenom intervjuerna ett flertal gånger individuellt och tillsammans, innan analysen utfördes. Det innebar att vi kunde stärka tillförlitligheten av studien (Bryman & Bell, 2005). Det medförde också att de mönster som vi hade förväntat finna, men som inte visade sig, kunde exkluderas från analysen.

Sedan har materialet jämförts och grupperats utifrån identifierade teman och samband. Dessa teman har sedan analyserats utifrån vårt teoretiska ramverk. Under analysen framgick det att den teori som bäst kunde förklara det empiriska materialet var den om värden. Därför presenteras mönstrena under fyra värdeteman. Teman som kan förklara varför invånarna vill bidra till en hållbar utveckling genom sina val. Dessa teman är framtagna utifrån de svar vi fick under våra intervjuer. Frågeformuläret har varit vägledande för intervjuerna, medan analysen representerar en helhetsbild baserad på svarens karaktär. Vid analysen utgick vi från det hermeneutiska

tolkningsperspektivet. Det medförde att vi fick skildra informanternas svar med deras bakgrund och identitet i åtanke (Bryman & Bell, 2005). I de fall där informanterna haft en hög bakgrundskunskap om hållbarhet har detta noterats för att förbättra analysen. I presentationen av empirin har vi av respekt för våra informanter utelämnat deras namn.

## 2.6 Studiens trovärdighet

Enligt Denscombe (2009, s. 378) är trovärdighet något "som måste visas som en oupplöslig del av forskningsprocessen i sig". Därför har vi varit angelägna om att kunna visa upp att vi använt oss av pålitliga forskningsmetoder. Lincoln och Guba (1985) menar att det finns två kriterier vid bedömning av en kvalitativ undersökning; trovärdighet och äkthet. Vi har valt att bedöma vår studie utifrån trovärdigheten vilken innefattar fyra kriterier. *Tillförlitlighet*, vilket är en motsvarighet till intern validitet. *Överförbarhet*, vilket är motsvarigheten till extern validitet. *Pålitlighet*, vilken är en motsvarighet till reliabilitet och slutligen *Möjligheten att styrka och konfirmera* som motsvarar objektivitet. (Bryman och Bell, 2005, s. 306-307)

### *Tillförlitlighet*

I vår sociala kontext kan det finnas olika beskrivningar av den sociala verkligheten (Bryman & Bell, 2005). Därför har vi intervjuat mer än en person samt väntat med analys och slutsats tills alla femton intervjuer var genomförda. Det innebar också att vi kunde reducera risken att gå miste om intressanta mönster och svar från invånarna. Vi har också lagt ner mycket tid på insamling och bearbetning av allt material, detta för att minimera feltolkningar i litteraturen och av informanternas svar. Därmed har vi styrkt tillförlitligheten av studien. (Lincoln & Guba, 1985). Ytterligare ett sätt att styrka tillförlitligheten är genom deltagarvalidering (Denscombe, 2009). Denna metod har vi inte behövt använda, då vi under intervjuerna ställt frågor till informanterna vid oklarheter och bett dem utveckla sina svar. Vid transkriberingen framkom inte heller några oklarheter, därför var detta inte nödvändigt för att styrka tillförlitligheten.

Lincoln och Guba (1985) beskriver kamratgranskning som ett sätt att styrka en studies tillförlitlighet, detta har vi under kursens gång fått möjlighet till vid två tillfällen. Slutligen menar Lincoln och Guba (1985) att ett forskarantal som innefattar mer än en person, också bidrar till en studies tillförlitlighet.

### *Överförbarhet*

Syftet med uppsatsen är att studera en specifik social kontext. Det gör att studien kan vara svår att överföra till andra kontexter och därmed replikera (Bryman & Bell, 2005). Genom våra utförliga beskrivningar av metod, intervjuer och de framtagna temana, har vi försett läsare av studien med en "databas", genom vilken de kan bedöma om överföring är möjlig (Lincoln & Guba, 1985). Eftersom vi redovisar våra intervjuguider kan framtagna teman undersökas i en kontext utanför Malmö. Vi argumenterar för att studien därmed bör vara möjlig att föra över till en annan kontext.



### *Pålitlighet*

Det kan vara svårt att upprepa en kvalitativ studie (Bryman & Bell, 2005). Vi är också medvetna om att tolkning är en subjektiv social konstruktion. Pålitligheten kan dock styrkas genom att i metodavsnittet utförligt beskriva forskarens tillvägagångssätt, vilket andra forskare kan följa och granska (Denscombe, 2009). Vi har tydligt och detaljerat beskrivit vår arbetsprocess. I metodavsnittet framgår och argumenterar vi för de val och överväganden vi gjort vid problemformulering, val av informanter, teori- och empiriinsamling, bearbetning av datan, hur materialet sedan har analyserats samt vad våra slutsatser baseras på. Använda källor är lätta att finna i texten och allt inspelat material, anteckningar och transkriberingar finns sparade. Avslutningsvis har vi också haft en handledare som verifierat studien under processen.

### *Möjlighet att styrka och konfirmera*

Möjligheten till att styrka och konfirmera syftar till den grad som studien kan styrkas av andra forskare på området, något som ligger i betraktarens ögon (Lincoln & Guba, 1985). I samhälllig forskning är det svårt att vara fullständigt objektiv, då det finns en risk att forskarens egna värderingar kan påverka forskningen (Bryman & Bell, 2005). Genom att vara medvetna om risken, har vi dock försökt kontrollera våra egna värderingar, för att säkerställa att vi agerat trovärdigt.

## **2.7 Källkritik**

Det har varit grundläggande för oss att kritiskt granska allt material som samlats in, både sekundärkällor såsom tidigare forskning och primärkällor i form av våra intervjuer. Thurén (2005) menar att det är nödvändigt att granska vilken information som är sann, eller åtminstone sannolik. Bryman & Bell (2005) menar också att forskaren måste ha ett kritiskt synsätt på studieobjekten och dess svar, då dessa kan ses som subjektiva. Vår studie och det valda vetenskapliga förhållningssättet, med konstruktionism som ståndpunkt, lägger dock stor vikt vid subjektivitet. Detta för att kunna tolka och förstå konsumenters motiv och val. Vi har dock i alla andra avseenden granskat den insamlade information och våra källor med kritisk inställning.

### 3. Den empiriska kontexten

*Kapitlet inleds genom att presentera en bild av de samhällsförändringar som driver mot en hållbar utveckling, detta för att sätta vårt teoretiska ramverk i ett sammanhang. I kapitlet framgår också en beskrivning av vad en hållbar utveckling innebär samt hur Malmö stad, främst genom stadsdelarna Västra Hamnen och Hyllie, arbetar med dessa dimensioner.*

#### 3.1 Ett samhälle i förändring

Samhället förändras för att människan vill att det ska förändras (Florida, 2001). Sedan 1950-talet har det skett kulturella- och sociala förändringar, vilka nämnd författare menar har lett till en omformation av livsstilar och till viss del även vår syn på världen. Löfgren (2010) beskriver hur det under 60- och 70-talet växte fram en livsstil som motsatte sig svenska traditioner, då människor vände sig emot konsumtion och istället levde enklare. Peters (2011) stödjer Löfgren (2010), då även han menar att miljömässigt etiska värden byggdes upp under 1970-talet, vilka pekade på hur livet i olika former på jorden är sammanlänkade. Denna miljöetik har dock haft svårt att utvecklas, mycket beroende på människans självcentrering. Denna självcentrering har gjort det svårt för individer att uppfatta kopplingen mellan människans beteenden och påverkan på miljön. (Peters, 2011). Wapner och Matthew (2009) menar att människans moraliska misslyckande med att bevara naturen grundar sig i att människan ser naturen i instrumentella termer och att miljön endast fungerar som ett medel för vad den kan åstadkomma för människan, där egenvärdet av miljön förbises. Övergången från ett materialistiskt samhälle till ett postmaterialistiskt har pågått sedan 1970-talet. Ett samhälle som är ekonomiskt tryggare, något som medfört att individer har större empati för andra, till skillnad från det materialistiska samhället, vilket uppvisar större egocentriska värden. (Inglehart & Welzel, 2005).

##### 3.1.1 Kunskapssamhället

Drucker (1999) menar att 2000-talet är århundradet då kunskap är den viktigaste resursen i samhället till skillnad mot beroendet av stora industrier. Ett kunskapssamhälle är på uppgång. Ett samhälle som sätter fokus på självständighet, självförverkligande och det fria valet. Denna utveckling leder till ett samhälle som i stor grad är människocentrerat. I detta sammanhang innebär denna centrering inte fokus på jaget, utan snarare humanistiska värden där självständighet ska gälla för alla och inte enbart för en själv. I detta samhälle är främjande av rörelser som verkar för jämlikhet, värnande om miljön och hållbarhet en självklarhet. (Inglehart & Welzel, 2005). Detta står i kontrast till både Wapner och Matthew (2009) och Peters (2011) som menar att människans fokus på sig själv är negativt för miljön.

Utbildning och kunskap bidrar också till förändringar i beteenden, vilka kan skapa ett mer hållbart samhälle (Paraschivescu & Radu, 2011). Vi lever i en tid där den vetenskapliga förståelsen av människans påverkan på miljön är stor, samtidigt som det på ett individplan finns större tillgång till information om denna påverkan (Cole, 2004). Kunskap är ofta centralt för att förändra och styra beteenden såsom att sopsortera. Samtidigt är kunskap inte motivet till att människor återvinner varor eller utövar andra miljöbesparande åtgärder. Avsaknaden av kunskap kan dock innebära en barriär för att utöva sådana handlingar. (Schultz, 2002). Forskning visar också att personer som bryr sig mer om miljön, även har större kunskap om hur miljöproblem kan lösas (Granzin & Olsen, 1991).

### 3.1.2 Ekonomiska förändringar

Den finansiella krisen 2007-2008, tillsammans med de klimatförändringar vi idag ser, kräver enligt Peters (2011) att människan ser på ekonomisk tillväxt ur ett långsiktigt och hållbart perspektiv. Jackson (2009) menar att den finansiella krisen är en möjlighet till förändring, något som bör innebära att vi ska se förbi kortsiktiga beteenden och istället försöka nå långsiktigt välstånd. Inglehart och Welzel (2005) menar att en ny ekonomi har sitt ursprung i självförverkligande värden som ifrågasätter ekonomisk tillväxt till varje pris och istället önskar ett större värnande om miljön. McKendry (2013) förenar ekonomiska och miljömässiga aspekter då hon diskuterar att några av de mest ekonomiskt livfulla städerna i världen, också är städer som är ledande vad gäller hållbar utveckling. Relationen mellan städer, naturen och ekonomisk tillväxt, dimensioner som tidigare sågs som motsatser, har förändrats mot att kunna förenas och främja varandra. En grönare stad med parker och grönområden kan skapa ekonomiska fördelar, genom att generera ett högre värde på fastigheter och större turism, vilket också främjar lokala företag. (McKendry, 2013)

En stor förändring enligt Castells (2010) är uppbrottet från det patriarkala samhället, där kvinnan nu också förvärvsarbetar. Detta stöds även av bland annat Sharabi och Harpaz (2013) som menar att kvinnans ökade deltagande i arbetslivet är en stor ekonomisk och social förändring i samhället. Castells (2010) poängterar också att uppbrottet från det patriarkala samhället är ett exempel på en värdoförändring som sedan 1960-talet vuxit sig starkare. Denna förändring, menar Castells (2010), kommer förändra våra liv drastiskt. Även Inglehart och Welzel (2005) beskriver hur moderniseringen bidragit till att samhället utvecklas mot ett mer jämställt sådant.

### 3.1.3 Livskvalitet

Inglehart och Welzel (2005) pekar på betydelsen av skiftet från ett industriellt samhälle till ett postindustriellt, modernt samhälle. I detta skifte menar författarna att människor istället för att öka sin materiella standard med avsikt att nå ökat välbefinnande, nu lägger tonvikt på livskvalitet och att öka välbefinnandet genom en förändring av livsstil. Detta överensstämmer med Bell (1973), som förutspådde att livskvalitet skulle representera definitionen av ett postindustriellt liv.

Även Florida (2001) argumenterar för att människan värdesätter erfarenheter högre än varor samt stimulerande arbetsuppgifter framför hög lön, för att kunna leva ett bra liv. En bakomliggande anledning, menar Inglehart och Welzel (2005), är de värdeförändringar mot självförverkligande som kan ses i samhället. Vidare argumenterar de för att det postmoderna samhället erbjuder en hög grad av levnadsstandard och säkerhet, vilket medför att människor kan fokusera på mål bortom sin dagliga överlevnad. Shaw et al. (2005) menar att jakten på njutning i livet är något signifikativt för det moderna samhället. Vad är då livskvalitet? Enligt Pernuiak (2008) kan livskvalitet ses som ett ständigt skapande av välbefinnande utifrån individers upplevelser i livet. Röpke (1999b, s. 264) är tydligare och inkluderar goda ekonomiska förhållanden, åsiktsfrihet, god hälsa, socialt skyddsnet och ett tryggt samhälle i sitt sätt att se på livskvalitet.

Genomgående för detta avsnitt är att vi försökt belysa några av de förändringar i samhället som går att påvisa i en västerländsk kontext. Motivet till att presentera dessa förändringar är att författare menar att hållbar utveckling och ökad kreativitet, kunskap och innovation hänger samman (Petridou & Ioannides, 2012). Även Peters (2011) menar att kunskap och den gröna ekonomin kommer vara det mest hållbara och produktiva under tjugohundralet. Det var exempelvis inte länge sedan människans inverkan på miljön ansågs vara liten, medan det idag är vida accepterat att det antagandet är fel (Dicken, 2011). Detta har delvis också, medfört ett förändrat beteende bland jordens invånare (Roseland, 2012).

De presenterade samhällsförändringarna pekar i en riktning där små, gradvisa förändringar som började ta fart under 70-talet nu också verkar ha fått fotfäste och blivit mer socialt accepterade. Avslutningsvis går det också att urskilja förändringar, där livskvalitet går från att ha varit baserad på materialism till att i högre grad grundas på livsstil. I denna utveckling finns det tendenser till att dagens invånare i större utsträckning lägger vikt vid en hållbar utveckling. I följande avsnitt kommer hållbar utveckling presenteras och definieras.

### 3.1.4 Hållbar utveckling

Den kanske vanligaste och mest accepterade definitionen av hållbar utvecklingen återfinns i FN:s dokument *Our Common Future* från 1987 och lyder: "Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs." (WCED, 1987). Rapporten menar att hållbar utveckling kräver värden som håller sig inom ramarna för vad som är ekologiskt hållbart. Kritik mot rapporten finns i bland annat Hueting (1990) som menar att BNP-tillväxt i utvecklade länder inte bidrar till framsteg för länder under utveckling. Det finns också forskare som jämför en hållbar utveckling med att lyckas med det omöjliga (Robinson, 2004), där tillväxt i BNP samtidigt som miljön bevaras är en dikotomi (Hueting, 1990). Istället argumenterar Hueting (1990) för att ett skifte i fokus från tillväxt i BNP, till bevarandet av miljön är nödvändigt.

### 3.1.5 Hållbar utvecklings tre dimensioner

I grund och botten handlar hållbarhet om att inte äventyra naturen som möjliggör livet på jorden (WCED, 1987), samtidigt måste detta förhållande balanseras med ekonomisk tillväxt och en social dimension (UN, 2012). Dessa tre dimensioner är sammankopplade och beroende av varandra (UN, 2012; Gladwin et al., 1995), vilket innebär att de endast kan uppnås som en enhet (Kennelly et al., 1995). Samtidigt som alla dimensioner behöver finnas med för att nå hållbar utveckling är det den miljömässiga dimensionen som fått mest fokus genom åren, till stor del beror detta på de klimatförändringar världen möter (Crane & Matten, 2010).

#### *Miljömässig hållbarhet*

Goodland (1995) beskriver den miljömässiga hållbarhetsutvecklingen som de naturresurser människan använder i produktionsprocessen, dessa naturresurser behöver bevaras för att det överhuvudtaget ska gå att prata om hållbar utveckling. Ur ett svenskt perspektiv kan den miljömässiga dimensionen av hållbar utveckling ses utifrån Generationsmålet som Riksdagen satt upp:

”Det övergripande målet för miljöpolitiken är att till nästa generation lämna över ett samhälle där de stora miljöproblemen är lösta, utan att orsaka ökade miljö- och hälsoproblem utanför Sveriges gränser” (Naturvårdsverket, 2012).

#### *Ekonomisk hållbarhet*

Enligt FN-dokumentet *The Future We Want* ses ekonomisk hållbar tillväxt som den tillväxt som är ekonomisk stabil och gäller alla (UN, 2012). Det handlar om att skapa tillväxt för både nuvarande, men också kommande generationer (Goldsmith, 2010; Jackson, 2009). Jackson (2007) argumenterar för att ekonomiskt hållbar utveckling innebär att framtidens generationer ska ha samma konsumtionsmöjligheter som dagens. Jackson (2009) menar att människan gjort sig beroende av ekonomisk tillväxt, en tillväxt som enligt honom nu fallerat. Samtidigt är det viktigt att poängtera att ekonomisk tillväxt reducerat den extrema fattigdomen och drivit på demokratiseringen av länder (Norris & Inglehart, 2009).

#### *Social hållbarhet*

Social hållbarhet är enligt Lehtonen (2004) svårast att definiera och den dimension av hållbar utveckling som ansetts vara den svagaste delen. Den sociala dimensionen av hållbar utveckling innefattar utjämnande av sociala klyftor och åtgärder för att minska fattigdomen i världen (Marshall & Toffel, 2005; UN, 2012). Här blir social hållbarhet i den urbana kontexten aktuell, vilken innebär samhällen där människor kan leva och arbeta i, både nu och i framtiden (ODPM, 2006).

Robinson och Tinker (1997) i Robinson (2004) summerar begreppet 'hållbar utveckling' på ett heltäckande sätt genom att dela in dimensionerna i tre imperativ. Det miljömässiga imperativet att hålla sig inom ramarna för vad jorden klarar av, det ekonomiska imperativet; att tillhandahålla

människan med en dräglig livsstandard och slutligen, det sociala imperativet; att verka för värden som människan kan leva efter.

### 3.2 En hållbar stad

I avsnittet om samhällsliga förändringar beskrevs hur kunskap och innovation är viktiga parametrar för hållbar utveckling. Bauman (2003) menar att städer och sociala förändringar nästan är synonyma. I denna förändringsprocess är städer centrala, då de är navet för att kunna sprida utbildning och information via lärosäten, den kulturella mångfalden och förekomsten av kreativa industrier. (UNESCO, 2008). Städer behöver också något som Florida (2001, s. 277) benämner ”platskvalitet” för att vara en attraktiv stad. Denna platskvalitet har tre dimensioner:

1. Vad som finns i staden: en blandning mellan den byggda och den naturliga miljön.
2. Vem som finns: en mångfald av människor som interagerar, där platsen är öppen för alla.
3. Vad som händer: en plats med mycket aktivitet och rörelse, människor som ägnar sig åt utomhusaktiviteter med en stor mångfald av caféer och gatuliv.

Brown (1981) beskrev ett hållbart samhälle som ett samhälle där energi skulle komma att användas mer effektivt, där förnybar energi drev samhället. Liksom människor är både orsak och en del av lösningen på våra miljöproblem (Kelly, 1994), befinner sig städer i samma situation (Stern et al., 2011; West, 2014). I existerande litteratur finns inte någon standardiserad definition av hållbara städer (Joss, 2010). Tidigare litteratur framställer dock framväxten av hållbara städer som ett resultat av urbanisering och det globala hotet mot miljön (Alusi et al., 2011, Joss, 2010). Enligt FN kan välplanerade städer uppnå de tre dimensionerna av hållbarhet (UN, 2012), något som även stöds av Beatley (2012) som menar att städer kan vara den viktigaste platsen för hållbar utveckling. I processen mot att skapa en hållbar stad, står städer också inför olika utmaningar i dess omgivande kontext. Därför lägger de olika stor vikt vid respektive dimension i hållbarhetsbegreppet. (Cugurullo, 2013). Hur Malmö stad balanserar och arbetar med de olika parametrarna av hållbarhetsbegreppet presenteras nedan.

#### 3.2.1 Ekonomisk hållbarhet i Malmö

Tillverkningsindustrin i Malmö har sakta glidit över till att bli en kunskapsindustri (Möllerström, 2011). Turning Torso, Öresundsbron, den centralt belägna högskolan och Västra Hamnen utgör tecken på denna omvandling från industristad till kunskapsstad (Vendel, 2011; Möllerström, 2011). Olsson (2013) beskriver Malmös övergång till en kunskapsbaserad stad samt skapandet av attraktiva stadsmiljöer med högkvalitativa bostäder som de två huvudstrategierna för att staden skulle nå en positiv ekonomisk utveckling. De kluster som vuxit fram i Malmö, vilka bidrar till innovation och tillväxt (Möllerström, 2011), kan enligt Floridas (2001) teorier förklaras med inflyttningen av kreativa människor. Malmö har därmed lyckats förvalta det Drucker (1999) menade skulle bli 2000-talets viktigaste tillgång, nämligen kunskap.

### 3.2.2 Miljömässig hållbarhet i Malmö

Malmö stads övergripande vision och långsiktiga mål är att bli världsbäst på hållbar stadsutveckling. I stadens planer ingår en strävan att göra Malmö stads organisation helt klimatneutral till år 2020, samtidigt som den individuella energianvändningen sänks med minst 20% jämfört med genomsnittet år 2001-2005. Innan 2030 ska energiförsörjningen i hela Malmö bestå av förnybar energi, medan energianvändningen ska sänkas med ytterligare 20% per capita. Dessa mål sammanfattades i Malmö stads Miljöprogram för 2009-2020, vilka antogs i slutet av 2009. (Miljöförvaltningen Malmö, 2009). Det finns en tanke med de mer krävande målen för Malmö stads funktioner, dessa ska sända ett budskap att staden vill verka som en förebild och visa vägen för samhällets övriga aktörer (Malmö Stadsbyggnadskontor, 2008).

### 3.2.3 Social hållbarhet i Malmö

Samtidigt som Malmö har arbetat hårt och vunnit priser för sitt hållbarhetsarbete, har den sociala dimensionen av hållbarhet i staden till viss del blivit åsidosatt (Kommissionen för ett socialt hållbart Malmö, 2013). Samma rapport presenterar att det är först på senare tid som beslutsfattarna i Malmö också börjat fokusera på den sociala dimensionen av begreppet. Mot bakgrund av att staden ansett arbetet för social hållbarhet vara för svagt i relation till de andra dimensionerna, tillsattes år 2010 en politiskt oberoende kommission med uppdrag att ta fram planer för att minska de sociala klyftorna i staden.

Hållbar utveckling som helhet behöver alla dimensioner för att uppnås, i Malmö är det den sociala hållbarheten som fått stå tillbaka för övriga dimensioner (Kommissionen för ett socialt hållbart Malmö, 2013). Det stödjer också teorier om att städer har olika fokus i dess process mot en hållbar utveckling (Cugurullo, 2013). Att få dimensionerna att samverka med den ekonomiska, kan sänka de samhällskostnader som är förenade med social ohälsa, samtidigt som investeringar i människor ger avkastning på längre sikt (Kommissionen för ett socialt hållbart Malmö, 2013).

Västra Hamnen och Hyllie är vägledande för Malmös hållbarhetsarbete (Malmö stad, 2014c), därför valde vi att fokusera vår studie på invånarna i dessa stadsdelar. Vi är medvetna om att Malmö som helhet inte kan ses som en hållbar stad (Kommissionen för hållbar utveckling, 2013). För att kunna uppfylla vårt syfte, fann vi det därför relevant att fokusera på de två stadsdelar, vilka tydligast kan karaktäriseras som hållbara. En kortare beskrivning av stadsdelarna ges nedan.

### 3.2.4 Västra Hamnen - Från industriområde till attraktiv stadsdel

Västra Hamnen var tidigare ett nedgången industriområde i Malmö stad, ett brown field. Men har sedan den europeiska bostadsmässan Bo01 år 2001, omvandlats till en stadsdel med ett hållbart helhetstänk, samt modern arkitektur och stadsmiljö. (Malmö stad, 2014b). Stadsdelen växte fram som ett resultat av ett samarbete mellan bland annat Malmö stad, Sveriges regering, EU, lokala universitet och invånare i Malmö.

