



# Lomma Green Map

## - En studie om medborgarinvolvering i Lomma kommun

---

*Frida Simonson*

2014

**Miljövetenskap**

Examensarbete för masterexamen 30 hp

Lunds universitet



# Lomma Green Map

- En studie om medborgarinvolvering i Lomma kommun

Frida Simonson

2014-10-14

**Examensarbete för masterexamen 30 hp, Miljövetenskap, Lunds universitet**

Intern handledare: Åke Thidell, Internationella miljöinstitutet, Lunds universitet

Extern handledare: Tim Schnoor, Lomma kommun



## Abstract

In Sweden, municipalities are key players in the environmental work to achieve the ambitious energy and climate goals that are set. For Sweden to be able to meet the national environmental targets that are set to 2020 requires that all the actors in Sweden cooperate. For citizens, these goals mean that lifestyle changes are required, which includes consumption, transport and the use of resources.

One way to provide citizens with the means to change their lifestyle is to involve them in the municipality's climate work through various measures. One of these tools is to create citizen involvement with a Green Map. A Green Map is a local project where the result is an interactive map, which is created jointly by all who lives in the area.

The purpose of this study is to explore the possibility of involving citizens in the municipality's climate work through a Green Map. This will be done by interviewing and evaluating the Open Green Maps created in Sweden, but also by creating a pilot version of an Open Green Map in Lomma. Interviews with operations in Malmö and Blekinge showed the need for continuous promotion of the map. Otherwise it will not stay active. According to the survey conducted in Lomma, a large majority of the respondents believe that a Green Map is a good tool, for involving the citizens in the municipality's climate work. The map can act as a platform, where citizens participate and communicate their opinions. This study also shows that a continual development of the map is needed. The possibility that a Green Map should be able to develop citizen involvement is high, when the map is combined with other tools and measures in the municipality. A Green Map can also be developed with several categories such as transport, nature areas, trails and renewable energy. The municipality of Lomma is recommended to continue the work with Lomma Green Map to develop an ambitious climate work with help from the map.

## Sammanfattning

I Sverige är kommunerna nyckelaktörer i miljöarbetet med att uppnå de ambitiösa energi- och klimatmål som är satta. Men för att Sverige ska klara de nationella miljökvalitetsmål som är satta till 2020 behöver samtliga aktörer i Sverige samarbeta. För medborgarna innebär dessa mål att livsstilsförändringar krävs bland annat inom konsumtion, transporter och resursanvändning. Ett sätt att ge medborgarna medel för att ändra sin livsstil är att involvera dem i kommunens klimatarbete genom olika åtgärder. Ett av dessa verktyg är att skapa medborgarinvolvering genom en Green Map. En Green Map är ett lokalt projekt där resultatet består av en interaktiv karta som skapas gemensamt av alla som bor och arbetar i det aktuella området.

Syftet med studien är att undersöka möjligheten att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete genom en Green Map. Detta kommer att göras genom att intervjua och utvärdera Open Green Maps som skapats i Sverige samt skapa en pilotversion av en Open Green Map för bedömning i Lomma.

Intervjuer med verksamheter i Malmö och Blekinge visade att det krävs kontinuerlig marknadsföring av kartan för att den ska vara aktiv. Enligt enkätundersökningen som genomfördes i Lomma anser en övervägande del av de svarande att en Green Map är enkel att förstå och använda, att de skulle kunna tänka sig att använda kartan för att hitta information, samt att de tror att en Green Map är ett bra sätt att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete. För att kartan ska kunna agera som en plattform där medborgarna deltar och kommunicerar sina åsikter behövs en kontinuerlig utveckling av kartan. Möjligheten för att en Green Map ska kunna skapa en ökad medborgarinvolvering är stor då verktyget samverkar med andra verktyg och åtgärder som finns i kommunen. En Green Map kan även utvecklas med flertalet kategorier så som transporter, naturområden, vandringsleder och förnyelsebar energi. Lomma kommun rekommenderas att fortsätta arbetet med Lomma Green Map för att utveckla ett ambitiöst klimatarbete med hjälp av kartan.

## Innehållsförteckning

1. Inledning .....	1
1.1 Syfte och frågeställningar .....	2
1.2 Miljövetenskaplig relevans .....	2
2. Bakgrund.....	3
2.1 Introduktion till Green Map System .....	4
2.2 Aktiva Open Green Maps i Sverige .....	5
2.3 Konsumtion .....	6
2.4 Medborgarinvolvering.....	8
2.5 Kommuners roll för medborgarinvolvering.....	9
2.6 Lomma Kommun .....	10
3. Teori.....	12
4. Metod .....	14
4.1 Open Green Maps i Sverige .....	15
4.2 Intervjuer med verksamheter .....	16
4.3 Lomma Green Map – en pilotversion.....	17
4.4 Utveckling och utvärdering av Lomma Green Map.....	17
4.5 Avgränsningar .....	18
5. Resultat.....	19
5.1 Erfarenheter från svenska Open Green Maps.....	19
5.2 Verksamheters erfarenheter av Open Green Map .....	21
5.3 Lomma Green Map.....	23
5.4 Utvärdering av Lomma Green Map.....	24
6. Diskussion.....	26
6.1 Green Map som styrmedel.....	26
6.2 Lomma Green Map.....	27
6.3 Egna reflektioner av att skapa en Green Map.....	32
6.4 Rekommendation .....	34
6.5 Miljövetenskaplig relevans.....	35
7. Slutsats .....	36
8. Tackord .....	37
Referenser .....	37
Bilaga 1. Frågor till verksamheter.....	41
Bilaga 2. Webbenkät .....	42

## Lista över förkortningar

GM	Green Map
GMS	Green Map System
LGM	Lomma Green Map
OGM	Open Green Map
SKL	Sveriges Kommuner och Landsting



# 1. Inledning

För att Sverige ska klara de energi- och klimatmål som är satta till 2020 och 2050 krävs det att alla aktörer i Sverige samarbetar. För medborgarna innebär detta att förändringar krävs bland annat inom konsumtion, transporter och resursanvändning. Kommunerna i Sverige är nyckelaktörer i arbetet med att uppnå ambitiösa energi- och klimatmål samt att bidra till arbetet för en mer hållbar utveckling (Naturvårdsverket, 2012).

Klimatförändringen är komplex och ett utmanande problem. Speciellt utmanande då de avgörande besluten kräver en tidsskala på 50 eller 100 år, vilket innebär långsiktigt planerande. Dessutom innebär de lokala effekterna av klimat- och miljöförändringarna en stor osäkerhet, då det är svårt att förutse hur stor påverkan blir lokalt. Flera regionala och kommunala planer och strategier har utvecklats för att arbeta med miljöproblem, men dessa har ofta problem med att integrera flera sektorer, så som näringslivet, allmänheten och myndigheter. Det är tydligt att kommuner behöver nya verktyg och strategier för att kunna möta dagens och framtidens miljöutmaningar (Layman, 2012).

För att förändringar ska kunna ske hos allmänheten i svenska kommuner behövs åtgärder och styrmedel som medborgarna kan bli engagerade och inspirerade av. Ett sätt att ge medborgarna medel för att förändra sin livsstil är att involvera dem mer i kommunens klimatarbete genom olika åtgärder. Ett av dessa verktyg är att skapa medborgarinvolvering genom en Green Map (GM). En GM är en interaktiv karta över ett bestämt område. Att göra en GM är ett lokalt projekt och skapas gemensamt av alla som bor eller arbetar i det aktuella området (Green Map, 2014a). Kartan kan till exempel syfta till att skapa en mer klimatsmart livsstil och markerade ställen på kartan kan vara allt från cykeluthyrningsställen, gröna och viktiga platser, ekologiska butiker och stadsnära oaser. Det positiva med GM-konceptet är att medborgarna både kan vara med och skapa kartan genom att ge förslag på platser och aktiviteter som de tycker ska finnas med i kartan samt använda kartans funktioner. Tanken är att kartan ska vara ett utvecklingsprojekt som kontinuerligt uppdateras med hjälp av medborgarna (Green Map, 2014a).

Lomma kommun kommer under 2014 att göra en ny energi- och klimatplan. Kommunen är intresserade av att involvera medborgarna mer i deras klimatarbete (Schnoor, 2014). En ökad medborgarinvolvering kan skapas genom olika åtgärder där medborgarna informeras eller involveras på olika vis. I ett tidigare projekt kom Roslund *et al.*, (2014) fram till att ett lämpligt projekt för att involvera medborgarna i Lomma är genom en GM. Resultatet visade även att medborgarna är intresserade av att få förslag och enkla tips på miljövänliga lösningar och hjälpmedel för att kunna bli mer klimatsmarta i vardagen. I detta projekt

undersöks verktyget GM, med avseende på hur kartan kan skapas, vad den åstadkommer samt erfarenheter av andra arbeten med GM i Sverige. Projektet syftar även till att undersöka hur GM-konceptet kan implementeras i en kommun (Lomma) för att uppmuntra medborgarna till en mer klimatsmart livsstil. Kartan ger enkla tips och exempel på hur man kan leva mer klimatsmart i vardagen och är skapad i samarbete med Lomma kommun.

Målet är att medborgarna ska kunna använda sig av kartan för att få tips och idéer till en mer klimatsmart livsstil. Medborgarna kan få reda på var lokal klimatsmart konsumtion finns i kommunen samt få tips på enkla förändringar eller lösningar som kan genomföras i hushållet eller i vardagen.

## 1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka möjligheterna att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete genom en GM. Detta kommer att göras genom att intervjua och utvärdera Open Green Maps (OGM) som skapats i Sverige samt skapa en pilotversion av en OGM för bedömning i Lomma. En GM i Lomma ska fungera som ett verktyg för att visa kommunens invånare hållbara möjligheter som finns i kommunen, samt skapa kunskap och diskussion om klimatsmart konsumtion. Kartan kan också utgöra en plattform för dialog mellan kommunen, dess invånare och besökare, samt de verksamheter som på ett eller annat sätt bidrar till klimatsmarta alternativ. Avsikten är även att öka medvetenheten om miljö, vilket därmed kan bidra till beteendeförändringar i riktning mot mer miljövänliga handlingar.

Frågeställningar:

- Vilka tidigare erfarenheter finns om Green Map i Sverige?
- Skapar en Green Map en ökad medborgarinvolvering i Lomma kommuns klimatarbete?
- Hur kan en Green Map utvecklas i Lomma kommun?

Detta arbete avgränsas genom att endast studera OGM:s i Sverige för att undersöka hur GM-konceptet använts och fungerat i svenska förhållanden. LGM är begränsad till Lomma kommun eftersom det är medborgarna i Lomma kommun som ska involveras i kommunens klimatarbete.

## 1.2 Miljövetenskaplig relevans

I Naturvårdsverkets (2014a) årliga uppföljning av Sveriges miljömål konstaterades det att 14 av 16 mål inte kommer att nås till 2020. För att vi ska kunna få ett mer hållbart samhälle till nästa generation utan miljö- och hälsoproblem krävs det att miljömålen uppnås. Konsumtionen bidrar till att flera mål inte nås genom

den ohållbara utveckling som sker. Naturvårdsverket anser därför att åtgärder inom konsumtion behöver prioriteras. Strategier behöver även utvecklas för att skapa en mer hållbar konsumtion.

Den största möjligheten på kort sikt är att konsumenter gör mer klimatsmarta val vid konsumtion för att minska dess påverkan, bland annat i form av utsläpp. Då olika livsmedel ger upphov till olika stora utsläpp är det viktigt att leda konsumenterna i rätt riktning. Växthusgasutsläppen kan påverkas genom konsumenterna val av hur mycket och vad som konsumeras. Dessutom påverkas utsläppen av vart produkten köps, om det är i närheten eller långt ifrån hushållet, samt vilket transportsätt som används (Naturvårdsverket, 2008).

Sveriges klimatstrategi har till stor del fokuserat kring ekonomiska styrmedel, bland annat koldioxidskatt och utsläppshandel. Dessa har sedan kompletterats med mer riktade styrmedel som information, teknikupphandling och investeringsbidrag (Naturvårdsverket, 2014b). En stor del av det praktiska arbetet med hållbar utveckling och miljöfrågor bedrivs av Sveriges kommuner. Kommunernas roll för det svenska miljöarbetet är därför viktigt. För att kunna skapa ett framgångsrikt energi- och klimatarbete i en kommun behöver medborgarna vara involverade och motiverade att bidra till det gemensamma arbetet. Kommunerna har generellt ett ansvar för miljöinvesteringar, miljöaspekter i samhällsplaneringen och ett utåtriktat miljöarbete mot företag och allmänheten. Miljöinvesteringar kan t ex. vara investeringar i en ny fordonsflotta med mer miljövänliga fordon för att minska utsläppen av växthusgaser, anläggningar för en ökad återvinning och förnybara energikällor (Naturvårdsverket, 2007).

Kommuner kan skapa lokala förändringar genom att vara ledande i klimatarbetet och satsa på att minska klimatpåverkan i den fysiska planeringen genom kollektivtrafik, energieffektiviseringar, utbyggnad av förnybar energi och ställa miljökrav vid offentlig upphandling. För att kunna skapa dessa förändringar krävs ett långsiktigt arbete (SKL, 2012).

## 2. Bakgrund

I denna del beskrivs konceptet Green Map System (GMS) närmare, med avseende på hur kartan kan fungera som verktyg för att skapa en mer hållbar livsstil bland medborgare. Därefter följer en kort introduktion om GM som intervjuats i Malmö, Blekinge och Stockholm. En GM kan vägleda medborgare till att göra mer klimatsmarta val vid konsumtion. Därför beskrivs konsumtionen och dess miljöpåverkan. En av uppmaningarna med GM är att konsumera närproducerade varor. Då närproducerade varor inte har en klar definition diskuteras begreppet efter delen med konsumtion. För att kunna engagera allmänheten i Lomma krävs en medborgarinvolvering. Vad innebär medborgarinvolvering? Detta begrepp förtydligas

längre fram i kapitlet. Slutligen beskrivs situationen i Lomma kommun, vilka tidigare åtgärder kommunen har testat och vad de resulterade i.

