

Examensarbete för kandidatexamen

”Vågar jag köpa den här maten?”

Digitaliseringens möjlighet att främja hållbar konsumtion
genom att förändra matpraktiker

Olivia Cegrell
Josefine Vesterinen

Antal ord: 12 524

Gruppnummer: 35

Handledare:

Christian Fuentes

Examensarbete

VT 2019

Sammanfattning

Hållbar konsumtion är ett ämne som länge engagerat såväl konsumenter som producenter, media, politiker och forskare. Som en följd av att jordens resurser under lång tid hanterats utan vördnad omfattar ett av FN:s globala mål i Agenda 2030 säkerställandet av hållbara konsumtion- och produktionsmönster där delmål 12.3 berör matsvinnets problematik. Hållbar konsumtion har i tidigare forskning studerats i relation till digitala enheter, men hållbara applikationers påverkan på konsumenters vardagspraktiker har inte studerats i samma utsträckning. Syftet med denna studie är att bidra till en bredare förståelse för hur digitaliseringen kan främja hållbar konsumtion. För att undersöka fenomenet analyserades användandet av applikationen Karma som arbetar för att minska matsvinn genom att tillhandahålla en plattform där privatpersoner kan köpa överblivna matvaror till ett reducerat pris. Analysen baseras på 14 etnografiska intervjuer med fokus på informanternas beskrivning en veckas testperiod med Karma i tillägg till digitala observationer av applikationen. Genom att applicera ett praktikteoretiskt perspektiv på matkonsumtion i relation till användning av applikationen ämnar undersökningen skapa ökad insikt i vilka aspekter som ligger till grund för förändring av matpraktiker samt vad som bidrar till svårigheter i att förändra en praktik. Studien visar att majoriteten av användarna upplevde det onaturligt att integrera applikationen i sin vardag vilket kunde härledas till tekniska misslyckanden och krockar mellan praktiker. I de fall då applikationen lyckades få fäste i användarnas matrutiner och således påverka individen mot hållbar konsumtion låg en matchning mellan användandet av applikationen och användarnas vardagsrutiner till grund för detta. Studiens resultat ämnar bidra med betydande kunskap kring hur digitala enheter kan bidra till en hållbar konsumtion genom att påverka matpraktiker.

Nyckelord: Hållbar konsumtion, digitalisering, practice theory, matpraktik, applikationer

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Ohållbar konsumtion	1
1.2 Digitalisering för att främja hållbar konsumtion?	2
1.3 Syfte och forskningsfrågor	4
1.4 Applikationen Karma	4
1.5 Studiens genomförande	5
2. Ett praktikteoretiskt perspektiv	6
2.1 Vad är praktikteori?	6
2.2 Vad innebär praktikteori för konsumtion?	8
2.3 Vad innebär praktikteori för matkonsumtion?	10
2.4 Vad innebär praktikteori för studien?	13
3. En etnografisk studie av en digital enhet	14
3.1 Tillvägagångssätt	14
3.2 Etnografisk ansats	14
3.3 Urvalsstrategi	14
3.3.1 Applikationen Karma	14
3.3.2 Informanter från Stockholm och Malmö	15
3.4 Materialinsamling	16
3.4.1 Instruktion till informanterna	16
3.4.2 14 semistrukturerade intervjuer	17
3.4.3 Digitala genomgångar och printscreens	17
3.4.4 Intervjuguide	18
3.4.5 Digitala observationer	19
3.5 Analys av material	19
3.6 Reflektioner gällande metodval	19
3.6.1 Etiska principer	19
3.6.2 Trovärdighet	20
3.6.3 Metoddiskussion	20

4. Applikationens möjligheter och svårigheter att förändra matpraktiker	22
4.1 På vilka sätt vill Karma uppmuntra till hållbar konsumtion?	22
4.2 Situationer där Karma integreras i vardagsrutiner	26
4.2.1 Tekniska misslyckanden	26
4.2.2 Praktikkrock	31
4.3 Situationer där Karma integreras i vardagsrutiner	35
4.3.1 Praktikmatchning	35
5. Slutdiskussion	39
5.1 Slutsats	39
5.2 Bidrag till forskning	39
5.3 Till aktörer som vill främja hållbar konsumtion genom digitala enheter	41

Litteraturlista

Bilagor

Bilaga 1: Instruktioner till informanter

Bilaga 2: Uppföljningsbrev till informanter

Bilaga 3: Intervjuguide

1. Inledning

1.1 Ohållbar konsumtion

Hur vi konsumerar påverkar mer än bara oss själva. Tysta aktörer såsom djur, natur och framtida generationer blir lidande på grund av någon annans handling. Klimatet, miljön och ohållbara beteenden har på senare tid tagit allt större plats i debatter bland såväl politiker som privatpersoner och massmedia. Diskussionen har bidragit till en större medvetenhet och “Skolstrejk för klimatet” (Carrington, 2019), med den unga miljöaktivisten Greta Thunberg i spetsen, har uppmärksammats runt om i världen samt fått en helt ny generation att uppmärksamma och kämpa för klimatet. År 2018 var världens resurser förbrukade den 1 augusti (Earth Overshoot Day, 2019a). Det har kommit att kallas “Overshoot Day”, eller på svenska “Den ekologiska skuldens dag”. När denna dag inträffar har världen förbrukat den totala årskvoten av naturresurser. År 1970, studiens första år, inträffade denna dag den 29 december vilket innebär att naturresurser förbrukas allt snabbare idag. Om jordens befolkning hade levt som en genomsnittlig svensk så skulle resurserna varit slut redan 4 april (Earth Overshoot Day, 2019b). Det innebär att världen hade behövt resurser motsvarande fyra jordklot för att uppnå ett klimatneutralt CO₂-utsläpp 2018.

Enligt Naturvårdsverket (2019) uppkommer 65 % av Sveriges växthusgasutsläpp utomlands till följd av konsumtion och import. Ett av FN:S globala mål i Agenda 2030 omfattar säkerställandet av hållbara konsumtion- och produktionsmönster till följd av att jordens resurser under lång tid har hanterats utan vördnad och konsumtionen överstigit vad planeten är kapabel till att klara av (UNDP, 2015). Det är därför viktigt att framtiden präglas av en hållbar utveckling vilket kräver en stor förändring gällande hur varor och resurser produceras och konsumeras. Den mest frekvent använda definitionen är av Brundtlandrapporten som beskriver hållbar konsumtion som “Att kunna köpa det vi behöver för att kunna tillgodose våra behov, utan att äventyra framtida generationer möjligheter att kunna tillgodose sina behov” (FN, 2012). Delmål 12.3 handlar om att halvera matsvinnet i världen då en tredjedel av all mat som produceras slängs samtidigt som 850 miljoner människor lever i hunger (UNDP, 2015). I Sverige slängs drygt en halv miljon ton

ätbar mat och dryck årligen vilket motsvarar 50 kilo mat per enskild individ (SCB, 2015). Utöver den mat som slängs i soptunnan innefattar matsvinn även flytande avfall såsom kaffe, sås och matrester som spolas ner i avloppet. Bara denna del uppgår till 224 000 ton vilket motsvarar 45 % av det totala svinnet (SCB, 2015). En bidragande faktor till det ökade matsvinnet är försörjningskedjors och konsumenters ovilja att sälja och köpa imperfekta produkter såsom missformad potatis och trasiga förpackningar (de Hooge, Oostindjer, Aschemann-Witzel, Normann, Loose & Almli, 2017). Datummärkning infördes med syfte att kvalitetssäkra livsmedel (Livsmedelsverket, 2019), vilket dock bidragit till att stora mängder mat kasseras i onödan. Detta är således ett omfattande problem som är närvarande genom hela försörjningskedjan och frågan kvarstår: Hur kan samhällets aktörer arbeta för att minska den stora mängden matsvinn?