Stadsdelen försörjs med lokalt producerad energi från förnybara källor, där energiproduktionen baseras på sol, vind och vatten tillsammans med stadsdelens avfall. Samtidigt är byggnaderna designade för att minimera energi- och värmeförbrukningen. Området har också utformats för att kunna skapa ett modernt miljöanpassat trafiksystem, där bilen blir sekundär, till förmån för kollektivtrafik, cykel och gångbanor. (Miljöförvaltningen Malmö, 2007). Utöver ekologisk hållbarhet, har även de sociala och ekonomiska delarna av hållbarhetsbegreppet beaktats vid målformulerandet för området. Stadsdelen är tänkt att vara en trygg och säker plats att vistas på, främja långsiktigt boende samtidigt som mötesplatser för människor står i centrum. Med effektiva processer i planering och genomförande samt låga underhållskostnader för de boende, är syftet att kunna skapa rimliga boendekostnader och därmed även åstadkomma ekonomisk hållbarhet. (Damanco, 2007)

### 3.2.5 Hyllie - Malmö nya vägvisare mot hållbarhet

Hyllie är Malmö stads största utvecklingsområde. Vid färdigställandet beräknas området omfatta ungefär 9000 bostäder samt nästan lika många arbetsplatser. Denna stadsdel ska leda utvecklingen mot ett hållbart Malmö genom innovativa, effektiva och långsiktiga konstruktionsval. Det inbegriper exempelvis mer resurseffektiva system för transporter, energi, infrastruktur, mark och konsumtion. För att Malmö stad ska kunna uppnå de högt ställda miljömålen, krävs det att Hyllie ligger i framkant av processen. De uttalade strategierna för att möjliggöra detta är att energibehovet ska försörjas genom lokalt producerad förnybar energi där fastigheter ska planeras, byggas och drivas mer energisnålt med hjälp av smarta, tekniska lösningar. Ny, smart teknik kommer hjälpa människor att mäta, reglera och påverka sin energiförbrukning, samtidigt som det blir möjligt att producera egen energi. Tillgängligheten för resande till fots och cykel ska också stärkas och kompletteras med god möjlighet till kollektivtrafik. Genom detta hoppas staden kunna skapa förutsättningen för en mer hållbar livsstil, där det hållbara alternativet blir det lättaste valet för invånarna. (Malmö stad, 2011)

Då informationen gällande uppnådda klimatmål och kommande planer i Hyllie är hämtade från Malmö stad är vi medvetna om att informationen kan ge en förskönande bild av Hyllies arbete. Vi är också bekanta med den kritik som uppstått mot Hyllie och Västra Hamnen gällande boendemiljö, kostnader och relationen mellan kollektivtrafik och biltrafik (Herkel, 2007; Johansson, 2008; Malmö Stadsbyggnadskontor, 2012). Vi menar ändå att informationen bör ge läsaren en bra bild över stadens hållbarhetsarbete. Staden har vid ett antal tillfällen blivit utsedd till Sveriges miljöbästa kommun (Salo, 2013), men också fått internationella utmärkelser (Kärrholm, 2011).



## 4. Teoretiska perspektiv på beteenden och värden

*Vår teoriram belyser konsumentbeteende, konsumentkultur och individvärden. Kapitlet beskriver drivkrafter och konsekvenser av konsumtion, något som sedan relateras till hållbar konsumtion. Slutligen ges en djupare bild av individen och dennes beteende, genom en presentation av världens betydelse.*

### 4.1 Konsumentbeteende och konsumentkultur

#### 4.1.1 Varför konsumerar vi?

Den privata konsumtionen formas och kan förklaras av ett komplext nätverk av aspekter. Dessa menar Mont och Power (2010) har sitt ursprung i inkomst och priser, globalisering och teknologi, utbud och marknadsföring av produkter, information och transparens samt boende och infrastruktur. Samtidigt visar många studier att den sociala kontexten har en stark inverkan på individer och deras beteende (Etzioni, 1988; Røpke, 1999a; Ozaki, 2011). Därför måste också en social och psykologisk dimension adderas med faktorer som kultur, vanor, identitet och smak (Power & Mont, 2010).

Dagens utvecklade samhällen tenderar att bygga på ökad konsumtion (Ekström, 2010; Mont et al., 2013; OECD, 2002; Suzuki et al., 2010), där hushållen införskaffar och äger ett ökande antal produkter (IEA, 2009). Enligt Røpke (1999a) kan konsumtion kopplas till ökad produktivitet, vilken tvingar företag att sänka sina priser för att hålla sig konkurrenskraftiga. Vidare innebär det att konsumenter handlar nya varor redan innan de gamla hunnit slitas ut (Røpke, 1999a). Nuvarande principer för handel och innovation bygger på en kontinuerlig tillväxtmentalitet, där hänsyn till att jordens icke-förnybara resurser sätter en begränsning förbises (Mont & Power, 2010; Jackson, 2009). Dickens (2011) menar att de varor som gör att människan kan positionera sig själv successivt tenderar att förlora sitt värde. Detta menar författaren är ett resultat av att ett ökat antal människor får tillgång till produkterna. På detta sätt kommer nya produkter som kan hjälpa till att skapa en individs identitet alltid att efterfrågas. (Dicken, 2011)

På 80-talet visade Uusitalo (1982) att det pågick förändringar i det västerländska konsumtionsmönstret, vilket kunde härledas till en modernisering av konsumtion; den ökade användningen av massproducerade och tidsbesparande produkter, berikad och mer variationsrik konsumtion samt den privata bilens dominans som färdmedel. Uusitalo (1982) hävdade att detta konsumtionsskifte kraftigt ökade hushållens avfall, energianvändning, dess miljöförorening samt resursförbrukning. Detta är en diskussion som, mer än 30 år senare, fortfarande är aktuell (Mont et al., 2013; Gatersleben & Vlek, 1998).

#### 4.1.2 Den sociala kontexten

Konsumtionsmönster speglas av samhällets uppbyggnad, politik, rådande kultur, samhällsklasser och andra kollektiva grupper, vilka kontinuerligt förändras och konsumenten identifierar sig med (Etzioni, 1988). Douglas och Isherwood (1980) menar att människan behöver förstås utifrån dennes sociala kontext. Eftersom människan tillhör ett samhälle där mänskliga interaktioner uppfyller viktiga, mänskliga behov är det enligt Douglas och Isherwood (1980) här en konsumtionsanalys bör ta sin början. Även Sanne (2002) menar att konsumtion kan ses som en del av ett system, där syftet med konsumtionen är att skapa mening inom den sociala kontexten. Arnould och Thompson (2005) menar att konsumenter är identitetssökande, samtidigt som kulturen är avgörande för individens beteende (Hansen, 2010).

Människan behöver ritualer för att skapa mening inom sin sociala kontext (Røpke (1999a). I detta sammanhang kan varor ses som rituella hjälpmedel (Røpke, 1999a), vilka fyller en symbolisk roll genom att kommunicera en personlig, social och kulturell mening (Jackson, 2005). Konsumtion spelar en stor roll vid uppbyggnaden och upprätthållandet av ens identitet, där ägodelar representerar en viktig del för att skapa sig själv (Røpke, 1999a; Florida, 2001; Elliott & Wattanasuwan, 1998; Belk, 1988). Således kan varor och tjänster fylla behov och en mening som överskrider dess materiala funktion (Gutman, 1982; Røpke, 1999a). Då vi förr skapade oss ett jag utifrån hur vi agerade, eller vem vi kände, skapas i det moderna samhället jaget istället efter vad vi konsumerar (Jackson, 2005). Enligt Douglas och Isherwood (1980) handlar konsumtion till syvende och sist om makt och hierarkiska strukturer. För att behålla, eller stärka sin position i samhället, behöver människan öka sin konsumtion, vilket bidrar till en kontinuerlig ökning av den totala konsumtionen (Douglas & Isherwood, 1980; Bourdieu, 1984). Även teorin om 'conspicuous consumption', vilken presenterades av Thorstein Veblen (1899), menar att människor konsumerar för att visa på framgång och välstånd.

#### 4.1.3 Kan vi sluta konsumera?

Det är enkelt att påpeka att om vi bara slutar konsumera kommer miljön att räddas. Problemet är att konsumtion är starkt sammanlänkat med individers livskvalitet, varpå lägre konsumtion också skulle dra ned kvaliteten på människors liv. Detta perspektiv är relaterat till att konsumtion möjliggör tillfredställande aktiviteter i vardagslivet, vilka skulle vara svåra att reducera utan att göra avkall på människors livskvalitet. (Røpke, 1999a). Detta visar på den komplexitet konsumtion innebär och den inverkan den har på människors liv. Vad hade hänt med ekonomin om människor hade slutat konsumera? Enligt Jackson (2009) är människan fast i ett system av konsumtion, vilket vi inte kan komma ur. Detta argument bygger han på att hela det ekonomiska systemet är uppbyggt på konsumtion. Frågan är därför om vi någonsin kommer att konsumera mindre, eller om vårt konsumtionsbehov är så djupt instinktivt rotat (Jackson, 2004), att vi aldrig kommer lyckas reducera den. Från denna diskussion går det att urskilja att utebliven konsumtion

skulle vara en så diametral förändring för människan och samhället i stort, att det i nuläget inte går att sluta konsumera.

#### 4.1.4 Hållbar konsumtion

Det finns idag tillräckliga bevis för att kunna säga att nivåerna och konsumtionsmönstren i de nordliga delarna av världen måste förändras i en mer hållbar riktning (Gustavsson & Elander, 2013). Nordbor har vant sig vid en hög levnadsnivå, vilket medfört att dagens konsumtionsmönster ses som det normala (Mont et al., 2013). Enligt författarna möter därmed förändringar som strider mot detta både sociotekniska och kulturella hinder. Naturvårdsverket (2013) visar att svenskarna kontinuerligt har bidragit till den negativa miljöpåverkan, då utsläppen av växthusgaser kopplade till svensk konsumtion ökat med 15% under perioden 1993-2010.

Samtidigt har forskare i åtminstone 35 år från olika perspektiv intresserat sig för hållbarare konsumtion och levnadssätt (Mont et al., (2013), ett intresse som fortsätter att växa (Little, 2009). Sedan Rio-konferensen år 1992, vilken behandlade politiska riktlinjer för miljö och hållbar utveckling, har det riktats internationellt ljus på hållbar konsumtion (UNCED, 1992). Samtidigt har politikerna i Sverige satt upp ambitiösa mål, där exempelvis energieffektiviteten ska öka med 20% från år 2009 till 2020, samt utsläppen av växthusgaser reduceras med 40% räknat från år 1990 till 2020 (Prop. 2008/09:162).

#### 4.1.5 Energibesparande beteende

Enligt Han et al. (2013) går det att gruppera energibesparande i två typer av konsumentbeteenden: investeringsbeteende respektive reduceringsbeteende. Det första innebär att det investeras likvida medel för att uppnå energieffektiviseringar, exempelvis köp av modernare vitvaror, något som karaktäriseras av ett engångsbeslut gällande kostnad och nytta. Den andra gruppen uppnår energibesparing genom en beteendeförändring hos energianvändaren, där handlingar oftast måste upprepas eller ske kontinuerligt för att uppnå maximal effekt. (Han et al., 2013). Det är ofta hushåll med mindre monetära resurser som är mest angelägna att minska sina energitgifter (Martinsson et al., 2011). Detta kan förklaras av att överflödigt konsumtion begränsas av individens resurser (Klintman, 2012). Resonemanget är relaterat till att det i högre grad är höginkomsttagare och bostadsägare som har råd och möjlighet att investera i energieffektivitet, medan det mest realiserbara alternativet för låginkomsttagare och hyresgäster är en förändring av livsstil och vanor. (Han et al., 2013).

#### 4.1.6 Gapet mellan attityd och handling

Det existerar ett gap mellan attityd och handling vad gäller konsumtion av hållbara varor (Caruana & Crane, 2008; do Paço & Varejão, 2010; Mont et al., 2013). Individer är för förnybar energi så länge de själva inte behöver lägga ned något engagemang på utvecklingen (Wüstenhagen et al., 2007). En studie av Martinsson och Lundqvists (2010) visar att även svenska konsumenter

tänker hållbart, men samtidigt inte anpassar sitt beteende därefter. Trots att vi idag är medvetna om de klimatförändringar vårt levnadssätt ger upphov till, fortsätter vi med det energikrävande levnadsmönster vi vant oss vid (Martiskainen & Watson, 2009). Människan visar i dagsläget således inte upp samma miljömedvetna köpvilja som hon vill ge sken av (Seyfang, 2009; Mont et al., 2013).

Den nämnda avvikelsen är också förenad med teorin om negativa externaliteter som exempelvis Uusitalo (1982) diskuterat. Den gör gällande att maximering av den sammanlagda tillfredställelsen i ett samhälle, är starkt åtskild från maximering av den individuella tillfredställelsen. Utgångspunkten är att vi individuellt kan undgå majoriteten av de negativa externa effekterna, exempelvis den miljöpåverkan den enskilda konsumtionen genererar. Detta innebär att den individuella konsumenten kan skjuta ifrån sig ansvaret för sin konsumtion, samt de negativa externaliteter konsumenten ger upphov till. Samtidigt måste konsumenterna i rollen som samhällsmedlemmar, bära de totala effekterna och den sociala kostnaden som den gemensamma konsumtionen ger upphov till. (Uusitalo, 1982). Ur ett miljöperspektiv är det därför inte förvånande att forskare menar att hållbar utveckling handlar om att minimera konsumtionen av sådana varor som medför negativa externaliteter, och istället öka konsumtionen av varor med positiva (UN, 2013). Det kräver dock att olika aktörer involveras, både producenter och konsumenter (Goldsmith, 2010). Människor är i rollen som invånare oftast medvetna om värdet av hållbarhet, samt de moraliska skyldigheter och kollektiva åtgärder som det medför. Invånarna är emellertid också medvetna om att de har en relativt begränsad kunskap i frågan, därmed flyttar de ansvaret för att vi kollektivt ska kunna agera mer hållbart till det offentliga och företagen. (Scerri, 2011)

För att kunna eliminera gapet visar Ozakis (2011) studier att nyttan av en beteendeanpassning också måste ha personlig relevans, något som skapar en inre motivation till förändring av attityd och handling. Samma författare argumenterar också för betydelsen av individens identitetsbyggande vid sammanlänkandet av attityd och handling. Dels ska beteendet stämma överens med en personlig identitet, men också den sociala identiteten, vilken sätter normen för vilka handlingar som är accepterade eller förväntas inom gruppen (Ozaki, 2011).

#### **4.1.7 Verktyg för ett mer hållbart beteende**

För att främja förändringar i människors livsstil och beteende har myndigheter på olika nivåer lagar, förordningar samt finansiella styrmedel som skatter och subventioner till sitt förfogande (Gustavsson & Elander, 2013). Dessa instrument, tillsammans med kompletterande infrastruktur, menar nämnda författare, är det snabbaste och mest effektiva sättet för att förändra konsumenters beteende uppifrån och ned. Information och kampanjer kan också stimulera konsumenter att göra hållbara val (Tukker et al., 2008). Dock menar Thøgersen och Crompton (2009) att sådana informationskampanjer kan sakna ett klart syfte och därmed vara intetsägande för konsumenten. Risken med dessa kampanjer är också att det sker en temporär

attitydförändring, en förändring som riskerar att försvinna efter bara några dagar, då individernas underliggande värden är oförändrade (Rokeach, 1973). Det bör även göras en skillnad mellan att framkalla en särskild beteendeförändring eller stödja en bredare uppsättning beteendeförändringar genom positiva spridningseffekter (Thøgersen & Crompton, 2009). Syftet med spridningseffekterna är att en simpel miljöbesparande åtgärd, följs upp med ytterligare åtgärder, vilka är miljömässigt mer betydande och ambitiösa (Thøgersen & Crompton, 2009; Mont et al., 2013).

Stø et al. (2009) menar att möjligheten till val är centralt för att kunna förstå och förändra människors konsumtionsbeteende. Enligt författarna kan valmöjligheten initieras dels av konsumenten själv, men framförallt av myndigheter och företag. Den här logiken medför att en stimulering av konsumentinsatser blir verkningslös om inte företag och myndigheter säkerställer att det finns infrastruktur bakom som kan underlätta ett hållbart beteende (Mont et al., 2013; Scrase et al., 2009). Vidare är de hållbara valen som marknadsförs och bör premieras ofta förenade med en högre prisbild, vilket kan göra varorna oattraktiva eller odisponibla för många individer (Mont et al., 2013; Ozaki, 2011). Prissättning, tillsammans med att grönare alternativ kan fordra en beteendeförändring, tenderar att fördröja anpassningen till miljövänligare konsumtionsmönster (Ozaki, 2011).

#### 4.1.8 Vem bär ansvaret?

Kunden är enligt Vargo och Lusch (2008) samt Grönroos (2012) alltid medskapare av värde. För att uppnå en hållbar utveckling krävs också samarbete mellan både företag och kunder (Goldsmith, 2010). Dock menar Bulc (2012), att människan inte är beredd att vara medskapare, då det förväntas att staten ska ta ansvar. De förväntningar som finns på staten, gör individer passiva och beroende av att det övergripande systemet ska tillhandahålla de tjänster hon behöver (Bulc, 2012). Samtidigt kan invånare uppleva en maktlöshet gentemot de styrande, vilket har sitt ursprung i vad invånarna ser som de styrandes oförmåga att handla (Nowak, 2011).

Fenomen såsom 'rebound'-effekten visar att den största framtida utmaningen förmodligen finns på konsumentens sida. Denna rekyleffekt handlar om att utvecklingen av allt mer energieffektiv utrustning, motverkas av förändringar i beteende och konsumtionsmönster, vilka går i motsatt riktning (Hertwich, 2005). För att lyckas övervinna effekten måste individer ta ansvar för sin roll som både konsument och invånare (Stø et al., 2007). Thøgersen och Crompton (2009) menar att de globala miljöproblemen kräver akuta lösningar och marginella livsstilsförändringar kommer endast innebära marginella förändringar för miljön. Allt ansvar kan inte heller förflyttas till konsumenterna och marknaden, utan det offentliga måste skapa en omgivning som stödjer och underlättar denna förändring (Akenji, 2012). Även Mont et al. (2013) menar att det är det offentliga genom infrastruktur, som bör styra skiftet mot hållbarhet.

#### 4.1.9 NOA-modellen

Gatersleben och Vlek (1998) presenterar NOA-modellen (Needs-Opportunity-Ability). Modellen återges i en reviderad version i figur 1 nedan. I denna har *advertisement* ersatts av det mer övergripande *information*, en förändring OECD (2002, s. 67) framställt. Modellen är ursprungligen utvecklad av Vlek et al. (1997) och ämnar förklara underliggande dimensioner som påverkar människans konsumtion. Modellen bygger på Gutmans (1982) Means-end chain-modell och har även inspirerats av Ölander och Thøgersens (1995) Motivation-Ability-Opportunity-modell. NOA-modellens syfte är att försöka förklara konsumentbeteende från ett makroekonomiskt samhällsperspektiv och en mikroekonomisk hushållsplan. Ett hållbart beteende behöver förstås både ur ett individperspektiv och i kontexten individen finns i (Thøgersen, 2010), vilket gör modellen lämplig att utnyttja som analysverktyg. Det går också att koppla individvärden till modellen. Gatersleben och Vlek (1998) menar att den relevans individer ger egenvärden, kommer att påverka deras konsumtionsval. Detta visar hur värden guidar beteenden, något som kommer att presenteras i avsnitt 4.2.

Enligt Røpke (2005) är modellen ett framgångsrikt bidrag till hur konsumtionsmönster kan förstås och förändras. Det stöds genom att modellen ges trovärdighet från användandet i OECD-publikationen *Towards Sustainable Household Consumption* (OECD, 2002). Samtidigt menar Røpke (2005) att modellen inte belyser den sociala dimensionen av behov tillräckligt mycket. Det är kritik som vi funnit relevant och något vi utvecklat i avsnitt 4.1.2, ett avsnitt som behandlar konsumtion i en social kontext. Vidare menar Røpke (2005) att modellen kunde utvecklat de makroekonomiska aspekterna ytterligare. Aspekter som i denna uppsats ges ett begränsat utrymme, då vi ämnar fokusera på människan och dennes beteende.

De tre huvudkomponenterna (NOA) byggs upp av makroekonomiska dimensioner: teknik, ekonomi, demografi, institutioner och kultur. (Gatersleben & Vlek, 1998). Som vi varit inne på i tidigare avsnitt, kan förändringar i dessa dimensioner leda till ökad konsumtion, bland annat genom ökat utbud och sänkta priser (OECD, 2002). Demografiska förändringar har också bidragit till ett växande antal ensamboenden (OECD, 2002; Gatersleben & Vlek, 1998), vilka använder mer energi än individer som bor tillsammans (EEA, 2012).

Enligt NOA-modellen i figur 1 är konsumentbeteende ett resultat av behov, möjlighet och förmåga. Dessa tre samverkar vid köp och modellen utgår från att behov endast kan tillfredsställas när människor har möjligheten och förmågan att uppfylla dessa behov. Behov, möjlighet och förmåga bidrar tillsammans till individers motivation och kontroll över sina beteenden. Behov kombinerat med möjlighet, bidrar också till en motivation att utföra ett önskat beteende. Motivation till att utföra en handling, beror således på ett antal bakomliggande dimensioner. Möjlighet och förmåga bidrar sedan till individers grad av kontroll över sitt beteende. Detta mynnar ut i individers intention att utföra ett beteende som slutligen översätts i handling.

## Behov

Människor har behov för att leva ett drägligt liv och för att öka sitt välbefinnande. De utgör också de mål individer sätter upp för att förbättra sin livskvalitet. (Gatersleben & Vlek, 1998). Enligt Rokeach (1973) har värden en koppling till individbehov. Behov kan översättas i värden, exempelvis kan det mänskliga behovet av sex i värdetermer ses som kärlek, behovet av att passa in kan ses som värdet lojalitet. Med andra ord; när en individ beskriver sina värden, beskriver personen samtidigt sina behov. (Rokeach, 1973). Enligt tidigare presenterad teori av Douglas och Isherwood (1980) finns det också en önskan om att passa in i en grupp och kunna relatera till andra människor, vilket kan beskrivas som ett socialt behov. Vidare menar Gatersleben och Vlek (1998) att det finns ett mänskligt behov av status samt att bli uppskattad och sedd av människor i sin omgivning.

## Möjligheter

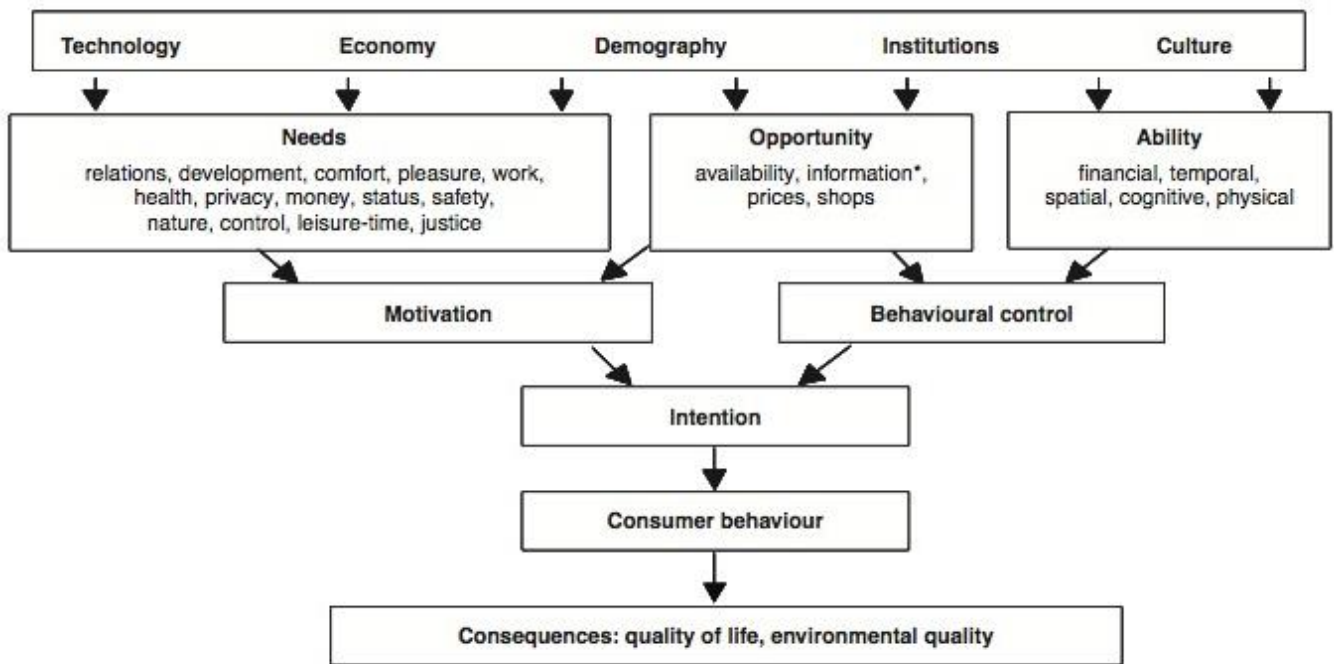
Möjligheter är externa förhållanden som tillgängligheten på varor, information om dessa varor och priser (Gatersleben & Vlek, 1998). De senaste femtio åren har tillgängligheten av varor ökat kraftigt (Gatersleben & Vlek, 1998) och gamla produkter ersätts av nya i en snabb takt (Røpke, 1999a). Möjligheter kan ses som förutsättningar för beteenden. Individer med samma förutsättningar kan dock se dessa på olika sätt, därför kan synen på möjligheten till ett visst beteende variera. (Ölander & Thøgersen, 1995). De presenterade dimensionerna och andra kontextuella aspekter kan därmed också styra omfattningen av konsumenters möjlighet att agera hållbart (Thøgersen, 2010).