## 2.1 Introduktion till Green Map System

GMS är en ideell organisation och har funnits sedan 1995. Organisationen är ett nätverk som uppmanar till en hållbar samhällsutveckling världen över. GMS arbetar med att tillhandahålla verktyg för att skapa kartor som engagerar samhället i att tänka globalt och kartlägga lokalt. Varje karta som skapas är ett lokalt initiativtagande som hämtar idéer från GMS och dess nätverk. Det finns idag över 850 kartor som är skapade över hela världen. Flertalet kartor är skapade i bland annat Kina, Sydafrika, Japan, England, Tyskland, Rumänien, USA och Brasilien. Kartorna finns både som storskaliga regionala projekt men även mindre lokala projekt. Alla kartor är unika och är bland annat skapade av föreningar, privatpersoner, studenter och organisationer. De som skapat en karta blir en del av GM:s nätverk där alla aktiva medlemmar delar erfarenheter. GMS tar en årlig avgift för att få vara medlem på hemsidan. Avgifter varierar beroende på vem som är medlem, student, kommun, universitet eller förening. För en student kostar ett medlemskap för ett år 40 dollar och för tre år 110 dollar. För Lomma kommun kostar medlemskapet 675 dollar för ett år och 1856 dollar för tre år<sup>1</sup>. Antalet kartor per medlem är inte begränsat utan flera olika kartor kan skapas (Green Map, 2014b).

Det finns två olika sorters GM:s. En GM är en karta som skapats och sedan skrivits ut och används i pappersform. Den andra sorten är en OGM, en interaktiv karta som skapas och publiceras på nätet. Detta gör att kartan kontinuerligt kan uppdateras och utvecklas. I Sverige finns tretton olika GM:s och de flesta av dem är papperskartor. GM:s har skapats i bland annat Göteborg, Jönköping och Mönsterås. Aktiva OGM:s i Sverige finns i Stockholm, Malmö och Blekinge. Att kartorna är aktiva betyder att det finns någon som underhåller och uppdaterar dem. Det finns även icke aktiva OGM:s i Sverige och är alltså kartor som har avslutats. Kartorna kan skapas i varierande storlek och det finns exempel på hela landskap, en stad eller ett universitetsområde (Green Map, 2014c). GMS har även skapat en app som kan laddas ner till Iphone mot en kostnad. I appen kan man få fram en lista på de platser i kartan som finns närmast en. Dock kan man inte se kartan i kartvy (Green Map, 2014b).

Kartan skapas via GM:s hemsida där verktyg finns tillgängliga för att kartlägga en grön livsstil, natur och kulturella resurser. Olika ikoner kan väljas för att kategorisera de olika platserna som markeras på kartan.

---

<sup>1</sup> I aktuell valutakurs (2014-05-20) kostar ett medlemskap för en student ca 260kr för ett år och ca 720kr för tre år. För Lomma kommun kostar medlemskapet ca 4440kr för ett år och 12 220kr för tre år.

De olika kategorierna är hållbar livsstil som bland annat innefattar grön ekonomi (miljövänlig handel t ex ekologisk försäljning), teknik och design samt transporter. Natur innefattar land och vatten, flora, fauna och utomhusaktiviteter. Kultur och samhälle innefattar bland annat kulturella inslag och ekoinformation. Funktionerna som kan användas i den interaktiva kartan är en översikt med information om varje plats, men även kommentarer, bilder eller videor kan läggas till varje plats. Dessa funktioner gör att kartan kan fungera som en kommunikationsplats eller en social plattform. Tanken är att informationen i kartan ska uppmärksamma lokala, på olika vis hållbara platser och möjligheter som medborgarna kan ta del av (Green Map, 2014b).

Enligt GMS kan en GM på flera sätt vara ett smidigt verktyg för beslutsfattare, men även som en plattform vid utbildningsprojekt. En GM kan vara ett effektivt verktyg i planeringsprocessen och kan lokalt ge en ökad förståelse för till exempel miljöproblem. Kartan kan ge en tydlig översikt och agera utbildande då man studerar ekologi och systembeteende i förhållandet mellan människan och miljön. Kartan kan även vara en del av planeringen då man analyserar fysiska och sociala samspel som påverkar miljöproblem så som matproduktion, energiutveckling och besparing samt utsläpp. Då skapandet av kartan är en lokalt driven process kan skaparna få en "botten upp" förståelse för specifika behov i det aktuella området (Green Map, 2014d).

## 2.2 Aktiva Open Green Maps i Sverige

För att erhålla information om kartor som är skapade i Sverige intervjuades personer i Malmö, Blekinge och Stockholm. En kort introduktion till de tre kartorna beskrivs nedan.

### 2.2.1 Malmö

Malmö GM har skapats genom ett samarbete mellan Malmö stad och Naturskyddsföreningen i Malmö (Uppsäll, 2014). Kartan startades i juli 2009 och har sedan dess totalt 171 platser markerade i staden (Green Map, 2014c). Kartan i sig syftar till att visa upp klimatsmarta lösningar i staden. Kartan består av två delar där klimatsmarta lösningar, t ex var solpaneler, vindkraftverk och dagvattenhantering finns samt hur man som turist eller besökare i Malmö kan hitta hållbara turistmål, t ex. hållbara caféer och hotell. Syftet med projektet, inom vilket kartan skapades, var att minska klimatpåverkan inom området turism och fritidsresor. Kartan riktar sig till besökare och turister som kommer till Malmö, samt malmöborna själva (Malmö Stad, 2008). Malmö stad har tidigare gjort fysiska gröna kartor i pappersform med GMS och tycker att konceptet är bra. Dock blev de fysiska kartorna snabbt inaktuella och de valde därför att skapa en OGM som är enklare att utveckla och uppdatera (Uppsäll, 2014).

### 2.2.2 Blekinge

Blekinge Green Map har skapats av den ideella föreningen EkoBlekinge (Andersen, 2014). Kartan skapades i april 2009 och har 170 platser markerade över hela Blekinge (Green Map, 2014c). Syftet med Blekinge Green Map är att underlätta för en hållbar konsumtion i Blekinge. EkoBlekinge har även skapat Karlskrona Green Map med liknande syfte. För att begränsa och hålla kvaliteten på platserna i kartan har Andersen (2014) satt upp kriterier som platserna måste uppfylla för att få vara med. Enligt kriterierna ska *”mer än 50 % av produkterna/tjänsterna ha en kombination av en eller flera av dessa egenskaper: ekologisk, rättvisemärkta och miljömärkta”*. Platserna är även godkända om de har ett uttalat mål om att utöka till minst 50 % inom ett år eller ifall företaget är certifierat enligt Svanen. Verksamheten bör även ha ett uttalat intresse och engagemang för hållbar utveckling (EkoBlekinge, 2014).

### 2.2.3 Stockholm

Stockholm Green Map skapades i april 2008 av Stadens Eko, som är en ideell förening i Stockholm (Goldstein, 2014). Totalt är 282 platser inlagda över Stockholm stad (Green Map, 2014c). Syftet med kartan är att få invånarna att leva mer miljövänligt i staden. Stadens Eko startade 2006 med att göra en tryckt karta över Stockholm som publicerades i 50 000 exemplar. De tryckta kartorna delades ut under sommaren och uppskattades bland andra av verksamheter på kartan och medborgare. På grund av den tryckta kartans begränsningar skapades sedan den interaktiva kartan, Stockholm Green Map. Den interaktiva kartan är lättare att uppdatera och gör det lättare för medborgare att lämna in förslag på nya platser. Goldstein (2014) har även skapat Bagarmossen Community Green Map i Stockholmsförorten Bagarmossen där förortsborna kan lägga in sina favoritplatser.

## 2.3 Konsumtion

Den privata konsumtionen består av fyra aktiviteter, *äta, bo, shoppa och resa*. I dessa ingår de utsläpp som uppstår vid uppvärmning och energianvändning i hushållet, för att maten ska kunna nå butiken, personresor samt varor och tjänster som inte ingår i de övriga aktiviteterna. I aktiviteten *äta* skapar kött följt av mejeriprodukter de högsta utsläppen av växthusgaser (Naturvårdsverket, 2008).

Det finns fem enskilda aktiviteter som står för hälften av de totala utsläppen av växthusgaser och de är:

- Hur mycket och vilken bil vi åker (*resa*)
- Hur vi värmer våra bostäder (*bo*)
- Hur mycket el som används i bostaden (*bo*)
- Hur mycket och vilket kött vi äter (*äta*)

- Hur långt och ofta vi flyger (*resa*) (hämtat ur Naturvårdsverket, 2008).

Shopping är inte inräknat i dessa ovan nämnda punkter trots att den står för 15 procent av de totala utsläppen. Då shoppingen står för en stor del av utsläppen är det viktigt att dessa förändras för att kunna minska utsläppen. För att minska utsläppen krävs bland annat beteendeförändringar i samhället (Naturvårdsverket, 2008). I detta projekt behandlas shopping, hur vi värmer vår bostad, hur mycket el som används i bostaden samt hur mycket och vilket kött vi äter.

Konsumenter kan tillsammans skapa betydande utsläppsminskningar genom enkla beteendeförändringar i hushållet. Dock påverkas många val i hushållet långsiktigt då den tekniska livslängden med få utbytestillfällen begränsar. Att konsumera varor och tjänster som produceras i Sverige ger mindre utsläpp, därför är det bra att främst använda sig av lokalt producerade varor. Behovet av förändrade konsumtionsbeteenden är mycket tydliga. För att vi ska kunna minska våra utsläpp är det ett måste att skapa beteendeförändringar hos allmänheten. Det krävs incitament och enkla valmöjligheter för att en nationell förändring hos allmänheten ska kunna ske (Naturvårdsverket, 2008).

Det går att göra stor skillnad i hushållet genom att i samband med renovering eller utbyte av utrustning hushålla och effektivisera. Medborgare kan även ändra sina vanor och beteende genom vatten- och energianvändningen, sänkt inomhustemperatur, reducerad stand by, elsnålt beteende vid matlagning och tvätt, släcka lampor och använda lågenergilampor. Det kan också vara bra att tänka över var ens energi och värme kommer ifrån och aktivt välja mer förnybara energikällor. (Naturvårdsverket, 2008).

### 2.3.1 Närproducerat

Ett sätt att göra mer klimatsmarta val vid konsumtion är att köpa närproducerade varor. Dock behöver inte närproducerade varor vara bättre ur klimatsynpunkt. Detta beror på vilken sorts produkt det är samt hur produkten producerats och transporterats. Det finns även andra fördelar med närproducerat i form av främjandet av det lokala näringslivet samt landskap som hålls öppna. (Jordbruksverket, 2010).

Det finns ingen gemensam definition av närproducerat i Sverige och aktörer använder sig av olika begrepp. Förutom den geografiska produktionsplatsen finns det flera faktorer som påverkar konsumenters uppfattning om närproducerat. Dessa kan bland annat vara produktionssätt, ifall det är småskaligt eller ej och dess klimat- och miljöpåverkan. En av dem som har definierat begreppet är organisationen Livsmedelssverige som anser att "*... mat där såväl produktion, förädling och distribution till konsumenter sker inom ett visst avgränsat område.*" klassas som närproducerat (Jordbruksverket, 2010). Alltså kan avståndet variera stort, allt ifrån hela Sverige till fem kilometers avstånd. Då konsumenter, organisationer,

företag och producenter har olika uppfattning om betydelsen av närproducerat inriktar sig denna studie främst mot konsumenternas uppfattning av närproducerat. Enligt en konsumentundersökning gjord av Coop (2009) ansåg 78 procent av konsumenterna att produktens tillverkningsområde ska ske inom regionen för att vara närproducerad.

## 2.4 Medborgarinvolvering

För att kunna skapa ett verktyg som kan engagera medborgare är det viktigt att veta vad medborgarinvolvering innebär. En vanlig utmaning för kommuner idag är hur man ska kunna engagera medborgare för att de ska ta ansvar för personliga och kollektiva förändringar mot en mer hållbar livsstil (Agger, 2010). Medborgarinvolvering är ett viktigt verktyg i kommunens arbete. Involveringen skapas genom att allmänheten på något vis deltar i kommunens arbete (Creighton, 2005).

Det som kommuniceras ska inte bara nå mottagaren utan ska även engagera, inspirera och lägga grunden för en handling. För att lyckas med kommunikationen behöver ämnet vara angeläget för mottagaren och ofta mäts framgången i kommunikationen genom handlingen. Det krävs tydlig information för att få konsumenter att inse att deras köpbeteende är betydelsefulla. Därför är det viktigt att göra miljöproblemen greppbara för medborgarna och framhäva alternativ och handlingar som går att göra på lokal nivå (Enell, 2009). Dock kan det vara svårt för medborgare att relatera till miljöproblem och hållbar utveckling, eftersom konsekvenserna av deras konsumtionsmönster ofta är osynliga och/eller påverkar andra människor på andra ställen där medborgarna inte uppmärksammar det. Det kan även ta längre tid för konsekvenserna att märkas, vilket gör det svårare för medborgarna att koppla konsekvenserna till respektive handling (Læssøe, 2007).

Medborgarinvolvering är en process där allmänhetens behov, oro och värden är införlivade i företagets och myndighetens beslutsfattande. Processen innebär en tvåvägskommunikation och interaktion med målet att ta bättre beslut som stöds av allmänheten. De som deltar ska ha någon grad av påverkan på besluten. Vid allmänt deltagande ska man lova att deras bidrag ska kunna påverka beslutet, och visa hur deras påverkan bidrog till ett beslut. En av fördelarna med att involvera medborgare är att de blir mer informerade och utbildade i ämnet. Medborgarinvolvering kan även ge en träning i att tillsammans arbeta mer effektivt (Creighton, 2005). Ett effektivt deltagande är ett deltagande som är äkta eller autentiskt. Enligt en studie av King, *et al.*, (1998) är ett deltagande autentiskt då nyckelelementen fokus, åtagande, förtroende samt en öppen och ärlig diskussion tillgodoses. Det viktiga är att lyssna på deltagarnas åsikter och upprätthålla förtroendet genom att demonstrera att deras åsikter är hörda och formar produkten som utvecklas. Det är svårt att involvera många medborgare och det är ofta de personer som redan har ett



intresse för det aktuella ämnet som blir involverade. Detta gör att personer med ett miljöintresse oftare involveras i miljö- och klimatarbete (Carpini, *et al.*, 2004). Allmänheten är ofta mer villiga att delta då de kan påverka både den administrativa processen och slutprodukten. Man bör även utbilda medborgarna i samband med deltagandet (King, *et al.*, 1998).

Den lägsta nivån av deltagande innebär en top-down strategi och ett envägs-flöde med information, medan de högre nivåerna karakteriseras av dialog och tvåvägs-kommunikation med ett informationsutbyte (Rowe & Frewer, 2000).

## 2.5 Kommuners roll för medborgarinvolvering

Ett framgångsrikt hållbarhets- och miljöarbete kan skapas i alla sorters kommuner och invånarantal och socioekonomiska indikatorer kan påverka men är inte avgörande faktorer för ett lyckat hållbarhetsarbete. Däremot är möjligheten att väcka engagemang bland medborgarna i kommunen en nyckelfaktor som har stor betydelse för miljöarbetet. För att väcka intresse och engagemang kan kommunen använda sig av olika styrmedel och åtgärder (Naturvårdsverket, 2007).