1.2 Digitalisering för att främja hållbar konsumtion?

Att omfamna en hållbar livsstil har fått en allt större betydelse bland individer i samhället och ett stort ansvar tillskrivs den enskilde konsumenten (Soneryd & Ugglå, 2015). För att handla hållbart måste konsumenten besitta kunskap om en mängd olika hållbarhetsmärkningar (Hjalmarsson, Macquet & Sjöström, 2010). Det finns även de företag som vinklar sitt hållbarhetsarbete till de bättre, vilket kallas för greenwashing (Schmuck, Matthes & Naderer, 2018). Det kan vara svårt för den enskilda konsumenten att ta ställning till all information som exponeras och hållbar konsumtion kan därför uppfattas som svåruppnåeligt, komplicerat och kunskapskrävande (Fuentes, 2014). Digitala enheter har flera gånger föreslagits som ett sätt att främja hållbar konsumtion då de skapar nya sätt för konsumenten att hantera, beräkna, kommunicera och utvärdera miljömässig och etisk information (Fuentes & Sörum, 2018). Forskare menar att mobilen har gått från att vara enbart ett kommunikationsverktyg till att användas som ett multiverktyg under hela konsumentens köpprocess (Cliquet, Picot-Coupey, Huré & Gahinet, 2014). Tidigare har konsumenten varit dåligt utrustad till att söka och hantera information men med hjälp av smartphones har konsumenten fått ökad tillgång till sökmotorer, jämförelsetjänster samt sociala nätverk såsom chattgrupper och forum (Fuentes & Svingstedt, 2017). Aktiviteterna för shopping har därför omorganiserats till följd av digitaliseringen och

förhållandet mellan konsument och företag har förändrats (Fuentes, Bäckström & Svingstedt, 2017). På så vis kan digitaliseringen underlätta för konsumenten att navigera bland alternativ och understödja hållbara val. Atkinson (2013) menar att konsumenter som upplever skepticism gentemot företag har visats nyttja digitalisering genom att använda QR-koder för att få tillgång till information kring miljömässiga och sociala aspekter gällande produkter. Digitaliseringens framväxt och internets möjlighet att sprida information bidrar till att produktionen inte längre är osynlig för konsumenten (Graham & Haarstad, 2011), vilket kan leda till förändrat konsumtionsbeteende. Utöver att möjliggöra och underlätta konsumtion är digitala enheter även designade för att styra och forma konsumenten mot olika former av hållbar konsumtion (Sörum & Fuentes, 2016). Det är därför av betydelse att skapa en ökad förståelse kring hur digitala enheter kan påverka konsumenter att handla mer hållbart. Det finns en mängd olika applikationer vars syfte är att vägleda konsumenten till en mer hållbar konsumtion som Fairtrade, Fiskguiden, Märkesguiden och Svalna. Forskning visar att denna typ av applikationer motiverar konsumenten att agera etiskt genom att problematisera konsumtionens miljömässiga och sociala aspekter (Sörum & Fuentes, 2016). En anledning till dessa applikationers uppkomst kan vara att människor känner större förtroende gentemot kommunikation från tredje part till skillnad från direkt kommunikation från företag (Berens & Popma, 2014). Barboza och Filho (2019) anser att digitalisering genom applikationer kan skapa nya sätt att attrahera konsumenter mot en mer hållbar konsumtion, men att graden av påverkan beror på individens tidigare värderingar. Mobilen är det digitala verktyg människor använder mest i vardagen vilket leder till förändrade konsumtionsmönster som i allt större utsträckning influeras av digitaliseringens utveckling. Idag har individen möjlighet att konsumera vart och när som helst vilket har bidragit till att konsumtionen nått en nivå som planeten inte kan hantera. För att uppnå en hållbar utveckling blir det därför av vikt att se på hur att se på hur digitala enheter kan främja en hållbar konsumtion.

Tidigare forskning har fokuserat på hur digitaliseringen integreras i köpprocessen (Willems, Smolders, Brengman, Luyten & Schöning, 2016), hur förhållandet mellan konsument och näringsidkare förändras som en följd (Fuentes & Svingstedt, 2017; Fuentes, Bäckström & Svingstedt, 2017; Cliquet et al., 2014; Atkinson, 2013) samt hur digitaliseringen på olika sätt

bidrar till hållbar konsumtion (Barboza & Filho, 2019; Humphery & Jordan, 2018; Michelini, Principato & Iasevoli, 2018; Graham & Haarstad, 2011). Forskning har även fokuserat på hur gröna applikationer kan möjliggöra och forma etisk konsumtion (Sörum & Fuentes, 2016; Fuentes & Sörum, 2018). Applikationers påverkan på konsumenters vardagspraktiker har dock inte studerats i samma utsträckning. Den digitala utvecklingen är snabb och omfattande vilket gör det betydande att skapa en större förståelse kring fenomenet. Mobilen får ofta rollen som böv i diskussioner om miljömässig påverkan av konsumtion då den skapar tillgänglighet oavsett tid och rum vilket gör det intressant att se på hur mobilen istället kan främja hållbar konsumtion. En insikt i hur digitala enheter kan förändra vardagspraktiker är betydande för att få ökad förståelse för hur aktörer i samhället kan arbeta med digitala enheter för att påverka konsumenter till att handla mer hållbart.

1.3 Syfte och forskningsfrågor

Mot denna bakgrund är syftet med studien att bidra till en bredare förståelse för hur digitalisering kan främja hållbar konsumtion. Genom att studera en applikations möjligheter och svårigheter att integreras i matpraktiker kan vi skapa större insikt för hur digitala enheter kan förändra vardagspraktiker och bidra till en hållbar utveckling. Studien utgår därför från följande forskningsfrågor:

- På vilka sätt försöker applikationen uppmuntra till hållbar konsumtion?
- I vilka situationer är det svårt för applikationen att få fäste i vardagspraktiker?
- I vilka situationer integreras applikationen i vardagspraktiker?

1.4 Applikationen Karma

För att uppnå studiens syfte studeras applikationen Karma som enskilt fall. Karma tillhandahåller en plattform där privatpersoner ges möjlighet att köpa utgående matvaror och maträtter till nedsatt pris från restauranger, caféer och butiker i syfte att minska matsvinn. Med digitaliseringens möjligheter angriper Karma ett omfattande samhällsproblem på ett tillvägagångssätt som aldrig tidigare fått samma genomslag i Sverige vilket gör applikationen till

ett högst lämpligt exempel för studien. Genom att skapa en förståelse för hur denna applikation kan påverka konsumenter mot hållbar matkonsumtion, ämnar vi att skapa ett bidrag för andra aktörer som önskar att arbeta med digitala enheter för att främja hållbar konsumtion. Tidigare forskning har främst berört applikationer vars fokus har varit på att ge konsumenter, med en vilja att handla hållbart, information att grunda etiska val på. Skillnaden med denna studie är att den fokuserar på en applikation som även vänder sig till individer utan specifik förkunskap eller vilja att konsumera hållbart.

1.5 Studiens genomförande

Genom att analysera hur användare interagerar med applikationen kan en bredare förståelse för digitaliseringens möjligheter att främja hållbar konsumtion skapas. Analysen bygger på 14 etnografiska intervjuer med fokus på informanternas beskrivning av applikationen samt deras upplevelser i samband med användandet. Genom att applicera ett praktikteoretiskt perspektiv på matkonsumtion i relation till användning av applikationen ämnar undersökningen skapa ökad insikt kring vilka aspekter som ligger till grund för förändring av matpraktiker samt vad som bidrar till svårigheter i att förändra en matpraktik.

2. Ett praktikteoretiskt perspektiv

Studien använder ett praktikteoretiskt perspektiv för att möjliggöra en djup och nyanserad analys av användarnas matpraktiker samt för att utreda vilka element som ligger till grund för de situationer då applikationen lyckas integrera praktiken den uppmuntrar och vilka element som är utslagsgivande i de fall då applikationen inte lyckas. Detta avsnitt redogör för praktikteoriens bakgrund och grundläggande idéer samt skildrar hur praktikteori formas i relation till konsumtion i stort och matkonsumtion specifikt. Därefter följer en beskrivning av de perspektiv inom praktikteori som appliceras i studiens analys.

2.1 Vad är praktikteori?

Praktikteori är en social teori med flera orienteringar som fokuserar på hur sociala handlingar utförs, verkar och organiseras i vardagen. Teorin bygger på arbeten av flera sociala teoretiker såsom Pierre Bourdieu, Judith Butler, Michel Foucault, Harold Garfinkel, Anthony Giddens och Bruno Latour. Praktiker är samordnade av uttryck och handlingar som är förenade genom olika element vilket gör praktiker kollektiva i tid och rum (Gram-Hanssen, 2011). Praktikteoretiker beskriver dock dessa element olika och har således skapat olika definitioner av vad som håller samman en praktik. I detta avsnitt beskrivs de allmänna definitionerna av praktikteori utifrån Reckwitz (2002a) och Schatzkis (2002) ansats till en enhetlig förståelse av teorin.

Reckwitz (2002a) definierar en praktik som ett rutinartat beteende vilket består av flera sammanlänkade element. Dessa element är kroppsliga beteenden och mentala aktiviteter samt materiella ting och deras användning, kunskap och känslor. En praktiks existens är således beroende av elementens befintlighet och samverkan och därför kan praktiken inte reduceras till enbart ett element. Som kroppslig och mental agent tillskrivs individen rollen som bärare av praktiker. Agenten utför således både kroppsliga beteenden och mentala aktiviteter såsom rutinartade sätt att förstå, veta och begära. Enligt Reckwitz (2002a) är en praktik social i den bemärkelse att den uppstår på olika platser, vid olika tidpunkter och utförs av olika individer. En praktik behöver således inte innefatta eller ske i fysiska interaktioner. Sammanfattningsvis är

social praktiker rutinartade tillvägagångssätt där kroppar flyttas, objekt hanteras, ämnen behandlas, saker beskrivs och världen förstås (Reckwitz, 2002a).