## Förmågor

En individs förmåga är de interna förhållanden som styr dennes konsumtion. Att ha möjligheten att konsumera vissa varor innebär inte nödvändigtvis att dessa varor kommer att konsumeras. Att ha en förmåga till konsumtion innebär: ekonomiska-, tidsmässiga-, rumsliga-, kognitiva- och fysiska resurser och kunskaper. (Gatersleben & Vlek, 1998). Högre inkomstnivåer och därmed ökad förmåga resulterar i sammanhanget också i ökad konsumtion (Røpke, 1999a).

Utifrån modellen i figur 1 går det att utläsa att behov och möjligheter tillsammans utgör motivationen att köpa vissa varor. Motivation är relaterat till värden, då värden representerar de övergripande mål som individer motiveras av att följa. Att följa sina värden bidrar därmed till att leva upp till in självbild. (Rokeach, 1973). Kontroll över beteendet styrs av de möjligheter som finns och de förmågor individer har (Gatersleben & Vlek, 1998). Ajzen (1991) beskriver hur individens resurser och möjligheter såsom ekonomi och tid bidrar till att lyckas fullfölja ett önskat beteende.

För att kunna uppfylla sina behov, krävs en möjlighet och förmåga hos individen. Detta skapar i sin tur en motivation och en kontroll över beteendet, vilket enligt Gatersleben och Vlek (1998) är nödvändigt för att en intention och slutligen ett visst beteende ska förverkligas.



Figur 1. Needs-Opportunity-Ability modellen. (OECD, 2002, s. 67)



## 4.2 Individvärden

### 4.2.1 Definition av värden

Rokeach (1973, s. 5) definierade mänskliga värden som:

“An enduring belief that a specific mode of conduct or end-state of existence is personally or socially preferable to an opposite or converse mode of conduct or end-state of existence”.

Dessa värden finns sedan enligt Rokeach (1973) i ett värdesystem, vilket är en samling av individens värden och antaganden om vad som är accepterade beteenden.

Schwartz (1994, s. 21) definierade värden enligt följande:

”I define values as desirable transsituational goals, varying in importance, that serve as guiding principles in the life of a person or other social entity.”

Värden kan med dessa båda synsätt förklara individers beteenden. Enligt Rokeach (1973) definition guidar värden vårt agerande för vad som är personligt rätt eller gemensamt korrekt agerande jämfört med andra handlingar. Vidare är beteenden från Rokeachs (1973) synsätt ett resultat av olika konkurrerande värden betydelse i olika situationer. Även Schwartzs (1994) definition, innebär att en individs värden bör guida dennes handlingar, både på ett individuellt och socialt plan. Samtidigt bygger individers beteenden på en önskan om att bete sig i enlighet med sina värden, för att inte utmana den egna självuppfattningen (Schwartz, 1977).

Enligt Schwartz (1994, s. 20) finns det fem sammanfattande dimensioner av värden. 1. Ett värde är en trosuppfattning, som 2. gäller för önskade sluttillstånd för hur människor ska bete sig, som 3. överskrider specifika situationer, 4. guidar val eller värderingar av beteenden, människor, eller händelser, och 5. är ordnade utifrån den betydelse de har i jämförelse med andra värden i värdesystemet.

Schwartz (1994) menar att människors underliggande värden har sitt ursprung i tre universella krav; biologiska behov, behov av social interaktion mellan individer samt överlevnad och välfärd för gruppen. De presenterade teorierna kring konsumtion verkar bäst stämma överens med social interaktion. På samma gång uppfyller konsumtionen en viktig del i självöverkligandet av en individ och är ett sätt att upprätthålla sin sociala identitet. Här finns en diskrepans med det Rokeach (1973) beskriver som värden största funktion, nämligen att upprätthålla individers uppfattning om sig själva. Behovet av att konsumera kan enligt presenterad teori kring konsumentbeteende ses som ett behov av social interaktion för att skapa en social identitet medan värden som Rokeach (1973) ser dem, är till för att skapa och förstå sig själv.

I avsnittet om konsumentbeteende var skapandet av sig själv och själv rättfärdigande av sina egna handlingar en central komponent. Enligt Richins (1994) är de ägodelar individer värdesätter högst, en bra indikator för att karaktärisera individers värden. Richins (1994) menar att om värden har den stora inverkan som forskningen visar, borde dessa rimligtvis också ha en stor inverkan på vad vi konsumerar. Dessutom styr en individs värden, enligt Rokeach (1973) personens beteende. Därför borde en individs värden också kunna förklara personens hållbarhetsintentioner.

En åtskillnad mellan begrepp bör göras. Människors attityder kan lätt blandas ihop med värden, eftersom båda utgör en bedömning kring vad som är bra eller dåligt. Emellertid är attityder, till skillnad från värden, relaterade till specifika händelser, objekt eller personer, därför är attityder också enklare att förändra än värden. Slutligen finns begreppet tro eller övertygelse, detta begrepp gäller bara om något är sant eller falskt, vilket inte är relaterat till uppfattning om att något är bra eller dåligt. (Fisher & Lovell, 2006)

#### 4.2.2 Typer av värden

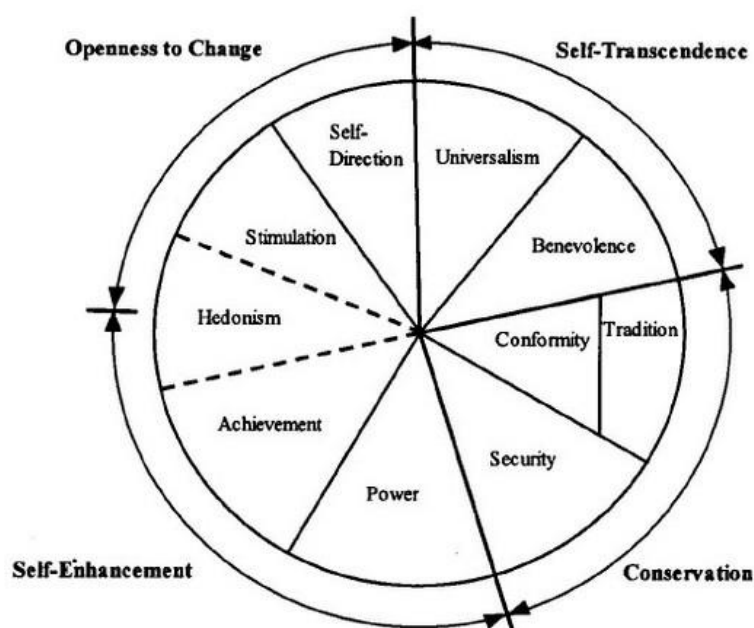
Enligt Rokeach (1973) finns det två typer av värden. Egenvärden (terminala värden) och instrumentella värden. Egenvärden kan ses som de kärnvärden en individ har och strävar efter att uppnå, med andra ord utgör egenvärden mål i sig själva. Egenvärden kan dessutom delas upp i personliga och sociala värden. De personliga är självcentrerade och handlar om att skapa sinnesro för individen, medan de sociala är samhällscentrerade och berör relationen mellan människor. De instrumentella värdena är sådana värden som anses socialt accepterade eller önskvärda handlingar, men inte utgör mål i sig själv. Istället är de instrumentella värdena medel för att uppnå egenvärdena. Eftersom de instrumentella värdena vägleder vad som är socialt accepterat, är de även värden som utgör en stor motivator bakom beteenden. Relaterat till detta är att ju mer delat ett värde är av samhället, desto större blir trycket på att det efterlevs. Rokeach (1973)

Även de instrumentella värdena går att dela upp i två kategorier. Moralvärden och kompetensvärden. Moralvärdena är i större utsträckning relaterade till beteenden och har ett intrapersonellt fokus, vilka ger känslor av skuld om de inte efterlevs. Kompetensvärden är kopplade till intelligens och människans logiska beteende och tar ett fokus på den egna personen. Följs inte kompetensvärdena upplevs känslor av skam. Rokeach (1973). Teorin om egenvärden och instrumentella värden har även fått kritik, Schwartz (1994) menar att uppdelningen spelat ut sin roll, då värden kan vara både egenvärden och instrumentella.

Från de tre universella krav Schwartz (1992, 1994) presenterar; biologiska behov, social interaktion samt överlevnad och välfärd för gruppen kan tio värdetyper identifieras; makt, prestation, hedonism, stimulans, självständighet, mångsidighet (universalism), godhet, tradition, likformighet och säkerhet (Schwartz, 1994).

Maktvärdet innebär att en individs övergripande mål är bevarande av social status och ett uppvisande av prestige. Prestation innebär också ett uppvisande av personlig framgång genom att visa upp en kunskap enligt social norm och därmed erhålla social acceptans. Hedonism innebär njutning och tillfredsställelse för en själv och livets goda. Stimulans innebär ett spännande liv med spännande aktiviteter. Självtändighet innebär att individer själva styr sina liv genom kreativitet och upptäckande, utan påverkan från andra. Mångsidighet (universalism) innebär ett öppet sinne för nya kulturer. Vidare handlar det om att verka för ett tolerant samhälle och slutligen skydd av både människor och natur. Godhet innebär att individen ser välfärd för människor, att hjälpa andra, som viktigt i livet, framförallt människor i individens direkta närhet. Tradition innebär respekt och engagemang för det traditionella. Det innebär också att individen accepterar sin roll i samhället. Likformighet innebär att individen inte bryter normer eller upprör andra människor genom sitt agerande. Slutligen är det säkerhet. Denna dimension innebär trygghet samt stabilitet i relationer, men också för samhället i stort. (Schwartz, 1992, 1994; Shaw et al., 2005)

Dessa tio värdetyper kan sedan grupperas in i fyra kategorier; Öppenhet för förändring, bevarande, självförbättring och självöverskridelse (Schwartz, 1994). Detta illustreras i modellen nedan, figur 2, som också visar hur värdena kan samverka eller motarbeta varandra. De två första dimensionerna, öppenhet för förändring och bevarande står i kontrast till varandra eftersom värdet öppenhet för förändring innebär självständighet och förändring medan bevarande innebär tradition och bevarande av stabilitet. De två andra dimensionerna, självförbättring och självöverskridelse står i motsättning till varandra eftersom självförbättring innebär jakten på den egna framgången, medan självöverskridelse innebär acceptering av andra och en önskan om deras välfärd (Schwartz & Sagiv, 1995).



Figur 2. Teoretisk modell över olika typer av värden. (Schwartz, 1994, s. 24)

Schwartz (1994) menar att värden som innebär tolerans för andra, hjälpsamhet och förståelse för andra motiverar ett beteende som är positivt för miljön. Detta stöds av Stern (2000) som pekar på forskning som visar att värden som altruism och självöverskridelse ger störst positiv påverkan på individers engagemang för miljön. Samma författare menar att självuppfyllande och egoistiska värden har en negativ inverkan. Poortinga et al. (2004) är inne på samma spår när de hävdar att värden som kan ses som överskridande av egenintressen tenderar att leda till ett mer positivt beteende för miljön. Ett värde som inte kunnat sammanlänkas med ett etiskt konsumentbeteende är hedonism (Doran, 2009). Shaw et al. (2005) visar att nyfikenhet och ett upptäckande sinne har positiv inverkan på miljön, och att nyfikenhet bidrar till att vara intresserad av miljöproblem.

#### 4.2.3 Motsättningar i individvärden

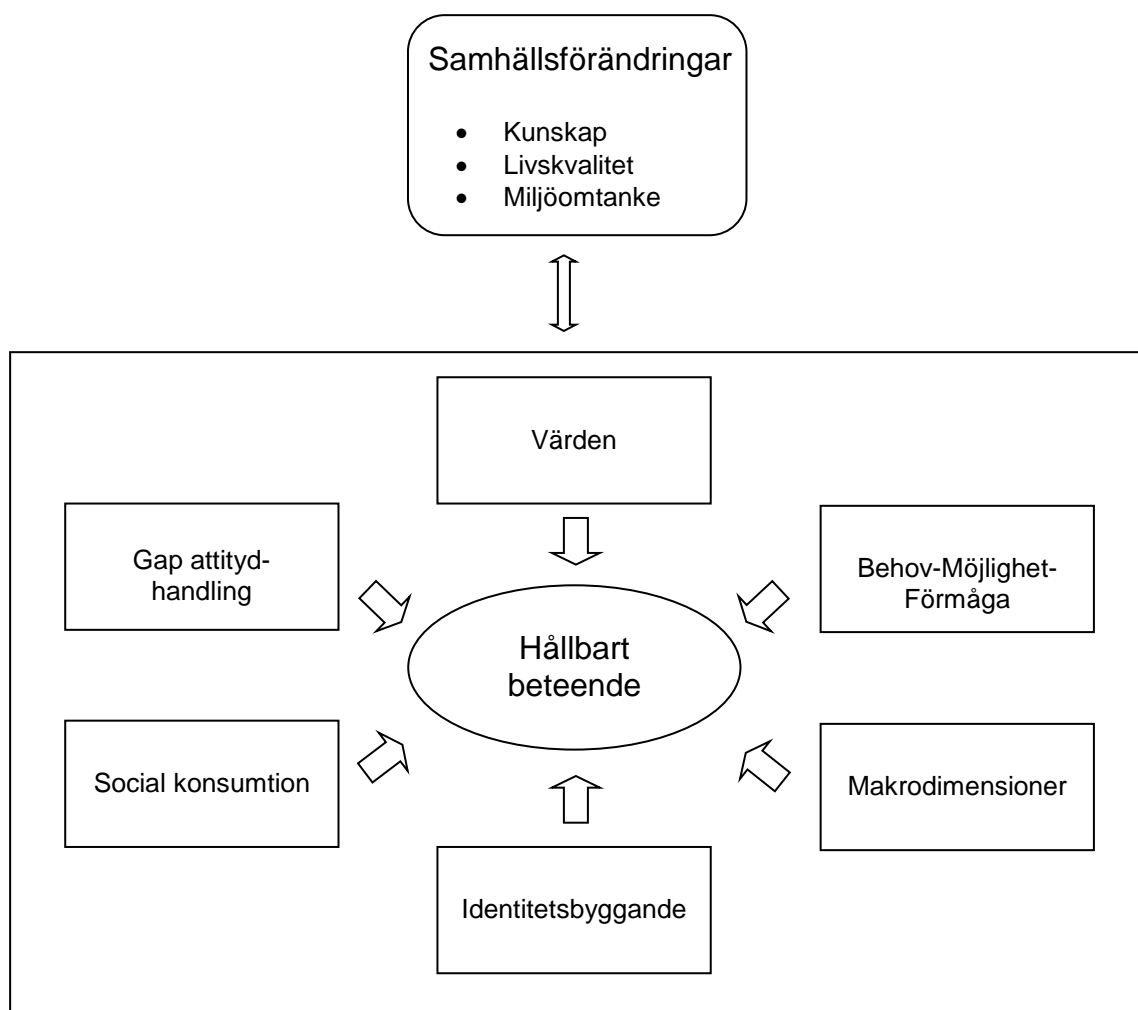
Mänskliga värden kan krocka med varandra (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992). En människas altruistiska värden kan exempelvis stå i kontrast till de egoistiska (Schwartz & Sagiv, 1995; Ölander & Thørgesen, 1995; Lynn & Oldenquist, 1986). En person med värden där personlig prestation är motiverande, kommer troligtvis inte motiveras av att skapa välfärd för andra som behöver hjälp (Schwartz, 1992). Värden behöver inte heller nödvändigtvis tillämpas jämnt mellan sig själv och andra. En individ kan anse att ett värde är eftersträvansvärt, men att det i större utsträckning ska gälla för andra, än för sig själv. Dessutom finns risken att individer inte ser någon mening med att bete sig moraliskt rätt, om inte andra gör det. (Rokeach, 1973). Relaterat till moral och att människan är mån om att andra beter sig moraliskt rätt, är sociala förväntningar på individer (Schwartz, 1977). Dessa förväntningar kan i sin tur associeras till Rokeachs (1973) teori om att ju mer delat ett värde är, desto större är pressen att följa det. Efterlevs inte sociala förväntningar, menar Schwartz (1977) att individen riskerar sociala påföljder.

#### 4.2.4 Förändring av värden

Värden är relativt stabila över tid (Rokeach, 1973; Gundelach, 1992; Inglehart & Welzel, 2005). De är dock inte oföränderliga, något som skulle omöjliggöra förändringar i samhället (Rokeach, 1973). Förändringar på ett samhällsplan kan endast uppstå när tillräckligt många individer förändrat sina värden. Vid en sådan förändring finns det tre underliggande anledningar: generationsskillnader, förändringar under en individs liv och influenser från samtiden. (Thørgesen & Ölander, 2002)

Enligt Rokeach (1973) har värden ett enda syfte, att upprätthålla och stödja en människas uppfattning om sig själv. En förändring kommer till stånd, då en individ upplever motsägelser inom sitt värdesystem samt då värden inte stämmer överens med den självuppfattning individen besitter. Därför förändras och anpassas en individs värden utifrån individens självuppfattning. (Rokeach, 1973)

### 4.3 Sammanfattande modell av teorin



Figur 3. Teoretiskt ramverk ur ett stadsperspektiv

För att sammanfatta vårt teoretiska ramverk kopplat till den empiriska kontexten presenteras ovanstående modell. Modellens syfte är att få en bild av de dimensioner som kan ligga till grund för ett hållbart beteende. Från litteraturen har vi identifierat sex centrala teman:

- Värden (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 1994).
- Behov-Möjlighet-Förmåga (Gatersleben & Vlek, 1998; OECD, 2002).
- Makrodimensioner (Gatersleben & Vlek, 1998, OECD, 2002).
- Identitetsbyggande (Veblen, 1899; Røpke, 1999a; Florida, 2001; Jackson, 2005).
- Social konsumtion (Douglas & Isherwood, 1980; Etzioni, 1988; Sanne, 2002).
- Gap attityd-handling (Caruana & Crane, 2008; Seyfang, 2009; Ozaki, 2011; Mont et al., 2013).

Dessa dimensioner omgärdas av samhällsförändringar. Förändringar som i ökande takt tenderar att driva mot ett kunskapssamhälle, vilket också främjar ett mer hållbart beteende (Drucker, 1999; Granzin & Olsen, 1991; Schultz, 2002; Paraschivescu & Radu, 2011). Samtidigt gör tidigare forskning gällande att det post-industriella samhället kan karaktäriseras av invånarnas strävan efter livskvalitet och njutning, snarare än ökad materiell standard (Bell, 1973; Inglehart & Welzel, 2005; Shaw et al., 2005).

Pilarna i modellen illustrerar att utifrån vår litteraturstudie bör dessa dimensioner kunna förklara ett hållbart beteende. Samtidigt representerar dubbelpilen mot samhällsförändringar att det finns en relation och påverkan mellan dessa, vilken går i båda riktningar. Utifrån vår litteraturstudie anser vi att modellen bör kunna förklara beteende- och livsmönster hos invånare i en hållbar stadsdel.

## 5. Empiri och analys

*Kapitlet presenterar våra empiriska resultat, vilka parallellt analyseras. Fyra värdeteman har identifierats; öppenhet för förändring, hedonism, självöverskridelse och trygghet. Invånarnas värden kopplas sedan till NOA-modellens dimensioner, för att se hur värdena speglas i deras beteende och konsumtion. Avslutningsvis presenteras hinder och möjligheter för att efterleva värdena i handling.*

### 5.1 Tema 1: Öppenhet för förändring

Detta tema behandlar öppenhet för förändring, ett värde som varit tydligt hos informanterna. Detta mönster av förändringsbenägenhet har gått att tyda från olika aspekter. Vissa har förändrat sitt beteende efter en flytt till Västra Hamnen eller Hyllie. Andra har visat upp en öppenhet för förändring genom ett öppet sinne och nyfikenhet. Vidare har det funnits en motivation till att invånarna vill driva på förändringar, men samtidigt har de känt att dessa bör komma uppifrån. Enligt studien verkar förändringsvärden generera beteenden som har positiva effekter för miljön och samhället.

”It's fun to be curious again, through a child perspective. [...] So to me it's a joy to kind of think about new things, and new perspective and to try to make it, that's interesting and yeah, fun.”

”Also in our old apartment we didn't use our stove for a little while, like during the summer. We were eating raw-food, and kind of trying new things. Probably didn't use it for six months. At least.”

”Sen är det ju, det är ju lite kul ändå. Jag menar. Det är många av ens vänner som är på besök som bara, ja, den här avfallskvarnen, liksom, wow, vad är detta liksom? Och så får man liksom dra storyn och förklara.”

De två inledande citaten visar att nyfikenhet bidragit till en öppenhet för förändring och i informantens fall, även ett mer hållbart levnadssätt. Informanten försökte tänja på sina egna gränser vad gäller energireducering och såg detta som en rolig utmaning samt en möjlighet att testa nya rätter. Det sista citatet visar på hur det nya och hållbara kan vara spännande och att nyhetens behag kan vara ett sätt att sprida ett hållbart beteende. Således är den del av öppenhet för förändring som är kopplad till nyfikenhet överensstämmande med Shaw et al. (2005) som menar att nyfikenhet är bra för miljön.

”Vi ville ju använda bilen mindre.”

”Vi använder ju bilen mycket mindre. Där vi bodde innan, i Fosie, använde vi bilen mycket oftare. Nu tar vi den nästan inte alls. Så det har ju verkligen förändrats. [...] Just det här med bilen, där är en stor, stor skillnad. Den står still ibland i flera veckor liksom, utan man rör den. Det finns ingen anledning, vi går till stan, går till dagis, tåget till jobbet, går och handlar.”

”Vi sålde vår bil när vi flyttade dit. Vi kom fram till att den var lite onödig. Dels för att Robin har 5 minuter till jobbet, och han går eller cyklar, och jag tar tåget. Och det är skitdyrt att bara ha en bil stående, så då sa vi att vi skiter i det. Det kändes liksom bara helt onödigt.”

”Jag gjorde av mig med min bil. Jag har börjat källsortera, jag har sänkt innetemperaturen.”

”Behöver jag bilen? Så undersökte jag liksom kommunikationer till jobb och förskola typ. Och jag behöver ju inte bilen, så som jag använder bilen idag, behöver jag inte.”

Bilens centrala roll som färdmedel (Uusitalo, 1982) ser ut att ha omformats i områdena, då flera av informanterna sålt sina bilar. Detta tyder på en hög motivation att förändra sig, något som också bidrar till en bättre miljö. Infrastruktur är enligt Mont och Power (2010) en av de dimensioner som förklarar privat konsumtion, samtidigt är det ett av de offentliga myndigheternas starkaste verktyg för att förändra beteenden (Gustavsson & Elander, 2013). Detta överensstämmer med vårt empiriska material, vilket visar hur väl utformad infrastruktur kan bidra till att människor förändrar vanor såsom bilkörning. Citaten visar också hur skiften i individers liv, tillsammans med influenser från samtiden, kan bidra till förändringar som rör sig i en riktning mot att beteenden automatiskt blir mer miljövänliga.

”Jag tror att ni i er generation, kommer att fatta detta på ett helt annat sätt än folk i allmänhet i min generation.”

”[...] medan vår generation, det är det enda vi tycker är spännande så är det liksom att slänga sig in i någonting nytt. Har det gått mer än ett år så är vi trötta på att det inte kommit någon ny app att titta på.”

”Alltså min far, hans bil är ju tagen för given liksom. Den har funnits där sen han var 18 och han skulle inte kunna leva en dag utan sin bil. Men jag tycker inte det är viktigt. Jag kan inte riktigt stå för det tänket liksom.”

Thøgersen och Ölander (2002) menar att värden förändras över generationer, vilket vårt empiriska material också antyder. Det har funnits tendenser till att informanterna såg generationsskillnader i viljan och möjligheten att förändra beteendet. Flertalet av informanterna menade att yngre generationer, 80- och 90-talister är mer förändringsbenägna än tidigare generationer.

”Jag bryter mark. Jag har gjort det i hela mitt liv tror jag. Varit den första kvinnliga ordföranden i fastighetsnämnden i Malmö till exempel.”

”Där skulle kunna göras oändligt mycket mer.”

”But in the meantime, they could open up a little bit of land that is free, and have a gardening plot for people, cause I think that's sort of interesting to have a bee, it's, yeah, the social aspect, the economic, the environmental, all of it sort very much of tied up in the community plots.”



”Så att, och vi har ju, vi har en takterrass, där växer lite vilt där runt omkring. Så det är bra. Men man skulle kunna plantera ytterligare någonting där. Alltså så in lite fröer och sånt, det kanske hade växt, jag tänker på vissa växter som behöver komma tidigt. För de här pollinerande insekterna, många gånger har de problem nu på våren, att det inte finns tillräckligt med mat för dem.”

Florida (2001) menar att förändringar i samhället sker för att människan vill att de ska ske.

En av informanterna var inte bara öppen för förändring, utan såg även till att situationer och förhållanden verkligen förändrades. Hon hade själv tagit initiativ till att förändra samhället för att jämna ut sociala orättvisor, verka för ett mer jämlikt samhälle och genom sina förändringsvärden fanns det en önskan om ett mer hållbart samhälle. Samtidigt var informanten medveten om att det behövdes mer förändring, vilket det andra citatet visar. De två avslutande citaten visar att informanterna även hade förslag på förändringar som skulle kunna göras i området för att stärka hållbarhetsarbetet ytterligare. Dessa informanter hade hög kunskap om miljön och hållbarhet i allmänhet, vilket kan förklara intresset mot förändring i den riktningen. De hade insett att mycket av förändringsarbetet var positivt för miljön och samhället.