Kommuner kan involvera medborgare genom följande åtgärder:

- Folkbildning i form av information och utbildning för att öka medvetenheten och få till stånd beteendeförändring.
- Problemnära organisering på grannskapsnivå i bostadsområden eller mindre samhällen som sker i samverkan med kommunen.
- Invånares medverkan i övergripande kommunala utvecklingsfrågor i form av planering och målformulering. (Hämtat ur Forsberg, 2002)

Den första punkten innebär en envägs-kommunikation och de två senare bygger på en bottomup- strategi.

En strategi och metod för deltagande, delaktighet och inflytande är SKL:s delaktighetstrappa (Sveriges Kommuner och Landsting), se figur 1. Denna trappa används idag i olika versioner av flertalet kommuner för att kunna dela in olika former av deltagande (Stenberg, *et al.*, 2013). Delaktighetstrappan ska främst fungera som en hjälp i att strukturera medborgardialogen i förhållande till de beslut som fattas i kommunen (SKL, 2014).



Figur 1. SKL:s delaktighetstrappa som ofta används av svenska kommuner i medborgarinvolvning. Bild hämtad från Stenberg et al. (2013).

För att kunna skapa en lyckad dialog krävs det att kommunikationen används på rätt nivå. I *information* har medborgarna möjlighet att erhålla information och kunskap i den aktuella frågan, vilket krävs för att kunna vara delaktig. *Konsultation* innebär att medborgarna som deltar får möjlighet att ta ställning till vilket alternativ som de anser mest lämpligt i den aktuella frågan. Alternativen som medborgarna kan välja mellan är sedan tidigare bestämda. Medborgarna har även rätt att bli informerade om beslutet som fattas (SKL, 2014). I *dialog* ges medborgarna möjlighet att mötas och föra fram och argumentera för sina åsikter. Dessa synpunkter beaktas sedan i beslutsprocessen, dock saknar de direktinflytande över själva beslutet. Medborgarna har även möjlighet att forma processen och idéutbyte sker. I *inflytande*, även kallad *samarbete*, handlar det om att medborgarna under en längre tid kan delta och följa processen från idé till färdigt förslag. Dock innebär detta steg att medborgarna inte har något inflytande över besluten. I *medbeslutande* får medborgarna vara med i beslutsprocessen i vissa frågor (Stenberg, et al., 2013).

## 2.6 Lomma Kommun

Lomma kommun är beläget i västra Skåne utmed kusten till Öresund. Kommunen är en av Skånes mindre och har en befolkning på ungefär 22 500 invånare (år 2014). Befolkningen bor till största del i kommunens tre tätorter: Lomma, Bjärred och Flädie. Ungefär 94 procent av invånarna bor i de två förstnämnda tätorterna. Den största arbetsgivaren är kommunen själva och övriga arbetsplatser är främst inom företag med inriktning mot konsultverksamhet, service och handel samt lättare industriell verksamhet. Nästan hälften av invånarna har sina arbetsplatser utanför kommunen och pendlar främst till Malmö och Lund. Antalet invånare som pendlar ut är ungefär 8000 personer och antalet som pendlar in i kommunen är ungefär 3100 personer. Aktuellt i kommunen är omfattande projekt med bostadsbyggande av småhus och lägenheter samt planering inför persontågstrafik på Lommabanan efter 2020 (Lomma Kommun, 2014).

Energianvändningen per invånare i Lomma var 21,3 MWh år 2004 och har sedan 1990 ökat med drygt fem procent. Riksgenomsnittet per invånare ligger på 45,5 MWh, vilket ligger högt på grund av kommuner med energiintensiva industrier samt kommuner i norra Sverige med högre uppvärmningsbehov. De olika sektorerna inom energianvändningen är hushåll, transporter, industri och service. Sektorerna hushåll och transporter har sedan 1990 ökat med 15 respektive 50 procent och är de två sektorerna som står för den högsta energianvändningen i kommunen. Detta medför att åtgärder inom dessa områden bör prioriteras. Inom hushållen räknas även den privata konsumtionen in, dock inte privatbilismen som istället tillhör transporter. Lomma kommun har en stor andel småhus, vilket representerar 71 procent av alla bostäder (år 2008). Nationellt är denna nivå drygt 50 procent. Bilinnehavet i kommunen är stort, ca 10 procent högre än i övriga Sverige, vilket ökar energianvändningen inom transporter (Lomma kommun, 2008). En av åtgärdsstrategierna i Lomma kommuns energiplan från 2008 är att *”Människors medvetenhet om energianvändning och miljöpåverkan ska ökas liksom kunskapen om möjligheten att genom egna åtgärder påverka utsläppen av växthusgaser”*.

*”Lomma kommun har tidigare genomfört några åtgärder för att försöka involvera medborgarna. De har genomfört klimatmatchen, som var en nationell tävling och syftade till att få idrottande barn och ungdomar att cykla eller gå till träningen. Kommunen hade fem lag anmälda och sammantaget var alla mycket nöjda. Kommunen har även genomfört seminarium om energieffektiviseringar inom företag och om energieffektiviseringar kring sunt byggande för boende i villor. Båda seminarierna anordnades på Lomma bibliotek och hade tyvärr få deltagare. Kommunen har även genomfört en kampanj för att minska bilkörningen till skolorna till förmån för en ”gående skolbuss”, vilket dock inte blev särskilt framgångsrikt. Kommunen har även skapat en karta med cykelvägar i Lomma stad och en karta över naturområden”* (Citat hämtat ur Roslund, et al., 2014).

Kommunen har en medborgarpanel som heter Lommapanelen. Denna består av kommuninvånare från 20 år och uppåt som har möjlighet att vara med och påverka samhällsfrågor i kommunen (Lomma kommun, 2012). Panelen har dock inte varit aktiv under projektets period och har därför inte kunnat användas. Kommunen har även en officiell Lomma-app med information om kommunen. Appen ger information om väder, dagens mat i skolorna, nyheter, lediga jobb och kartor. Det finns flera kartor som visar vart olika funktioner i kommunen går att finna, så som badplatser, bibliotek, parkeringsplatser, naturområden och toaletter. Varje funktion har sin egen karta (Lomma kommun, 2013). Lomma-appen har funnits i ungefär två år och har fram tills nu laddats ner ungefär 2000 gånger. Den mest använda funktionen i appen verkar

vara skolmaten (Borrero, 2014). Kartorna i appen har enligt Borrero (2014) fungerat hyfsat och kommunen har planer på att utveckla appen till hösten.

### 3. Teori

I den teoretiska bakgrunden belyses medborgarsamverkan och en grön livsstil. Dessa funktioner är en grundläggande del för att en GM ska kunna fungera framgångsrikt.

#### 3.1 Medborgarsamverkan

Medborgarsamverkan eller medborgarinflytande innebär att medborgare till viss del eller fullständigt får makt över en process. Medborgarna får möjlighet att ha åsikter inom det aktuella ämnet och samtliga deltagare möts på lika villkor. Medborgarsamverkan används ofta i etablerade områden som ska exploateras där medborgarna kan ha åsikter om sin närmiljö och dess utformning. Enligt Arnstein (1969) är medborgarsamverkan en omskrivning av medborgarmakt. Genom omfördelningen av makt ges medborgarna möjlighet att vara delaktiga i informationsutbyte och utformning av mål och policys. Det är viktigt att omfördelningen av makten sker för att processen inte ska vara innehållslös och endast gynna makthavarna. Detta för att makthavarna inte ska kunna dra nytta av de påstådda medborgarinflytandet utan att behöva lämna ifrån sig någon kontroll (Arnstein, 1969).

Att genomföra en maktöverföring från kommun till medborgare ökar nyttan av medborgarsamverkan i processen. Samverkan kan skapa positiva effekter, bl. a. en utveckling av kommunen, medborgarnas företroende för kommunen och konceptet medborgarsamverkan. Ett projekt med medborgarsamverkan i processen synliggör det inflytande som medborgarna har, vilket i sin tur kan förstärka förtroendet och skapa intresse och engagemang för en pågående process (Ranger & Westerberg, 2004).

Medborgarsamverkan i dagens miljöfrågor är nödvändigt. Medborgares deltagande i miljöfrågor uppmuntras juridiskt både nationellt och internationellt. Århuskonventionen anger att medborgare har rätt till att delta i olika beslut där det kan finnas en miljöpåverkan (UNECE, 1998). Konventionen framhäver även den speciella roll som NGO:s har i att främja en ökad involvering och ett engagemang. Miljöfrågor hanteras bäst då ett deltagande av alla berörda medborgare sker. Medborgares medverkan kan resultera i flertalet fördelar, då deras deltagande och samverkan implementeras på rätt vis (Kasymova & Gaynor, 2014). En av de viktigaste frågorna inom miljöförvaltning är möjligheten att skapa ett förhållande mellan privat industri, medborgare och offentliga myndigheter. Utifrån detta perspektiv blir medborgarnas involvering mer och mer viktigt. Då medborgare involveras i det lokala styret är det viktigt att de får möjligheten att vara med aktiva än passiva i processen. Det är dock inte alltid klart att involvera alla

intressenter i processen för att uppnå ett gemensamt mål, eftersom intressenterna har olika intressen (Reiter, *et al.*, 2014).

En stor utmaning för kommuner är att aktivt uppmuntra och möta medborgares behov av diskussion och påverkan. Viktiga områden inom miljöfrågan berör medborgares attityder, beteenden och värderingar och deras behov av förändring. För att kunna skapa ett långsiktigt hållbart perspektiv inom miljöfrågan krävs det därför att kommuner behöver hitta nya former för samverkan med olika aktörer. En av de viktiga dimensionerna inom miljöfrågan är integrering av miljömedvetenhet och miljöarbete i alla verksamheter samt i det dagliga livet (Stockholm Stad, 2002).

### 3.2 En hållbar produktion, konsumtion och livsstil

För att kunna skapa förutsättningar för ett mer hållbart produktions- och konsumtionsmönster krävs bland annat en mer konkurrenskraftig tillverkning, försäljning, utveckling och konsumtion av miljöanpassade tjänster och varor. Framför allt behöver en större andel miljöanpassade varor produceras och säljas. Detta innebär samtidigt att konsumtionen behöver förändras till att bli mer hållbar för att miljöförbättringar inte ska ätas upp av en ökad konsumtion (Naturvårdsverket, 2004). En *"hållbar konsumtion för hushållen innebär konsumtion av varor och tjänster som uppfyller människors behov och ger ökad livskvalitet samtidigt som konsumtionens negativa påverkan på hälsa och miljö minimeras till förmån för en rättvis global utveckling."* Hämtat från (Jordbruksdepartementet, 2006). Företagen har ansvar att miljöanpassa sina produkter eftersom de viktiga besluten om produktens utformning fattas under produktutvecklingen. Utformningen av produkten har stor betydelse för dess miljöpåverkan. Därför är det viktigt att det är lönsamt att producera mer miljövänliga produkter och tjänster, samtidigt som det även ska vara fördelaktigt att konsumera dessa. Konsumenter har i sin tur stora möjligheter att påverka marknaden och ställa miljökrav och efterfråga miljöinformation (Naturvårdsverket, 2004). Vid upphandling är det viktigt att kommuner och landsting föregår med gott exempel, bland annat genom att sprida goda erfarenheter, prioritera konsumentvägledning och informationsspridning (Jordbruksdepartementet, 2006).

När Brundtland-rapporten (WCED, 1987) introducerades populariserades konceptet en hållbar utveckling. Detta koncept innebär idén om en miljövänlig tillväxt, vilket även fick genombrott som en politisk strategi. Huvudkonceptet är att miljövänliga åtgärder ska vara lönsamma och inte nödvändigtvis en ekonomisk kostnad. Delaktigheten med en hållbar utveckling inom lagstiftning och reglering uppmuntrar miljövetare och företag att eftersträva konsensus och stegvis framgång (Frankl & Rubik, 2005).

Haider och Sundin (2009) pekar på vikten av att skapa utrymme för människor att utveckla livsstilar som överrensstämmer med en hållbar och grön livsstil. Det innebär livsstilar där miljövänliga rutiner kan bli normaliserade och bli en del av vardagen. För att kunna skapa en mer hållbar livsstil krävs bland annat meningsfull information om miljö som är inkluderad i människors liv, snarare än varningar genom abstrakt information. Information kan utgöra grunden för förändring genom fortsatta rutiner i människors vardag. Det finns dock risk att engagemanget kan utvecklas till ett enfråge-engagemang där personen får en lugnande känsla av att något görs, på bekostnad av helheten. Exempel på detta kan vara källsortering då det är en enskild konkret handling. Däremot är det helheten som ger den komplexa miljöproblematiken som kan ge människor en känsla av maktlöshet. Det kan därför vara viktigt att konkretisera möjligheter och lösningar inom miljö på regional och lokal nivå för att göra förändringsmöjligheter mer greppbara hos befolkningen. Haider och Sundin (2009) konstaterar även att information och teoretisk kunskap är en del av lösningen på de miljöproblem som skapas, men endast dessa är inte tillräckligt (Haider & Sundin, 2009).

För att påverka människors attityder och handlingar med syfte att förändra deras beteenden och livsstil kan olika styrmedel användas. Dessa kan vara information, ekonomiska, lagar, normer och regler eller fysisk samhällsplanering. En kombination av olika styrmedel har större genomslagskraft än var för sig (Lindén, 2002; Naturvårdsverket, 2004). Genom att informera människor om betydelsen av att ändra livsstil betyder att man väddar till mottagarens intresse att frivilligt lyssna och förändra sig. Dock leder information ofta till långsamma förändringar i samhället. Att få människor att inse att de behöver ändra sin livsstil är lättare, men svårare är att få människor att genomföra förändringar i vardagen och livsstilen. Tanken är att informationen ska underlätta för bra miljöbeteenden (Lindén, 2002).

För att skapa en ökad medborgarinvolvering i Lomma kommun används en GM som verktyg där medborgarna deltar i processen och skapandet av kartan. Medborgarna har möjlighet att påverka och bestämma vad som bör vara med i kartan och vad som bör prioriteras. Kartan ska i sin tur fungera som en informations-spridare och engagera medborgarna i en ökad medvetenhet. Den ökade medvetenheten kan i sin tur påverka och förändra medborgarnas vanor, beteenden och livsstil. Som tidigare beskrivits är det viktigt att alla aktörer samverkar med miljöfrågor och GM som verktyg skapar en plattform där berörda aktörer kan interagera och engagera.