Centralt i Reckwitzs (2002a) definition av praktikteori är ett specifikt sätt att betrakta kroppen då den ses som en behållare av praktiker vilka delas och utförs av flera individer. Praktiker är därför inte personliga attribut vilket gör dem oberoende av en specifik individ. Rutinartade aktiviteter som utgör en praktik kan betraktas som kroppsliga prestationer som även inkluderar intellektuella, mentala och emotionella aktiviteter. Mentala aktiviteter utgör ytterligare ett element i Reckwitzs definition. Dessa aktiviteter innebär vissa rutinartade sätt att förstå världen, begära något och kunskap i att utföra en handling. Praktiken "handla mat" innefattar rutinartade kroppsliga prestationer kopplade till mentala aktiviteter såsom att läsa av pris eller navigera bland alternativ. Utan dessa kroppsliga och mentala aktiviteter är det omöjligt att utföra praktiken "handla mat". Därför måste bäraren av en praktik anta både kroppsliga och mentala mönster som praktiken utgörs av. Föremål är ett tredje element då utförandet av en praktik många gånger innebär användandet av ett eller flera föremål på ett specifikt sätt. Ett tydligt exempel är föremål som varor och betalkort vilka ses som oundgängliga resurser i praktiken "handla mat". Reckwitz (2002a) anser därför att de flesta sociala praktiker består av rutinartade relationer mellan agenter och föremål. Kunskap är ett komplext element som innefattar olika sätt att förstå, göra, begära och känna. Förenklat betyder det att kunskap inom en praktik är ett specifikt sätt att förstå objekt, människor och en själv. Elementet språk existerar enbart i sin rutinmässiga användning vilket innebär att agenten tillskriver objekt särskild betydelse för att kunna förstå och agera. Språket betraktas även som en rutinartad diskursiv praktik då det anpassas till olika praktiker. Slutligen är den sociala strukturen ett element som också formas av rutiner. Struktur existerar inte enbart i ens sinne eller i olika beteendemönster utan förekommer även i rutinartade handlingar. En förändring av strukturer sker i vardagsrutiner då bäraren av praktiken konfronteras med ett problem. Strukturer är således alltid temporära och kan brytas ned vid nya situationer som inte överensstämmer med de rutinmässiga. Individen och agenten är åtskilda i Reckwitzs (2002a) definition av praktikteori då agenten är kroppar eller sinnen som bär

och utför sociala praktiker och individen utgör en unik korsningspunkt av både kroppsliga och mentala praktiker.

Schatzki (2002) definierar praktiker som en sammansättning av uttryck och handlingar som är kopplade till praktiska förståelser, regler, teleoaffektiva strukturer och i senare verk även generella förståelser. En praktik skapas genom att en grupp individers aktiviteter organiseras och är beroende av individers gemensamma bakgrundsförståelse. Schatzki (2002, s. 51), likt Reckwitz (2002b), menar att praktiker även är bundna till materiella ting då de många gånger möjliggör praktikens utförande och existens. Materiella enheter blir en del av en praktik när de är betydande för praktikens genomförande över tid och när det är av vikt att deltagare inom praktiken har en förståelse kring användandet. Schatzki föreslår att en praktik kan betraktas som en samordnad enhet som bygger på fyra element (Schatzki, 2002, s. 77). Praktisk förståelse handlar om att veta vad man ska säga och göra inom en viss praktik. Regler innefattar direktiv vars syfte är att orientera praktiken såsom principer, föreskrifter och instruktioner. Teleoaffektiva strukturer handlar om specifika mål, slutprodukter eller syften med utförandet av praktiken. Generell förståelse kan innefatta religion och gemensamt delade övertygelser inom praktiken. Även fast Schatzki och Reckwitz betraktar element på olika sätt har deras definitioner gemensamma drag i dess innebörd och betydelse för en praktik.

2.2 Vad innebär praktikteori för konsumtion?

Warde har utformat ett sätt att använda praktikteori för att analysera konsumtion där han föreslår en översättning av Reckwitzs och Schatzkis definitioner av praktiker. Syftet med översättningen är att förbättra empiriska analyser genom att skapa en bredare förståelse för hur konsumtion genomförs och organiseras (se även, Halkier, 2010, s. 29).

“I understand consumption as a process whereby agents engage in appropriation and appreciation, whether for utilitarian, expressive or contemplative purposes, of goods, services, performances, information or ambience, whether purchased or not, over which the agent has some degree of discretion”.

(Warde, 2005, s. 137)

Warde (2005) menar således att konsumtion är en process där konsumenter engageras i olika grader och för olika ändamål. Warde hävdar att en konsekvens av att applicera praktikteori på konsumtion är att inte se konsumtion som en enskild praktik utan att snarare se det som ett element som ingår i nästan alla praktiker i dagens samhälle (Halkier, 2010, s. 29). Warde (2005) översätter Schatzkis begrepp till förståelse, tillvägagångssätt och engagemang i syfte att göra de mer applicerbara på konsumtionspraktiker. Innebörden av förståelse och tillvägagångssätt går att likställas med Schatzkis ursprungliga definition. Begreppet engagemang, som alternativ till teleoaffektiva strukturer, handlar dock i denna översättning om emotionella och normativa orienteringar relaterade till vad och hur man gör. Denna översättning inkluderades av Schatzki i ett senare verk som det fjärde begreppet "generella förståelser". Warde (2005) menar att om hans analytiska översättning av Schatzkis koncept kombineras med Reckwitz multi-relationella förståelse av praktiker, omfattar var och en av de tre elementen både underförstådda och diskursiva processer och täcker både kroppsliga och mentala processer (Halkier, 2010, s. 30). För konsumtionsforskning innebär det att en analys måste ta hänsyn till både praktiska aktiviteter samt dess innebörd.

Schatzki (2002, s. 73) beskriver även att det går att betrakta praktiker som prestationer då praktiker uppstår i processer av aktiviteter som utförs i förhållande till andra. En praktik utförs på ett socialt erkänt tillvägagångssätt av en agent genom att denne upplever processerna av praktiken och kopplar dessa till de samordnande elementen. Ytterligare en central del i Wardes definition av praktikteori i relation till konsumtionsforskning är den sociala aspekten (Halkier, 2010, s. 31). Warde (2005) menar att den sociala aspekten inte syftar på interaktioner mellan människor utan handlar om vardagliga processer. Vid analys av konsumtion bör därför hänsyn tas till dynamik och innovationer i praktiken. Det innebär att vanor inom tid och rum bör beaktas i tillägg till vad som sker då olika praktiker korsas. Warde (2005) menar att särskilda vanor i praktiker på så sätt kan förändras genom små anpassningar, förhandlingar, improvisationer och experiment. Till exempel kan en person som lever ensam komma att förändra sina matlagningsvanor om en partner flyttar in. Förändringar i praktiker är även beroende av större

historiska och institutionella dynamiker som tekniska innovationer, lagstiftningar och diskurser av media (Shove, 2003), till exempel har konsumtionsbeteenden förändrats till följd av den tekniska utvecklingen. Individer deltar även i en mängd korsande praktiker samtidigt, till exempel inom arbete, föräldraskap och relationer. Alla dessa praktiker kräver planering, schemaläggning och improvisation för att kunna genomföras vilket betyder att samordning mellan praktiker är en betydande del i människors vardag (Halkier, 2010, s. 31). Praktiker kan ha olika normer och förväntningar vilket kan skapa problem för bäraren. Skärningspunkten mellan två olika praktiker, som till exempel arbete och föräldraskap, kan således skapa dilemma för individen. Det beror på att praktikerna inte organiseras efter förståelser, tillvägagångssätt och engagemang som är anpassade till varandra. På så sätt kan även vanor i praktiker förändras till följd av att olika praktiker korsas (Halkier, 2010, s. 31). Praktikteori i konsumtionsprocesser innefattar således analytiska antaganden såsom att konsumtion är en del av en kombinerad praktik vilket med andra ord innebär att praktiker genererar konsumtion, samt att uttryck och handlingar i praktiker är samordnade av förståelser, tillvägagångssätt och engagemang (Halkier, 2010, s. 31). Sammanfattningsvis sker således konsumtion inom och på grund av praktiker.

Alla praktiker kräver användande och konsumerande av föremål, till exempel e-handelskonsumtion kräver en digital enhet samt förståelse och engagemang för att praktiken ska möjliggöras. Både Schatzki (2002, s. 51) och Reckwitz (2002b) diskuterar föremåls betydelse i praktiker och argumenterar för att alla praktiker kräver användande och konsumerande av föremål. E-handelskonsumtion kräver till exempel tillgång till en digital enhet för att kunna utföras. Reckwitz (2002b) beskriver vidare att teknologi har tagit allt större plats i det moderna samhället vilket gör det svårt att se förbi deras påverkan på sociala aspekter. Schatzki (2002) ifrågasätter dock teknologi som betydande element och anser snarare att det är produkter av praktiker.