”Så det var väl en liten sån, det kanske man aldrig gör igen, flyttar in i ett helt nytt hus och är först in. Och få känna på liksom hur det är på något sätt. Så det var väl lite kul liksom.”

”De hade en förmåga att diskutera det här med hållbarhet på ett helt nytt sätt. Och det var ingen som liksom hade pratat om det särskilt mycket tidigare. Så de som gjorde detaljplanerna för ön inspirerade mig jättemycket.”

”Att man också värdesätter det som finns i stan. Det som faktiskt, förändringar som görs, att man utnyttjar det, så att man inte bara vet om det men inte rör det.”

”To see if there is anything new we didn't know and there sometimes is about, ja, who knows, battery or lightning or, something. Just to check.”

”Det finns mycket mer jag kan göra. Jag har bara börjat.”

Att vara öppen för förändring har även handlat om att kunna se det nya med öppna ögon, att uppskatta det nya och därmed låta sig inspireras och visa staden att det arbete de lägger ned på hållbar utveckling faktiskt används. Det fjärde citatet syftar på den information som staden och VA-Syd sprider för att öka kunskapen om hållbarhet och sopsortering. Det visar att invånarna inte bara slänger den, utan försöker lära sig mer. Det sista citatet kommer från diskussionen kring om informanten gjorde tillräckligt för att leva hållbart. Svaret visar att informanten både förstod att det fanns områden där det gick att förändra beteendet, samt att ytterligare förändring var planerad.

”I mean, also when you have kids, you just even brings it more home that there's a future to it, and then there is other people in the society. There's other people need to live here as well so it's for the current.”

”Så ja, hela vårt liv har förändrats sedan vi flyttade hit. Men det är svårt att säga om det beror på boendet eller på familjesammansättningen liksom. Vi är ju ute mycket mer, även när det regnar och är dåligt väder så tar man sig ut och så. Det kan ju vara dels för att det är lätt att göra det i det området, men också för att man måste liksom, för att man har barn. Så det är svårt att säga vad det beror på. Men ja, vi lever annorlunda sen vi flyttade dit.”

Att vara öppen för förändring har visat sig genom en kombination av att utnyttja det nya samt att se positivt på framtiden och sin egen möjlighet att påverka. Som Thøgersen och Ölander (2002) har visat, kan händelser i livet också påverka till förändring, där exempelvis barn verkar ha fått föräldrar att förändra sitt beteende.

”Jag har bytt ut allt. Jag tyckte det var så opersonligt.”

”Sen är det ju mycket att man byter lätt ut grejer, det är ju inte bara att man kör bil som är dåligt för miljön, utan även att man kanske köper ny tv, ny soffa, saker som är lätt, utbytbara grejer.”

”Köper rätt så mycket, tröttnar lätt på saker.”

Vi fann också tendenser till förändringsvärden som visar avigsidorna med att leva i ett samhälle under ständig förändring. Jakten på det nya utgjorde en central del för många människor. Ovanstående är exempel på individer som sökte förändring för att det kontinuerligt kommer ut nya produkter på marknaden (Røpke, 1999a; Dicken, 2011). Det visar också på att människor kan vara fast i ett system av konsumtion (Jackson, 2009), där det kan vara svårt att sluta konsumera, utan att göra avkall på sin livskvalitet (Røpke, 1999a).

”Så var det ju det när jag fick en del servat. Då var det lättare för mig att göra mer. Så det tror jag alltså, någonstans, politiker, kommuner, i samarbete med företag måste skapa förutsättningarna och när förutsättningarna finns i kombination med god, alltså bra kommunikation och alltså lite så här punktinsatser, så kan jag känna att det är värt det.”

”Det är viktigt att få människor att förändra sin attityd och sen sitt beteende, så de blir handlingskraftiga, och sen kan göra vissa förändringar. Men jag tror ändå på teknikutvecklingen, det är den som måste komma.”

”Framåtanda i staden, men med på något sätt, väl genomtänkt, ligger i framkant, [...] allt med teknik till miljö till hur samhället förändras. Att man anpassar sig till det.”

En av informanterna menade att förutsättningarna för förändring behövde tas fram av staden eller andra ansvariga. Om möjligheten fanns såg hon inga hinder för att förändra sig. Det andra citatet visar på hur informanterna känt att de endast kan förändras till en viss gräns, då det snarare är tekniken och infrastrukturen bakom som möjliggör de största förändringarna. Det avslutande citatet visar också att invånarna inte var främmande för att anpassa sig till det nya och till förändring, men att förändringarna gärna fick komma uppifrån. Teorin säger att hållbara val kan initieras av företag och myndigheter, men också av den enskilda individen (Stø et al., 2009).

Det verkar utifrån empirin som att invånarna är beredda att förändra sitt beteende. Detta är något som många också gjort, men det verkar också finnas ett mönster av att förändringsinitiativen behöver komma uppifrån.

Att vara öppen mot förändring kan ta sig uttryck på olika sätt. De flesta har varit benägna att förändra sig för att kunna bidra till en bättre miljö och ett mer hållbart samhälle. Men precis som Rokeach (1973) och Schwartz (1992, 1994) presenterat, kan värden krocka med varandra. Detta innebär att informanterna varit beredda att förändra sig till en viss gräns samt inom vissa områden. Citaten nedan visar hur egen tillfredsställelse ibland prioriterades högre än miljön.

”Jag flyger till exempel. Jag flyger alltid. Jag åker aldrig tåg. Hatar att åka tåg. [...] och det är ett medvetet, felaktigt val jag gör, tycker jag. Men jag skäms inte för det.”

”Att man gör aktiva val hela tiden i sin vardag ju. Alltså inom rimliga gränser, sen är det ju det, man måste ha ett liv också. Jag tycker ju om att resa, och det kommer ju jag att fortsätta med.”

### 5.1.1 NOA och öppenhet för förändring

Bland informanterna fanns det ett behov av att förändra sig till det nya, för att det nya på olika sätt ökade individernas livskvalitet. Det kunde vara för att det nya i sig var eftersträvansvärt, eller för att det nya var kul. Detta visade sig genom att informanterna hade ett behov av att testa nya, ekologiska produkter och använda smart teknik i lägenheten. Utifrån ett miljöperspektiv kan detta ses som en möjlighet till att förändra människors vanor och styra beteenden i en riktning som är positiv för miljön. Emellertid tenderade några invånare att ha ett behov av att omgärdas av nya prylar eller nya möbler, något som inte har lika positiva effekter för miljön. Värdet att vara öppen för förändring har också visats genom att informanterna varit nyfikna och tyckt att det är stimulerande att prova på nya saker. Detta kan relateras till att värdet får positiva effekter för miljön. Behovet av förändring visade sig genom att informanterna inte räds att testa på nya miljösmarta varor och sätt att leva.

Røpke (1999a) menar att ett ökat utbud av nya produkter väcker begär hos människor. Vår studie visar att nya produkter eller initiativ tagna för hållbar utveckling skapar en möjlighet för invånarna att välja det hållbara. I stadsdelarna har det funnits möjligheter att förändra sig. Bilpoolen medförde att invånarna inte längre hade något större behov av bilen och kunde därmed förändra sitt beteende och bryta bilberoendet. Många av informanterna hade sålt sina bilar eller minskat sitt körande. Möjligheten att åka kollektivtrafik var en dimension som medförde att de kunde förändra sitt beteende. Hjälpmedel såsom avfallskvarn i hemmet har möjliggjort ett förändrat hushållsbeteende. Det blev tydligt att kvarnen inte bara förändrat beteendet hos individerna vad gäller avfallshantering, den medförde också ett förändrat beteende i övrigt. Kvarnen fick de intervjuade att tänka på miljön i större utsträckning. Då kvarnen sågs som miljövänlig (kvarnens faktiska miljövänlighet ligger utanför ramarna för denna uppsats)

bidrog den till en vilja att fortsätta göra miljövänliga val. Den fungerade som en påminnelse om det hållbara och fick de intervjuade att inse att ett mer hållbart beteende inte behöver vara omständligt.

Invånarnas förmåga att förstå att en förändring av beteende skulle leda till något bättre, var en dimension som medförde ett förändrat beteende. Detta är kopplat till det höga kunskapsläget gällande hållbarhetsfrågor bland informanterna. Denna kunskap medförde en motivation till att förändra sitt beteende och bete sig klimatsmart. De visste om miljöfarorna med bil och baserat på detta valde de andra transportmedel, extremfallet var informanten som hade valt att inte använda spis och frys för att hon visste vilken energiförbrukning den förde med sig. Förmågan att förändra sig har invånarna också relaterat till sin finansiella förmåga, där invånarna vägt nytta mot kostnad vad gäller beslut om bilägande, konsumtion av ekologiska varor och upplevelsen av en högre hyra i dessa stadsdelar.

## 5.2 Tema 2: Hedonism

I detta avsnitt presenteras hedonism, ett värde som Schwartz (1994) valde att kategorisera som en underkategori till öppenhet för förändring och självförbättrande. I vår empiriinsamling har detta värde emellertid varit ett av de teman som stått ut mest och därmed har vi valt hedonism som ett eget tema. I jakten på ett gott liv har de intervjuade valt livsstilar som innefattat alltifrån att köpa kött från bönder i närheten av Malmö, till att se egenvärdet i naturen samt tillfredställelsen av att utnyttja den vackra naturen. I många fall har boendet och framförallt stadsdelarna möjliggjort ett välmående liv med hög livskvalitet. I de flesta fall gav detta tema positiva effekter på den miljömässiga dimensionen, medan den i enstaka fall bidrog till beteenden som var negativa för miljön. I några fall kunde detta värdetema även kopplas till att det kan vara kul och ett nöje att leva hållbart.

”Att kunna njuta i vardagen, alltså, bo bra, umgås med nära och kära, kunna köpa den mat jag vill, alltså, typ ekologiskt, att kunna laga god mat, alltså, det där, guldkant på vardagen. Och då är boendet en viktig del.”

”Man får ju lägga lite mer, men det är som när jag åker och handlar mat, så köper man ändå mycket ekologiskt, man köper ändå lite bättre, för man tycker om att ha det lite bättre.”

”Jag har en släkting som är bonde så jag köpte en massa kött, jättemiljövänligt.”

”Eller sånt där med att man köper ekologiska citroner, de smakar ju bättre, så det är ju också för mig själv, men det bli ju för någon annan också”.

”Jag tycker det känns bra att bo i ett område, där man känner att man lämnar ett mindre avtryck än vad man gjort annars. Det gör det.”

De fem ovanstående citaten visar på det värde ett hållbart levnadssätt genererar. Det visar att det går att leva hållbart, utan att göra avkall på sin livskvalitet, snarare stärka den. Känslan av att bidra till något större, har skapat tillfredställelse och värdesatts högt. Detta kan till viss del även ses som självöverskridande värden, då de intervjuade varit medvetna om att deras val borde leda till en bättre värld för fler än sig själva. Det visar också på hur värden kan samverka och tillsammans nå både en hållbar utveckling och en uppfyllelse av individens värden.

”[...] det här med att staden har det tänket som människorna strävar efter, alltså miljö ska vara, stora parker, vackert, allt det här, fint, fint för ögat.”

”Jag tycker om att vara ute sådär i naturen, det gör jag.”

”Det är alldeles tyst och lugnt för Malmö tar ju slut här liksom.”

”Det är ju tyst och det är mörkt där ute på havet alltså.”

”I love being outside, we love going hiking and doing things like that, so just be by the water. Here's is really nice and calming, and just, it's a really good place to live.”

”Det blir liksom en vacker miljö. [...] Och sen att det är så naturnära, nära havet, stora gröna ytor med den här strandpromenaden och sådär.”

Citaten ovan visar hur hedonistiska värden kan medföra att naturen ges ett stort egenvärde. Informanterna har värdesatt det vackra i omgivningen, vilket också överförts till ett behov av att omgärda sig av en sådan miljö i så hög utsträckning som möjligt. Att ge naturen ett högt egenvärde verkar ha bidragit till att invånarna gjort mer medvetna val. Detta överensstämmer med Gatersleben och Vlek (1998), vilka menar att den betydelse egenvärden får, guidar individens beteende.

”Because, yeah, the whole environment and the social aspects make you feel better.”

”So we're not making, the energy cost is not saving us our rent, but extreme piece of mind. It's for our own well being. I mean. I, we're so much happier there [I Västra Hamnen].”

”Vad jag värdesätter där, nej men att det är tyst, det är vackert. Det är ju som när man ser när våra landskapsarkitekter ritat, där liksom gator, träd, folk som går omkring, det är cafébord och sådär.”

”Alltså det var väl alltså, först och främst var det utsikten, det är bara till att erkänna. Vi ville ha havet, vi ville se bron, vi ville se Köpenhamn, vi ville se stranden.”

Informanterna har bosatt sig i stadsdelar de sett som vackra, med en god miljö för sig själva och sin familj. Detta behov har framförallt varit genomgående för invånarna i Västra Hamnen, som tillskrivit platsen ett stort egenvärde. Trots att Hyllie i jämförelse med Västra Hamnen fortfarande är en byggarbetsplats har möjligheterna till promenader, löpturer och natur värdesatts högt även i Hyllie. Platskvaliteten som Florida (2001) diskuterar har varit tydlig, där stadsdelarnas karaktär och natur har lockat invånarna att flytta dit.

”Jag gillar ju mysbelysning om vi säger så, så det har jag känt, det vill jag inte göra avkall på. Utan lite smålampor i alla rum vill jag ha när jag är hemma.”

”Sen är jag väldigt passionerad för kläder, tycker om att gå att shoppa.”

”Jag tycker ju om att resa, och det kommer ju jag att fortsätta med.”

”I och med att jag är intresserad av design, så tycker man något är tråkigt, vi måste ha nya, så köper man nya och så gör jag mig av med det gamla.”

De fyra ovanstående citaten visar de fall där hållbarhetsaspekten fått stå tillbaka för att individen skulle kunna leva ett, för henne eller honom, gott liv. Detta trots att de varit medvetna om att valet eller beteendet inte gynnat miljön. Martiskainen och Watson (2009) menar att vi fortsätter med vårt energikrävande levnadsmönster, trots att vi är medvetna om dess konsekvenser. Martinsson och Lundqvist (2010) har visat att detta också verkar gälla i en svensk kontext.

Studien visar att konsumtion av energi, kläder och resor i vissa avseenden varit viktigare för den personliga tillfredsställelsen, än att minska sin klimatpåverkan. Det innebär att den individuella tillfredsställelsen i vissa situationer varit viktigare än den kollektiva nyttan (Uusitalo, 1982). I vissa fall har invånarnas strävan efter egen tillfredsställelse varit knuten till förändringsvärden hos individerna, att de stimulerats av det nya, något det sista citatet visar.

”Att man har roligt med allting man gör. [...] Och att man har det bra.”

”Jag njuter av varje dag. Man lever ju bara en gång, så det är ju viktigt att försöka att njuta så mycket som möjligt av livet.”

”Man kan ta på sig morgonrocken och gå ner där om man ska bada. Det är faktiskt perfekt, med baddräkten under.”

Citaten ovan visar på ett allmänt njutande i vardagen. När hållbara val har underlättat och gjort informantens liv behagligare, har det valts i större utsträckning. En aspekt som kan främja förändring är således att koppla hållbara val till ökad livskvalitet. Därmed kan förändringen skapa större personlig relevans, något som bidrar till en större motivation att fullfölja sin attityd i handling (Ozaki, 2011).

”Men det är ju, sen är det ju så, det största hindret är väl människorna själv. Att man måste, man måste kanske göra avkall, man måste ju i någon mening göra avkall på sin bekvämlighet då.”

”Men, människan är så lat, så det är ytterst få, om man behöver gå ett par extra meter för att göra någonting, så gör man inte det.”

”You don’t wanna have to give up too much of your life. [...] You don’t wanna sacrifice, you know, as I said, nobody is going to stop eating bananas because they have traveled so far. So how do you make that more sustainable?”

Människorna i Norden har vant sig vid en hög levnadsstandard och omfattande konsumtion (Mont et al., 2013). Ovanstående citat visar att denna levnadsstandard kan innebära ett hinder för beteendeförändringar hos invånarna. Att skapa livskvalitet är något som karakteriserar det moderna samhället (Inglehart & Welzel, 2005). Då invånarna verkar besitta hedonistiska värden, är det meningsfullt att visa att förändring av beteenden inte innebär att invånarna behöver göra avkall på sin bekvämlighet eller livskvalitet.

### 5.2.1 NOA och hedonism

Behov av att njuta i vardagen, inte i första hand äga varor, har varit ett återkommande tema i informanternas resonemang. Ett rimligt resultat då vi i teoriavsnittet presenterat ett antal författare som argumenterat för att livskvalitet snarare än prylar är kännetecknande för den postmoderna människan (Inglehart & Welzel, 2005; Bell, 1973; Florida, 2001). Det har funnits ett behov av att skapa livskvalitet och njutning i vardagen, dit hållbara val ofta bidragit.

Att det fanns möjligheter till bättre val genom Green Market, fina parker och smart teknik i lägenheterna, bidrog till bekvämligheten och njutandet i stadsdelarna. Att kunna befinna sig och bo i ett vackert område var den största dimensionen av njutning, vilket ökade möjligheterna till ett hedonistiskt liv. Möjligheten att kunna leva ett lugnt liv, utan stress, var en annan dimension för ett liv i välmående. Informanterna var överens om att det finns större möjligheter att kombinera ett gott liv med hållbara val i Västra Hamnen och Hyllie. I överensstämmelse med Gatersleben och Vleks (1998) och Røpkes (1999a) teorier om tillgänglighetens betydelse, verkar närheten till exempelvis kollektivtrafik och ekologisk mat ha bidragit till ett ökat utnyttjande och konsumtion av dessa varor och tjänster. Det belyser också betydelsen av utbud och infrastruktur för utvecklandet av hållbara städer (Mont et al., 2013; Scrase et al., 2009; Gustavsson & Elander, 2013).

Förmågan att kunna uppnå mål såsom ett hedonistiskt liv samt kunna styra sin konsumtion är kopplad till individens ekonomiska situation (Mont & Power, 2010). Trots att informanterna såg ekologiska varor och området de valt att bosätta sig i som dyrare än andra alternativ, visade de genom sina val att de var beredda att betala mer för att skapa en högre livskvalitet. Detta var även kopplat till en vilja att förändra sig för naturens bästa och kan inte enbart förklaras med en önskan om ett bättre liv. Samtidigt verkar informanterna ha varit medvetna om att pris och den ekonomiska förmågan kunde begränsa möjligheterna att göra bättre val, något som framkommer i avsnitt 5.5.2. Utöver pris var även kognitiv förmåga en dimension som bidrog starkt till det hedonistiska beteendet. Kunskap om vad som var hållbart och dess positiva effekter på både miljö och sitt eget liv, bidrog till att det kändes bra och var ett nöje att konsumera det hållbara. Att ha möjligheten att göra ett hållbart val verkar ha tillfört informanterna ökad livskvalitet, vilket vi menar är kopplat till deras kunskap om hållbarhetsaspekten.



### 5.3 Tema 3: Själväverskridelse

Själväverskridelse är det tredje värde­mönstret informanterna visat upp. De intervjuade har visat en benägenhet att fatta beslut och göra val, med mer än sina egna intressen i åtanke. Själväverskridande värden (Schwartz, 1992, 1994) kan kopplas till Rokeach (1973) beskrivning av sociala värden. Många av informanterna har gett samhället i stort ett högt egenvärde och har motiverats av att göra hållbara val. De har värdesatt att göra medvetna val, då informanterna visat sig ha kunskap om att deras handlande påverkar både andra människor och naturen. Samtidigt framgick en vilja att styra sitt beteende i en riktning som i längden är bra för kollektivet. Då vår empiriska insamling fordrade en insats i form av tid från informanterna, visade de genom sin motivation att ställa upp på själväverskridande värden. Vi är därför medvetna om att detta värde kan vara svagare hos de invånare som blev kontaktade, men av olika anledningar inte ställde upp i studien. Emellertid kan vi inte utesluta att detta värde är karaktäriserande för invånarna i stadsdelarna.

”Ta bättre val, som kanske inte bara påverkar mig, utan även andra.”

”[...] tar val som gör bra, påverkar, och inte bara ta det som gynnar en själv bäst.”

”Om jag köper mer av de grejerna och gör mer val åt det hållet [ekologiska varor]. Så kommer det ju, beroendet av det öka, och så kommer det bli en större marknad för det också.”

”Valet gör jag ju för världen kan man väl säga, miljön, alltså att, även om det jag gör är litet, så betyder ju ändå det någonting, alla bäckar små. Förhoppningsvis kan man ju inspirera någon, man måste ju börja någonstans.”

”Även ifall andra inte gör det, så känner jag att jag vill ju ha levt mitt liv och känna att jag är nöjd med mig själv och inte titta bak och tänka att jag har varit en parasit på denna jord.”

Som ovanstående citat visar är de själväverskridande värdena kopplade till att gynna ett större kollektiv, samhället i stort. Det finns en vilja att bidra till ett bättre samhälle för alla, genom att göra medvetna val, oavsett om andra i omgivningen gör likadant. Samtidigt hoppas invånarna kunna inspirera sin omgivning. Att försöka inspirera andra kan ses som invånarnas försök till att skapa positiva spridningseffekter, vilka Thøgersen och Crompton (2009) menar är nödvändiga för att vi ska kunna åstadkomma en större förändring.

”For us I guess, just to have a better place to live, and to contribute. Our very, very tiny piece. Just so we're not throwing trash on the ground. Or emitting with our car or what ever it is. But, it's, yeah, I mean, also when you have kids, you just even brings it more home that it's, there's a future to it, and then there is other people in the society. There's other people need to live here as well so it's for the current people as well.”

”Det betyder kanske att jag inte kommer kunna göra saker nu, och förhoppningsvis kommer jag kunna göra det sen. Sen så tänker jag allmänt för alla andra som lever på den här planeten och barnen, mina barn ska leva på den längre fram. Det är klart att om vi inte vänder processen, så är det klart att det kommer kosta dem mycket mer, för att man inte investerade nu.”

”Jag tycker miljön är väldigt viktig, för framtiden, för barnen.”

Trots att individens bidrag till det hållbara sågs som litet, fanns det ändå en motivation att fullfölja sitt ansvar för kollektivet. Utöver detta sattes familjen och framtida generationer i centrum, framför sina egna intressen, något ovanstående citat visar.

”We don't have our freezer on at home. Because we don't feel the need for it and it's huge, our freezer is the same size as our refrigerator and I know how much energy that uses. On all the time. To freeze maybe a few berries so we just buy berries and frozen berries.”

”I mean, I don't buy a lot of extra things and we, for our daughter we, we've spent probably, ah, unfortunately, not, not unfortunately, but for her, she doesn't really know, we haven't bought anything new really for clothes or anything, so.”

”Alltså jag jobbar ju ideellt också en del i någon djurförening och hjälper bland annat, alltså omplacering av katter och att ta in katter för kastration, ibland lite TNR, alltså att man släpper ut dem igen.”

Ovanstående citat visar också att invånarna har varit beredda att göra avkall på sin egen bekvämlighet, samt att avstå från konsumtion, med argumentet att det bidragit till ett bättre samhälle. Ideellt arbete för att hjälpa hemlösa katter menar vi också tyder på självöverskridande värden, vilka sträcker sig längre än individens egenintresse.

”Jag kan tycka ibland att det nästan är dyrare att ta tåget till Lund än att köra bil, att det är ganska absurt liksom. Det betyder helt enkelt att om jag åker tåg så betalar jag fullt pris för den här transporten. Åker jag bil externaliserar jag en del av kostnaderna på andra, för jag smutsar ner miljön, men jag betalar inte för den. Jag menar liksom, då står jag inte för hela kostnaden själv, utan då får andra betala kostnaden för min resa. [...] I det läget krävs det liksom att jag försöker tänka lite långsiktigt, ja, att det är bättre att jag tar tåget ändå liksom.”

”Sen finns det ju många andra sätt, jag hade jättegärna, om jag hade haft råd, skaffat en elbil, och satt upp solcellspaneler på taket på stugan och det finns säkert mycket mer man kan göra.”

Ovanstående citat visar att pris och hushållets ekonomi har påverkat möjligheten att efterleva ett självöverskridande värde. Blev den ekonomiska insatsen för stor, reducerades också benägenheten att efterleva värdet.

Genomgående för detta tema har varit att informanterna visat på värden som överskred sitt egenintresse, vilka tenderat att leda till ett positivt miljömässigt agerande (Schwartz, 1994; Stern, 2000; Poortinga et al., 2004). Detta är något som informanternas svar också visat. Informanterna värdesatte att göra val som bidrog med positiva externaliteter på sin omgivning och samhället i stort. De var också beredda att göra avkall på sin individuella komfort och konsumtionsnivå. Samtidigt är kunskapsnivån och intresset av att bidra till en positiv utveckling något som drivit på att de självöverskridande värdena resulterat i en beteendeförändring hos informanterna. Oavsett om dessa värden efterlevdes för att de ville värna om samhället i stort, familjen, eller för att de trodde på idén att alla ska bidra efter förmåga, får resultaten av dessa värden positiva effekter för naturen samt människorna idag och i framtiden.