## 4. Metod

I denna del redovisas de metoder som har använts för att besvara syftet och frågeställningarna. I de följande delarna i detta kapitel beskrivs undersökningarna som utförts med respektive metodval. I studien

har en litteraturgenomgång inom ämnet medborgarinvolvering, GM och konsumtion genomförts via internet, böcker och publicerade rapporter. Sökningar på internet har bland annat gjorts via sökfunktioner som LUBSearch och Google Scholar. Sökord som använts är bland annat "medborgarinvolvering", "involve stakeholder", "hållbar konsumtion" och "Green Map". Valet av Lomma kommun baseras på att de är intresserade av en åtgärd som kan involvera medborgarna mer i deras klimatarbete. Detta projekt kan ses som en fortsättning av medborgarinvolveringen i Lomma efter tidigare genomfört projekt av Roslund, *et al.*, (2014) där bland annat medborgarnas åsikter om miljö undersöktes och olika åtgärder inom energi- och klimatarbetet utvärderades åt kommunen.

För att undersöka tidigare erfarenheter om GM:s i Sverige har en litteraturundersökning genomförts samt intervjuer med verksamheter och personer som skapat GM. För att kunna svara på frågeställningarna om en GM skapar en ökad medborgarinvolvering och hur en GM kan utvecklas i kommunen, kommer den skapade pilotversionen av LGM att utvärderas genom en webbenkätundersökning, antalet nya förslag till kartan som erhålls samt hur många som varit inne och använt kartan. Medborgare får chansen att ge sina åsikter och förslag på utveckling om LGM genom enkäten, som skickas ut till kommunens anställda och medlemmar i föreningar. Personerna får testa kartan och sedan svara på frågor om användarvänlighet och utvecklingsmöjligheter.

#### 4.1 Open Green Maps i Sverige

För att erhålla information och erfarenhet från aktiva OGM:s i Sverige intervjuades personer som varit med och skapat dem. De intervjuade personerna är ansvariga för respektive karta och har deltagit under hela eller större delen av processen med att skapa dem. De intervjuade är Linnea Uppsäll i Malmö stad, Ben Andersen från EkoBlekinge samt Max Goldstein från EkoStaden i Stockholm.

Målet med intervjuerna var att samla information om varför de valde att skapa en OGM, hur de marknadsförde kartan, deras erfarenheter av att ha skapat en karta samt utvärdera hur bra deras kartor har tjänat sitt syfte. Informationsinsamlingen gjordes genom semistrukturerade intervjuer där frågorna skiljde sig åt beroende på den intervjuades information. Intervjun med Uppsäll fungerade som en pilotintervju för att testa intervjumallen. Denna intervju genomfördes på plats i Malmö och därefter genomfördes de resterande intervjuerna via telefon.

En semistrukturerad intervju betyder att intervjuaren har en uppsättning frågor i ett i förväg fastställt schema, där frågornas ordningsföljd kan ändras under intervjun. Frågorna är mer allmänt formulerade än i en strukturerad intervju. Intervjuaren har även en viss möjlighet att ställa ytterligare frågor, i form av

uppföljningsfrågor till information som uppfattas som viktigt för studien. Öppna svar användes för att respondenten ska kunna svara med egna ord och för att lämna utrymme för oförutsedda svar. Intervjuer med öppna frågor är effektiva vid utforskning av nya områden eller teman som forskaren inte är så insatt i. Nackdelar med öppna svar är dock att det tar tid att sammanställa. Fördelar med telefonintervjuer är att de är mindre tidskrävande, är mindre kostsamma samt ger mindre påverkan på respondentens svar. Intervjuerna hölls korta för att vara så effektiva som möjligt och inte uppta allt för lång tid med respekt för den intervjuade personen (Bryman, 2012). Intervjuerna spelades in och sammanställdes i efterhand. De intervjuade fick sedan godkänna de sammanfattade svaren från intervjun. Alla som kontaktades var intresserade av att bli intervjuade. Det finns OGM:s i Sverige som inte längre är aktiva, vilket gjort att dessa inte varit aktuella för intervju eftersom kontaktuppgifter till dem inte längre går att finna.

## 4.2 Intervjuer med verksamheter

Verksamheterna som är med i en GM kan dra nytta av uppmärksamheten och eventuella effekter som kartan kan skapa. Frågan är ifall någon påverkan har uppmärksammats av verksamheter som är med i en GM. För att utvärdera eventuella effekter som en GM kan ha på verksamheter intervjuades 15 verksamheter som är med i Malmö Green Map eller Blekinge Green Map. Malmö och Blekinge valdes ut för att jämföra en karta som skapats av en kommun och en som skapats av en förening. Den förväntade svarsfrekvensen enligt Trost (2012) är mellan 75 och 85 procent för intervjuundersökningar. De verksamheter som kontaktades verkar inom samma bransch som dem som finns med i LGM. Dessa är verksamheter inom second hand eller försäljning av ekologiska, rättvisemärkta eller närproducerade produkter.

Intervjuerna genomfördes via telefon och frågorna ställdes till chefer eller personer med ansvar för verksamheten. Intervjufrågorna ställdes semistrukturerat med på förhand nerskrivna frågor som anpassades efter den intervjuades svar. Intervjuerna genomfördes under en veckas tid i april månad. Frågorna syftade till att ta reda på om verksamheterna har kännedom om att de är med i Malmö respektive Blekinge Green Map och om deras medverkan i kartan haft någon påverkan eller betydelse för deras verksamhet. Samtliga intervjuade verksamheter behandlas anonymt. Ifall de intervjuade svarade nej på de två första frågorna ställdes inte de resterande frågorna. Frågeschemat bifogas i Bilaga 1. Metodvalet motiveras med att telefonintervjuer är en tidseffektiv metod för att erhålla information från flera verksamheter under en kort period.



### 4.3 Lomma Green Map – en pilotversion

LGM är skapad med hjälp av GMS som tillhandahåller de verktyg som behövs för att skapa den aktuella kartan med ikoner. Kartan är publicerad på GM:s hemsida<sup>2</sup>. För att hitta information om platser till kartan användes främst internet, kommunens information och planer samt medborgarnas förslag. För att kunna erhålla många tips på platser är det viktigt att marknadsföra kartan i flera medier och göra den så användarvänlig som möjligt. Kartan är marknadsförd via kommunens hemsida, kommunens interntidning, i lokaltidningen Lommabladet och via nyhetsbrev till företagarna i kommunen. Kartan som är skapad i Lomma är en OGM. För att använda ett enkelt namn på kartan är den döpt till Lomma Green Map (LGM).

På varje plats i kartan finns information om varför platsen är markerad. För klimatsmart konsumtion kan det vara länk till hemsida, öppettider och information om produkterna som säljs. För klimatsmarta lösningar beskrivs åtgärderna som genomförts och vad det resulterade i. Verksamheter som är markerade på kartan har erhållit mail om att de är med i kartan och uppmanats att lägga in bilder och uppdatera informationen så att den är aktuell. För att få en kontinuerlig utveckling av kartan kan medborgare lämna förslag på nya platser direkt i kartan. För att göra det enklare för medborgare att ge förslag på nya platser finns ett kort formulär på kommunens hemsida. På kommunens hemsida finns information om LGM och en länk till GM:s hemsida där kartan är publicerad.

### 4.4 Utveckling och utvärdering av Lomma Green Map

LGM utvärderas genom en webbenkät som riktar sig till medborgare i Lomma kommun och syftar till att ta reda på deras åsikter om pilotversionen LGM, samt förslag på utvecklingsmöjligheter för att bli bättre. Innan enkäten skickades ut till medborgarna testade fem personer enkäten för att utvärdera frågorna. Dessa personer hade sedan tidigare inga erfarenheter om GM-konceptet. Därefter förbättrades enkäten och skickades sedan ut via mail med en länk till kartan och enkäten. Enkäten är en webbenkät och skapades med hjälp av *Google Forms*, som är ett internetbaserat verktyg där man kan skapa enkäter som sedan kan besvaras via en länk.

Totalt kontaktades sex föreningar och fem förvaltningar, varav enkäten skickades till tre föreningar och tre förvaltningar. Dessa föreningar är idrottsföreningar och en övrig förening. Föreningar som var delaktiga i studien av Roslund, *et al.*, (2014) kontaktades även i denna studie. Enkäten skickades ut via mail till ansvariga inom föreningarna respektive förvaltningschefer, som i sin tur vidarebefordrade mailet till medlemmar respektive anställda. Samtliga kontaktade personer inom kommunen och föreningarna

---

<sup>2</sup> För mer information: <http://www.GreenMap.org/>

bekräftade att de vidarebefordrat mailet med enkäten. Enkäten bifogas i Bilaga 2. Enkäten skickades till anställda på kommunen för att deras kontaktuppgifter finns tillgängliga, samt att de bör ha bra kunskap om kommunen och dess medborgare. Föreningarna valdes ut eftersom de utgör en del av Lommas medborgare och för att de kontaktades i den tidigare studien av Roslund, *et al.*, (2014). Enkäten fanns tillgänglig för svar under drygt en månads tid i april och maj. En påminnelse skickades ut till förvaltningarna och föreningarna en och en halv vecka efter att de fått första mailet. Samtliga personer som svarade på enkäten behandlas anonymt. Svarsfrekvensen förväntas vara mellan 10-30 procent för webbenkäter (SurveyMonkey, 2014).

Frågorna var huvudsakligen öppna med två frågor som erbjöds svarsalternativ. Totalt ställdes 11 frågor exklusive följdfrågor. Innan personerna svarade på enkäten ombads de att använda LGM och testa kartans olika funktioner innan de svarade på enkäten. Funktionerna som de ombads att testa var att klicka på de olika ikonerna, testa att skriva en kommentar och testa att lägga in ett förslag på en ny plats. Detta gjordes för att personerna som svarade skulle kunna orientera sig i kartan, läsa informationen och testa funktionerna med ikoner och hur man kan lägga in kommentarer, förslag och bilder.

#### 4.5 Avgränsningar

LGM avser att uppmärksamma platser som är lokaliserade inom Lomma kommun. Dock är platser som befinner sig någon kilometer utanför kommungränsen även medtagna. Detta görs för att kunna ha med så många lokala intressanta platser som möjligt. Platserna i kartan är begränsade till klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar. Klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar är valda då dessa områden sedan tidigare inte dokumenterats med hjälp av karta i kommunen och eftersom enkla tips på hur man kan vara mer klimatsmart i vardagen efterfrågades i studien av Roslund, *et al.*, (2014). En av anledningarna till att klimatsmart konsumtion ska inkluderas i en LGM grundas på Naturvårdsverkets påpekan om att den största möjligheten till minskade utsläpp på kort sikt, är att som konsument göra mer klimatsmarta val. Då hushållen står för den högsta energianvändningen per invånare i kommunen (Lomma kommun, 2008) är LGM även fokuserad inom detta område. Då kommunen sedan tidigare har en karta med cykelvägar och naturområden inkluderas inte dessa i pilotversionen av kartan. Alla förslag till kartan som kommer in behandlas och återkopplas. De förslag som godkänns och läggs upp på kartan, ska ha en tydlig koppling till klimatsmart konsumtion eller en klimatsmart lösning enligt följande beskrivning. Inom klimatsmart konsumtion innefattas verksamheter som har försäljning av övervägande del ekologiska, närproducerade, second hand och fairtrade-märkta produkter eller tjänster. Dessa platser är bland annat restauranger, caféer, gårdsbutiker och butiker. Med konsumtion avses inköp av varor och tjänster som

sker över disk. Klimatsmarta lösningar bör vara exempel på åtgärder som genomförts t.ex. effektiviseringar, besparingar eller enkla förbättringar och lösningar med koppling till klimat. Det kan vara t ex. tidsinställd belysning, klimatsmart renovering eller energieffektivisering.

## 5. Resultat

I resultatet redovisas den information som erhållits genom de olika undersökningarna. Först presenteras resultatet från intervjuerna med personer som skapat OGM:s i Sverige. Denna del beskriver hur de intervjuade marknadsfört och skapat sina kartor, deras användarstatistik och vilka erfarenheter de erhållit under processen med att utveckla kartorna. Därefter beskrivs resultatet från intervjuerna med verksamheter i Malmö och Blekinge. Informationen från de två olika intervjuundersökningarna resulterade sedan i pilotversionen LGM. I resultatet visas LGM och vilka platser som markerats, förslag som kommit in och användarstatistik. Slutligen redovisas svaren som erhöles från enkätundersökningen.

### 5.1 Erfarenheter från svenska Open Green Maps

Malmös karta är bland annat marknadsförd via Naturskyddsföreningen i Malmö, genom utdelade vykort och via utställningen "Den hållbara staden" där kartan kunde användas på utplacerade datorer (Uppsäll, 2014). Stockholms karta marknadsfördes främst genom en releasefest, och Goldstein (2014) uttrycker att det hade varit effektivt att även använda sig av sociala medier vid marknadsföringen. Information om Blekinges karta skickades ut till turistbyråer och kartan finns på Ekoblekinges Facebook-sida. En kommun i Blekinge skapade även en kalender med information om miljö och Blekinge Green Map (Andersen, 2014).

Samtliga intervjuade har nämnt att deras kartor fått in få kommentarer och bilder. Malmö har fått in elva, Blekinge femton och Stockholm sex (Green Map, 2014c). För att kunna uppskatta hur använda och framgångsrika kartorna har varit kan statistik över hur många som varit inne på föreningarnas och kommunens hemsidor jämföras. EkoBlekinges hemsida där kartan finns inlagd har haft drygt 1850 besök det senaste året och drygt 7180 besök har totalt registrerats (Andersen, 2014). För Stockholms karta finns ingen registrerad statistik för hur många besök kartan fått (Goldstein, 2014). I Malmös karta är några butiker bland de mest populära platserna, vilka är en blomsterbutik och en vegetarisk restaurang. Dock är det öppet dagvattenhanteringssystem i Augustenborg som är den mest använda platsen, vilket kan förklaras genom att just denna plats hamnar högt upp vid sökning på nätet (Uppsäll, 2014). Exempel på Malmös statistik är att kartan besöktes i snitt 88 gånger per månad under perioden januari-maj under 2013. Dock finns ingen statistik över antal personer som besökt kartorna på GM:s hemsida tillgängligt.

Samtliga GM-skapare uttryckte att det var en svår balansgång att avgöra vad som skulle vara med och inte vara med på kartorna. Det är endast Blekinge Green Map som har satt upp konkreta kriterier för vilka platser som får vara med på kartan (Andersen, 2014). Både i Malmö och Stockholm har behovet av kriterier till godkända platser diskuterats, men det är inget som används. Det har istället lämnats öppet för att medborgarna ska kunna göra egna tolkningar (Goldstein, 2014 & Uppsäll, 2014). I Malmös karta beskrivs varje plats med en kort information om hur platsen är hållbar och därför bör vara med på kartan.

Enligt Uppsäll (2014) fyller kartan en viktig funktion som vägledning till hållbara alternativ i staden. Samtliga kartskapare som intervjuats anser att deras Green Map har varit ett bra verktyg för att uppnå respektives syften. Goldstein (2014) anser att GM-konceptet är smidigt men tidskrävande att använda.