2.3 Vad innebär praktikteori för matkonsumtion?

För att analysera konsumtion i relation till mat och hållbarhet kan en av Wardes inriktningar av praktikteori användas. Denna inriktning fokuserar på specifika tidpunkter av konsumtion vilka är

“Acquisition”, “Appropriation” och “Appreciation” och kallas av Warde (2014) för de tre grundläggande dimensionerna av konsumtion. De tre tidpunkterna av konsumtion uppstår inom och till följd av praktiker. “Acquisition” avser utbytesprocessen och hur individer får tillgång till varor, tjänster och upplevelser de konsumerar och öppnar därmed upp för frågor gällande politiska, ekonomiska och institutionella arrangemang som relaterar till produktion, leverans, volym och distribution (Evans, 2018). För matkonsumtion handlar denna tidpunkt om hur individer införskaffar matvaror samt påverkan tidigt i köpprocessen. Tidpunkten då “Appropriation” inträffar handlar om vad individen gör med varor, tjänster och upplevelser efter tillskaffning. Denna möjliggör ett fokus på hur objekt av kommersiellt utbyte kan få mening och bli en del av individers vardag. För matkonsumtion kan det innebära att en individ har ett starkt förtroende till ett varumärke, företag eller specifik butik. “Appreciation” handlar om hur individer erhåller njutning och tillfredsställelse från konsumtionen vilket möjliggör fokus på moraliska, sociala och estetiska åsikter vilka påminner om Bourdieus klassteori. Denna tidpunkt kan exempelvis relatera till positiva känslor vilka kan uppstå som en effekt av hållbar matkonsumtion.

Konsumtionsforskning har gått från att fokusera enbart på anskaffning och användande till att även belysa avskaffandet av ting. Evans (2018) har därför utformat tre D:n som motparter till Wardes tre A:n och berör de senare delarna av konsumtionsprocessen. “Devaluation” är motpart till “Appreciation” och avser devalvering av varor, tjänster och upplevelsers värde. Det kan innebära att ett ekonomiskt värde gå förlorat över tid eller genom slitage liksom att en unik upplevelse kan förlora sin kulturella mening om den blir allmän och lättillgänglig. För matkonsumtion kan det till exempel vara att en småskalig produkt eller maträtt blir populär bland den stora massan och således förlorar sitt symboliska värde. Motstycket till “Appropriation” är “Divestment” som handlar om att individen kan förlora sin anknytning till varor, tjänster och upplevelser som tidigare varit betydande i vardagen. Förtroendet till ett varumärke kan till exempel minska om företaget gör något som inte står i linje med konsumentens värderingar. “Disposal” är motpart till “Acquisition” och innebär därför avyttrandet av en vara, tjänst eller upplevelse. Saker som har devalverats och förlorat värde kan avskaffas utan att det

nödvändigtvis behöver innebära slöseri då de exempelvis kan säljas vidare eller ges bort och på så vis ingå i en ny konsumtionscykel.

Även fast de element som håller samman en praktik har definierats olika av Reckwitz, Schatzki och Warde, så finns gemensamma drag. Praktikteorier har till stor del fokuserat på betydelsen av delade förståelser, normer, betydelser, praktiskt medvetande och syften, och på senare tid även materiella tings betydelse (se Reckwitz, 2002a; Schatzki, 2002, s. 77). En sammanställning av elementens definitioner har skapats av Shove, Pantzar och Watson (2012) för att förenkla användandet av praktikteori. Deras förenklade definition av en social praktik utgår från två påståenden, element håller samman en praktik och praktiken uppstår, fortsätter och försvinner när länkar mellan elementen skapas och bryts (Shove et al., 2012, s. 21). Den förenklade definitionen bygger på tre element som innefattar delar ur olika praktikteoretikers definitioner av element. "Materialitet" är det första av de tre elementen och innebär objekt, infrastruktur, hårdvara, verktyg och själva kroppen (Shove et al., 2012, s. 23). Begreppet överensstämmer med Reckwitzs och Schatzkis syn på föremål och teknologi som en betydande del av en social praktik. Flera former av förståelse och praktisk kunskapsförmåga har utgjort element i flera definitioner av praktiker och sammanfattas av Shove et al. (2012, s. 23) till "kompetens", det andra elementet. Det som Reckwitz förklarar som mentala aktiviteter, känslor och motiverande kunskap beskrivs i denna definition som "mening" och representerar den sociala och symboliska betydelsen av deltagande. Shove et al. (2012, s. 24) menar att detta element är svårt att sammanfatta till ett gemensamt begrepp då praktikteoretiker karaktäriseras mening, känslor och motivation på olika sätt. Med andra ord menar Shove et al. (2012, s. 24) att praktiker definieras av ömsesidiga relationer mellan materialitet, kompetens och mening. I linje med andra teoretiker förklarar Shove et al. (2002) att en praktik skapas när element integreras och därför måste två antaganden klargöras. Innan element är sammanlänkade existerar de enskilt, vilket benämns för "Proto-practice" och när elementen förlorar sina länkar upphör praktiken, vilket benämns som "Ex-practice" (Shove et al., 2012, s. 24). Elementen är ömsesidigt beroende av varandra vilket innebär att en förändring i ett av elementen påverkar de andra elementen och därmed förändras praktiken (Shove et al., 2012, s. 32–34). Elementens är således inte konstanta utan förändras med

tiden vilket betyder att nya länkar skapas kontinuerligt och omformar praktiker (Shove et al., 2012, s. 24). Detta innebär även att rutinartade beteenden inte är statistiska i sin natur utan de bör snarare förstås som pågående beteenden där liknande element kopplas samman på liknande sätt (Shove et al., 2012, s. 24).

2.4 Vad innebär praktikteori för studien?

Den förenklade definitionen av praktikteori skapad av Shove, Pantzar och Wattzon kommer att användas för att analysera matpraktikers uppbyggnad, vilka element som påverkar en förändring av praktiken och vilka aspekter som ligger till grund för element ska sammanlänkas och forma en ny praktik. De tre A:na utformade av Warde används för att tolka om applikationen tillskrivs mening samt vilket utrymme applikationen får i användarens vardag. Dessa perspektiv appliceras för att se hur Karma kan påverka användarnas matkonsumtion, med syfte att skapa förståelse för hur digitala enheter kan främja hållbar konsumtion.

3. En etnografisk studie av en digital enhet

3.1. Tillvägagångssätt

Etnografiska intervjuer och digitala observationer har genomförts för att studera fenomenet. 14 informanter har använt applikationen Karma under en vecka. Materialet har analyserats utifrån praktikteori för att få en bredare förståelse för hur matpraktiker kan förändras i relation till digitalisering.

3.2 Etnografisk ansats

Etnografi grundar sig i uppfattningen att olika aspekter av ett fenomen inte kan förstås och analyseras oberoende av varandra (Wolcott, 2008, s. 69). Med en etnografisk ansats söker forskaren produktion av mening eller samtal om hur världen konstitueras (Ryen, 2004, s. 34). Genom att undersöka hur informanterna tillskriver användandet av applikationen olika mening i vardagen kan en bredare förståelse för hur digitaliseringen kan påverka en viss praktik skapas. Kvalitativ etnografisk forskning medför en inställning mot samhället som möjliggör för forskaren att förstå och förklara sociala processer (Denzin & Lincoln, 2003, s. 56). Detta angreppssätt möjliggör en ökad förståelse för hur konsumtionspraktiker kan förändras. Analysen antar en abduktiv ansats då studien växlar mellan teoretisk och empirisk reflektion. Abduktion är ett tillvägagångssätt där en teoretisk förståelse grundas av individer och kontexter som studeras utifrån språk, innebörder och perspektiv som formar deras världsbild (Alvehus, 2013, s. 109). Teori och empiri är med andra ord inte konstanta utan betraktas snarare som olika dimensioner vilka ständigt omformas (Alvehus, 2013, s. 110). Vårt tillvägagångssätt fokuserar på att förstå verkligheten utifrån deltagarnas perspektiv för att skapa en samhällsvetenskaplig redogörelse.