### 5.3.1 NOA och självöverskridelse

Ett mönster under studien har varit att informanterna drivits av att hjälpa sina medmänniskor genom yrket, fritidsaktiviteter, beteendet och konsumtion. Den relevans individer ger egenvärden, påverkar deras konsumtionsval (Gatersleben och Vlek, 1998). Invånarna har visat ett behov av att värna om miljön, vilket varit särskilt tydligt i de fall där naturen gavs ett stort egenvärde. Då miljön gavs ett högt egenvärde, är vår tolkning att invånarna också i högre grad betar sig på ett sätt som lämnar ett mindre ekologiskt avtryck. Därmed har de själva valt att begränsa sitt konsumtionsbehov, och tillsammans med en hög kunskap insett att de inte behöver konsumera i den takt som blivit norm i Sverige.

Att det finns möjligheter till ett önskvärt beteende är betydelsefullt (Ajzen, 1991; Gatersleben & Vlek, 1998). Dock har de som haft en stark motivation till att göra gott för andra eller för miljön, med sitt beteende överskridit de infrastrukturella möjligheter som skapats för mindre klimatpåverkan. Visserligen har invånarna genom exempelvis bättre kollektivtrafikmöjligheter och närhet till en ekologisk matmarknad haft större möjlighet att byta transportslag och handla ekologiskt. Detta har informanterna menat gjort det hållbara valet bekvämare. Det har dock inte varit det som har initierat deras motivation och beteende, snarare har värdet lättare kunnat efterlevas. Resonemanget är även kopplat till att individer med samma förutsättningar kan se dessa på olika sätt (Ölander & Thøgersen, 1995). Vår studie visar att de med starkast självöverskridande värden, utnyttjat de möjligheter som finns i högre grad, där de också sett bortom vad som i andras ögon kan ses som möjligt att bidra med.

Förmågan att bry sig om andra har haft olika bakgrund. Den största dimensionen har varit kunskap. Kunskap om klyftor i samhället, kunskap om negativa externaliteter, kunskap om vilka konsekvenser ens val har på miljön och för andra människor. Kunskapen har medfört ett beteende där människorna haft en motivation att bidra till en bättre framtid för andra, för sina barn, för sig själva och för jorden. För att kunna efterleva de självöverskridande värdena fullt ut, har en finansiell förmåga dock varit nödvändig. Informanterna har menat att värdena efterlevs inom hushållets budget, men att det kan krävas för stora investeringar för att efterleva sina

värden fullt ut. Han et al. (2013) diskuterar två typer av energibesparande beteende, investerings- respektive reduceringsbeteende. Från detta synsätt menar vi att informanterna tillämpar ett reduceringsbeteende och till viss del även ett investeringsbeteende. Detta baseras på att informanterna exempelvis valt att bosätta sig i nybyggda och energieffektiva fastigheter. Samtidigt stödjer vår empiri också teorierna om att det krävs större ekonomiska resurser för att kunna tillämpa ett investeringsbeteende fullt ut.

## 5.4 Tema 4: Trygghet

Det sista värdetemat handlar om en strävan mot trygghet. Likt hedonism utgör detta värde en underkategori i Schwartzs (1994) modell. Trygghet är dock något som våra informanter värderat högt i olika avseenden, i synnerhet som en drivkraft för att flytta till Västra Hamnen respektive Hyllie. Därför har vi valt att framställa värdet som ett eget tema. Jämfört med övriga värden, har temat dock inte varit lika karaktäriserande i informanternas beteende och konsumtion. Informanterna har värdesatt en inre trygghet, att kunna känna sig trygg i tillvaron. Samtidigt belyser informanterna betydelsen av trygghet för sin familj, sin omgivning och framtiden. För att kunna uppnå känslan av att känna sig trygg och säker, spelar bostaden, men framförallt bostadsområdet en betydande roll.

”Johansson han tar det lite så här, ett steg i taget.”

”Men det är väl en trygghet i tillvaron, bland sina medmänniskor.”

”Vänner och det skapar ju en trygghet att ha ett nätverk kring sig. Att bo bra.”

”Gemenskap och vänskap och familj är väl det som är viktigast för mig.”

”Sen tycker jag att det är viktigt att man, nu när man har familj, att man tar ansvar för barnen och för att de har det bra, att man ser till att de får en bra uppväxt och att man, så mycket som man, ser till att samhället ser bra ut för deras skull också såklart.”

Ovanstående citat visar på betydelsen av trygghet i människors liv. Denna trygghet skapas emellertid inte isolerat, utan bygger på människans behov av social kontakt (Schwartz, 1994). Här blir främst närvaron av familj, vänner och ett kontaktnät tydligt. Detta tenderade också att påverka informanternas bostadsval, där de sökte sig till områden som speglar deras önskan om en trygg tillvaro. Att tryggheten värdesätts högt visar även följande citat:

”Ska känna sig hemma, trygg och bekväm.”

”När man tänker sig att det är ganska lugnt och tryggt och ett fint område så att, jag skulle nog ljuga om det inte var så att man tyckte att det var lite bättre än andra.”

”Den största anledningen var ju att, vi letade efter ett område där det skulle finnas en bra miljö för barnen att växa upp. Då tänker jag både skolmässigt, avsaknad av bilar och att det skulle vara ett bra ställe, bra ställe för barnen att växa upp i helt enkelt.”

”Having a child, and having a little more space, a safer place maybe than Möllan where there is a bunch of people running around in the bars at night, and loud, so many bus lines going by there. So, it was getting out of the city and then... And still be in the city.”

Att kunna finna en känsla av trygghet har således värderats högt av informanterna. Denna trygghet skapades ofta tillsammans med andra människor, där demografiska förändringar såsom tillökning i familjen verkar vara en central dimension.

Relaterat till värdet av trygghet finner vi individernas sociala relationer samt påverkan från den sociala omgivningen.

”Men annars familj och vänner, tror jag inte har påverkat mycket. Man har väl sina egna värderingar.“

”Jag kan inte se att jag pratar jättemycket om miljöfrågan i min omgivning.”

”Så jag, ‘men ska ni inte slänga det här’ ibland, men å andra sidan är det ju var och ens val, så jag försöker bita mig i tungan.”

”Jag är ju absolut inte någon sådan här som står och uppmanar alla andra till att liksom, ja, skärpa sig.”

”Ja, men folk blir ju jätteimponerade när man säger att man bor i västra hamnen. Det är ju knappt man vågar säga det. [...] Men det är mer att jag vill inte skryta, att jag är rik eller liksom så. Jag säger inte det förrän de verkligen frågar uttryckligen exakt var jag bor. Då säger jag att jag bor här borta, rätt centralt. Jo, jag vill inte springa omkring och skryta, det verkar lite löjligt.”

Tidigare forskning säger att våra val är en del av vårt identitetsbyggande och vår strävan mot att tillhöra en viss social grupp (Florida, 2001; Røpke, 1999a; Douglas & Isherwood, 1980; Elliott & Wattanasuwan, 1998). Något som identifierats under studien är att informanterna inte känt att deras sociala omgivning har påverkat dem nämnvärt mot att göra hållbara val. Informanterna förökte inte heller i någon större utsträckning påverka andra till att tänka mer på sina val och handlingar. Däremot stämmer Rokeachs (1973) teori, vilken menar att världens syfte är att individer ska kunna upprätthålla och skapa bilden av sig själva. De intervjuade har gjort sina val för att det överensstämmer med de värden de håller högt och den bild de har av sig själva.

”Sånt man är uppväxt med.”

”Det har jag försökt pränta in i mina ungar”.

”Mina föräldrar har ju påverkat mig, så det har jag ju fått från dem. Sen har jag försökt. Min fru är rätt slarvig med sånt där, jag försöker vara på henne, och visa hur hon ska göra och att hon ska tänka på det. Men man glömmer ju också liksom.”

Vi har inte funnit något mönster av att invånarna blir påverkade, eller påverkar sin sociala omgivning vad gäller ett hållbart beteende. Om det är möjligt att prata om någon social påverkan från omgivningen, sker denna påverkan inom familjen. En möjlig förklaring som kan relateras till

trygghetsvärdet är att informanterna inom denna sociala enhet känt sig tillräckligt trygga för att lyfta denna typ av frågor.

#### 5.4.1 NOA och trygghet

Behovet av att känna trygghet har varit en stor anledning till varför människor har valt att flytta till dessa nya stadsdelar. Områdena har känts trygga och lugna. De boende som haft barn har haft ett behov av att kunna uppfostra dessa i ett tryggt område. Även de intervjuade som inte haft barn, har känt ett behov av trygghet. Det har även funnits ett socialt behov, behov av kontakt med familj, vänner och barn. Det sociala behovet har emellertid inte varit en önskan om att passa in i en social omgivning, utan varit ett behov av trygghet och stabilitet i livet.

Möjligheten till trygghet är nära knutet till behovet, känslan av att områdena, jämfört med till exempel Möllevångstorget varit trygga, har varit viktigt. Möjligheten att kunna uppfostra sina barn på trygga platser har varit en viktig dimension när stadsdelarna valts. Förmågan att kunna betala för det tryggare området har varit en viktig dimension för dem som värderat trygghet högt.

Detta korta avsnitt kan förklaras med att detta värde inte varit lika mångfacetterat eller spritt som de andra. Informanterna har gett snarlika svar och detta menar vi beror på att detta värde redan till stor del varit uppfyllt i invånarnas liv. Något teorin också visat (Inglehart & Welzel, 2005).

## 5.5 Hinder och möjligheter för att tillämpa värden i handling

*Under studien har vi uppmärksammat att det finns hinder som på ett övergripande plan hindrar individerna från att efterleva sina värden. Dessa dimensioner har också varit synliga när det kommer till individernas möjlighet och förmåga att göra mer hållbara val i sin konsumtion. De olika komponenterna presenteras nedan och representeras av tillgänglighet, ekonomiska aspekter samt bristande information och möjlighet att påverka.*

### 5.5.1 Tillgänglighet

Det måste vara möjligt för invånare och konsumenter att göra hållbara val (Stø et al., 2009). Tillgängligheten är en förutsättning för att individen ska kunna agera. Förutsättningarna måste alltid finnas i konsumenternas vardag, i hemmet och på arbetsplatsen. Det finns ett behov av att känna att det är nära, lättillgängligt och bekvämt att göra ett val i rätt riktning, annars uppstår en barriär för invånarna.

”Så att förutsättningarna måste finnas där jag bor, eller där jag arbetar.”

”Saker och ting måste ju vara tillgängligt, människan är ju så, vi är bekväma, vi har ont om tid, allting handlar ju om det.”

”Om man inte, om man inte tillhandahåller den infrastruktur och sånt som krävs. Även om folk skulle vilja åka mer kollektivt, om det är bökigt så, då gör man inte det.”

”[...] eftersom man har ju lättare att ta bussen och cykel, man har det här kollektiva och att man har närmre till källsortering än tidigare [...] man har fullt med matbutiker, här finns ju konkurrens bland butikerna när man ska handla, vilket gör att man kan få tillgång till ett bra utbud av närproducerat eller ekologiskt om det är det man vill ha.”

Liksom tidigare forskning, belyser vårt empiriska material att företag och det offentliga behöver implementera den infrastruktur som krävs, för att invånarna ska kunna ta sitt ansvar som konsument (Mont et al., 2013; Scrase et al., 2009). Att tillgängligheten finns i Västra Hamnen och Hyllie har våra informanter varit överens om, något som i stor utsträckning inneburit att de också kunnat förändra sitt beteende.

”Jag har, man har tagit till sig de förutsättningar som finns i huset och sen så liksom, med lite sunt förnuft och sådär, ja då försöker man på nåt sätt leva upp till det liksom.”

”Det finns jättebra möjligheter till källsortering, till och med den här vaskgrejen med liksom, där man sorterar organiskt, kvarnen. Som man använder, det är ju jättepraktiskt. Och sen det här med garage under, precis under huset och bra kollektivtrafik. Allting finns ju i närheten.”

”Eftersom man har nära till bussarna, vi har bilpool, så finns det ju inga ursäkter för att, det är alltså inte så smart att ha egen bil då. Så det tycker jag absolut att ett klimatsmart boende [underlättar], eller att man kan göra de valen.”



”[...] sen energin, i hemmet liksom, den blir ju automatiskt låg då som sagt, i och med att man bor som man bor ju.”

”Jag hade inte, jag tror inte jag hade börjat göra såna här saker i samma utsträckning innan jag flyttade hit.”

”Och hade jag inte haft alltså, haft ett källsorteringsrum nere där jag slänger mina vanliga sopor, så vete tusan om jag hade haft orken och liksom leta reda på det och samla på det hemma och så. Men på så sätt så gör det ju lätt att göra det.”

”Sen tycker jag det är ganska lätt att, just när man bor så som vi gör att det finns miljöstation nere i källaren, du kan källsortera väldigt enkelt, vi är anslutna till en bilpool, cykelpool och sånt automatiskt i huset. Så det är ganska lätt liksom att göra de valen.”

”Men å andra sidan tycker jag, det mesta tyder ju på att de som bor där faktiskt lämnar ett mindre avtryck på miljön, än vad man gör om man skulle bo någon annanstans.”

Ovanstående citat visar även på att statsdelarnas infrastruktur och de mer hållbart byggda bostadshusen haft en positiv inverkan på invånarnas beteende. Då fastigheterna är utrustade med verktyg som möjliggör bättre val och samtidigt underlättade i hushållets vardag, utnyttjades de också i stor utsträckning. I denna diskussion är det främst de goda möjligheterna till källsortering, användandet av avfallskvarn och god tillgänglighet till kollektivtrafik som belysts.

”Ja, för mycket kommer automatiskt. För vi använder avallskvarnen, och vi sopsorterar, vi använder mindre energi på grund av att vi bor i det huset och vi bor på ett sånt läge så det är lätt att komma åt kollektivtrafik, ta cykel och såna saker.”

”Så genom bara att flytta in här, så bidrar man väl, sen sköter det sig själv.”

”Just det här med ett hållbart boende, det bor man ju i utan att man liksom på något sätt kanske tänker på det..”

”[...] bor man i ett område där det inte finns källsortering, där man inte satsat på dessa sakerna, så blir det mycket svårare. Så är det ju bara. Samma sak gäller att köpa vissa ekologiska, närproducerade [varor]. Det är ju inte alltid det är tillgängligt överallt.”

Informanterna har ansett att infrastrukturen i bostaden och området automatiserar mycket av deras hållbara val, utan att hushållen själva behövde lägga ner mer tid och energi. Det är något som värdesatts högt. Det sista citatet visar att ett område också kan få motsatt effekt. Om inte förutsättningarna finns inom behagligt avstånd uppstår en barriär, vilken inte alla är villiga att överskrida.

### 5.5.2 Prissättning och finansiell förmåga

De varor som marknadsförs som mer hållbara, miljövänliga eller gröna är oftast dyrare (Mont et al., 2013; Ozaki, 2011). Detta har varit genomgående i vår studie då informanterna ansett att det överlag är för stor prisskillnad mellan ett standardalternativ och det mer hållbara alternativet.

”Det största hindret är kostnaderna. För, ja, annars ser jag inte så stora hinder för att man ska leva mer miljövänligt”.

”Pris. Det är nog nästan det enda hindret om finns. Det tror jag, det är alltid dyrare att göra det bättre valet. Det är bara så.”

”[...] och kanske också ekonomiska resurser, för att kunna göra vissa aktiva val.”

I nämnda problematik fanns enligt informanterna det största hindret till att göra mer hållbara val. Det kan innebära att konsumenten bortser från det hållbara alternativet och istället köper billigare varianter.

”Det är inte alltid man har den ekonomiska möjligheten att göra de valen. Även om man har lust.”

”Det är ju så att man måste ju sätta den i förhållande till pengar också, har vi inte pengar kan vi inte göra det, hur gärna vi än vill.”

”När man tittar på till exempel vad det skulle kosta oss för en hel familj att åka, vi har släktingar i Hälsingland, till exempel. Åka tåg upp dit allihopa, så är det ju dyrare för oss än vad det kostar att ta bilen.”

Även i situationen där konsumenten hade en motivation till att göra ett mer medvetet val, kan detta förhindras av att det påverkar den egna plånboken för mycket. Således verkar den finansiella förmågan också representera ett hinder för att efterleva värdet självöverskridelse. Det skapar också motsättningar för individernas förmåga att vara öppen för förändring samt möjligheten att kombinera en hedonistisk livsstil med ett hållbart beteende.

”Det är ju också en, tyvärr har det ju blivit också mycket mer en högre medelklassfråga. Det krävs att man har löst en hel del andra praktiska problem runt omkring, innan man börjar bry sig om saker kanske, som ligger längre bort från vardagen. Det är också ett privilegie att kunna tänka miljö.”

”Det är ju inte så, att de som lever på marginalerna, de gör ju inte det [det hållbara valet]. Ytterst få i alla fall. Det kommer ju ändå ner på liksom, när det kostar någonting. Inkräktar på något. Då jag får ta avstånd från någonting annat. Då tror jag inte så många hade gjort det, ytterst få i alla fall.”

”[...] nu är det ju jättebra att de bygger sådana miljöområden och miljöhus och så, men hyrorna, jag bor i en hyreslägenhet, de är ju rätt saftiga liksom, det är ju inte alla människor som har råd att bo där.”

Några av informanterna menade att möjligheten att göra mer hållbara val blivit en klassfråga, ett privilegie. Som vi tidigare varit inne på är detta relaterat till teorierna om investerings- respektive reduceringsbeteende som Han et al. (2013) diskuterar. Författarna menar att människor har olika förutsättningar för att ta tillämpa ett konsumtionssätt som gynnar miljön och samhället. I detta resonemang är ekonomi och inkomst centrala dimensioner.

”Alltså om man i högre grad kopplar det till den egna plånboken, så tror jag folk blir motiverade. Så ser man att man kan tjäna några kronor, på att tänka sig för. Innan man gör det. Så ökar man nog intresset. Man måste kunna se resultat av att man är sparsam.”

”Man hade ju kunnat göra det mer attraktivt rent ekonomiskt att välja vissa alternativ framförallt.”

Även om invånarna såg prissättningen som hög och ett stort hinder, verkade det också vara genom denna det kan skapas störst motivation till att påskynda ett mer hållbart beteende hos gemene man. Informanterna hade uppfattningen att ekonomiska incitament kan motivera människor att agera mer hållbart. Att priser och hushållsekonomin har en betydande roll för möjligheten till hållbar konsumtion stämmer väl överens med tidigare forskning. Detta exemplifieras av NOA-modellen, där en ekonomisk dimension är närvarande i var och en av de tre huvudkomponenterna behov, möjlighet och förmåga till ett hållbart konsumtionsbeteende (Gatersleben & Vlek, 1998, OECD, 2002).

”Man hade säkert kunnat subventionera mycket mer, ren energi, renare transportmedel.”

”Man skulle kunna göra gratis kollektivtrafik. Jag har sett beräkningar på det. Det hade inte kostat extremt mycket.”

”Det skulle man, verkligen, det skulle märkas tydligt om jag väljer köpa en elbil eller en hybridbil. Så ska det inte vara så mycket dyrare som det faktiskt är idag, för det är mycket dyrare. Där kan samhället göra en insats.”

”Sen är det ju så att det underlättar om man har något som stödjer att man sätter upp solcellspaneler, man sänker priset på elbilar, subventionerar vissa typer av mer rena, hållbara näringar, så tror jag det hade hjälpt.”

Finansiella styrmedel såsom subventioner kan användas för att styra invånare och konsumentbeteenden (Gustavsson & Elander, 2013). Ovanstående citat visar att det fanns en önskan om att det offentliga ska skapa ekonomiska incitament för individen. Detta kan göras genom att utnyttja de finansiella styrmedel som finns tillgängliga.

### 5.5.3 Kunskap, information och marknadsföring

Utbildning och kunskap kan skapa förändringar av beteenden i en hållbar riktning (Paraschivescu & Radu, 2011). Samtidigt som våra informanter haft hög kunskap om hållbar utveckling framgår det i deras resonemang att de såg bristande kunskap som ett av de största hindren för att förändra genomsnittssvenskens konsumtionsbeteende.

”Bristen på kunskap och bristen på kunskap om helheten.”

”Många av oss har nog ingen av den kunskap för att kunna diskutera, hur vi reagerar eller kan visa varför det är mycket varmare nu. Vad kan vi göra?”

”Men möjligheterna finns, om man har kunskap. Som så ofta, så är ju kunskap faktiskt makt.”

”Det är ju beroende på hur mycket kunskap man har [...] för att kunna göra vissa aktiva val.”

”Det är väl också en utbildningsfråga. Många av de vännerna man har, ja, det är ju de man lärt känna i Lund liksom, då är man ändå på en utbildad, ganska välutbildade människor, vilket brukar hjälpa till för att man ska få ett sånt här tänk.”

Personer som värnar om miljön, tenderar att besitta större kunskap om hur miljöproblem kan lösas (Granzin & Olsen, 1991). Djupare kunskap om hur vi som invånare och konsument belastar jorden, verkar således skapa förutsättningar för att göra mer medvetna val i en hållbar riktning. Detta är insikter som vår studie bekräftar, då de mest upplysta informanterna också i högre grad visat sig ha anpassat sitt beteende, sin konsumtion och sin livsstil därefter.

”Man säljer liksom kanske inte in det så bra heller.”

”Det hade nog inte skadat att marknadsföra sig lite bättre.”

”Eller att man promotade det mer [det hållbara alternativet]. Att det gör liksom bra.”

Att få konsumenter att välja det mer hållbara alternativet kan stimuleras av information och kampanjer (Tukker et al., 2008), samtidigt finns det idag större tillgång till information om vår miljöpåverkan (Cole, 2004). Dock menade informanterna att det fortfarande informerades för lite om varför konsumenten ska välja att konsumera mer hållbart. Marknadsföringen av mer hållbara alternativ från producenterna ansågs också vara begränsad.

”Jag tror att det pratas för lite om det överlag, så att det glöms bort. Ibland så blir det kampanjer om man ser något specifikt, så då kanske man pratar om det just då, och då tänker man på det och tycker det är väldigt viktigt. Jag tror de flesta tycker det är viktigt överlag, men lite att det är för jobbigt eller man glömmer bort det.”

”Sen kan man också säga, man säger miljöpartister, eller miljötänkare i Malmö stad. De blir så extrema och jag menar, när då gemene man får en, höra en sådan extrem person eller extremt uttalande. Ja, då tänker man bara 'oh suck'. Att vara lite mer relevant. Försök, det är bra att ha det tänket och den synen, men lägg det på lite mer relevant tid och lite mer rolig indelning, så att man kan se att man kommer till ett delmål.”

I vårt empiriska material framgår det att den information som förmedlas från olika håll ofta sker oregelbundet, vilket innebär att den snabbt glöms bort. Då olika budskap blandas, blir informationen också intetsägande för konsumenten (Thøgersen & Crompton, 2009). Kopplat till detta resonemang är att förändringen måste ha personlig relevans, för att skapa inre motivation till förändring av attityd och handling (Ozaki, 2011). Om invånare och konsumenter inte kan relatera till den information och de initiativ som tas, reduceras motivation till förändring.

”It helps to have education through the city more than anything else, it's up to you to do it but here's how you can.”

För att leva mer hållbart krävs mer kunskap. Det är också svårt att leva hållbart, om information kring vilka verktyg som finns tillgängliga för att underlätta är bristfällig. Vår studie visar att informanterna, trots hög kunskap, fortfarande önskar mer information och utbildning om dessa frågor, vilket de ser som nödvändigt för att kunna bidra mer.

#### 5.5.4 Bristande inflytande, påverkan och värdeförskjutning

Stø et al. (2007) menar att individer i sin roll som invånare och konsument måste ta större ansvar. Dock visar vår studie att invånarna såg sig själva som små i jämförelse med det offentliga och företag. De kände att det var svårt att påverka och att det var oklart hur de bäst kunde bidra. Det fanns dock en motivation bland informanterna att vara med och skapa en hållbar stad. Samtidigt var intrycket att de själva inte kunde eller ville bära det stora ansvaret, utan detta ansvar förflyttades oftast till det offentliga och i viss mån även privata aktörer

”Vad kan vi göra? [...] Oavsett hur vi vänder och vrider det, så måste, för att få oss att agera så måste ju någon se till att vi har någonting vi kan relatera till.”

”När det gäller vad jag konsumerar så undrar jag hur stor skillnad det gör.”

”Alltså det är väl ett gemensamt ansvar egentligen, det är lika mycket vi som bor i samhället som de som planerat för det. Men det är ju också svårt för dem som bor i samhället att kunna påverka allting liksom, hur de lägger bussturer och cykelvägar kan ju kanske inte jag påverka jättemycket om jag inte verkligen går all in för det liksom och det är ju inte så många som gör det.”

”I thought several times to write suggestions to Malmö Stad. But where does that go and who do you send it to and how small voice. I don't know.”

”Så man måste gå stegvis upp till toppen. Istället för att man själv ensam springer runt med plakat på stan och jag vet inte, rädda valarna eller någonting.”

”Men sen så har ju egentligen alla ett ansvar, och det är ju det som många glömmer för det blir ju lite det här allmänningens tragedi<sup>1</sup>, den och den gör så, då kan ju jag göra så också.”