Samtliga intervjuade planerar att ha kvar sina kartor och på olika sätt försöka utveckla dem. Två av de intervjuade är intresserade av att själva ha mindre ansvar för kartan och ser gärna att någon annan tar över arbetet med den, till exempel Naturskyddsföreningen. De har bland annat tankar på att lägga till mer information om stadsodling och gröna smultronställen i kartan (Uppsäll, 2014; Andersen, 2014; Goldstein, 2014).

Andersen (2014) påpekar att systemet på GM:s hemsida har sina begränsningar, bland annat att vissa delar är på engelska. Malmös karta har inte skapat den aktivitet, i form av en plattform där man kan interagera med kommentarer och bilder, som Uppsäll (2014) förväntade sig. Anledning till detta skulle kunna bero på hur GM:s hemsida och verktyg är uppbyggda, vilket bidrar till att den inte är användarvänligt. Goldstein (2014) och Andersen (2014) tror att detta delvis beror på att systemet är svårhanterat då man lägger till förslag och kommentarer i kartan. Fortsättningsvis menar Goldstein även att det är svårt att utvärdera kartan då de inte har någon statistik över hur mycket den använts.

## 5.2 Verksamheters erfarenheter av Open Green Map

I denna del redovisas svaren från intervjuerna med verksamheter som är med i antingen Blekinge eller Malmö Green Map. Totalt intervjuades åtta verksamheter som är med i Blekinge Green Map och sju verksamheter som är med i Malmö Green Map. Av dessa var tre gårdsbutiker, åtta var försäljning av ekologiska/fairtrade-produkter och fem var second hand-butiker. Totalt kontaktades 16 verksamheter i Blekinge och nio verksamheter i Malmö. Av totalt 15 genomförda intervjuer ger detta en total svarsfrekvens på 60 procent, vilket är något under den förväntade på 75 procent. I Malmö var svarsfrekvensen 77 procent och i Blekinge 50 procent. Anledningar till bortfallet var att verksamheterna inte gick att nå per telefon eller att de inte hade tid att svara på frågorna. Vissa verksamheter kontaktades flertalet gånger och oftast bokades ett nytt samtal senare under dagen.

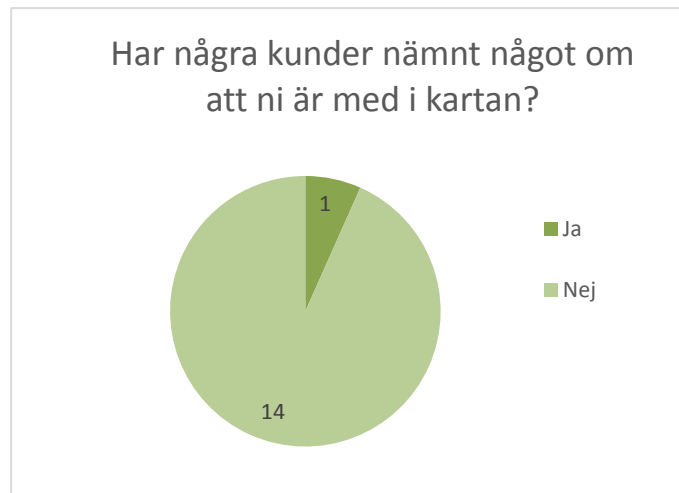
Totalt kände åtta verksamheter till att de var med i Malmö eller Blekinge Green Map, se figur 2.



*Figur 2. Cirkeldiagrammet visar antalet verksamheter som känner till att deras verksamhet är med i Malmö/Blekinge Green Map. Totalt svarade 15 verksamheter och av dem vet 3 stycken i Malmö och 5 stycken i Blekinge att de är med i kartan.*

Av dessa fanns tre i Malmö och fem i Blekinge. De resterande kände inte till att de var med i en GM och flera av dessa visste inte vad kartan innebar.

Samtliga intervjuade verksamheter i Blekinge svarade att de inte hört några kunder nämna något om att verksamheterna är med i kartan, se figur 3. I Malmö svarade en verksamhet att några kunder nämnt att de hittat till caféet med hjälp av kartan, men att det var länge sedan. Resterande verksamheter i Malmö har inte hört några kunder nämna något om kartan.



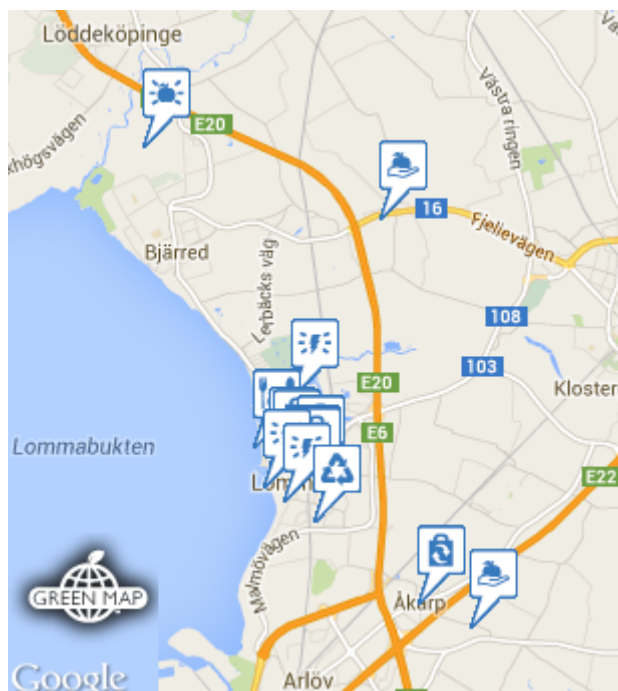
Figur 3. Antalet verksamheter vars kunder nämnt något om att verksamheten är med i en Green Map.

Av de åtta verksamheter som vet om att de är med i en OGM, svarade fem "nej", "tror inte det" eller "vet inte" på frågan om deras medverkan i kartan haft någon påverkan på deras verksamhet. En gårdsbutik i Blekinge svarade att det var mycket möjligt att deras medverkan i kartan haft någon påverkan, men det var inget de visste något om. Tre verksamheter påpekade att kartans påverkan, ifall det funnits någon, i så fall var liten och att de därför inte märkt det. Av de verksamheter som svarat att de visste om att de är med i en GM svarade fem att de inte visste ifall deras medverkan haft någon betydelse för verksamheten och två svarade nej.

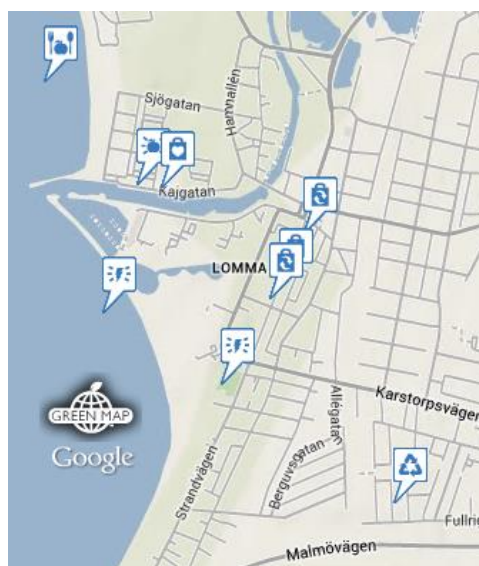
Av de åtta verksamheter som kände till kartan, svarade sex stycken att de inte vet hur allmänheten informeras om kartan. En verksamhet svarade att de visste att kartan fanns på Malmö stads hemsida. Tre av de intervjuade som inte kände till att de var med i en GM tyckte att det var intressant att de var med och att de skulle leta upp information om kartan. Tre verksamheter tyckte att kartan är ett bra initiativ och att den finns tillgänglig. Dock ansåg en intervjuad att kartan borde utvecklas med mer information och synas mer så att allmänheten vet om den. En intervjuad påpekade även att de försökt lägga till bilder till sin verksamhet i kartan men att det inte lyckats. En verksamhet var starkt kritisk till kartans upplägg och menade att den inte ansågs tillräckligt seriös. De ansåg att kriterierna för att få vara med i kartan är för lågt satta och att man endast borde tillåta verksamheter som har ett genuint intresse för ekologiskt.

### 5.3 Lomma Green Map

LGM är skapad utifrån de erfarenheter och information som tidigare intervjuer och litteraturstudier gett. Totalt finns 14 platser markerade på kartan, varav nio av dem är klimatsmart konsumtion och fem är klimatsmarta lösningar, se figur 4 och figur 5. Av dem har jag markerat 10 platser själv. Hittills har fyra förslag kommit in till kartan, vilka har varit tre klimatsmarta lösningar och en plats med koppling till klimatsmart konsumtion. Kartan har fått 182 sidvisningar och 169 unika sidvisningar på kommunens hemsida mellan perioden mars-maj. De ikoner som har använts i kartan visas tillsammans med förklaringar i figur 6.



Figur 4. Kartan visar de platser som finns med i LGM och var de är lokaliserade. Bild hämtad från GreenMap (2013).



Figur 5. Bilden visar platserna som är lokaliserade i Lomma stad. Platserna som är lokaliserade till havs är anonyma förslag från medborgare. Bild hämtad från Green Map (2013).

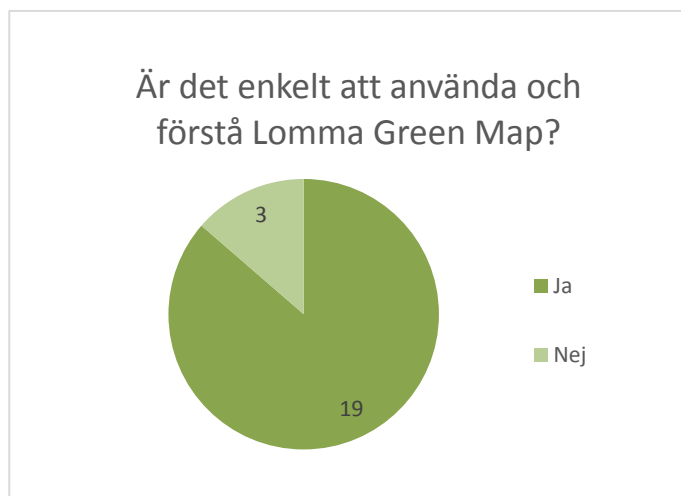
- |   |                                |   |   |
|---|--------------------------------|---|---|
|  | Ekologisk/lokal mat            |  | Second hand butik   |
|  | Lokal marknad eller gårdsaffär |  | Lokalt ägt och drivet företag som använder lokala råvaror |
|  | Energibesparing                |  | Hälsosam kost   |
|  | Återvinning                    |   |   |

Figur 6. Bilden visar de olika ikonerna med information om deras betydelse som är använda i LGM. Dessa är endast en bråkdel av alla ikoner som finns tillgängliga i GM:s verktyg. Ikonerna är hämtade från GreenMap.org

## 5.4 Utvärdering av Lomma Green Map

Totalt svarade 22 personer på enkäten och av dessa kommer 17 personer från kommunen och fem från föreningar. Av de svarande var 12 kvinnor och 10 män. Antal personer som fick enkäten från föreningar var minst 130 och inom kommunen ungefär 140. Antalet personer som fått enkäten är delvis uppskattad då ungefärlig information erhållits om hur många personer föreningarna respektive förvaltningarna vidarebefordrade enkäten till. Detta ger en svarsfrekvens på drygt åtta procent.

Det var få personer som svarade på enkäten, vilket kan bero på att den skickades ut med en länk via mail. Fler personer från kommunen svarade än föreningarna, vilket kan bero på att de fick enkäten till sin arbetsmail. De flesta svarade att de har ett intresse för miljö, dock kan det vara en psykologisk fråga, som gör att merparten svarar ja. 21 personer, alla utom en, svarade att de har ett miljöintresse. På frågan ifall det är enkelt att använda och förstå LGM svarade 19 ja och tre nej, se figur 7. En av de svarande påpekade att ikonerna i kartan var svåra att förstå och att de borde haft en bättre beskrivning. Personen ansåg även att informationen om vad kartan innehåller borde visas tydligare och att det är komplicerat att lägga till kommentarer och egna förslag.



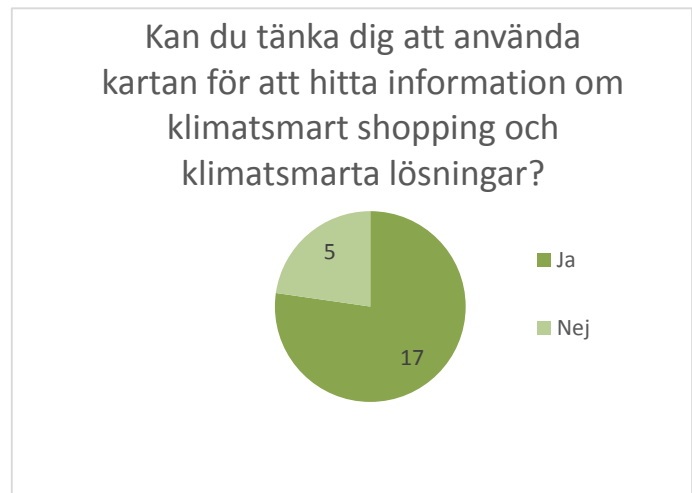
Figur 7. Cirkeldiagrammet visar hur många av de svarande som ansåg att LGM är enkel att använda och förstå.



20 personer ansåg att kartan har ett relevant tema med klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar. Två personer tyckte inte att dessa teman var relevanta för dem, se figur 8. På frågan ifall de svarande kunde tänka sig att använda kartan för att hitta information svarade 17 ja och fem nej, se figur 9.



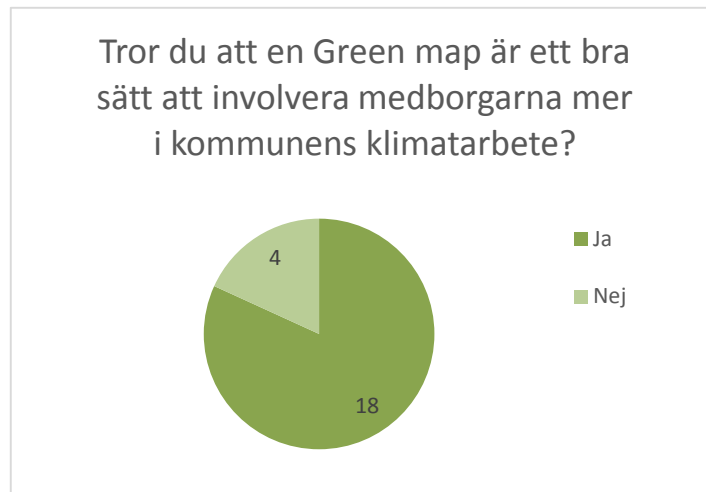
Figur 8. I cirkeldiagrammet visas hur många som tycker att valet av klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar är relevanta att ha med i kartan.