3.3 Urvalsstrategi

3.3.1 Applikationen Karma

För att uppnå studiens syfte studeras applikationen Karma som exempel på digital enhet. Karmas slogan "Rädda bra mat från att slängas" (<https://karma.life/sv/radda-bra-mat/>) har en

tydlig koppling till delmål 12.3 som handlar om att halvera matsvinnet i världen vilket gör applikationen relevant för studiens syfte. Karma har sedan 2016 tillhandahållit en plattform för restauranger, caféer och matbutiker att sälja utgående matvaror med syfte att minska matsvinn. Användare ges via Karma möjligheten att köpa maträtter och livsmedel till rabatterade priser samtidigt som de bidrar till hållbar utveckling. Inköp genomförs via applikationen och matvarorna hämtas därefter hos försäljaren. Plattformen har fått fäste i 150 svenska städer vilket gör Karma till den största matapplikationen med fokus på hållbar konsumtion i Sverige. Som tidigare nämnt finns det en mängd applikationer som fokuserar på hållbar konsumtion och även hållbar matkonsumtion specifikt. Flertalet applikationer med fokus på hållbar konsumtion tillhandahåller flera tjänster inom applikationen såsom self-tracking, symbolbeskrivning och en studie av en sådan skulle göra undersökningen mer komplex och svårhanterlig. Karmas specifika inriktning på matsvinn ger studien möjlighet att fokusera på matpraktiker och de element som ligger till grund för just den specifika praktiken.

3.3.2 Informanter från Stockholm och Malmö

Analysen bygger på erfarenheter och tankar från 14 informanter som under en veckas tid använt applikationen Karma. För studien söktes individer med en viss variation av de aspekter som har relevans för praktiken. Undersökningens urval är därför dels geografiskt avgränsat till Karmas utbud samt avgränsat till de åldrar som visats använda denna typ av digital enhet mest frekvent. Karmas utbud är begränsat i mindre städer och därför har studien avgränsats till Malmö och Stockholm för att möjliggöra en så verklig bild av användandet som möjligt. Denna strategi passade studien då den ämnade att undersöka aspekter såsom intryck vid första interaktionstillfället samt hur applikationen anammades i ett tidigt stadie (för liknande urvalsstrategi se Fuentes & Sörum, 2018). Erfarenheten av att använda applikationen var fortfarande relativt ny vilket främjade intervjuerna. Under intervjuerna visades det att fyra personer hade interagerat med Karma tidigare vid olika tidpunkter. Andra deltagare hade tidigare hört talas om applikationen men inte själva skapat sig en egen uppfattning. Perioden för användandet avgränsades till en vecka på grund av studiens tidsaspekter. Informanterna varierar i ålder, bakgrund, utbildning, arbete, boendesituation, grad av teknisk förståelse, matvanor samt

engagemang för miljömässiga och sociala aspekter i relation till matkonsumtion. Det bidrog till ett nyanserat underlag för den fortsatta analysen. Urvalet var lämpligt för studiens syfte då det skildrar ett verkligt användande.

Tabell 1: Information om informanterna

	Pseudonym	Ålder	Sysselsättning	Stad
1	Olle	24	Säljare	Stockholm
2	Ludvig	26	Revisor	Stockholm
3	Matilda	27	Journalist	Stockholm
4	Emelie	25	Student	Stockholm
5	Isabell	33	Digital strateg	Stockholm
6	Johan	25	Student	Stockholm
7	Sara	25	Exploateringsingenjör	Stockholm
8	Ella	24	Student	Malmö
9	Klas	26	Bygginjengör	Malmö
10	Jennifer	25	Butiksbiträde	Malmö
11	Alexandra	28	Student	Malmö
12	Anton	26	Student	Malmö
13	Joakim	26	Student	Malmö
14	Lina	25	Butiksbiträde	Malmö

3.4 Materialinsamling

3.4.1 Instruktion till informanterna

När informanterna bekräftat deltagande i studien mottog de instruktioner gällande deras medverkan (se bilaga 1). Instruktionerna var få och handlade om appens syfte, funktion samt hur de skulle gå tillväga för att ladda ner applikationen. Informanterna blev tillfrågade att ta screenshots under testperioden på deras eventuella köp, om det stötte problem, tyckte att något var särskilt intressant eller liknande. Det fanns inga krav att handla från appen då studiens syfte är att studera hur digitalisering kan främja hållbar konsumtion och krav på köp hade därför inte skapat en rättvis bild av användandet.

3.4.2 14 semistrukturerade intervjuer

Fenomenet har studerats med 14 enskilda semistrukturerade intervjuer. En styrka med semistrukturerade intervjuer är att de kan röra sig i olika riktningar vilket möjliggör intressanta upptäckter, samtidigt som dess strukturerade fokus möjliggör analys utifrån likheter (Gillham, 2005/2008, s. 105). Denna form av intervju gav informanterna möjlighet att uttrycka sina åsikter om vad som var relevant och viktigt samtidigt som fokus bibehölls på vissa förutbestämda teman. Intervjuerna genomfördes efter att informanterna använt Karma under sju dagar. Platserna för intervjuerna anpassades till deltagarnas stad, scheman och övriga preferenser. Intentionen var att samtliga intervjuer skulle ske i direkt form men på grund av praktiska omständigheter genomfördes tre intervjuer via Skype. Intervjuerna pågick i 45 till 60 minuter och spelades in via två enheter. Att spela in intervjuerna istället för att föra anteckningar gav friheten till fullständig koncentration på intervjupersonen vilket bidrog till en dynamisk intervju. Deltagarna fick svara på frågor om användandet av Karma, generella frågor kring matkonsumtion och delta i en digital genomgång av Karma. Avslutningsvis fick de frågor om hållbar konsumtion och deras syn på ansvar. Intervjuerna transkriberades enhetligt efter samma utskriftskonventioner (förklarade av Kvale & Brinkmann, 2017, s. 223). En månad efter testperioden sändes ett mail (se bilaga 2) till informanterna med två uppföljningsfrågor om applikationens fortsatta användning.

3.4.3 Digitala genomgångar och printscreens

Under intervjuerna genomfördes en digital genomgång av applikationen för att försöka skapa en förståelse för hur informanterna uppfattade och använde Karma (för liknande tillvägagångssätt se Fuentes och Sörum, 2018). De fick bland annat visa vilka funktioner som använts, vilka aspekter med applikationen de föredrog samt vilka som utgjort ett problem i användandet. Den digitala genomgången grundades på att informanterna exponerades för en kategori eller funktion som de fick tala fritt om utifrån egna erfarenheter av användandet. Detta tillvägagångssätt valdes för att samtliga informanter skulle få samma chans att prata om samma funktioner för att analysen skulle bygga på en verklig bild av användandet och möjliggöra en jämförelse av applikationens

användning och värde för informanterna. Informanternas printscreens samlades även in under intervjuerna där bland annat bilder tagits på köp som genomförts, köp som inte genomförts men som varit frestande och applikationens karta som visade utbudet i närområdet.

3.4.4 Intervjuguide

Intervjuguiden är disponerad utifrån tre konsumtionsrelaterade teman (se bilaga 3). Temat “Applikationen Karma” omfattar frågor kring användandet av Karma för att möjliggöra en analys av vad applikationen vill uppmuntra för praktik och för att tolka vilket värde applikationen tillskrevs i informantens vardag. Temat “Generell matkonsumtion” berör frågor om deltagarnas köpbeteende och rutiner för att skapa en bredare bild av hur den existerande matpraktiken hos informanterna var formad och vilken betydelse det hade för användandet av Karma. Det sista temat “Hållbar konsumtion och ansvar” är mindre omfattande med syfte att möjliggöra analys om likheter fanns hos de med ett vidare hållbarhetsperspektiv. Intervjuguiden består av 44 frågor av blandad art. Enligt Kvale och Brinkmann (2017, s. 176) ska en intervju innehålla frågor om bakgrundsfakta såsom ålder och arbetslivserfarenhet för att kunna placera intervjupersoners svar i ett sammanhang. Intervjuguiden inleds med frågor om generell bakgrundsinformation för att författarna ska kunna utläsa kopplingar mellan demografiska faktorer samt hållbar konsumtion i relation till digitalisering. Kvale och Brinkmann (2017, s. 176) beskriver ett antal frågekategorier som används för att få nyanserade svar. Denna intervjuguide innehåller därför frågor som är inledande, öppna, uppföljande och sonderande. Då frågor om hållbarhet kan upplevas känsliga användes indirekta frågor som “Hur tror du andra ser på matsvinn” och “Tror du att andra människor känner att de har ett ansvar när de konsumerar?”. Dessa frågor följdes sedan upp med direkta frågor som “Är det också din uppfattning?” för att få fram intervjupersonens egen inställning. Intervjuguiden avslutas med temat “Hållbar konsumtion och ansvar” för att intervjun inte ska färgas av dessa frågor. Tystnad användes för att driva intervjun vidare vilket många gånger bidrog till att svaren blev mer fylliga och omfattande då personen fick ytterligare tid att reflektera över frågan. För att hjälpa intervjupersonen att förtydliga sina svar användes tolkande frågor såsom “Menar du...?”-. Strukturerande inpass användes under intervjun för att skifta fokus och byta ämne. Intervjuguidens tre teman

tillsammans med de olika sorters frågorna är utformade för att möjliggöra nyanserade intervjuer vilket är betydande till den senare analysen.