Att invånarna känt att deras röst skulle försvinna kan till viss del översättas till att någon annan borde ansvara för den hållbara utvecklingen. Därmed gör sig Rokeachs (1973) teori om att individer kan skjuta över värden på andra sig påmind. En form av värdeförskjutning har även funnits hos informanterna med mest hållbarhetsmässigt engagemang. En informant visade en ovilja till att använda tåg och cykel, samtidigt som naturen i andra avseenden tillskrevs ett stort egenvärde. Således har det inom några områden funnits mönster av att de hållbara valen och dessa värderingar bör gälla alla, men andra mer än sig själv. Det sista citatet visar på en informant med hög kunskap om konsumtionens effekter på miljön. Parallellt såg informanten dilemmat som uppstår i samhället när alla inte bidrar lika mycket. Detta överensstämmer med Rokeach (1973), som menar att människors motivation till att bete sig moraliskt rätt försvinner, om inte omgivningen gör likadant.

”Vi kan göra det vi själva kan, sen så får vi lämna över det stora ansvaret till politikerna. Att de tar fram hjälpmedel för oss liksom att kunna, ja, kunna leva hållbart liksom.”

”Det är nog bäst politikerna gör det.”

”Så det tror jag alltså, någonstans, politiker, kommuner, i samarbete med företag måste skapa förutsättningarna och när förutsättningarna finns i kombination med god, alltså bra kommunikation och alltså lite sådana här punktinsatser, så kan jag känna att det är värt det.”

”Egentligen alla som bor i stan. Men, de som har mest kraft att göra det är väl framförallt företagen som är verksamma i stan, kommun och stan med regler och sådär.”

”Sen är det väl klart att företag i staden eller i området, eller för den delen politiker, och så vidare, det är klart att de har en annan makt och kan liksom förändra den här hållbarhetsbilden.”

”Ja det gör ju människorna var och en för sig [ansvarar för miljön]. Men samtidigt måste ju politikerna också driva för annars blir det ingenting.”

”Det är politiker ju. Så det är ju politiker på hög nivå, det måste ju komma uppifrån och gå neråt.”

Ovanstående citat visar att invånarna förflyttat ansvaret för ett mer hållbart beteende och samhälle till företag och det offentliga, då dessa ansågs ha betydligt större makt och möjlighet att göra skillnad. Resonemangen har också tydliggjort att det främsta ansvaret riktades mot

---

<sup>1</sup> Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*. 162: 1243-1248.

myndigheter och politiker, vilka har tillgång till kraftfulla verktyg som lagar och styrmedel (Gustavsson & Elander, 2013). Tillräcklig infrastruktur för mer hållbara val måste erbjudas för invånarna. Detta resonemang är i linje med Scerri (2011), som belyser hur invånare genom sin relativa kunskapsbrist, skjuter över ansvaret på företag och det offentliga.

”Alltså jag ser ju ett stort hinder, det är politiker [...] Jag tror inte politiker bryr sig så mycket om vad vi tycker.”

”Allting handlar ju alltid om pengar, man är kortsiktig. Jag menar politiker och sånt där. Man tänker, det är ju en dagisverksamhet här i Sverige, när det gäller politiker. De håller alltid på där och gafflar mot varandra, istället för att komma till skott med saker.”

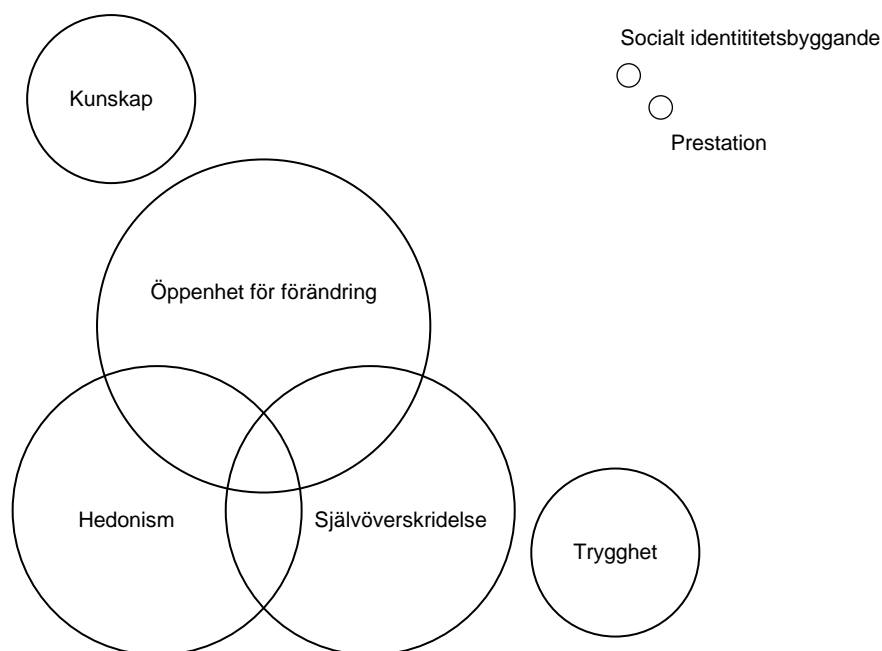
”Samtidigt så finns det inget företag som inte skulle göra någonting, om det inte finns ekonomisk vinning i det liksom. Så det är lite så här, hmm okej, vi tänker på miljön, men vi tänker liksom inte mer än att går det verkligen hem.”

Samtidigt som ansvaret förflyttats till andra aktörer, var invånarna skeptiska till att det skulle finnas en verklig vilja bland samhällets aktörer att förändra samhället i en hållbar riktning. Det kan skapa en situation där invånarna ställer sig kritiska till de initiativ som tas och de strategier som kommuniceras.

”Sen kan man ju också tycka att boende och sånt, har ett ansvar också, och visst, det har man ju såklart. [...] Sen kan man tycka att det är ett ansvar, men det ansvaret kan man inte tvinga på någon, mindre än om man lagstiftar eller sätter pengar på det.”

Det finns en möjlighet för konsumenter att skjuta över ansvaret för sina handlingar på samhället i stort, exempelvis den miljöpåverkan ens konsumtion ger upphov till (Uusitalo, 1982). Det verkar informanterna också vara medvetna om. Därför är det av ännu större vikt att offentliga och privata aktörer ligger i framkant och försöker visa vägen för invånarna.

## 5.6 Sammanfattande modell av empiriska insikter



Figur 4. Modell över empiriska insikter

I Venn-diagrammet ovan illustreras de teman som enligt vår studie kan förklara individers val och livsstil i en hållbar kontext. Efter analys av vårt empiriska material, har vi funnit att det är teorin om värden som bäst verkar kunna förklara människors beteenden. Modellen visar hur värdetemana samverkar för att individerna ska göra hållbara val. Studien visar att det främst är i skärningspunkten mellan värdetemana *öppenhet för förändring-hedonism-självöverskridelse*, som motivationen till hållbara val stärks.

De intervjuade var villiga att bidra till samhället i stort samtidigt som de hade en motivation att förändra sitt beteende för att detta skulle bli verklighet. Detta kan kopplas till öppenheten mot förändring, vilken visat sig genom tydliga beteendeförändringar och nyfikenhet på hållbara produkter och hjälpmedel. De beteendeförändringar som genomförts har i flera fall initierats av invånarnas självöverskridande värden, där samhällsnyttan med valen vägt tyngre än den personliga tillfredsställelsen. Hedonistiska värden har informanterna visat upp genom ett behov av livskvalitet och njutande i vardagen. Att vistas i och kunna bevara en vacker omgivning har motiverat invånarna att minska sin klimatpåverkan, samtidigt som en högre upplevd kvalitet hos ekologiska alternativ inneburit en guldkant på tillvaron. Trygghetsvärdet har varit det tema som, tillsammans med hedonism, i störst utsträckning bidragit till att invånarna initialt valt att flytta till stadsdelarna, medan vi inte kunnat identifiera att det skulle ha inverkan på hållbara val i övrigt.

Det tema som framkommit tydligast i studien är öppenhet för förändring. Detta värde verkar också ha bidragit till att individerna varit angelägna om att öka sin kunskap gällande hur de kan bidra mer till en hållbar utveckling. Tillsammans med hög kunskap om olika vals konsekvenser



på miljön, har värdetemana bidragit till att invånarna kunnat leva upp till deras självbild. Vi är medvetna om att kunskap hade kunnat ses som en övergripande dimension för samtliga värdeteman. Kunskap i modellen ska emellertid ses som specifik angående hållbarhet kopplad till konsumtion av varor och tjänster. Hur informanternas allmänna kunskapsnivå förhåller sig utanför denna kontext, är inget som undersökts eller vi ämnar förklara.

Avslutningsvis har vi funnit två ytterligare dimensioner vid vår analys; socialt identitetsbyggande och prestationsvärden. Dessa har dock endast uppkommit i två enskilda fall och kan därmed inte ses som teman för studien.

## 6. Slutsats

*I denna avslutande diskussion lyfter vi fram våra empiriska insikter och kopplar dessa till teorin för att kunna dra slutsatser om invånare i hållbara stadsdelar. Vi återknyter till de fyra värdeteman och hur ett hållbart beteende kan stärkas. Vi avslutar med teoretiska och praktiska implikationer innan vi ger förslag på framtida forskning.*

### 6.1 Resultat och diskussion

Studien har lett fram till följande slutsatser:

- Fyra värdeteman karakteriserar de boende i Västra Hamnen och Hyllie: öppenhet för förändring, hedonism, självöverskridelse och trygghet.
- Värdena främjar hållbara val, vilket skapar tillfredsställelse och stärker viljan att bidra mer.
- Att bo i de hållbara stadsdelarna har medfört ett förändrat beteende hos individerna.

#### 6.1.1 Tre tydliga värdeteman

Av de fyra identifierade värdeteman i det empiriska materialet, är det öppenhet för förändring, hedonism och självöverskridelse som tydligast skapat en motivation till hållbara val. Befintlig teori har tidigare visat ett samband mellan självöverskridande värden (Stern, 2000; Poortinga et al., 2004), öppenhet för förändring (Shaw et al., 2005) och en minskad miljöpåverkan. Ett samband något även vår studie funnit. Vidare har vi identifierat hedonism som ett värde som bidrar till ett beteende som är positivt för miljön, något tidigare forskning inte identifierat (Doran, 2009). Trygghetsvärdet har setts som ett underliggande behov som finns hos alla människor, men precis som Inglehart och Welzel (2005) argumenterar för, redan utgör en grund i människors liv. Därför kommer den fortsatta diskussionen fokusera på de tre förstnämnda värdeteman.

Det visade sig att Schwartzs värdeindelning som helhet inte var fullständigt lämplig för att kunna kategorisera invånarna i de hållbara stadsdelarna. Schwartz (1992, 1994) menar att hedonistiska värden är en av de dimensioner som skapar värdekategorierna öppenhet för förändring och självförbättring. Detta förhållande kunde dock inte vår studie styrka, då hedonism utgjorde ett så distinkt tema, att vi ansåg att det behövde särskiljas från öppenhet för förändring och självförbättring. Värdet kunde varken ses som en dimension som skapade öppenhet för förändring eller en motivation till att vilja framhålla sin egen person. I en hållbar kontext föreslår vi därför att hedonism bör lyftas ut från sin position som underliggande dimension i modellen, och bilda en egen övergripande kategori mellan öppenhet för förändring och självöverskridelse. Ett liknande förhållande finner vi för värdetemat trygghet, som enligt Schwartz (1994) ingår som en underliggande dimension till kategorin bevarande. I vår studie har dock värdet inte gått att

relatera till övriga värden som formar värdekategorin, därför bör även detta värde särskiljas och bilda ett eget tema.

Teorin kring värden utgår i många avseenden från att dessa kan krocka med varandra (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992; Schwartz & Sagiv, 1995), men handlar i mindre utsträckning hur de samverkar. I vår studie har det senare iakttagits, då individernas självöverskridande värden och handlingar bidragit till att skapa hedonistiska inslag av tillfredställelse och livskvalitet. Samtidigt har en strävan efter att leva i en vacker omgivning, något som är kopplat till hedonistiska värden, skapat och motiverat efterlevnaden av de självöverskridande värdena. Att vara öppen för förändring har också varit relaterat till de hedonistiska värdena. Genom förnyelsen har individerna upptäckt att det nya också skapat en livsnjutande dimension i livet. Vidare har informanterna kombinerat sin öppenhet för förändring, med både hedonistiska och självöverskridande värden, då nyfikenheten på det nya bidragit till att de visat sig villiga att förändra sin livsstil i en hållbar riktning. Informanterna har därmed känt att de bidragit till ett bättre samhälle för mer än sig själva, samtidigt som det hållbara valet visat sig höja kvaliteten på deras eget liv.

Resultatet står även här i kontrast till Schwartz (1992, 1994) indelning och kategorisering av värden. Schwartz menar att hedonism och öppenhet för förändring är nära relaterade till varandra. Dock gör han gällande att hedonism ställer den egna personen i centrum, medan självöverskridande värden relaterar till andra människor, vilka därmed bör vara skilda från varandra. I vår studie har dessa två värden emellertid visat sig samverka och utifrån den postmoderna kontext invånarna befinner sig i, menar vi att resultatet är rimligt. Vår tid karaktäriseras av förändring, ökad kunskap om exempelvis miljöproblem samt ett ökat fokus på livskvalitet, vilket kan influera människors värden. Samhället förändras för att människorna vill att det ska förändras (Florida, 2001). Vår studie har visat att djupt rotade konsumtionsmönster med bilen som centralt färdmedel (Uusitalo, 1982), kan omformas. Detta visar att människan har motivationen att förändra sitt beteende, och även gör det, om de har kontroll över sitt beteende genom att det finns en möjlighet i omgivningen samt en förmåga hos individen. Vår studie stärker tidigare forskning gällande att ökad kunskap bidrar till större omtanke och mindre påverkan på miljön (Granzin & Olsen, 1991; Schultz, 2002). Det instrumentella värde människan enligt Wapner och Matthew (2009) ger naturen, kan enligt vår empiriska undersökning vara på väg att förändras mot att naturen ges ett högre egenvärde. Slutligen kan värdetemat hedonism kopplas till den moderna människans ökade fokus på livskvalitet (Bell, 1973; Florida, 2001; Inglehart & Welzel, 2005), vilken inte nödvändigtvis stärks av materiella ting (Røpke, 1999a). Då människor i denna kontext redan fått sina grundläggande behov tillfredsställda, kan möjligheten att agera efter sina självöverskridande värden ha ökat. Detta kan i sin tur skapa större tillfredställelse och livskvalitet, då individen känner att hon bidrar till ett bättre samhälle för alla. De tre värdetemanen samverkar således och skapar en motivation bland invånarna att bete sig hållbart.

Initialt antog vi att teorier om konsumtion i en social kontext och identitetsbyggande (Douglas & Isherwood, 1980; Røpke, 1999a; Sanne, 2002), skulle kunna förklara människors konsumtionsmönster i hållbara stadsdelar. Emellertid har den sociala statusen förenat med områdena inte framträtt bland intervjupersonerna, vilket kan förklaras med de värdeteman vi tagit fram. Värden som makt och prestation, vilka i hög utsträckning går ut på att uppvisa en social fasad och nå social acceptans (Schwartz, 1992, 1994), har inte varit vägledande för invånarna. Hade dessa värden haft en mer framträdande roll, är det troligt att personerna istället velat visa upp en social status. Det hållbara valet har istället skapat en inre stimulans, och blivit en del av invånarnas livsstil. De hållbara valen har medfört att individerna kunde leva upp till sina värden och bevara sin självbild. Detta överensstämmer med Rokeachs (1973) teori om att värden främst finns till för att upprätthålla bilden av sig själv. Studiens resultat överensstämmer även med Rokeach (1973) och Schwartz (1994) definitioner av värden, informanternas värden har tydligt guidat deras beteenden i en riktning mot ett hållbart beteende. Informanternas övergripande livsmål har varit öppenhet för förändring, självöverskridelse och hedonism. Värden som fungerat som vägledande principer i deras liv.

### 6.1.2 Hur ett hållbart beteende kan stärkas

Det vi nu ser kan peka på att en större förändring kan vara i rörelse. Thøgersen och Crompton (2009) och Mont et al. (2013) pekar på betydelsen av spridningseffekter i ett miljöbesparande beteende. Sådana reaktioner har identifierats bland invånarna, där mindre eller automatiska förändringar av konsumtionsmönster och beteende genererat positiva följeffekter bland invånarna. Dessa kan främst kopplas till inflyttningen i en klimatsmart bostad, i en hållbar stadsdel. Enligt vår studie är invånarna motiverade till att visa omtanke om miljön, samtidigt underlättar den inbyggda infrastrukturen i byggnader och området till handling. Ett liv i en hållbar stadsdel kan således minska gapet mellan attityd och handling vad gäller hållbar konsumtion (Caruana & Crane, 2008; do Paço & Varejão, 2010).

Tidigare forskning visar att samhällets aktörer verkar vara övertygade om att vi måste finna sätt som möjliggör konsumtion med mindre negativt avtryck på miljön. Emellertid råder det oenighet om hos vilken aktör de största utmaningarna och det största ansvaret ligger (Stø et al., 2007; Akenji, 2012; Mont et al., 2013). Det råder också oklarhet i hur relationen mellan aktörerna ska se ut (Goldsmith, 2010; Bulc, 2012). Vår studie visar att invånare är benägna att förändra sig och bidra mer till en hållbar utveckling. Det som visat sig reducera förhållandet mellan motivation och handling är bristande möjlighet och förmåga för invånarna. Det kan tyckas paradoxalt att invånarnas hållbara val fått dem att känna inre tillfredsställelse, samtidigt som de känner uppgivenhet. Vi menar att de hållbara valen på en individnivå får människor att känna tillfredsställelse, då deras värden efterlevs, men i jämförelse med företag och myndigheter ser invånarna sitt bidrag som litet, därav uppgivenheten. Utifrån studiens resultat går det därför att argumentera för att förändringen behöver ledas genom lagar, infrastruktur och ekonomiska styrmedel från nationer, städer och kommuner.

### 6.1.3 Teoretiska och praktiska implikationer

Om ambitionen att skapa hållbara städer och samhällen är så stark som befintliga rapporter, studier och städers kommunikation vill göra gällande, visar vår studie att förutsättningarna finns för att driva på utvecklingen i ett högre tempo. De invånare vi intervjuat har i stor utsträckning anpassat sitt beteende efter de möjligheter som finns tillgängliga för individen, något som kan relateras till en öppenhet för förändring och den självöverskridande motivationen att bidra till ett bättre samhälle. Vidare visar studien att nya initiativ behöver ske inom ramarna för vad som är bekvämt för invånaren, något som är relaterat till värdetemat hedonism. Det har visat sig att det går att uppfylla de tre värdena genom nya hjälpmedel, exempel på detta är avfallskvarn och bilpool. Dessa nyheter har setts som spännande (öppenhet för förändring), underlättat ett klimatsmart beteende (självöverskridelse) och samtidigt gjort livet behagligare för invånaren (hedonism).

Studien erbjuder en bild över invånarens värden och beteenden i hållbara stadsdelar, samt hur dessa värden samverkar och genererar beteenden med positiva effekter på miljön. Genom presentationen av värdeteman bidrar vi till teoribildningen kring konsumentbeteende i hållbara städer. Liksom Turcu (2013) önskade, lyfts också en lokalkännedom om invånarna i två hållbara stadsdelar fram. De fyra temana behandlar hållbart konsumtionsbeteende på olika plan, från kunskap om olika vals inverkan på miljön och tillfredsställelsen kopplad till dessa val, till ett högre plan, där valen möjliggör att individens värden efterlevs.

Vårt resultat kan användas för att förbättra framtagandet av hållbara städer, då studien presenterat underlag till vad som bör motivera invånare i hållbara städer att förändra sitt beteende i en hållbar riktning. Resultatet är värdefullt för beslutsfattare inom offentlig- och privat sektor. Studien skapar insikter till myndigheter och företag som ämnar implementera och lansera infrastruktur och produkter, vilka avser att generera ett mer hållbart beteende. Introduceras dessa inom ramarna för invånarnas värden, blir det attraktivt att göra det hållbara valet, vilket bör göra det lättare att driva igenom ytterligare förändringar framöver. Kunskap om invånarnas värden och hur dessa samverkar kan också utnyttjas vid informationsspridning och marknadsföring med syftet att förändra beteende och konsumtion i en hållbar riktning. De presenterade insikterna innebär att aktörer i sin kommunikation bättre kan stimulera och motivera invånarna. Därmed kan budskapet lättare nå fram och få genomslag i beteende och konsumtionsmönster.

Syftet med uppsatsen har varit att bidra till teoribildningen kring konsumentbeteende. Under analysen visade det sig att värden bäst kunde förklara invånarnas beteenden. Samtidigt som värdeteman är framtagna i en specifik hållbar kontext, anser vi att insikterna även bör kunna tillämpas i ett sammanhang som skiljer sig från en hållbar stadsdel. Därför har vi, utöver bidrag på teoriområdet för invånare i hållbara städer, även bidragit med teoretisering kring konsumentbeteende generellt. Därmed uppnås studiens syfte.

## 6.2 Förslag på framtida forskning

Vi vill belysa den metodkritik vi blivit medvetna om under studiens fortskridande. Trots att en hållbar utveckling sägs bestå av tre dimensioner, har fokus i denna studie oavsiktligt hamnat på den miljömässiga dimensionen. Orsaken är att informanternas resonemang dominerats av denna aspekt. Samtidigt ville vi inte upplysa informanterna om de andra dimensionerna i begreppet och därmed påverka deras svar. För framtida forskare råder vi ett mer holistiskt perspektiv, om ämnet som helhet ska studeras. Vidare är vi medvetna om studiens relativa bredd. Vi kände dock att ämnets komplexitet krävde en bred utgångspunkt, vilket successivt smalnade av. En tydligare fokusering på värden föreslås därför för framtida forskare. Slutligen, som en del av vår metodkritik vill vi poängtera att vi är medvetna om att majoriteten av våra informanter har varit högutbildade. Detta kan ha bidragit till studiens resultat. Inom ramarna för hållbara städer och stadsdelar skulle därför ett intressant område för framtida forskning vara en studie av beteenden och värden hos en mindre utbildad grupp individer.

Det huvudsakliga bidragit från denna uppsats har skapats genom kvalitativa intervjuer, vilket resulterade i fyra värdeteman som karaktäriserar boende i hållbara stadsdelar. Att kvantitativt testa om de presenterade temana gäller även för en större population är därför önskvärt. Detta skulle kunna öka resultatets generaliserbarhet. Givet kontexten hade det också varit intressant att undersöka om värdeteman kan tillämpas i andra hållbara stadsdelar och städer, innanför och utanför Sveriges gränser. För att kunna skapa ett större värde för både efterfråge- och utbudssidan efterfrågas också en studie om hur städer på ett mer effektivt sätt kan nå ut till invånarna samt hur en dubbelriktad kommunikationsväg kan stärkas.

## 7. Referenslista

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akenji, L. (2012). Consumer Scapegoatism and Limits to Green Consumerism. *Global Research Forum on Sustainable Consumption and Production Workshop*. Rio de Janeiro, Brazil.
- Alusi, A., Eccles, R. G., Edmondson, A. C., & Zuzul, T. (2011). Sustainable Cities: Oxymoron or the Shape of the Future?. Working Papers -- *Harvard Business School Division Of Research*, 1-26.
- Alvesson, M. (2011). *Intervjuer: genomförande, tolkning och reflexivitet*. (1. uppl.) Malmö: Liber.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882.
- Arup. (2014). Cities Alive. Hämtad från [http://www.arup.com/~media/Publications/Files/Publications/C/Cities\\_Alive\\_booklet.aspx](http://www.arup.com/~media/Publications/Files/Publications/C/Cities_Alive_booklet.aspx) Hämtad [2014-05-14]
- Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Bauman, Z. (2003). *City of fears, city of hopes*. Centre for Urban and Community Research, Goldsmiths College, London.
- Beatley, T. (2012). Introduction: Why Study European Cities?. I Beatley, T. (red.). *Green Cities of Europe. Global Lessons on Green Urbanism*. Washington, DC: Island Press/Center for Resource Economics, 1-28.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal Of Consumer Research*, 15(2), 139-168.
- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting*. New York: Basic books.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Brown, L.R. (1981). *Building a sustainable society*. (1. ed.) New York: W. W. Norton.
- Bryman, A., & Bell, E. (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber AB.
- Bulc, V. (2012). New organizational and social paradigm: From cooperation to co-creation and sustainable coexistence. *Journal Of Organisational Transformation & Social Change*, 9(1), 29-39.
- Burdett, R., & Rode, P. (2011). Introduction. I Burdett, R., & Sudjic, D. (red.). *Living in the endless city : the Urban Age project by the London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society*. London : Phaidon Press Ltd, 2011, 8-43.
- Caruana, R., & Crane, A. (2008). Constructing Consumer Responsibility: Exploring the Role of Corporate Communications. *Organization Studies* (01708406), 29(12), 1495-1519.
- Castells, M. (2010). *The power of identity*. (2. uppl.) Malden, Mass: Blackwell.
- Cole, R. J. (2004). Changing context for environmental knowledge. *Building Research & Information*, 32(2), 91-109.