Figur 9. Antalet svarande som skulle kunna tänka sig att använda kartan för att hitta information om klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar.

Det som intresserade mest i kartan var information om var man kan köpa fairtrade och ekologisk mat, vilket nämndes av sju svarande. Övrig information som var av intresse var shopping, en informationsöverblick över kommunen samt idéer till hur man kan spara energi. En av de svarande påpekade att det var bra att få en översikt över vilka företag och butiker i närområdet som är intresserade av att framstå som miljövänliga, vilket gör att man kan gynna dessa när möjlighet finns. En person kunde tänka sig att använda kartan fler gånger ifall den blir integrerad med något program som används i vardagen eller om den finns som app.

Annan information och platser som flera av de svarande vill se i kartan är friluftsområden, restauranger & caféer, sevärdheter, hållbar shopping och ekologisk odling. Andra exempel som även nämndes var bilpooler, kollektivtrafik, svartlista verksamheter som inte är miljövänliga, återvinningsstationer samt fler förslag på hur man kan minska sitt ekologiska fotavtryck. Av de 22 svarande är det 18 som tror att en GM är ett bra sätt att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete, se figur 10. De som svarade nej på frågan var två personer från kommunen, samt en person från en förening. En av dessa personer har inget miljöintresse, vilket kan påverka personens inställning till en GM negativt.



Figur 10. Cirkeldiagrammet visar antalet svarande som tror att en Green Map är ett bra verktyg för att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete.

Förslag på platser i kommunen som kom in via enkäten var bland annat en ideellt driven second hand-butik i Lomma stad. Exempel på klimatsmarta lösningar i hushållet som nämndes i enkäten var att de uteslutit kött ur vardagen, skruvat ner temperaturen inomhus en eller två grader, sålt bilen för att istället cykla eller åka buss samt att de ökat andelen vegetarisk kost. Dessa förslag har lagts till i LGM.

Övriga kommentarer som nämndes i enkäten var en person som undrade ifall utbudet i Lomma räcker till för att kartan ska kännas behövlig, att kartan är ett bra initiativ, samt en kommentar om att det snarare borde ge mer effekt att klimatcertifiera verksamheter efter fastställda kriterier med certifikatshandling vid ingången än att skapa en karta. En svarande eftersökte en fritextsökning vid kartan för att kunna söka efter vald produkt och därefter syns de butiker som säljer den typen av varor på kartan. Resultatet visar ingen tydlig skillnad i svaren mellan personerna från kommunerna eller föreningarna. Svaren skiljer sig inte heller nämnvärt mellan män och kvinnor.

## 6. Diskussion

I denna del diskuteras studiens resultat med utgångspunkt från syfte och frågeställningar. Slutligen lämnas en rekommendation till Lomma kommun.

### 6.1 Green Map som styrmedel

Endast hälften av verksamheterna som intervjuades vet om att de är med i Malmö eller Blekinge Green Map. Det tyder på att informationen om GM varit otillräcklig eller att det var länge sedan informationen

kom ut. Ny personal i verksamheterna kan även påverka att vetskapen om kartorna försvunnit. Det visar att skapandet av en GM kräver långsiktigt tänkande och systematisk kommunikation, för att undvika att kartan glöms bort en tid efter att den skapats. En viktig del i kartans marknadsföring är verksamheterna själva som finns representerade i kartan. Dessa verksamheter borde stå för en del av marknadsföringen genom att information finns på plats. En möjlighet är att utveckla en logotyp som visar att verksamheten/platsen är med på kartan. Logotypen kan sättas upp på synlig plats, vilket kan skapa stolthet. Det innebär emellertid att tydliga kriterier krävs för vad som ska vara med och inte vara med i kartan. Kriterier är viktigt för att vara konsekvent och tydlig med vad som bör ingå, för att medborgarna ska kunna ge förslag som kan godkännas.

Det är tydligt att verksamheterna inte uppfattar att de nämnvärt påverkats av deras medverkan i kartan. Detta är en viktig punkt för att verksamheterna ska känna att de haft nytta av kartan. Resultaten från intervjuerna tyder på att det krävs en stor påverkan från kartan för att verksamheten ska märka det, samt att kunna härleda att påverkan kommer från kartan.

Malmö och Blekinges karta har funnits sedan 2009 och den huvudsakliga marknadsföringen genomfördes då kartan skapades och presenterades. Tanken är att man ska tänka och agera långsiktigt med kartan, för att skapa en förändring över tid. Kartan behöver sannolikt bli mer djupt rotad redan från början med återkommande uppdateringar för att den ska leva vidare hos allmänheten och verksamheterna.

## 6.2 Lomma Green Map

Enkätundersökningen som skickades ut för att utvärdera LGM erhöll en svarsfrekvens på drygt åtta procent, vilket är något under den förväntade svarsfrekvensen på mellan 10-15 procent. Enkäten skickades ut till förvaltningarnas chefer inom kommunen och till ansvariga personer inom föreningarna. Dessa vidarebefordrade sedan enkäten till sina anställda och medlemmar. Detta tillvägagångssätt kan ha medfört att ett antal medlemmar inte fått tillgång till enkäten, vilket delvis kan ha förklarat den låga svarsfrekvensen. Orsaker till att de inte fått tillgång till enkäten kan vara felaktiga mailadresser eller adresser som inte längre används. Att fler från kommunen svarade kan bero på att enkäten skickades till deras arbetsmail och de sitter vid datorn på arbetstid. Föreningarna skickade ut enkäten till medlemmarnas privata mailadresser. Denna typ av enkätundersökning är inte föreningarnas huvudsakliga syfte och därmed har mottagarna på maillistorna troligtvis inte prioriterat att besvara frågorna. Då enkäten har ett miljötema borde de som har ett intresse för miljö i högre grad ha svarat på enkäten. De som svarade på enkäten har sannolikt ett miljöintresse, vilket gör att de som svarade kan ha mer positiva åsikter om en

GM. Den låga svarsfrekvens kan även tyda på att en GM eller miljöinformation inte är av så stort intresse hos de medborgare som erhållit enkäten.

Resultatet från enkäten ger en första inblick i vad en del av medborgarna i Lomma har för tankar och åsikter om en GM. Flera bra förslag på klimatsmarta lösningar erhöles, vilket har fyllt på platserna i kartan. Genom enkäten erhöles flera förslag på nya platser och lösningar som är inlagda i kartan, men även åsikter om hur kartan kan utvecklas för att intressera fler medborgare i Lomma.

Att svara på enkäten bestod av två delar. Den första delen bestod av att använda LGM och testa dess funktioner. Den andra delen bestod av att svara på frågorna i enkäten. Detta upplägg, med två moment för att kunna svara på webbenkäten, kan delvis ha påverkat svarsfrekvensen negativt. Det finns därför skäl till att utföra en mer strukturerad undersökning med hjälp av Lommapanelen, som inte fanns tillgänglig i denna studie. Denna undersökning kan ske genom att kommunen anordnar möten med Lommapanelen där kartan kan introduceras, testas, utvärderas och utvecklas med hjälp av deras åsikter.

Resultatet som erhöles genom enkäten syftar till att få information från medborgare snarare än att generalisera det till alla medborgare i Lomma. Nästan alla som svarade på enkäten ansåg att en GM är ett bra sätt att involvera medborgarna i klimatarbetet, vilket visar att de svarande som är miljöintresserade tror på konceptet med en GM i Lomma.

En av de intervjuade verksamheterna nämnde att kriterierna för att få vara med i kartan var för låga, vilket gjorde att den ansågs oseriös. Det är därför viktigt att fastställa tydliga kriterier för vad som ska vara med och inte vara med i kartan. På så vis är det även lättare att förstå varför platser har godkänts för att vara med i kartan. Den formulerade beskrivningen (se del 3.5) om vilka krav som ställs för att platserna ska få vara med i kartan klargör tydligt vilka som ska vara med och inte vara med. Kraven bör inte sättas för lågt eller för högt, eftersom de båda kan innebära negativa effekter. För låga krav kan göra att för många platser finns med på kartan och syftet med att framhäva de bästa går förlorat. För höga krav kan leda till att för få platser kan visas.

### 6.2.1 Möjligheter

Medborgarna kan genom en GM vara med och bestämma samt ge sina förslag och åsikter till kommunen, vilket kan göra att kartan delvis kan utformas efter medborgarnas intresse. Idén med att låta medborgarna lägga in klimatsmarta lösningar som de själva gjort är att mycket kunskap finns hos medborgarna och för att kunna sprida denna kunskap kan kartan spela en nyckelroll. Beroende på vilken information som medborgarna är mest intresserade av kan kartan användas som ett verktyg för att sprida informationen.

Fördelar med att medborgarna delar med sig av vad de gjort visar även att var och en kan göra skillnad. Deras förslag visar även på att det skapas många klimatsmarta lösningar bland medborgarna idag och det är viktigt att visa att alla kan göra något.

Kartan kan riktas mot både medborgare som redan har ett miljöintresse, som därför förväntas vilja veta mer om vad som faktiskt finns i ens närområde, samt väcka ett intresse hos dem som inte har något sedan tidigare. Enell (2009) anser att kommunikationens framgång ofta mäts genom handlingen.

GM kan fungera bra som informationsspridare och kan på det sättet involvera medborgarna mer i kommunens klimatarbete. De intervjuade medlemmarna som skapat kartor i Sverige anser att kartorna är bra. Personerna som testade pilotversionen av LGM hade övervägande positiva åsikter men även några delade meningar om kartans syfte och utveckling. Erfarenheterna från verksamheterna visade att de inte noterat någon skillnad på grund av deras medverkan i en GM. För att kunna dra några slutsatser om hur bra kartan egentligen involverar medborgarna i Lomma behöver kartan utvärderas efter att den samverkat med kommunens andra verktyg och styrmedel.

De 169 personerna som varit inne på kartan har huvudsakligen läst informationen i kartan. Några av dessa personer har använt funktionerna med kommentarer och/eller lagt till något nytt förslag. Sidvisningarna visar även att flera personer varit inne på kartan mer än en gång. Användarstatistiken för LGM, med månadsvis jämförelse, är något mindre än Blekinges statistik och något högre än Malmös statistik. Dock är denna jämförelse av användarstatistik något missvisande eftersom de är plockade från olika tidpunkter efter kartornas uppkomst. Statistik visar hur många som varit inne och tittat på kartan, vilket kan ge en fingervisning om hur många medborgare som nyttjat den och tagit del av informationen. Detta visar även hur stora möjligheterna är med att använda en LGM för att sprida information. De flesta som svarade på enkäten ansåg att en GM är ett bra sätt att involvera medborgarna. Medborgarinvolvering har startat i och med detta projekt, vilket har gjort att de som kontaktats och tagit del av marknadsföringen under projektets gång har involverats.

Den ökade medvetenheten om lokala initiativ som uppmärksammas genom kartan kan ge indirekta effekter på medborgares vilja och medvetenhet även om de inte använder kartan för sina egna inköp. Uppsäll (2014) nämner två möjliga anledningar till att så få kommentarer och bilder kommit in till Malmös karta. Anledningarna är att kartan inte används så mycket eller att plattformen, där medborgarna kan interagera, inte uppstått som man tänkt. Detta kan även vara fallet för LGM. För att kunna skapa en plattform krävs det att ett flertal vet om att kartan finns och använder den regelbundet. Verktygen på kartans hemsida behöver bli enklare att använda. Trots att de flesta svarande i enkäten inte ansåg att

kartan var svår att använda har flera av de intervjuade, som har skapat kartorna, nämnt att kartans funktioner är svårhanterade, både för användare och administratörer. Formuläret på kommunens hemsida gör det enklare att lämna in förslag på nya platser. Förslagen som kommit in har skickats in via detta formulär. För att det ska skapas en plattform där medborgarna utbyter tankar krävs det att det finns något att diskutera. De klimatsmarta lösningarna bör kunna leda till nyfikenhet och en diskussion om hur lösningarna är skapade och vad de resulterade i. Dock kräver detta att flera olika lösningar presenteras i kartan av medborgarna. En plattform kräver att både kommunen och deltagarna är aktiva för att kunna skapa en diskussion. Därför behöver kartan vara lättillgänglig, t ex. som app till telefonen. Appen som finns idag visar endast platserna i en lista och kostar att ladda ner, vilket gör att den inte är speciellt användarvänlig. Ansvar för detta förbättringsarbete ligger på GMS och kan inte påverkas av användare eller Lomma kommun mer än att påpeka behovet.

### 6.2.2 Utveckling

Det finns stora potentialer för hur LGM kan utvecklas och det är sannolikt att det är kommunens resurser i tid och pengar som begränsar omfattningen. För att gå vidare med kartan kan Lommapanelen användas som försöksgrupp. Panelen kan använda kartan, diskutera hur den kan utvecklas och ge bra information som kan spegla medborgarnas åsikter. Kartan riktar sig just nu till medborgare som har ett miljöintresse. Kartan kan få en bredare målgrupp genom att lägga till fler kategorier. Förutom de kategorier som redan finns i Lomma-appen kan fler exempel vara transporter, vandringsleder, förnyelsebar energi och förorenade områden. Transporter bör vara en prioriterad kategori att ha med i kartan då körsträcka, bilnehav och bensinförbrukning är högre i Lomma än i övriga Sverige (Lomma kommun, 2008). Inom transporter kan ikoner visa kollektivtrafik, samåkningsplatser, bra cykelvägar och eventuella cykeluthyrningar och bilpooler. Inom förnyelsebar energi kan bland annat solpaneler och solceller markeras. Inom förorenade områden kan vägar och platser med höga avgasutsläpp visas. Att välja en kategori med förorenade områden ger negativ information i kartan, men kan ge medborgarna möjlighet att reflektera över lokala utsläpp som kan orsaka hälsoproblem. Bland verktygen finns det ikoner till kartan som innefattar det mesta som går att koppla till miljö och klimat.

Det smidiga med LGM-konceptet är att man kan klicka för vilka ikoner man vill se samtidigt. Detta kan man inte göra med kartorna i Lomma-appen, vilket är en begränsning. Det behövs mer arbete med LGM för att den ska kunna leva vidare och skapa någon påverkan på medborgarna. Det krävs att kartan kontinuerligt uppdateras och är synlig för att den ska uppmärksammas. Ju mer det finns på kartan desto större är sannolikheten att den tilltalar en större del av medborgarna. En möjlighet till utveckling kan vara att lägga till tips på ytterligare information om hur man kan leva mer miljösamt. Ett bra tips är

Naturskyddsföreningens app<sup>3</sup> *Grön Guide* som ger tips inom resor, mat, kläder, hushållet, barn och arbetsplatsen. Liknande information kan även spridas om kommunens energirådgivning.