3.4.5 Digitala observationer

För att få en bredare förståelse kring hur applikationen Karma försöker att uppmuntra hållbar konsumtion utfördes digitala observationer av applikationen (för liknande tillvägagångssätt av studie, se Fuentes & Sörum, 2018). Under observationerna undersöktes applikationens aktiviteter och funktioner systematiskt för att få en bredare förståelse för applikations tillvägagångssätt i att motivera användare till en viss typ av konsumtion. Observationerna dokumenterades via printscreens vilka dels låg till grund för senare analys.

3.5 Analys av material

Analysarbetet var en process som pågick under hela studiens gång. I etnografiska studier är analys av material inte ett tydligt stadie av forskningen då de på många sätt börjar i formulering av forskningsproblem och fortsätter till skrivprocessen (Hammersley & Atkinson, 2007, s. 158). Studiens första forskningsfråga kunde besvaras med hjälp av informanternas insamlade printscreens, information från digital walkthroughs samt material från genomförda digitala observationer. För att kunna besvara studiens resterande forskningsfrågor och utveckla en nyanserad analys så lästes insamlat intervjumaterial noggrant, kritiskt och upprepade gånger för att utläsa gemensamma teman, mönster och återkommande faktorer. Ett praktikteoretiskt perspektiv har använts för att skapa förståelse av materialet och därmed fenomenet.

3.6 Reflektioner gällande metodval

3.6.1 Etiska principer

Vid samhällsvetenskapliga studier är det viktigt att ta hänsyn till etiska principer som berör svensk forskning. De etiska principerna avser aspekter som frivillighet, integritet, konfidentialitet och anonymitet för de personer som deltar i studier (Trost, 2010, s. 125–129). Vid förfrågan om deltagande bifogades därför information om studiens syfte och moment. Informationen visade

även att deltagandet var frivilligt och att det fanns möjlighet att när som helst avbryta sin medverkan. Informanterna försäkrades om att deltagandet i studien var anonymt. De namn som förekommer i analysen är därför pseudonymer som slumpmässigt valts ut. I de fall då personerna uppgett andra specifika uppgifter som är unika har dessa tagits bort eller ändrats för att upprätthålla anonymiteten för deltagandet. Personuppgifter, inspelningar och transkriberingar förvarades i en låst fil på en privat dator. Slutligen försäkrades deltagarna att intervjuerna endast skulle användas för denna studie.

3.6.2 Trovärdighet

Inom kvalitativ forskning utvärderas studier i olika termer av trovärdighet (Silverman, 2015, s. 76). Trovärdigheten utvärderas genom att se på aspekter såsom huruvida studien bygger på befintlig kunskap, om det finns ett tydligt samband mellan teori och data samt hur transparent undersökningen är gällande det valda tillvägagångssättet (Silverman, 2016, s. 80). För att uppnå en trovärdig undersökning har studien redogjort för tidigare forskning som berör digitalisering i köpprocessen samt dess påverkan på hållbar konsumtion och på så sätt kunnat redovisat ett gap som denna studie ämnar att bidra till. Ett praktikteoretiskt perspektiv har använts för att möjliggöra en djup analys med fokus att tolka digitaliseringens påverkan på informanternas matkonsumtion. Undersökning ämnar att vara analytisk generaliserbar i det avseendet att resultaten som framgår bidrar till en djupare förståelse av en komplex samhällsföreteelse. Genom att noggrant beskriva Karma, det valda fallet, samt studiens tillvägagångssätt kan undersökningens resultat jämföras med framtida undersökningar av liknande applikationer för att bredda förståelsen kring fenomenet.

3.6.3 Metoddiskussion

Urvalsmetoden för denna studie är ovanlig i samhällsvetenskapliga studier vilket av vissa kritiker kan anses felaktig. Då tidigare forskning av detta fenomen (se Fuentes & Sörum, 2018) har använt denna urvalsmetod ansågs den även vara lämplig för denna studie. Som analysens resultat visade så hade tiden stor betydelse för praktikens möjlighet att anammas av användaren. Det innebär att resultatet förmodligen hade varit annorlunda om testperioden hade pågått under en

längre tid. Dock var tiden för denna begränsad vilket bidrog till att testperioden avgränsades till 7 dagar. Då matpraktiker är komplexa i sin natur kan de i verkligheten inte särskiljas på samma sätt som när ett praktikteoretiskt perspektiv används. Det innebär att den distinktion som utförs i analysen nödvändigtvis inte behöver vara empirisk. Då informanterna var medvetna om sitt deltagande kan det till viss grad påverkat deras användning av applikationen, men då studien ville undersöka aspekter såsom första interaktionstillfället var det av vikt att informanterna hade dessa minnen färskas vid intervjutillfället.

4. Applikationens möjligheter och svårigheter att förändra matpraktiker

Ur ett praktikteoretiskt perspektiv blev det tydligt att majoriteten av användarna upplevde svårigheter med att integrera den praktik applikationen uppmuntrar till. Den praktiken är beroende av andra praktiker och kan därför inte analyseras utan att hänsyn tas till användarens generella matkonsumtion. Många upplevde att den praktik Karma uppmuntrar till inte matchade deras existerande matpraktik, främst på grund av tekniska misslyckanden och praktikkrockar. Andra användare tillskrev dock applikationen en mening på grund av en matchning mellan de båda praktikerna. Nedan följer en presentation och analys av applikationen Karma och den praktiken som uppmuntras. Därefter redogör studien för vilka aspekter som låg till grund för att applikationen hade svårt att ge upphov till en ny praktik som innefattade ett nytt sätt att anskaffa och äta mat. Avsnittet avslutas med en analys över vilka faktorer som bidrog till varför applikationen i vissa fall lyckades skapa en ny praktik.

4.1 På vilka sätt vill Karma uppmuntra till hållbar konsumtion?

Företaget Karma arbetar för att främja hållbar matkonsumtion genom att minska matsvinn. Genom att tillhandahålla funktioner som möjliggör olika konsumentaktiviteter försöker applikationen förändra användarens existerande matpraktik. Följande aktiviteter har identifierats som grundläggande i Karmas försök att uppmuntra användaren till en ny praktik; utforska utbud, genomföra köp, följa matställen samt avläsa användarstatistik.

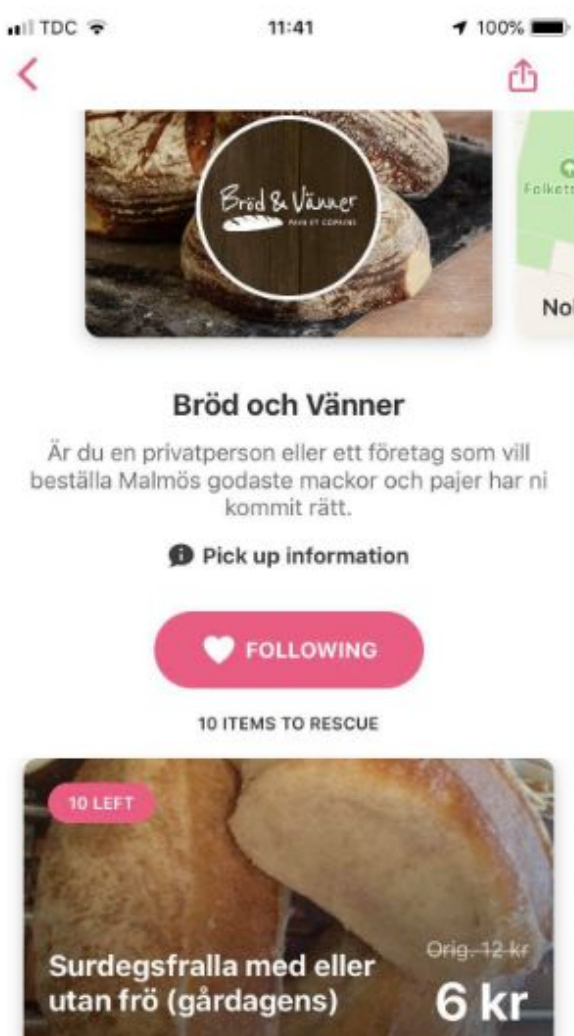
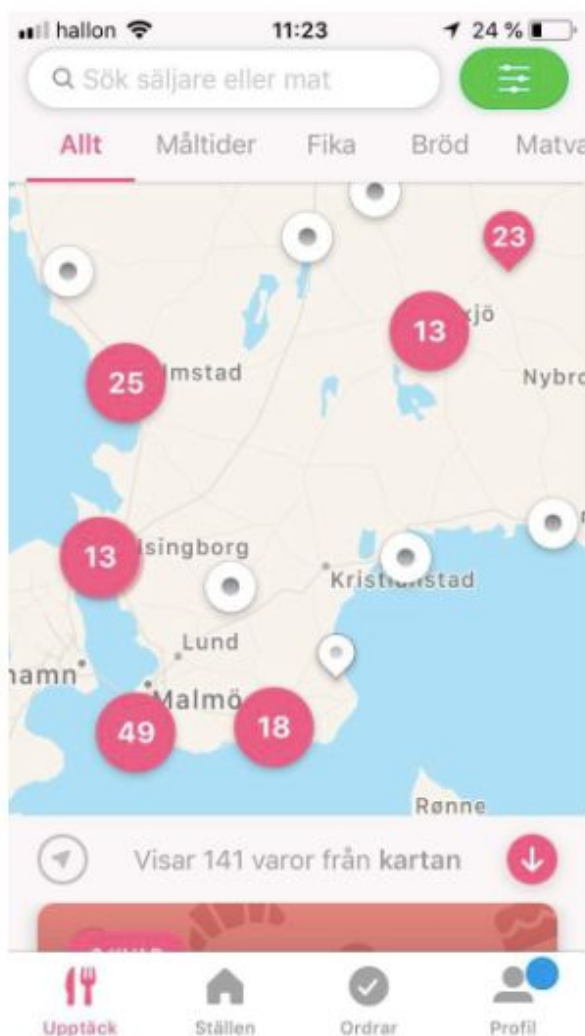