- Crane, A., & Matten, D. (2010). *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. (3. uppl.) Oxford: Oxford University Press.
- Cugurullo, F. (2013). How to build a sandcastle: an analysis of the genesis and development of Masdar City. *Journal Of Urban Technology*, 20(1), 23-37.
- Damanco. (2007). Guide Västra Hamnen - Hållbar stadsutveckling. *Malmö stad - Miljöförvaltningen*. Hämtad från <http://malmo.se/download/18.24a63bbe13e8ea7a3c695ff/1383643950414/Guide+V%C3%A4stra+Hamnen+H%C3%A5llbar+stadsutveckling+%282007%29.pdf> [Hämtad 2014-03-06]
- Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Dicken, P. (2011). *Global shift: mapping the changing contours of the world economy*. (6. uppl.) Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- do Paço, A., & Varejão, L. (2010). Factors affecting energy saving behaviour: A prospective research. *Journal Of Environmental Planning And Management*, 53(8), 963-976.
- Doran, C. (2009). The Role of Personal Values in Fair Trade Consumption. *Journal Of Business Ethics*, 84(4), 549-563.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1980). *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Doran, C. (2009). The Role of Personal Values in Fair Trade Consumption. *Journal Of Business Ethics*, 84(4), 549-563.
- Drucker, P. F. (1999). Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Management Review*, 41(2), 79-94.
- EEA. (2012). Consumption and the environment — 2012 update Copenhagen, European Environmental Agency: 70.
- Ekström, K.M. (2010). Introduction. I Ekström, K.M. (red.). *Consumer behaviour: a Nordic perspective*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur, 31-38.
- Elliott, R., & Wattanasuwan, K. (1998). Brands as Symbolic Resources for the Construction of Identity. *International Journal of Advertising*, 17(2), 131-144.
- Etzioni, A. (1988). *A Moral Dimension : Toward a New Economics*. New York: Harvester Free Press.
- Fisher, C. & Lovell, A. (2006). *Business ethics and values: individual, corporate and international perspectives*. (2. ed.) Harlow: Financial Times/Prentice Hall.
- Florida, R. L. (2001). *Den kreativa klassens framväxt*. Stockholm: Daidalos.
- Gatersleben, B., & Vlek, C. (1998). Household Consumption, Quality of Life, and Environmental Impacts: A Psychological Perspective and Empirical Study. I Uiterkamp, T.S. & Noorman, K.J. (red.). *Green households?: domestic consumers, environment, and sustainability*. London: Earthscan, 141-183.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T. S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy Of Management Review*, 20(4), 874-907.



- Global Footprint Network. (2013). World Footprint - Do we fit on the planet. *Global Footprint Network*. Hämtad från <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/> [Hämtad 2014-3-14]
- Goodland, R. (1995). The Concept of Environmental Sustainability. *Annual Review Of Ecology & Systematics*, 26,1-24.
- Goldsmith, E. B. (2010) *Resource Management for Individuals and Families*, (4. uppl.) NJ: Pearson, Upper Saddle River.
- Gram-Hanssen, K. (2012). Sustainable Lifestyles. *The International Encyclopedia of Housing and Home. Elsevier Science*, 117-123
- Granzin, K. L., & Olsen, J. E. (1991). Characterizing Participants in Activities Protecting the Environment: A Focus on Donating, Recycling, and Conservation Behaviors. *Journal Of Public Policy & Marketing*, 10(2), 1-27.
- Grönroos, C. (2012). Conceptualising value co-creation: A journey to the 1970s and back to the future. *Journal Of Marketing Management*, 28(13/14), 1520-1534.
- Gundelach, P. (1992). Recent value changes in Western Europe. *Futures*, 24, 301-318.
- Gustavsson, E., & Elander, I. (2013). Households as role models for sustainable consumption. The case of local climate dialogues in two Swedish Towns. *Journal Of Environmental Planning & Management*, 56(2), 194-210.
- Gutman, J. (1982). A Means-End Chain Model Based on Consumer Categorization Processes. *Journal Of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Han, Q., Nieuwenhijzen, I., Blokhuis, E., Schaefer, W., & de Vries, B. (2013). Intervention strategy to stimulate energy-saving behavior of local residents. *Energy Policy*, 52, 706-715.
- Hansen, T. (2010). Values and lifestyles. I Ekström, K.M. (red.). *Consumer behaviour: a Nordic perspective*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur, 307-324.
- Herkel, P. (2007). Skarp kritik mot nybygget i Hyllie. *Expressen*. Hämtad från <http://www.expressen.se/kvp/skarp-kritik-mot-nybygget-i-hyllie/> [Hämtad 2014-02-06]
- Hertwich, E. G. (2005). Consumption and the rebound effect: An industrial ecology perspective. *Journal of Industrial Ecology*, 9, 85–99.
- Hoornweg, D., & Freire, M. (2013). Building sustainability in an urbanizing World: a partnership report. *Urban development series*, Paper 17, 1/2. Hämtad från <http://documents.worldbank.org/curated/en/2013/07/18103108/building-sustainability-urbanizing-world-partnership-report> [Hämtad 2014-04-24]
- Howley, P., Scott, M., & Redmond, D. (2009). Sustainability versus liveability: an investigation of neighbourhood satisfaction. *Journal Of Environmental Planning & Management*, 52(6), 847-864.
- Hueting, R. R. (1990). The Brundtland report: a matter of conflicting goals. *Ecological Economics*, 2(2), 109-117.
- Ibsen, H. (2010). Walk the talk for sustainable everyday life: Experiences from eco-village living in Sweden. I Söderholm, P. (red.). *Environmental policy and household behaviour: sustainability and everyday life*. London: Earthscan, 129-148.

- IEA. (2009). *Gadgets and Gigawatts – Policies for Energy Efficient Electronics*. Paris, International Energy Agency: 426.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence*. New York: Cambridge University Press.
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. New York: Vintage.
- Jackson, T. (2004). *Models of Mammon: A Cross-Disciplinary Survey in Pursuit of the ‘Sustainable Consumer’*, ESRC Sustainable Technologies Programme Working Paper Number 2004/1, Centre for Environmental Strategy, University of Surrey.
- Jackson, T. (2005). *Motivating sustainable consumption*. Surrey, Centre for Environmental Strategy, University of Surrey: 170. Hämtad från [http://hiveideas.com/attachments/044\\_motivatingscfinal\\_000.pdf](http://hiveideas.com/attachments/044_motivatingscfinal_000.pdf) [Hämtad 2014-02-10]
- Jackson, T. (2007). *Mainstreaming Sustainability in Local Economic Development Practice*. *Local Economy (Routledge)*, 22(1), 12-26.
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth: economics for a finite planet*. London: Earthscan.
- Johansson, L. (2008). *Kritik mot bygge i Hyllie*. *Skånska Dagbladet*. Hämtad från <http://www.skanskan.se/article/20080527/NYHETER/122507158/-/kritik-mot-bygge-i-hyllie> Hämtad 2014-02-06
- Jorgenson, A. K. (2003). *Consumption and Environmental Degradation: A Cross-National Analysis of the Ecological Footprint*. *Social Problems*, 50(3), 374-394.
- Joss, S. (2010). *Eco-cities: a global survey 2009*. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 129, 239-250.
- Joss, S. (2011). *Eco-cities: the mainstreaming of urban sustainability; key characteristics and driving factors*. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 6(3), 268-285.
- Kelly, P.K. (1994). *Thinking green!: essays on environmentalism, feminism, and nonviolence*. Berkeley, Calif.: Parallax press.
- Kennelly, J. J., Gladwin, T. N., & Krause, T. S. (1995). *Beyond Eco-Efficiency: Towards Socially Sustainable Business*. *Sustainable Development*, 3(1), 35-43.
- Klintman, M. (2012). *Citizen-consumers and evolution* [Elektronisk resurs] : reducing environmental harm through our social motivation. [Basingstoke]: Palgrave Macmillan.
- Kommissionen för ett socialt hållbart Malmö (2013). *Malmös väg mot en hållbar framtid: hälsa, välfärd och rättvisa*. (2. uppl.) Malmö: Kommissionen för ett socialt hållbart Malmö.
- Kärrholm, M. (2011). *The Scaling of Sustainable Urban Form: A Case of Scale-related Issues and Sustainable Planning in Malmo, Sweden*. *European Planning Studies*, 19(1), 97-112.
- Lehtonen, M. (2004). *The environmental–social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions*. *Ecological Economics*, 49(2), 199-214.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park: Sage.
- Littler, J. (2009). *Radical consumption: shopping for change in contemporary culture*. Maidenhead: Open University Press//McGraw-Hill Education.

- Lynn, M., & Oldenquist, A. (1986). Egoistic and nonegoistic motives in social dilemmas. *American Psychologist*, 41(5), 529-534.
- Löfgren, O. (2010). Historical perspectives on consumption. I Ekström, K.M. (red.). *Consumer behaviour: a Nordic perspective*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur, 57-73.
- Malmö stad. (2011). Klimatkontrakt för Hyllie. *Malmö stad, VA Syd & E.ON*. Hämtad från [http://www.malmo.se/download/18.56d99e38133491d8225800041817/hylliekontraktet\\_slutlig\\_110215.pdf](http://www.malmo.se/download/18.56d99e38133491d8225800041817/hylliekontraktet_slutlig_110215.pdf) [Hämtad 2014-01-13]
- Malmö stad. (2014a). Malmö i korta drag. *Malmö stad*. Hämtad från <http://www.malmo.se/download/18.1555cde01439069ae701fec/1390808863588/Malm%C3%B6+i+korta+drag.pdf> [Hämtad 2014-02-06]
- Malmö stad. (2014b). Om Västra Hamnen. *Malmö stad*. Hämtad från <http://www.malmo.se/Medborgare/Stadsplanering--trafik/Stadsplanering--visioner/Utbyggnadsomraden/Vastra-Hamnen-/Om-Vastra-Hamnen.html> [Hämtad 2014-03-06]
- Malmö stad. (2014c). Västra hamnen och Hyllie — testbäddar i Malmö för framtidens stad. *Malmö stad*. Hämtad från <http://www.malmo.se/Medborgare/Miljo--hallbarhet/Miljoarbetet-i-Malmo-stad/Hallbar-stadsutveckling/TangMa/TangMa/Hyllie-och-Vastra-hamnen.html> [Hämtad 2014-04-30]
- Malmö Stadsbyggnadskontor. (2008). Energistrategi för Malmö. *Malmö stad*. Hämtad från <http://www.malmo.se/download/18.76105f1c125780a6228800039868/1383647015917/Energistrategi-Kf+2009-12-17.pdf> [Hämtad 2014-02-06]
- Malmö Stadsbyggnadskontor. (2012). Pågående stadsutveckling i Västra Hamnen. *Malmö stad*. Hämtad från <http://malmo.se/download/18.24a63bbe13e8ea7a3c69606/1383643950832/P%C3%A5g%C3%A5ende+stadsutveckling+%282012%29.pdf> [Hämtad 2014-03-06]
- Marshall, J. D., & Toffel, M. W. (2005). Framing the Elusive Concept of Sustainability: A Sustainability Hierarchy. *Environmental Science & Technology*, 39(3), 673-682.
- Martinsson, J. J., & Lundqvist, L. J. (2010). Ecological citizenship: Coming out 'clean' without turning 'green'?. *Environmental Politics*, 19(4), 518-537.
- Martinsson, J. J., Lundqvist, L. J., & Sundström, A. A. (2011). Energy saving in Swedish households. The (relative) importance of environmental attitudes. *Energy Policy*, 39(9), 5182-5191.
- Martiskainen, M., & Watson, J. (2009). Energy and the Citizen. I Scrase, I., & MacKerron, G. (red.). *Energy for the future. A new agenda*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 165-182.
- McKendry, C. (2013). Environmental Discourse and Economic Growth in the Greening of Postindustrial Cities. I Simpson, R. & Zimmermann, M. (red.). *The economy of green cities: a world compendium on the green urban economy*. Dordrecht: Springer, 23-31.
- Miljöförvaltningen Malmö. (2007). Miljösatserna på Bo01 i Malmö. *Malmö stad*. Hämtad från [http://malmo.se/download/18.5d8108001222c393c008000142374/1383646935573/fb\\_total\\_webb\\_final\\_070122.pdf](http://malmo.se/download/18.5d8108001222c393c008000142374/1383646935573/fb_total_webb_final_070122.pdf) [Hämtad 2014-03-06]

- Miljöförvaltningen Malmö. (2009). Miljöprogram för Malmö Stad 2009-2020. *Miljöförvaltningen*. Hämtad från <http://www.malmo.se/Medborgare/Miljo--hallbarhet/Miljoarbetet-i-Malmo-stad/Miljoprogram-for-Malmo-stad.html> [Hämtad 2014-02-03]
- Mont, O., Heiskanen, E., Power, K., & Kuusi, H. (2013). Förbättra nordiskt beslutsfattande genom att skingra myter om hållbar konsumtion. *Nordiska Ministerrådet*. Hämtad från <http://www.norden.org/sv/publikationer/publikationer/2013-552> [Hämtad 2014-02-03]
- Mont, O., & Power, K. (2010). The Role of Formal and Informal Forces in Shaping Consumption and Implications for a Sustainable Society. Part I, *Sustainability*, 2(5), 2232-2252.
- Möllerström, V. (2011). *Malmös omvandling* [Elektronisk resurs] : från arbetarstad till kunskapsstad : en diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse. Diss. Lund: Lunds universitet..
- Naturvårdsverket. (2012). Generationsmålet. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <http://www.miljomal.se/sv/Miljomalen/Generationsmalet/> [Hämtad 2014-03-10]
- Naturvårdsverket. (2013). Utsläpp av växthusgaser från svensk konsumtion. *Naturvårdsverket*. Hämtad från <http://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Vaxthusgaser--utslapp-av-svensk-konsumtion/> [Hämtad 2014-03-25]
- Norris, P. & Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan communications: cultural diversity in a globalized world*. New York: Cambridge University Press.
- Nowak, W. (2011). Foreword. I Burdett, R., & Sudjic, D. (red.). *Living in the endless city : the Urban Age project by the London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society*. London : Phaidon Press Ltd, 2011, 6-7.
- OECD. (2002). Towards Sustainable Household Consumption? Trends and Policies in OECD Countries, OECD Publishing.
- Office of the Deputy Prime Minister (ODPM). (2006). UK Presidency: EU Ministerial Informal on Sustainable Communities Policy Papers. ODPM: London.
- Olsson, M. (2013). Ekonomisk hållbarhet i Västra Hamnen. I Persson, B. (red.). *Västra hamnen: lärdomar och erfarenheter*. Stockholm: Arkus, 196-201.
- Ozaki, R. (2011). Adopting sustainable innovation: what makes consumers sign up to green electricity?. *Business Strategy & The Environment* (John Wiley & Sons, Inc), 20(1), 1-17.
- Paraschivescu, V., & Radu, C. (2011). Higher education, a resource for sustainability. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 14(1), 115-120.
- Peruniak, G. S. (2008). the promise of quality of life. *Journal Of Employment Counseling*, 45(2), 50-60.
- Peters, M. A. (2011). Greening the Knowledge Economy: Ecosophy, Ecology and Economy. *Economics, Management & Financial Markets*, 6(2), 11-38.
- Petridou, E., & Ioannides, D. (2012). Conducting creativity in the periphery of Sweden: A bottom-up path towards territorial cohesion. *Creative Industries Journal*, 5(1/2), 119-137.
- Poortinga, W., Steg, L., & Vlek, C. (2004). Values, environmental concern, and environmental behavior: a study into household energy use. *Environment & Behavior*, 36(1), 70-93.
- Power, K., & Mont, O. (2010). The Role of Formal and Informal Forces in Shaping Consumption and Implications for a Sustainable Society. Part II, *Sustainability*, 2(5), 2573-2592.

- Prop. 2008/09:162. *En sammanhållen klimat- och energipolitik – Klimat*. Hämtad från <http://www.regeringen.se/content/1/c6/12/27/78/4ce86514.pdf> Hämtad [2014-04-04]
- Richins, M. L. (1994). Special Possessions and the Expression of Material Values. *Journal Of Consumer Research*, 21(3), 522-533.
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological Economics*, 48(4), 369-384.
- Rode, P., Stern, N., & Zenghelis, D. (2012). Global problems: City solutions. I Burdett, R. & Rode, P. (red.) *The electric city*. Urban Age electric city conference, Hämtad från <http://files.lsecities.net/files/2012/12/the-electric-city-newspaper.pdf> [Hämtad 2014-02-10]
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Roseland, M. (2012). *Toward sustainable communities: solutions for citizens and their governments*. (4. uppl.) Gabriola Island: New Society.
- Røpke, I. (1999a). The dynamics of willingness to consume. *Ecological Economics*, 28(3), 399-420.
- Røpke, I. (1999b). Some Themes in the Discussion of the Quality of Life. I Köhn, J. (red.). *Sustainability in Question: The Search for a Conceptual Framework*. Cheltenham: Edward Elgar, 247-266.
- Røpke, I. (2005). Consumption in ecological economics. I *Online Encyclopaedia of Ecological Economics, International Society for Ecological Economics*. Hämtad från [http://isecoeco.org/pdf/consumption\\_in\\_ee.pdf](http://isecoeco.org/pdf/consumption_in_ee.pdf) [Hämtad 2014-04-21]
- Salo, M. (2013). Malmö är också Sveriges miljöbästa kommun 2013. *Miljöaktuellt*. Hämtad från <http://miljoaktuellt.idg.se/2.1845/1.515349/malmo-ar-ocksa-sveriges-miljobasta-kommun-2013> [Hämtad 2014-03-20]
- Sanne, C. (2002). Willing consumers—or locked-in? Policies for a sustainable consumption. *Ecological Economics*, 42(1/2), 273-287.
- Scerri, A. (2011). Rethinking Responsibility? Household Sustainability in the Stakeholder Society. I Lane, R. & Gorman-Murray, A. (red.). *Material Geographies of Household Sustainability*. Farnham: Ashgate.
- Sharabi, M., & Harpaz, I. (2013). Changes of work values in changing economy: perspectives of men and women. *International Journal Of Social Economics*, 40(8), 692-706.
- Schultz, (2002). Knowledge, Information, and Household Recycling: Examining the Knowledge-Deficit Model of Behavior Change. I National Research Council (U.S.). Committee on the Human Dimensions of Global Change. *New tools for environmental protection: education, information, and voluntary measures*. Washington, DC: National Academy Press.
- Schwab, K. (2014). Introduction. I Hanley, M., Brady, A., & Stassen, F. (red.). *Outlook on the Global Agenda 2014*. Hämtad från [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GAC\\_GlobalAgendaOutlook\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_GlobalAgendaOutlook_2014.pdf) Hämtad [2014-03-03]
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. I Berkowitz, L. (red.). *Advances in experimental social psychology*, New York: NY Academic Press, 10, 221-279.

- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. I Zanna, M. P. (red.). *Advances in experimental social psychology*, San Diego: Academic Press, 25, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19–45.
- Schwartz, S. H., & Sagiv, C. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 26, 92–116.
- Scrase, I., Bauknecht, D., Kern, F., Lehtonen, M., MacKerron, G., Martiskainen, M., McGowan, F., Ockwell, D., Sauter, R., Smith, A., Sorrell, S., Wang, T., & Watson, J. (2009). Conclusions: Transitions, Governance and Appraisal. I Scrase, I., & MacKerron, G. (red.). *Energy for the future: A new agenda*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 223-238.
- Seyfang, G. (2009). *The new economics of sustainable consumption: seeds of change*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Shaw, D., Grehan, E., Shiu, E., Hassan, L., & Thomson, J. (2005). An exploration of values in ethical consumer decision making. *Journal Of Consumer Behaviour*, 4(3), 185-200.
- Stern, P. C. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal Of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stern, N., Zenghelis, D., & Rode, P. (2011). City solutions to global problems. I Burdett, R., & Sudjic, D. (red.). *Living in the endless city : the Urban Age project by the London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society*. London: Phaidon Press Ltd, 342-349.
- Stähle, A. (2008). Den hållbara staden är både tät och grön. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från [http://www.svd.se/kultur/understrecktet/den-hallbara-staden-ar-bade-tat-och-gron\\_2231003.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecktet/den-hallbara-staden-ar-bade-tat-och-gron_2231003.svd) [Hämtad 2014-01-05]
- Stø, E., Throne-Holst, H., Strandbakken, P., & Vittersø, G. (2007). Review: a multi-dimensional approach to the study of consumption in modern societies and the potentials for radical sustainable changes. I: Tukker A, Charter M, Vezzoli C, Sto E, Munch Andersen M, (red.). *System innovation for sustainability. Perspectives on radical change to sustainable consumption and production*. Sheffield: Greenleaf Publishing Ltd., 234-254.
- Suzuki, H., Dastur, A., Moffatt, S., Yabuki, N., & Maruyama, H. (2010). Eco2 Cities: Ecological Cities as Economic Cities. *World Bank*. Hämtad från <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2453> [Hämtad 2014-01-27]
- The World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Thurén, T. (2005). *Källkritik*. (2., [rev. och utök.] uppl.) Stockholm: Liber.
- Thøgersen, J. (2010). Pro-environmental consumption. I Ekström, K.M. (red.). *Consumer behaviour: a Nordic perspective*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur, 95-115.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal Of Economic Psychology*, 23(5), 605.
- Thøgersen, J., & Crompton, T. (2009). Simple and Painless? The Limitations of Spillover in Environmental Campaigning. *Journal Of Consumer Policy*, 32(2), 141-163.

- Tukker, A., Emmert, S., Charter, M., Vezzoli, C., Stø, E., Munch Andersen, M., Geerken, T., Tischner, U., & Lahlou, S. (2008). Fostering change to sustainable consumption and production: an evidence based view. *Journal Of Cleaner Production*, 16(11), 1218-1225.
- Turcu, C. (2013). Re-thinking sustainability indicators: local perspectives of urban sustainability. *Journal Of Environmental Planning & Management*, 56(5), 695-719.
- UN. (2012). The Future We Want. *United Nations*. Hämtad från <http://www.uncsd2012.org/content/documents/727The%20Future%20We%20Want%2019%20June%201230pm.pdf> [Hämtad 2014-03-02]
- UN. (2013). World Economic and Social Survey 2013 Sustainable Development Challenges. *United Nations publication*. Hämtad från [http://www.un.org/en/development/desa/policy/wess/wess\\_current/wess2013/WESS2013.pdf](http://www.un.org/en/development/desa/policy/wess/wess_current/wess2013/WESS2013.pdf) [Hämtad 2014-02-04]
- UNCED. (1992). Agenda 21. *The Earth Summit: the United Nations Conference on Environment and Development*, Rio de Janeiro.
- UNESCO. (2008). UNESCO and Cities Partners. *UNESCO*. Hämtad från <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001561/156108e.pdf> [Hämtad 2014-02-28]
- Uusitalo, L. (1982). Environmental Impact of Changes in Consumption Styles. *Journal Of Macromarketing*, 2(2), 16-30.
- Van Liere, K. D., & Dunlap, R. E. (1980). The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Empirical Evidence. *Public Opinion Quarterly*, 44(2), 181-197.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 36(1), 1-10.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study in the evolution of institutions*. New York: New American Library.
- Vendel, W. (2011). Det nya Malmö fortsätter att utvecklas. *Byggnyheter.se*. Hämtad från <http://www.byggnyheter.se/2011/03/det-nya-malm-forts-tter-att-utvecklas> [Hämtad 2014-02-05]
- Vlek, C., Jager, W., & Steg, L. (1997). Modellen en strategieën voor gedragsverandering ter beheersing van collectieve risico's. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie*, 52, 174-191.
- Wapner, P., & Matthew, R. A. (2009). The Humanity of Global Environmental Ethics. *Journal Of Environment & Development*, 18(2), 203-222.
- West, G. (2014). The growing importance of megacities. I Hanley, M., Brady, A. & Stassen, F. (red.). *Outlook on the Global Agenda 2014*. Hämtad från [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GAC\\_GlobalAgendaOutlook\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_GlobalAgendaOutlook_2014.pdf) Hämtad [2014-03-03]
- Wüstenhagen, R., Wolsink, M., & Bürer, M. (2007). Social acceptance of renewable energy innovation: An introduction to the concept. *Energy Policy*, 35(5), 2683-2691.
- Ölander, F., & Thøgerson, J. (1995). Understanding consumer behavior as a prerequisite for environmental protection. *Journal of Consumer Policy*. 18, 345–385.