GM-appen skulle kunna kopplas till Lomma-appen. Alternativt kan klimatsmarta lösningar och klimatsmart konsumtion läggas till bland de andra kartorna i appen. Dock har de markerade platserna i appens kartor endast ett namn för varje plats och saknar information om platsen. Kartorna saknar även funktioner där medborgarna kan påverka innehållet i kartorna. Dessa funktioner går de miste om ifall kategorierna och informationen i LGM flyttas över till Lomma-appen.

### 6.2.3 Förbättrad marknadsföring

Kartans målgrupp är främst medborgarna och verksamheter i kommunen. Marknadsföringen riktades till medborgarna och verksamheterna i Lomma samt personer som är anställda på kommunen. Statistiken visar att 169 personer tittat på kartan, vilket betyder att marknadsföringen nått ut till dessa. Kartans nuvarande placering på kommunens hemsida gör att den är svår att hitta. För att göra kartan mer tillgänglig bör information finnas på kommunens startsida. För att medborgarna ska få information om kartan och möjlighet att använda den kan en dator placeras exempelvis på stadsbiblioteket och i kommunhuset.

För att kunna erhålla många bra tips på platser är det viktigt att marknadsföra kartan i flera medier och göra den så användarvänlig som möjligt. Ett alternativ är att gå ut bland medborgarna och fråga vad de skulle vilja ha med i en LGM och att sätta upp information om GM-projektet på allmänna platser och hänvisa till hemsidan. Det är även viktigt att verksamheterna som är med i kartan är medvetna om detta för att i sin tur sprida information. Detta behov framkom då de intervjuade verksamheterna i Blekinge och Malmö inte visste om att de var med i en GM. Det är mycket viktigt med en återkommande marknadsföring som riktar sig mot samtliga målgrupper kartan syftar till att involvera, för att kartan inte ska glömmas bort.

Lomma kan även utveckla kartan för turism. Kartan är ett tydligt sätt att visa upp var sevärdheter och betydelsefulla platser i Lomma finns för de besökare som är intresserade av lokala produkter och klimatsmarta verksamheter. Kartan skulle även kunna skrivas ut och delas ut vid olika event, t ex. under Lommadagen. Kartan kan, med rätt kombinerade åtgärder, vara en tillgång för kommunen i deras klimatarbete. LGM behöver även marknadsföras mer för att medborgarna ska veta om att den finns och hur de kan ha nytta av den. Kartan kan även marknadsföras via sociala medier genom att integreras i

---

<sup>3</sup> För mer information: <http://www.naturskyddsforeningen.se/vad-du-kan-gora/gron-guide/app>

kommunens Facebook-sida och uppmärksammas via Twitter. Kommunen skulle även kunna använda kartan för att sprida information om aktuella projekt som genomförs, t ex förändringar i hamnen.

#### 6.2.4 Samarbete

GM har ett stort nätverk med alla som skapat kartor över hela världen. I detta nätverk finns stor erfarenhet som Lomma kan ta del av i arbetet med sin egen karta. Det hade även varit bra att ta kontakt och skapa ett samarbete med dem som har kartor i Sverige. Ett samarbete med Malmö och deras karta kan ge stora fördelar i form av erfarenhetsutbyte och workshops. Lomma kommun kan kontakta Naturskyddsföreningen i Lomma för ett samarbete. Föreningen har stor kunskap om kommunen och dess naturområden och kan tillsammans med kommunen utveckla kartan. Vid ett samarbete mellan Naturskyddsföreningen och kommunen kan arbetet med att utveckla och sprida kartan delas mellan dem. Då arbetet med att utveckla och lägga till platser i kartan är tidskrävande kan flera involverade dela på detta arbete. Beroende på vilken sorts plats som ska läggas till i kartan behövs upp till 31 olika uppgifter fyllas i. Eftersom alla kartor som skapats genom GMS är unika finns det bred kunskap om hur man kan skapa kartor på olika sätt och med olika innehåll.

Det är stor skillnad på medlemspriserna på GMS för olika aktörer. De stora kostnaderna ligger dock inte i att äga en GM, utan det är snarare arbetet med att underhålla och utveckla kartan som skapar de största kostnaderna. Dessa kostnader ligger framför allt i att administrera, kommunicera och marknadsföra kartan samt att följa upp dess effekter.

#### 6.3 Egna reflektioner av att skapa en Green Map

Efter att ha skapat en GM i Lomma har flera tankar om konceptet kommit upp. Att använda sig av en karta för att informera medborgarna om lokala möjligheter och lösningar inom miljö och klimat är, enligt min åsikt, ett logiskt och effektivt verktyg. Det finns dock en del begränsningar med mjukvaran som används för att skapa kartan. Det är svårt att hitta informationen om kartan på sidan där kartan finns, vilket istället borde ligga tydligt överst. Det tar lång tid att lägga in nya platser eftersom mycket information om platsen måste fyllas i. Detta problem har även bekräftats av de andra som skapat kartor i Sverige. Systemet för att lägga in nya platser är även svårt för mig som skapare av kartan. Då det var svårt för mig, innan jag lärt mig systemet, att lägga till nya platser, borde det vara än svårare för medborgare att lägga till nya förslag. Därför är det bra att ha ett enkelt formulär på kommunens hemsida där den som så önskar kan skicka in förslag på nya platser. Dock har endast ett förslag hittills kommit in via det formuläret. Ikonerna som finns tillgängliga när man skapar kartan är mycket smidiga, är enkla att förstå och det finns ett stort utbud av



ikoner. Ifall det inte finns någon ikon som passar för ett tänkt ändamål kan man själv ge förslag på en ny ikon till GMS.

Personer som har använt kartan kan ha gynnat de platser som finns med på kartan, vilket dock inte uppmärksammas av verksamheterna då dessa kunder endast har skapat en marginell ökning. Det kan även finnas andra effekter, skapad av en GM, som mina metoder inte fångat upp. Därför är det viktigt att uppföljningen av kartan inkluderar andra möjliga effekter. Andra effekter som kan ha skapats av kartan som inte följts upp, är att veta hur många som reflekterat över budskapet. Det är även svårt att följa upp hur många av dem som gör ett aktivt val som resulterar i en handling.

Kartan ska uppmana till att medborgarna ska reflektera över deras beteenden och livsstil för att kunna handla mer klimatsmart. Medborgarna kan ha reflekterat över informationen. Denna reflektion har kanske sedan skapat mer klimatsmarta handlingar, men det är inte en så stor mängd att verksamheterna märkt det. Alltså syns inte dessa effekter så tydligt och märks inte i uppföljningen. Det kan vara många av dem som tittat på kartan som faktiskt gjort fler miljösmdarta handlingar nu när de sett möjligheterna som finns lokalt.

Under arbetets gång var planeringen att Lommapanelen skulle involveras i en enkätundersökning eller genom en workshop. Under projektets gång har inga objektiva rapporter hittats där GM:s har utvärderats. Information från tidigare utvärderingar hade varit värdefullt att ha för att kunna jämföra studiens resultat med.

Jag tror att det kan vara viktigt att även framhäva andra positiva effekter av en mer klimatsmart livsstil än endast de miljömässiga, då det kan ge ytterligare incitament till engagemang och handling. Andra aspekter som kan framhävas är bland annat ekonomiska och hälsorelaterade. Information om dessa aspekter kan beskrivas på platser som markeras i kartan. Detta kan t ex. vara information om hur stor ekonomisk besparing en investering inneburit eller att hälsan förbättrats då cykeln används framför bilen. På så sätt kan även kartans målgrupp ökas och fler involveras. Beroende på vilka kategorier som inkluderas i kartan kan ekonomiska, sociala och samhällsinriktade förhållanden involveras.

Olika aspekter påverkar hur lång tid det tar för en GM att etableras i Lomma kommun. Detta beror till stor del på hur aktivt kommunen arbetar med att marknadsföra kartan. Men det beror även på hur, till vem och hur mycket kartan marknadsförs. Men även hur mycket information som finns beskrivet om platserna som är markerade, samt hur stort intresset är bland invånarna i Lomma. Kartan kan locka fler användare genom att erbjuda information om intressanta platser inom flera olika kategorier. Den bör kontinuerligt

uppdateras och vara så informativ att användarna återkommer. Intresserade medborgare och verksamheter kan sprida kartan vidare. Ju fler medborgare som använder kartan desto fler verksamheter antas bli engagerade. Eftersom skapandet av en GM är ett långsiktigt projekt får kartans etablering ta tid. Det viktiga är att den upplevs intressant och ständigt vidareutvecklas.

## 6.4 Rekommendation

Min rekommendation till kommunen är att arbeta mer ambitiöst med klimatarbetet och utveckla en framgångsrik LGM. En framgångsrik LGM skapas genom en kontinuerlig och tydlig marknadsföring, kommunikation med organisationer och verksamheter och följa upp dess effekter. Kartans målgrupp behöver utökas för att nå ut till fler medborgare, vilket kan skapas genom att använda kartan som turistinformation.

Kommunen bör utvärdera kartan mer med hjälp av Lommapanelen under perioden som kartan är betald, fram till våren 2015. Panelens åsikter kan i högre grad spegla medborgarnas åsikter i kommunen, vilket ger tydligare resultat i vilken grad och hur en GM kan skapa medborgarinvolvering i Lomma. Med en LGM kan kommunen uppnå de högre nivåerna av medborgarinvolvering enligt SKL:s delaktighetstrappa, (se sektion 2.5). Detta innebär att medborgarna har möjlighet att föra fram sina åsikter om hur de tycker att LGM bör utformas, genom att lämna in förslag på nya kategorier och platser. Den högre nivån av deltagande beror delvis på kartans möjligheter att skapa en plattform där kommunen, verksamheter och medborgarna kommunicerar, delar förslag och yttrar åsikter.

Kartan bör kombineras med andra styrmedel och åtgärder som redan används i Lomma idag, t ex. Lomma-appen, konsumentrådgivning, miljömärkning, samverkan med näringslivet och torghandel. Med en LGM kan kommunen samla de projekt och platser i kommunen som har en koppling till deras klimatarbete och en klimatsmart livsstil. De kartor som idag ligger i Lomma-appen bör därför integreras i LGM, som därefter kan marknadsföras via Lomma-appen. Jag föreslår att kommunen går vidare med utvecklingen av en LGM och överväger om kostnaderna för verktyget är rimligt. Kostnaderna bör därvid ställas mot kostnader för andra åtgärder med liknande målsättning.

Om kommunen väljer att inte fortsätta arbetet med en LGM är min rekommendation att istället utveckla kartorna som redan finns i Lomma-appen. Kategorierna klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar som finns i GM idag, bör då integreras i appens kartor. Med appens nuvarande design, med bilder utplacerade på en karta, kommer medborgarnas deltagande att begränsas till att endast erhålla

information. Detta gör att idén med kategorin om klimatsmarta lösningar tappas sitt syfte, då medborgarna inte längre kan ge egna förslag.

## 6.5 Miljövetenskaplig relevans

Att involvera medborgare är ingen enkel process. Ett hinder med långsiktigt klimatarbete är att det ofta hamnar i konflikt med andra ofta mer prioriterade områden t.ex. ekonomi. Detta kan ge en brist på stöd hos politiker och allmänheten. Klimatarbetet tenderar även ofta att hamna i konflikt med andra mål, t ex ständig ekonomisk tillväxt. Kommunerna har även andra tunga poster som vård, skola och omsorg vilket kan göra att klimatarbetet förlorar i konkurrens med dessa områden. Klimatarbetets framgång beror till stor del av de lokala förutsättningarna, bland annat socio-ekonomiska förhållanden. Bristande intresse hos allmänheten kan försvåra det kommunala arbetet och kan vara ett hinder speciellt inom klimatarbete (Naturvårdsverket, 2007).

Information om miljöproblem och hållbarhet tenderar att huvudsakligen handla mer om hoten än om möjligheterna. Allmänheten kan ha tröttnat en del på alla dessa varningar och hot om miljöproblem och klimatförändringar. En annan utgångspunkt kan därför vara att allmänheten istället informeras om vad som kan göras, på lokal nivå. En GM kan fungera som ett verktyg där de lokala möjligheterna och lösningarna framhävs. Detta gör att kartan hjälper kommunen att informera och involvera medborgarna om hur de kan driva klimatarbetet framåt.

Enligt Naturvårdsverket (2008) är vår största möjlighet på kort sikt att ändra medborgarnas konsumtionsmönster. Privatpersoners konsumtion kan förändras genom att erbjuda information om vart och hur dessa alternativa lösningar finns lokalt. Medborgarna behöver även informeras och få kunskap om varför en klimatsmart konsumtion är ett viktigt steg för att skapa en mer hållbar utveckling. Kommunen behöver även prioritera arbetet med transporter i Lomma. Medborgarna kan därför informeras om de alternativa lösningarna inom transporter som finns lokalt, vilket med fördel kan inkluderas i en LGM.

Kommuner kan skapa lokala förändringar genom att vara ledande i klimatarbetet och satsa på att minska klimatpåverkan i den fysiska planeringen genom kollektivtrafik, energieffektiviseringar, utbyggnad av förnybar energi och ställa miljökrav vid offentlig upphandling. För att kunna skapa detta krävs ett långsiktigt arbete (SKL, 2012). Att skapa en LGM innebär ett långsiktigt klimatarbete, då tanken är att kartan kontinuerligt ska utvecklas tillsammans med medborgarna. Klimatarbetet i kommunen kan bestå av flera olika verktyg och styrmedel som hjälps åt att skapa ett framgångsrikt resultat. De olika verktygen arbetar inte ensamt utan en kombination av olika styrmedel krävs. Genom att involvera och engagera

medborgarna att reflektera över sina egna möjligheter att skapa en mer hållbar livsstil, kan en LGM vara en pusselbit av kommunens verktyg för att skapa ett bättre klimatarbete.