Bild 1: Kartan visar antal tillgängliga matvaror Bild 2: Följfunktion

Karma uppmuntrar användaren att utforska utbudet genom att tillhandahålla en karta som visas när applikationen öppnas (se bild 1). I kartan kan användaren navigera matställen i närområdet och utforska utbudet. Praktiker är rutinartade beteendemönster (Shove et al., 2012, s. 23), och konsumtionspraktiker ofta komplexa i sin natur (Warde, 2005). För att den praktik Karma vill uppmuntra ska kunna samordnas med användarens existerande matpraktik är det av vikt att applikationen smidigt kan integreras i användarens vardag. Att ägna sig åt hållbar matkonsumtion kan vara krävande då konsumenten måste ta ställning till flera aspekter (Moisander, 2007). Att exponera materbjudanden på startsidan ger användaren en tydlig

överblick av utbudet vilket kan bidra till att hållbar konsumtion upplevs tillgängligt och bekvämt. Denna aktivitet blir därför central i Karmas försök att uppmuntra en ny matpraktik. Ytterligare en aktivitet Karma uppmuntrar användarna till är att följa matställen i applikationen (se bild 2). Följfunktionen innebär att användaren får notiser när mat finns tillgänglig hos de utvalda matställena vilket gör det möjligt för Karma att varje dag ta plats i användarens vardag via påminnande notiser. Denna funktion är ett sätt för Karma att försöka rutinisera den nya praktiken de vill uppmuntra användaren till.

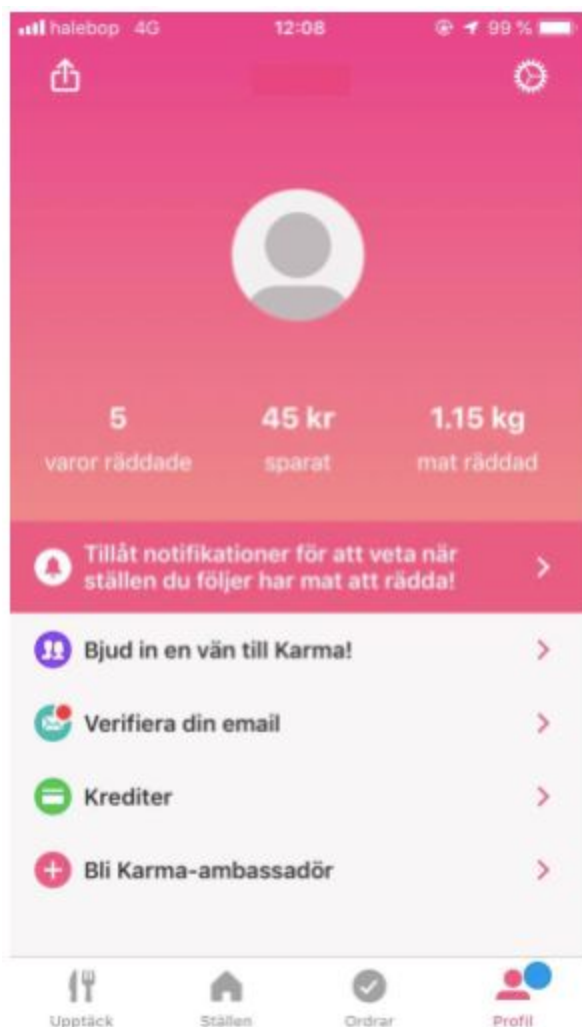


Bild 3: Användarens statistik



Bild 4: Timer

Karma kommunicerar statistik över användarens hållbarhetsbidrag samt hur mycket pengar som sparats genom att handla via Karma (se bild 3). Med denna aktivitet vill Karma motivera användaren att förbättra sin statistik och därigenom uppmuntra till fler köp. Ansvar för hållbar konsumtion läggs många gånger på den enskilde konsumenten (Soneryd & Uggla, 2015), och därför blir denna aktivitet ett sätt för Karma att tillskriva användaren ansvar över mat som annars slängs. Det upplevda ansvaret kan bidra till en ökad konsumtion genom applikationen vilket ligger i linje med Karmas vilja att skapa en ny praktik. Genom att engagera konsumenten har Karma även skapat en aktivitet som effektiviserar försöket till en ny praktik. Användare erbjuds att vara ambassadörer för Karma och arbeta för att värva matställen till applikationen. Som belöning får användaren "Karma-krediter" som de kan betala mat med i applikationen. Detta är ett sätt för Karma att förbättra applikationen samtidigt som användarna uppmuntras till ökad användning. "Appreciation" är ett steg i konsumtionsprocessen som handlar om när individen upplever njutning och tillfredsställelse i samband med konsumtionen (Evans, 2018). Genom att användarna kan identifiera sig som ambassadörer för Karma kan de betrakta sig som en hållbar konsument vilket kan bidra till tillfredsställelse i samband med användandet av applikationen.

Köpet är den aktivitet som är huvudsaklig i användandet av Karma och utgörs av stegen välja varor, betalning samt hämta maten. Denna aktivitet uppmuntras via applikationens övriga aktiviteter och stöds av flera funktioner i Karma. Att välja varor underlättas av filtrerings- och sorteringsfunktioner. Användaren kan välja att filtrera utbudet efter specifika matpreferenser såsom vegetariska och veganska alternativ eller sortera utbudet efter matkategorier som till exempel bröd, måltider och matvaror. Applikationen erbjuder två betalfunktioner vilka är att användaren antingen kan spara sitt betalkort i applikationen eller betala genom så kallade "Karma-krediter" vilket underlättar utförandet av köpet. En funktion som tillhandahålls av Karma för att underlätta upphämtningen av mat är en timer som talar om för användaren inom vilken tid den köpta maten måste hämtas (se bild 4). "Appropriation" är ett steg i konsumtionsprocessen som handlar om hur en vara eller tjänst tillskrivs mening och blir en del av individens vardag (Evans, 2018). Genom att erbjuda funktioner som stödjer användarens köpförlopp ämnar Karma att underlätta och främja konsumtion via applikation. Funktionerna

möjliggör för användaren att anpassa Karma till sin användning och på så sätt skapa ett värde för applikationen i sin vardag.

Ur ett praktikteoretiskt perspektiv blir det därför tydligt att Karma försöker skapa en ny praktik för anskaffning av mat. Genom att uppmuntra användarna till ovanstående aktiviteter vill Karma främja hållbar konsumtion. Element som håller samman en praktik är ömsesidigt beroende av varandra och ett element påverkas således när ett annat förändras (Shove. 2012, s. 24). Enheten bygger på funktioner som hjälper konsumenten i användandet av applikationen. Funktionerna har som syfte att hjälpa användarna genomföra aktiviteterna som Karma uppmuntrar. Materialiteten, den tekniska artefakt som applikationen är, ligger till grund för praktikens utförande och existens vilket gör att kompetensen i praktiken, det vill säga funktionerna, formas av materialiteten. Meningen som omfattar att konsumera hållbart möjliggörs av resterande element och handla via Karma blir således en praktik. Genom att uppmuntra användarna till aktiviteter i applikationen försöker således Karma skapa en ny praktik som innebär ett nytt sätt att anskaffa mat som främjar hållbar konsumtion.

4.2 Situationer där Karma inte integreras i vardagsrutiner

Efter bearbetning av materialet blev det tydligt att informanterna generellt sett upplevde det onaturligt att inkludera den praktik Karma vill uppmuntra som en del av sin matpraktik. I detta avsnitt beskrivs och analyseras användarnas erfarenheter i situationer där applikationen inte lyckats ta fäste i deras existerande matpraktiker. I de fall där Karma inte lyckades uppmuntra användaren till en ny typ av matpraktik identifierades två huvudorsaker vilka var tekniska misslyckanden och praktikkrockar.