## Bilageförteckning

### Bilaga 1 – Tabell över konsumentinformanter

	Datum	Kön	Ålder	Civilstånd	Utbildning	Sysselsättning	Stadsdel
1	04-03-14	Kvinna	53	Gift, 4 barn	Ingenjör	Inom äldreården	V. Hamnen
2	07-03-14	Kvinna	28	Gift, 2 barn	Socionom	Mammaledig/ Socialsekreterare	V. Hamnen
3	13-03-14	Man	36	Gift, 2 barn	Dr. socialt arbete	Forskare och lektor	V. Hamnen
4	13-03-14	Kvinna	65	Gift, 2 barn	Ingenjör	Pensionär samt turistguide	V. Hamnen
5	13-03-14	Man	65	Gift, 2 barn	Ekonom	Pensionär	V. Hamnen
6	13-03-14	Man	27	Singel	Ingenjör	Teknikkonsult	V. Hamnen
7	13-03-14	Kvinna	25	Sambo	Ekonom	Rådgivare, bank	V. Hamnen
8	13-03-14	Kvinna	65	Skild, 2 barn	Juridik	Regionchef, bostäder	V. Hamnen
9	21-03-14	Kvinna	37	Singel	Miljö	Miljöinspektör	V. Hamnen
10	21-03-14	Man	50	Singel	Ingenjör	Regionchef, geoteknik	V. Hamnen
11	21-03-14	Kvinna	40	Gift, 1 barn	Ingenjör	Energikonsult	V. Hamnen
12	24-03-14	Man	29	Gift, 2 barn	Systemutveckling	Programmerare	Hyllie
13	26-03-14	Man	23	Gift	Gymnasie	Lokalvårdare	Hyllie
14	26-03-14	Kvinna	23	Sambo	Systemvetenskap	Student	Hyllie
15	26-03-14	Kvinna	36	Singel, 1 barn	Marknads- kommunikation	Projektledare, kommunikation	Hyllie



## Bilaga 2 – Tabell över informanter från offentlig/privat verksamhet

	Datum	Namn	Organisation	Yrkesroll
1	11-02-14	Claes Jeppsson	Veidekke	Regionchef Region Skåne
2	12-02-14	Lari Pitkä-Kangas	Malmö Stad	Kommunalråd: Konsument, stadsekologi och utveckling
3	18-02-14	Peder Berne	E.ON	Project Manager Sustainable City
4	25-02-14 (Mail)	Jeanette Madsen	MKB	Uthyrningschef av nyproduktion
5	27-02-14 (föreläsning)	Sigrun Esbensen	E.ON	Försäljningsanalytiker
6	14-03-14	Tor Fossum	Malmö Stad	Miljöstrateg: Stadsbyggnadskontoret
7	18-03-14	Rikard Roth	Roths fastigheter	Verkställande direktör

## Bilaga 3 – Intervjuguide 1: Claes Jeppsson, Veidekke.

### Den hållbara staden

1. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
2. Berätta lite om era hållbarhetsprojekt i Malmö.
  - Vad erbjuder ni för möjligheter till hållbart boende?
  - Vad har ni för motiv och incitament till att bygga hållbara boenden i dessa stadsdelar?
3. Inom begreppet hållbar utveckling brukar man prata om hållbarhet utifrån 3 perspektiv; det sociala, ekonomiska och ekologiska perspektivet. Hur balanserar ni de tre?
4. Hur samarbetar ni med andra aktörer som t.ex. Malmö Stad, E.on och VA Syd vid byggandet av hållbara fastigheter?
  - Ur ett hållbarhetsperspektiv, vem är pådrivande i projekten?
  - Hur ser ni på företagssidans roll i utvecklingen av hållbara städer, detta i jämförelse med det offentliga och konsumenterna?
5. Bidrar Malmö stad med krav eller incitament för att ni ska fortsätta utvecklas i en hållbar riktning eller marknaden styr?
6. När det byggs hållbara stadsdelar såsom Hyllie, vilket är det största värdet detta skapar för er som företag, kommunen och för samhället i stort?
7. Hur planerar ni för framtiden? Lagar vs. egen agenda med högre miljömål än vad lagen kräver?
  - Vad tror du är nästa steg i utvecklingen av ett hållbart Malmö/Hyllie/Västra Hamnen?

### Den hållbara konsumenten

8. Har ni någon speciellt strategi med vilken typ av invånare ni bygger hållbara boenden för?
  - Finns det några indikationer på om er utgångspunkt stämmer med utfallet?
9. Vad gör ni för att era kunder ska kunna bo så klimatsmart som möjligt?
  - Hur försöker ni styra invånarnas beteende till ett så hållbart beteende som möjligt?

10. Hur har projekten hittills uppfattats av konsumenterna?
  - Skapar det något värde för dem?
  - Hur kan detta bli uppmätt?
  
11. Kan invånarna själva vara med och påverka hur Hyllie & Västra hamnen ska utformas? I så fall hur?
  - Bör det finnas en dialog med konsumenterna vad gäller hållbarhet?
  
12. Hur mycket pushar ni för de miljövänliga bitarna när ni säljer/hyr ut lägenheterna till konsumenter?
  
13. Hur nyttjar ni smart teknik för att minska de boendes energiförbrukning?
  - Fyller tekniken sitt syfte?

## Bilaga 4 - Intervjuguide 2: Lari Pitkä-Kangas, Malmö stad.

### Den hållbara staden

1. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
2. Berätta lite om projektet att få Malmö till en hållbar stad, vilka är motiven?
3. Hur ser er relation till företagssidan och konsumentsidan ut, vad gäller utvecklandet av det hållbara Malmö?
  - Vem är pådrivande i projekten?
4. Bidrar Malmö stad med några incitament till företag och konsumenter, för att driva på utvecklingen mot ett hållbarare Malmö?
5. Hur mäter ni om en stadsdel är framgångsrikt hållbar?
6. Varför har just Hyllie och Västra hamnen valts ut som de stadsdelar som ska leda utvecklingen?
  - Hade det inte gått lika bra att rusta upp till exempel Rosengård?
7. När det byggs hållbara stadsdelar såsom Hyllie & Västra hamnen, vilket är det största värdet detta skapar för samhället som du ser det?
  - Skapar det något värde för företagen och konsumenterna?

### De hållbara konsumenterna

8. Hur ser ni på konsumenter?
  - Har ni en tilltänkt målgrupp för Hyllie och Västra hamnen?
  - Vad baseras denna i så fall på och hur försöker ni nå ut till dessa invånare?
  - Finns det några uppgifter på om er utgångspunkt stämde med utfallet?
9. Vad tror du lockar invånare till att flytta till dessa områden?
10. Vad gör Malmö stad för att invånarna ska bo så klimatsmart som möjligt?
  - Hur försöker ni styra invånarnas beteende till att bli mer hållbart?
11. På vilket sätt kan Malmö stad mest effektivt påverka beteendet hos människor?

12. Kan invånarna själva vara med och påverka hur Hyllie och Västra Hamnen ska utformas vad gäller det hållbara bitarna av miljön? I så fall, hur?

## Bilaga 5 - Intervjuguide 3: Peder Berne, E.ON Sverige.

### Den hållbara staden

1. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
2. Vad har ni för motiv till att bidra till ett mer hållbart samhälle i Malmö?
  - Då ni tjänar pengar på energikonsumtion, vad har ni för incitament till att minska människors energikonsumtion?
3. Hur samarbetar ni med andra aktörer som t.ex. Malmö Stad, byggherrar och VA Syd vid utvecklandet av hållbara städer?
  - Ur ett hållbarhetsperspektiv, vem är pådrivande i projekten?
  - Hur ser ni på företagssidans roll i utvecklingen av hållbara städer, detta i jämförelse med det offentliga och konsumenterna?
4. Finns det något krav eller incitament från Malmö stad för att ni kontinuerligt ska driva på utvecklingen i en mer hållbar riktning?
5. Vilket värde skapar en hållbar stad för samhället, er som företag och individen?

### De hållbara konsumenterna

6. Hur ser ni på konsumenter?
  - Har ni en tilltänkt målgrupp i Hyllie och Västra hamnen?
  - Hur segmenterar ni kunderna?
  - Vad gör ni för att varje segment ska sänka sin energiförbrukning?
7. Vet ni vad som kännetecknar de människor som hittills valt att bosätta sig i ett hållbart boende?
  - Vad lockar dessa människor att flytta dit?
8. Vad gör ni för att era kunder ska kunna bo så klimatsmart som möjligt?
  - Hur försöker ni styra invånarnas beteende mot en mer hållbar riktning?
  - Vilka faktorer tror du är viktiga att belysa?
9. Kan invånarna själva vara med och påverka hur utvecklingen av sänkt energikonsumtion ska gå till? I så fall, hur?
10. Hur mycket hjälper smart teknik till för att sänka energikonsumtionen?

- Hur uppfattas denna av konsumenterna?
- Kan den få motsatt effekt?

## Bilaga 6 - Intervjuguide 4: Tor Fossum, Malmö stad.

### Den hållbara staden

1. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
2. Berätta lite om projektet att få Malmö till en hållbar stad, vilka är motiven?
3. Vem bär ansvaret till att utveckla staden till att bli hållbar stad?
4. Hur ser er relation till företagssidan ut?
  - Vem är pådrivande i projekten?
5. Hur ser er relation till konsumentens sida ut, vad gäller utvecklandet av det hållbara Malmö?
6. Bidrar Malmö stad med några incitament till företag och konsumenter, för att driva på utvecklingen mot ett hållbarare Malmö?
7. Varför har just Hyllie och Västra hamnen valts ut som de stadsdelar som ska leda utvecklingen?
  - Hade det inte gått lika bra att rusta upp till exempel Rosengård?
8. När det byggs hållbara stadsdelar såsom Hyllie & Västra hamnen, vilket är det största värdet detta skapar för samhället som du ser det?
  - Skapar det något värde för företagen och konsumenterna?

### De hållbara konsumenterna

9. Hur ser ni på konsumenter?
  - Har ni en tilltänkt målgrupp för Hyllie och Västra hamnen?
  - Vad baseras denna i så fall på och hur försöker ni nå ut till dessa invånare?
  - Finns det några uppgifter på om er utgångspunkt stämde med utfallet?
10. Vad tror du lockar invånare till att flytta till dessa områden?
11. Tror du att en flytt till dessa områden påverkar invånarnas beteende på något vis?
12. Tror du det finns drivkrafter för boende att bete sig hållbart idag?



- Vad tror du det finns för hinder?
13. Vad gör Malmö stad för att invånarna ska bo så klimatsmart som möjligt?
- Försöker ni styra invånarnas beteende till att bli mer hållbart?
  - Erbjuder ni någon utbildning för de boende för att höja kunskapsnivån om hållbart beteende?
14. På vilket sätt kan Malmö stad mest effektivt påverka beteendet hos människor?
- Gör ni detta idag?
15. Kan invånarna själva vara med och påverka hur Hyllie och Västra Hamnen ska utformas vad gäller det hållbara bitarna av miljön? I så fall, hur?

## Bilaga 7 - Intervjuguide 5: Rikard Roth, Roth Fastigheter AB.

### Den hållbara staden

1. Vad tänker du på när du hör begreppet *hållbarhet*?
  - Finns alla tre dimensionerna med och i så fall hur balanseras de tre?
2. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
3. Berätta lite om era hållbarhetsprojekt i Malmö.
  - Vad har ni för motiv och incitament till att bygga hållbara boenden?
  - Utifrån er hemsida ser det inte ut som ni byggt den här typen av fastighet innan och ni är även den första privata aktören att ha boende i ert hus. Hur har tankarna varit här?
4. Vem bär ansvaret till att utveckla staden till att bli hållbar stad?
5. När det kommer till utvecklandet av det hållbara Malmö.
  - Hur ser relationen till andra företag ut?
  - Hur ser relationen till det offentliga ut?
  - Hur ser relationen till slutkonsumenten ut?
  - Ur ett hållbarhetsperspektiv, vem är pådrivande i projekten?
  - Hur ser ni på företagssidans roll i utvecklingen av hållbara städer, detta i jämförelse med det offentliga och konsumenterna?
6. Bidrar Malmö stad med krav eller incitament för att ni ska fortsätta utveckla samhället i en hållbar riktning?
  - Finns det andra dimensioner som styr utvecklingen?
7. När det byggs hållbara stadsdelar såsom Hyllie & Västra hamnen, vilket är det största värdet detta skapar för samhället som du ser det?
  - Skapar det något värde för företagen?
  - Skapar det något värde för konsumenterna?

### Den hållbara konsumenten

8. Hur ser ni på konsumenter?
  - Hade ni en tilltänkt målgrupp för er fastighet Hyllie?
  - Vad baserades denna i så fall på och hur försöker ni nå ut till dessa invånare?

- Finns det några uppgifter på om er utgångspunkt stämde med utfallet?
9. Vad tror du lockar invånare till att flytta till detta område?
  10. Tror du det finns drivkrafter för boende att bete sig hållbart idag?
    - Vad tror du det finns för hinder?
  11. Tror du att en flytt till dessa områden (Hyllie) påverkar invånarnas beteende på något vis?
  12. Vad gör ni som byggherre för att invånarna ska bo så klimatsmart som möjligt?
    - Försöker ni styra invånarnas beteende till att bli mer hållbart?
    - Pushar ni för hållbarhetsdimensionen när ni hyr ut lägenheterna?
    - Erbjuder ni någon utbildning för de boende för att höja kunskapsnivån om ett hållbart beteende?
  13. På vilket sätt kan ni som byggherre och fastighetsägare mest effektivt påverka beteendet hos människor?
    - Gör ni detta idag?
  14. Kan invånarna själva vara med och påverka hur Hyllie ska utformas vad gäller hållbarhetsaspekten? I så fall, hur?
    - Bör det finnas en dialog med konsumenterna som du ser det?

## Bilaga 8 – Intervjuguide 6 (Mail): Jeanette Madsen, MKB.

### De hållbara konsumenterna/invånarna

1. Berätta lite om ert hållbarhetsprojekt - Hur skulle du definiera en hållbar stad?
2. Vad var MKB:s mål? Har ni någon speciellt strategi med vilken typ av invånare ni vill locka?
  - Fanns det någon "mall" ni utgick ifrån och byggde era analyser ifrån?
  - Finns det några indikationer på om er utgångspunkt stämde med utfallet?
3. Vet du hur användandet av smart teknik ser ut i området?
4. Kan invånarna själva vara med och påverka hur Hyllie ska utformas? I så fall hur?
5. Hur försöker ni (MKB) påverka utvecklingen av hållbar konsumtion i staden? Distribueras någon form av information, utbildning etc?
6. Hur har projektet hittills uppfattats av konsumenterna? Skapar det något värde för dem? Hur kan detta bli uppmätt?

### Den hållbara staden

7. Om man som företag vill bygga i Hyllie, vad finns det för krav på energieffektivisering från kommunens sida? Finns det andra krav? Smart teknik t.ex.?
8. Hur mäter ni att era fastigheter är framgångsrikt hållbara? Kommer ni uppnå målen ni har satt?
9. Under vår utbildning har vi pratat mycket om 'shared values' för företaget och samhället. När det byggs hållbara stadsdelar såsom Hyllie, vilket är det största värdet detta skapar för företagssidan som du ser det? För samhället i stort?
10. Vad är du mest nöjd med, vad gäller Malmös hållbara utveckling?
11. Vad är nästa steg i utvecklingen av ett hållbart Malmö/Hyllie? Nu har utvecklingen av Hyllie tagit fart med arenan, Emporia och husbyggnad på plats, folk har också börjat flyttat dit. Finns det konkreta planer från MKB:s håll på vad som händer närmast?

## Bilaga 9 - Intervjuguide: Konsumenter boende i Västra Hamnen/Hyllie

Intervjuobjekt

1. Datum \_\_\_\_\_

2. Kön

Kvinna ( )

Man ( )

3. Ålder \_\_\_\_\_

4. Civilstånd

Singel ( )

I ett förhållande ( )

Gift ( )

Sambo ( )

5. Eftergymnasial utbildning \_\_\_\_\_

6. Sysselsättning \_\_\_\_\_

7. Kontaktuppgifter

Namn \_\_\_\_\_

Telefonnummer \_\_\_\_\_

### Individvärden och förhållande till hållbarhet

1. Hur skulle du beskriva dig själv som person?
2. Vad värdesätter du högt i livet?
3. Vad tänker du på när du hör begreppet *hållbarhet*?
4. Hur skulle du definiera en hållbar stad?
5. Vem tycker du bär ansvaret för att utveckla ett hållbart samhälle?
  - Om inte du som konsument bär ansvaret, kan du påverka de som bär ansvaret i din mening?

6. Hur anser du att du kan bidra till ett mer hållbart samhälle?
  - Gör du detta idag?
7. Känner du att du verkar mer för ett hållbart samhälle än gemene man?
  - Hur då?
  - Varför/varför inte gör du detta?
  - Finns det något du kunde göra mer av?
8. Tycker du att det finns tillräckliga drivkrafter för dig som invånare/konsument till att bete dig mer hållbart idag?
  - Hur då?
  - Vad kan bli bättre?
  - Finns det några hinder som du ser det?

### Livet i den hållbara stadsdelen

9. Vilka var anledningarna till att du/ni flyttade till Västra Hamnen/Hyllie?
10. Vad värdesätter du högst med ert boende i Västra Hamnen/Hyllie, både vad gäller lägenheten och området?
11. Fanns hållbarhet och energieffektivisering med som en parameter när du/ni valde att flytta till ert nuvarande boende?
12. Marknadsfördes/informerades det om att stadsdelen och fastigheten ni bor i karaktäriseras som hållbar?
  - Om ja: Var du/ni beredda att betala mer för en hållbar bostad?
  - Varför/varför inte?
13. Har boendet lett till att du/ni förändrat ert beteende på något vis?
14. Underlättas ett klimatsmart beteende genom ert nuvarande boende?
15. Har ni gjort några besparingar i ekonomiska termer av att bo i ett mer 'hållbart hem'?
  - Om ja: vad har denna besparing huvudsakligen använts till?

## Hållbart konsumtionsbeteende

16. Tänker du/ni på energiförbrukningen i ditt/ert vardagliga liv?
17. Hur gör ni för att reducera er energiförbrukning?
18. Känner du att din sociala omgivning påverkar din attityd och ditt beteende när det kommer till hållbarhet kopplat till ditt beteende?
19. Använder du någon form av smart teknik i din lägenhet med syfte att sänka energikonsumtionen?
  - Om det inte finns: tror personen att hen hade nyttjat den om det funnits?
20. Äger ni någon bil?
  - Vad för typ?
  - Hur mycket används den i relation till kollektivtrafik, cykel, promenad?
21. Har ni fått någon form av utbildning eller information från någon offentlig eller privat aktör angående er konsumtion eller ert beteende?

## Bilaga 10 – Informationsbrev



LUNDS UNIVERSITET  
Ekonomihögskolan

**EXAMENSARBETE**  
**LUNDS UNIVERSITET**

David Huynh och Jacob Larsson  
[david.e.huynh@gmail.com](mailto:david.e.huynh@gmail.com)  
[jacoblarsson91@hotmail.com](mailto:jacoblarsson91@hotmail.com)

0734 - 22 57 25  
0722 - 03 21 10

26 februari 2014  
Lund

Hej,

Vi är två studenter från Lunds Universitet som denna termin skriver vår magisteruppsats inom ämnet Hållbara Städer ur ett konsumentperspektiv.

Urbanisering och hållbar utveckling är två av vår tids största utmaningar. 75% av jordens koldioxidutsläpp sker i städer. Samtidigt menar forskare att invånare i städer förbrukar mindre energi än invånare i förorter och på landsbygden. Städer är kanske den viktigaste pusselbiten för en grönare och mer hållbar tillväxt i världen.

Du som har fått det här brevet lever i Malmö, ett Malmö som idag av många anses vara en innovativ stad med stor mångfald och som har alla möjligheter i världen att göra den här världen bättre.

Du som har fått det här brevet bor i en fastighet från Bengt Nevsten Fastigheter, vilka tillhör några av de miljövänligaste i Malmö, därmed är du också med och bidrar till ett mer miljövänligt Malmö.

Vi vill undersöka varför du valt att flytta till den lägenhet du idag bor i och skulle vara väldigt tacksamma om du hade varit intresserad av att delta i en intervju med oss.

De insikter vi får genom intervjuerna kommer förhoppningsvis leda till mer hållbara byggen i framtiden, där dina åsikter blir värdefulla för att driva på utvecklingen av det hållbara Malmö.

Som tack för att du ställer upp får du en Trisslott och givetvis får den som vill även ta del av det resultat vi kommer fram till.

Vi hoppas att du vill vara med och ge din berättelse till vårt arbete. Kontakta oss så berättar vi mer!

Vänliga hälsningar,

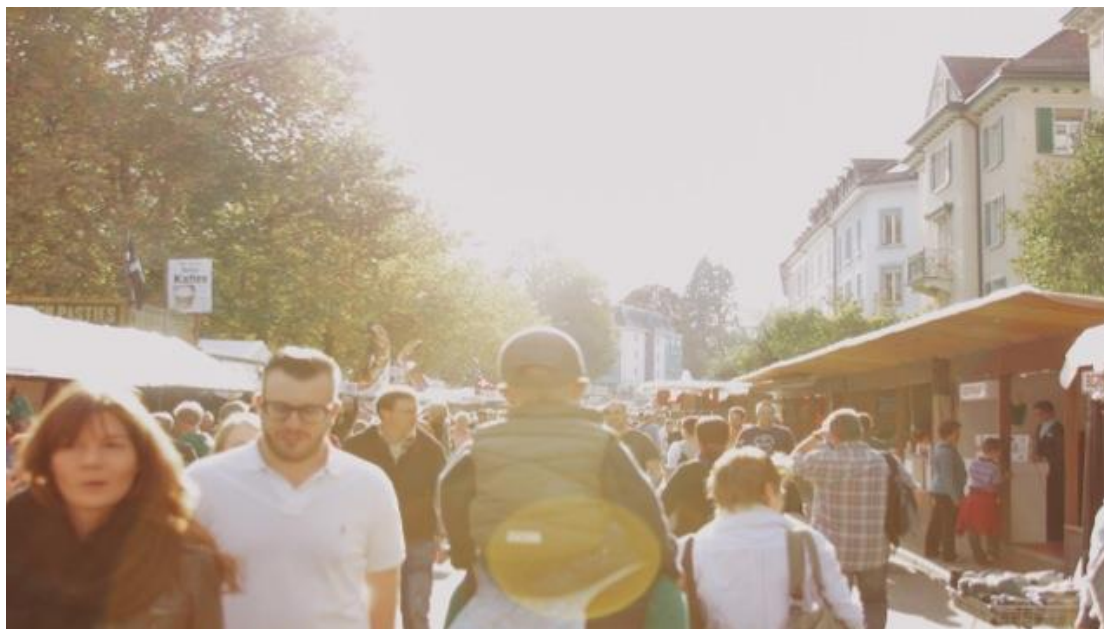
David och Jacob



## Bilaga 11 – Artikel

### Publiceringsförslag:

Miljöaktuellt  
Sydsvenskan  
Skånska Dagbladet



Har invånare högre ambitioner för hållbara städer, än de som planerar dem? Enligt en färsk studie från Lunds Universitet kan det vara fallet.

### Utvecklas den hållbara staden för långsamt?

**LUND.** Något händer i världens storstäder, de förändras från grunden, de förändras för framtiden. En ny studie från Ekonomihögskolan vid Lunds Universitet visar hur ökad kunskap om invånarnas värden, kan förbättra utvecklingen av hållbara städer och därmed bidra till en hållbar utveckling.

#### Människan i stadens centrum

Medvetenheten kring hållbar utveckling har på senare tid drivit på utvecklingen av hållbara städer, det byggs, det planeras, det förändras. Mitt i denna förändring står städernas invånare som kanske den viktigaste pusselbiten för att lyckas. För det är deras städer, deras promenadstråk och därmed deras liv som förändras. Förståelsen för hur invånare i hållbara städer resonerar kring sina liv, behöver

därför inte bara vara en del i planeringen, det behöver vara den största delen.

#### Den goda medborgaren

Hur ser då typinvånaren i en hållbar stad ut och vad får det för konsekvenser för de städer och företag som vill skapa hållbara städer? Enligt studien i Västra Hamnen och Hyllie utförd av David Huynh och Jacob Larsson, är den typiska invånaren en människa öppen för förändring, någon som gillar att njuta i vardagen men där njutandet lika gärna kan komma från att andra har det bra.

”Många har menat att det hållbara valet är tillfredsställande att göra” säger Larsson och berättar att utvecklingen av det hållbara hade kunnat snabbas på om städer och företag arbetat hårdare.

”De [invånarna, red. anm.] har känt sig motiverade att bidra och menat att det kan göras betydligt mer. Finns infrastrukturen är de villiga att förändra sig för att dra sitt strå till en hållbar utveckling” fyller Huynh i.

### **Minskat bilberoende**

Att vara öppen för förändring i Västra Hamnen och Hyllie har gjort att invånarna vågat testa på nya ekologiska varor, flertalet har sålt sin bil, då den inte längre behövts, samtidigt har man annammat en ny syn på källsortering och energireducering. Individer har, tack vare smart infrastruktur, fått större möjlighet och motivation till att bidra till ett bättre samhälle. En hållbar livsstil är något som informanterna menat genererar en inre tillfredsställelse.

”Invånarna vi intervjuat har gett det hållbara ett stort egenvärde och haft en

önskan om att bidra till en bättre värld” berättar forskarna unisont.

Huynh fortsätter: ”Hållbara städer har ju varit på tapeten ett tag nu, men vi hittade inga befintliga studier på vilka invånarna i en hållbar stad är. Hur ska då myndigheter och företag kunna veta hur dessa människor tänker och fungerar, då samhället håller på att förändras i en hållbar riktning?”

Efter studiens färdigställande menar både Huynh och Larsson att utvecklingen kan drivas på snabbare, invånarna uppskattar det hållbara och vill bidra mer, dock känner de att de redan dagsläget gör vad möjligheterna tillåter.

”Det är ju faktiskt svårt att duscha snabbare än en minut” avslutar Larsson.

Malin Deenso