## 7. Slutsats

- En viktig del i arbetet med verktyg och åtgärder är att följa upp och utvärdera dess påverkan och betydelse. Dock är en karta och dess påverkan ett verktyg som är svårt att utvärdera utifrån dess effekter så som minskad klimatpåverkan och en förändrad konsumtion. Erfarenheter från intervjuerna med dem som skapat kartor i Sverige tyder på att arbetet med att följa upp och utvärdera kartorna behöver förbättras.
- Intervjuer med verksamheter i Malmö och Blekinge visade att det krävs kontinuerlig marknadsföring av kartan för att den ska vara aktiv. Marknadsföringen behöver riktas både mot medborgare och verksamheter som är med i kartan för att de ska kunna vara uppdaterade om informationen i kartan.
- Pilotversionen som skapats av en LGM har främst skapat en ökad involvering genom att sprida information. Genom att fortsätta och utveckla en LGM kan kartan fungera som en plattform där medborgare och kommun kan kommunicera. En LGM kan skapa flera steg av involvering i SKL:s delaktighetstrappa.
- Enligt enkätundersökningen anser en övervägande del av de svarande att en GM är enkel att förstå och använda, att de skulle kunna tänka sig att använda kartan för att hitta information, samt att de tror att en GM är ett bra sätt att involvera medborgarna i kommunens klimatarbete.
- Det finns många utvecklingsmöjligheter för en GM i Lomma kommun. Förutom kategorierna klimatsmart konsumtion och klimatsmarta lösningar bör transporter prioriteras i Lomma kommun. Transporter kan innehålla vandringsleder, kollektivtrafik, samåkningsplatser och bra cykelvägar som markeras och beskrivs i kartan.
- Lomma kommun rekommenderas att arbeta mer ambitiöst med klimatarbetet genom en LGM. En LGM skapar en ökad medborgarinvolvering på flera nivåer och fortsättningsvis kan kommunen fokusera på att utveckla, marknadsföra och anpassa kartan efter Lommas behov. Lommapanelen kan användas för att utvärdera och vidareutveckla kartan. Alternativet till en LGM är att utveckla arbetet med kartorna i Lomma-appen för att skapa en ökad medborgarinvolvering.

## 8. Tackord

Jag vill rikta ett stort tack till Åke Thidell, som varit min interna handledare på universitetet, för all värdefull vägledning under hela arbetet. Jag vill även tacka Tim Schnoor i Lomma kommun för att du ställt upp som extern handledare, för den tid du lagt ner på att svara på frågor och tagit fram information som jag behövt. Tack till Linnea Uppsäll, Ben Andersen och Max Goldstein för att ni ställt upp på intervjuer och svarat på många av mina frågor. Era svar gav mig värdefull information om GM i början av mitt arbete. Jag vill även rikta ett tack till Eva Jansson för hjälpen med att utforma annonsen om LGM som användes i marknadsföringssyfte. Slutligen vill jag även tacka min familj och mina vänner för att ni kommit med bra synpunkter på mitt arbete och för allt stöd under arbetets gång.

## Referenser

- Agger, A. (2010), *Involving citizens in sustainable development: evidence of new forms of participation in the Danish Agenda 21 schemes*, Local Environment: the International Journal of Justice and Sustainability, vol 15, no. 6, pp. 541-552.
- Andersen, B. (2014) EkoBlekinge. Telefonintervju genomförd 2014-02-27
- Arnstein, S.R. (1969) *A ladder of citizen participation*. *Journal of the American Institute of Planners*, Vol. 35, No. 4.s.216-224.
- Borrero, M. (2014) Gruppledare, IT- och Serviceavdelningen, Lomma kommun. Mailkommunikation genomförd 2014-05-14.
- Bryman, A. (2012) *Samhällsvetenskaplig metod*. Upplaga 2:3. Liber. Malmö.
- Carpini, M.X.D., Cook, F.L. & Jacobs, L.R. (2004) Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: a review of the empirical literature. *Annual Review of Political Science*, 7 (1),315–344.
- Coop (2009) *Coop-rapporten 2009 – Ekologisk torsk, rättvist kaffe och snabb middag som hela familjen gillar – följ den moderna konsumentens vardag*. Hämtad 2014-04-23. Hämtad från [https://www.coop.se/PageFiles/8271/CoopRapporten2009.pdf]
- Creighton, James L. (2005) *The public participation handbook: making better decisions through citizen involvement*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass
- EkoBlekinge (2014) *Green Map*. Hämtad 2014-03-17. Hämtad från [http://ekoblekinge.se/Green Map ]
- Enell, M. (2009) *Miljökommunikation och hållbar utveckling – stärk ditt varumärke och skapa affärsnytta*. Utgåva 1. Kristianstad Boktryckeri. SIS Förlag AB i Stockholm.
- Forsberg, B. (2002) *Lokal Agenda 21 för hållbar utveckling – En studie av miljöfrågan i tillväxtsamhället*. Doktorsavhandling, Statsvetenskapliga institutionen Umeå universitet.
- Frankl, P. & Rubik, F. (2005) *The Future of Eco-labelling - Making environmental product information systems effective*. Greenleaf Publishing Ltd. Suffolk, Great Britain.

- Goldstein, M. (2014) *Stadens Eko*, Stockholm. Telefonintervju genomförd 2014-02-23
- Green Map (2014a) *How Green Maps are made*. Hämtad 2014-03-26. Hämtad från [<http://www.GreenMap.org/greenhouse/en/about/mapmaking>]
- Green Map (2014b) *Think Global, Map local!* Hämtad 2014-04-22. Hämtad från [<http://www.GreenMap.org/greenhouse/en/about>]
- Green Map (2014c) *Green Maps in Europe*. Hämtad 2014-04-22. Hämtad från [<http://www.GreenMap.org/greenhouse/en/maps/europe>]
- Green Map (2014d) *The use of Green Mapping in planning*. Hämtad 2014-04-22. Hämtad från [<http://www.GreenMap.org/greenhouse/en/participate/universities/research>]
- Haider, J. och Sundin, O. (2009) *Miljöpraktiker i vardagen – Livsstil, information och förändring i Simrishamn*. Centrum för livsstilsfrågor, Region Skåne.
- Jordbruksverket (2010) *Hållbar konsumtion av jordbruksvaror – vad får du som konsument när du köper närproducerat?* Rapport 2010:19. Jönköping.
- Jordbruksdepartementet (2006) *Tänk om! – En handlingsplan för hållbar konsumtion för hushållen*. Regeringens skrivelse, Skr. 2005/06:107
- Kasymova, J. och Gaynor, T.S. (2014) *Effective Citizen Participation in environmental issues: what can local governments learn?* SAGE Journals.
- King, C.S., Feltey, K.M. och O'Neill Susel, B. (1998) The question of Participation: Toward authentic public participation in public administration. *Public administration review*. Vol. 58 No 4. pp 317-326.
- Layman (2012) *Champ – Local response to climate change – Through integrated management*. Union of the Baltic Cities, Commission on Environment.
- Læssøe, J., (2007) Kapitel 4 Folkeoplysning om bæredygtig udvikling. In: Holm *et al.*, eds. *Økologisk modernisering på dansk*. København K: Frydenlund, 119–150.
- Lindén, A-L. (2002). *Ändra livsstil för miljöns skull! Vardagslivets stora utmaning*. MILJÖforskning 6 (2002).
- Lomma kommun (2014) *Välkommen till Lomma kommun!* Hämtad 2014-05-14. Hämtad från [<http://lomma.se/huvudmeny/kommunochpolitik/omlommakommun.4.7a48a90b12c665dedb480008581.html>] Senast uppdaterad 2014-03-26
- Lomma kommun (2013) *Lomma kommun-app*. Hämtad 2014-05-13. Hämtad från [<http://lomma.se/nyheterforstasidan/lommakommunapptilliphoneochandroid.5.3c18111c12f9741591280005558.html>] Senast uppdaterad 2013-03-19
- Lomma kommun (2012) *LommaPanelen*. Hämtad 2014-05-14. Hämtad från [<http://www.lomma.se/huvudmeny/kommunochpolitik/paverka/lommapanelen.4.9baba9e14178fcd b492118.html>] Senast uppdaterad 2012-09-20.

- Lomma kommun (2008) *Energiplan med energistrategi för Lomma kommun 2009-2012*.
- Malmö Stad (2008) *14. Klimatanpassad turism. Åtgärd 14. Klimatinvesteringsprogram 2008-2012*, Malmö Stad, Miljöförvaltningen.
- Naturvårdsverket (2014a) *Miljömålen – Årlig uppföljning av Sveriges miljö kvalitetsmål och etappmål 2014*. Rapport 6608. Bromma
- Naturvårdsverket (2014b) *Sveriges klimatpolitik*. Hämtad 2014-04-29. Hämtad från [http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallat/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Klimat/Klimatpolitik/]
- Naturvårdsverket (2012) *Underlag till en färdplan för ett Sverige utan klimatutsläpp 2050*. Rapport 6537. Bromma.
- Naturvårdsverket (2008) *Konsumtionens klimatpåverkan*. Rapport 5903. Bromma
- Naturvårdsverket (2007) *Hållbarhetens lokala horisont – Forskning om kommunernas arbete med miljö och hållbar utveckling*. Rapport 5674. Bromma.
- Naturvårdsverket (2004) *Hållbar produktion och konsumtion i Sverige – En översiktlig bild*. Rapport 5432.
- Ranger, A. & Westerberg, K. (2004) *Metoder för möten. För ökat deltagande i lokalt förändringsarbete*. Malmö Stad, Malmö.
- Reiter, S., Gronier, G., Valoggia, P. (2014) *Citizen involvement in local environmental governance: A methodology combining human-centred design and living lab approaches*. Proceedings of the European conference on e-government. p219-227.
- Roslund, L., Simonson, F., Wikstrand, E. (2014) *Hur kan kommunens medborgare bli mer involverade i energi- och klimatarbetet i Lomma kommun?* Arbete genomfört inom kursen Tillämpad Miljövetenskap, MVEN14. Lunds universitet.
- Rowe, G. & Frewer, L. J. (2000) *Public Participation Methods: A Framework for Evaluation*. Science, Technology, & Human Values, Vol. 25 No. 1, 2000 3-29. Sage Publications Inc.
- Schnoor, T. (2014) *Miljöstrategi*, Kommunledningskontoret, Lomma kommun. Muntlig kommunikation och mailkommunikation genomförd 2014-01-10 – 2014-04-04.
- SKL (2014) *Dialogguiden - Delaktighetstrappan*. Hämtad 2014-04-10. Hämtad från [http://dialogguiden.se/planning/index]
- SKL (2012) *Fysisk planering i kommunerna för minskad klimatpåverkan – resultat från enkätundersökning 2011*. Nr 5267. Sveriges Kommuner och Landsting, 2012. Stockholm.
- Stenberg, J., Abrahamsson, H., Benesch, H., Berg, M., Castell, P., Corkhill, E., Danielsson, S., Fridén, A., Heed Styffe, R., Jadelius, L., Larberg, V. och Tahvilzadeh, N. (2013) *Framtiden är redan här: Hur invånare kan bli medskapare i stadens utveckling*. Göteborg, Chalmers Tekniska Högskola.
- Stockholm Stad (2002) *Stockholmarna tycker om miljö*. Miljöförvaltningen, Stockholm Stad, Stockholm.

Surveymonkey (2014) *Urvalsstorlek för enkät*. Hämtad 2014-05-16. Hämtad från  
[<https://sv.surveymonkey.com/mp/sample-size/>]

Trost, J. (2012) *Enkätboken*. Fjärde upplagan. Studentlitteratur. Elanders Hungary Kft, Ungern.

United Nations Economic Commission for Europe, UNECE (1998) *Convention on access to information, public participation in decision-making and access to justice in environmental matters*. Geneva, Switzerland: United Nations.

Uppsäll, L. (2014) Projektansvarig Miljöförvaltningen, Malmö Stad. Intervju genomförd 2014-02-13.

WCED (World Commission in Environmental and Development) (1987) *Our common future*. The Brundtland Report; Oxford, UK:Oxford University Press.

Figur 1. Stenberg, J., Abrahamsson, H., Benesch, H., Berg, M., Castell, P., Corkhill, E., Danielsson, S., Fridén, A., Heed Styffe, R., Jadelius, L., Larberg, V. och Tahvilzadeh, N. (2013) *Framtiden är redan här: Hur invånare kan bli medskapare i stadens utveckling*. Göteborg, Chalmers Tekniska Högskola.

Figur 4 och 5. *Green Map - Lomma Green Map*. (2013) Hämtad 2014-05-17. Hämtad från  
[<http://www.opengreenmap.org/greenmap/lomma-green-map-1>]



## Bilaga 1. Frågor till verksamheter

1. Känner ni till att er verksamhet är med i Malmö Green Map?  
Om nej - Någon annan inom verksamheten som känner till att ni är med i kartan?
2. Har några kunder nämnt något om att ni är med i kartan?  
Om ja – har det varit positiva eller negativa kommentarer?
3. Har er medverkan i kartan haft någon påverkan på er verksamhet?  
Om svar: Vilka effekter har detta gett? Har dessa haft någon betydelse?
4. Vet du hur allmänheten informeras om Green Map?
5. Har du någon övrig reflektion eller kommentar om Malmö/Blekinge Green Map?

## Bilaga 2. Webbenkät

### Lomma Green Map

Syftet med Lomma Green Map är att visa platser och verksamheter för lokal och miljövänlig handel och service samt klimatsmarta lösningar i kommunen. Målet är att kartan ska vara till hjälp för en mer klimatsmart livsstil hos medborgarna. Tanken är att medborgare i kommunen ska kunna lägga till förslag på platser och verksamheter som de tycker borde vara med i kartan. \* Required

1. Är du: \*

- Man  
 Kvinna

2. Jag fick formuläret via \*

- Kommunen  
 Min förening

3. Har du ett miljöintresse? \*

- Ja  
 Nej

4. Är det enkelt att använda och förstå Lomma Green Map? \*

- Ja  
 Nej

Om nej, vad är svårt?

.....  
.....  
.....  
.....

5. Tycker du att valet av klimatsmart shopping och klimatsmarta lösningar är relevant för dig? \*

- Ja  
 Nej

6. Kan du tänka dig att använda kartan för att hitta information om klimatsmart shopping och klimatsmarta lösningar? \*

- Ja  
 Nej

Om ja, vad är det som intresserar dig mest?

.....  
.....  
.....  
.....

Om nej, vad skulle få dig att vilja använda kartan fler gånger?

.....  
.....  
.....  
.....

7. Tanken med kartan är att den ska fortsätta att utvecklas med flera olika sorters platser. Vad skulle du vilja se för information/platser på kartan? \*

---

---

---

---

8. Tror du att en Green Map är ett bra sätt att involvera medborgarna mer i kommunens klimatarbete? \*

- Ja  
 Nej

9. Kan du ge något förslag på en plats i kommunen som har klimatsmart shopping? Beskriv vart platsen ligger och varför den borde vara med på kartan. t.ex. second hand, har ett uttalat miljöarbete och säljer främst ekologiska produkter.

---

---

---

---

10. Har ni gjort någon klimatsmart lösning i ert hushåll som kan vara med på kartan? Beskriv din lösning och vad det resulterade i. t.ex. någon hållbar el- eller värmeförsörjning, vatten- eller energieffektivisering, eller ett smart sätt att hantera sopsorteringen.

---

---

---

---

11. Har du någon övrig kommentar om Lomma Green Map?

---

---

---

---

Ifall du är intresserad av resultatet och vill ta del av studien, fyll i din mailadress nedan.

---



LUNDS UNIVERSITET

Miljövetenskaplig utbildning

Centrum för klimat- och  
miljöforskning

Ekologihuset

22362 Lund