4.2.1 Tekniska misslyckanden

En vanligt förekommande anledning till att Karma inte inkluderats som en del i användarnas matpraktik var på grund av tekniska misslyckanden med applikationen. Dessa misslyckanden bestod dels av att användare upplevt rent tekniska problem med applikationen och dels av tillfällen då de upplevt applikationens funktioner som otillräckliga. Det innebär att tekniska

misslyckanden har två dimensioner av problem. I båda fall lyckades inte applikationen Karma stödja praktiken den försöker uppmuntra, men problemen uppstod av olika anledningar. Då tekniska problem relaterar direkt till applikationen och dess utformning är elementet materialitet centralt i denna kategori.

Den första dimensionen berör således tekniska fel med applikationen. Ett vanligt förekommande problem handlade om kartans navigeringsfunktion som användaren Klas haft problem med.

“Affärsidéen är jättebra [...] men jag hade som sagt lite problem med platsfunktionen och fick bara upp restauranger i London. Jag har en Android, jag vet inte om det kanske är det (...). Så jag har fått aktivt söka på området där jag är eftersom den inte känner av det.” - Klas

Under intervjun uttryckte Klas en vilja att använda Karma som dock hindrats av tekniska problem. På grund av att kartans navigering inte fungerade upplevde Klas svårigheter med att använda applikationen trots att han såg ett värde i användandet. Elementet materialitet bygger på föremålets betydelse för praktikens utförande (Shove, 2012, s. 23). I detta fall fungerade inte tekniken i applikationen vilket bidrog till att materialiteten inte kunde länkas samman med resterande element. Då materialiteten i praktiken påverkat meningen negativt blev applikationen inte “Appropriated” (se Evans, 2018) och tillskrevs inget värde i hans vardag. När väsentliga element existerar individuellt utan att sammanlänkas till en praktik kallas det för proto-practice (Shove, 2012, s. 24). I Klas fall är således det utslagsgivande elementet materialitet då tekniken ligger till grund för att en ny matpraktik inte uppstår och således förblir en så kallad proto-practice.

Ett annat tekniskt problem berörde applikationens sorteringsfunktioner som fungerade på olika sätt beroende på vilket operativsystem som applikationen använts i. Majoriteten av informanterna testade Karma genom iPhone, vars operativsystem är iOS, men under intervjuerna visade det sig att applikationens sorteringsfunktioner skiljde sig åt i Androidversionen.

“Ja, jag är vegetarian. Det hade ju varit skönt med typ en funktion där man kunde sortera efter vegetariskt så hade jag sluppit sitta och scrolla igenom kött och kyckling liksom. (.) Jag blev ganska less på att aktivt leta efter något som passade mig.” [...] Så det är isåfall en grej som jag tycker att de borde göra bättre för Android.” - Matilda

Användaren Matilda är vegetarian och berättade att hon saknat en funktion som möjliggör att utbudet kan sorteras efter matpreferenser. I iOS finns denna funktion på applikationens startside där användaren kan sortera utbudet efter vegetariska och veganska alternativ. Enligt Shove et al. (2012, s. 21) kan en praktik fallera när länkar mellan element bryts. Det tekniska misslyckandet innebar i detta fall att materialiteten, den tekniska artefakten som applikationen är, inte motsvarade användarens förväntningar och preferenser inom matpraktik. Kompetens handlar om förståelse och praktisk kunskap kring utförandet av en specifik praktik (Shove et al., 2012, s. 23). I detta fall har elementet kompetens formats av vegetarianism vilket påverkar hur Matildas matpraktik ser ut och utförs. Användaren berättade att hon upplevt svårigheter att hitta mat som passade hennes preferenser då utbudet blev begränsat. På grund av applikationens bristande sorteringsfunktioner blev sökandet efter mat tidskrävande vilket påverkade Matildas motivation till att använda Karma. Motivation ingår i elementet mening som berör viljan i att utföra en praktik (Shove et al., 2012, s. 23). I detta fall bidrar bristande teknologi till att applikationen förlorar i värde, med andra ord brister länkarna mellan mening, materialitet och kompetens. Det tekniska misslyckandet leder således till att Karma som matpraktik inte kan samordnas med användarens existerande matpraktik.

Uteblivna notiser var också ett tekniskt fel som påträffades under insamlingen av empiriskt material. Sara berättade att hon börjat följa matställen i närheten där hon bor för att få notiser när mat fanns tillgängligt. “Appropriation” är ett steg i konsumtionspraktiker som handlar om vad individen gör med varan eller tjänsten efter tillskaffning (Evans, 2018). Sara utformade applikationen efter sina önskemål och förväntade användning, vilket betyder att applikationen i detta fall blev “Appropriated” då hon tillskrev applikationen en mening i hennes vardag.

“Ja, jag har dock inte fått upp en enda notis (.) så jag undrar om det kanske inte har fungerat. För jag började följa ställen i närheten där jag bor, men inte någon har sagt till mig att det finns mat. [...] Hade jag fått en notis på lunchen att det fanns något tio meter bort hade jag ju gått och köpt det.” - Sara

Användaren berättade att följfunktionen inte fungerat som förväntat då hon inte fick någon notis från applikationen under testperioden. Sara uttryckte att de uteblivna notiserna bidrog till att hon inte använt applikationen som hon förmodligen gjort om funktionen hade fungerat. Det kan innebära en risk för “Devaluation” (som beskrivs av Evans, 2018) vilket innebär en minskning av värde. För att förtydliga så förlorar applikationen värde när den inte fungerar vilket leder till att praktiken som Karma försöker uppmuntra förlorar mening hos användaren. Det tekniska felet bidrar till att Karma inte får utrymme i användarens redan existerande matpraktik trots att intentionen att använda applikationen var god.

Den andra dimensionen handlar inte om faktiska teknikfel i applikationen, utan om funktioner som inte upplevs som tillräckliga. Ett problem berörde utbudets otydlighet när det kom till vilka varor som fanns tillgängliga.

“Går jag in på O’learys Norrtull här, så ligger de femton rätter så står det slut på alla, då behöver jag ju inte se att jag kunde ha sparat 57 kronor om jag köpte potatis med köttbullar och så för det är liksom inte relevant när det inte finns kvar” - Isabell

Isabell berättade att hon irriterat sig på att matvaror som inte var tillgängliga fanns synliga i applikationen. I Karma kan användaren se varor som är utsålda både via kartan samt under kategorin “Ställen”. Praktiker definieras av ömsesidiga relationer mellan elementen (Shove et al., 2012, s. 24). I detta exempel blir det tydligt att funktionen, det vill säga materialiteten i praktiken, upplevs som onödig och därför inte kan tillskrivas ett värde för användaren. Materialiteten är således orsaken till att meningen inte sammanfaller med användarens existerande praktik. Denna typ av tekniskt misslyckande berör därför inte ett faktiskt fel i applikationen, utan snarare en aspekt i materialiteten som för användaren blir meningslös. Shove et al. (2012, s. 21) förklarar att en praktik försvinner när länkar mellan elementen bryts. I detta fall fallerar praktiken då meningen fräntas som en följd av tekniskt misslyckande. Uppföljningen

av användarna en månad efter testveckan visade att Isabell var en av de deltagare som raderat applikationen. "Disposal" innebär avyttrandet av en vara, tjänst eller upplevelse (Evans, 2018). Det går därför att anta att det tekniska misslyckandet ledde till att applikationen avyttrades och att praktiken Karma uppmuntrar till aldrig anammades.

Ytterligare en otillräcklig funktion visade sig vara bristen på omdömen för matställen. Användaren Olle upplevde skepticism gentemot utbudet när han utforskade applikationen.

"Men jag kunde tycka att det var svårt att veta vilken man skulle välja, lite 'vågar jag köpa den här maten?' även om man betalar mindre för det. [...] dels det och sen kanske lite mer reviews. Att se någon som säger att 'Det här stället är bra!'" - Olle

Praktiken Karma uppmuntrar till är ett nytt sätt att tillförskaffa mat för användaren vilket bidrar till han inte besitter en praktisk förståelse för hur denna praktik utförs. Olle uttryckte att han saknade recensioner om matställen från andra användare vilket hade gjort applikationen tydligare och bidragit till att han känt sig tryggare i sitt användande av Karma. Eftersom praktiken Karma vill uppmuntra innefattar en kompetens som inte motsvarar kompetensen i Olles matpraktik, blir materialiteten viktig för att kunna sammanlänka de båda praktikerna. Då applikationen som motsvarar praktikens materialitet upplevs otillräcklig av användaren kan inte praktiken Karma och Olles existerande matpraktik samordnas. Detta betyder att Karma inte lyckas vägleda användaren i formandet av en ny praktik.

I de situationer där tekniska misslyckanden låg till grund för att applikationen inte integrerades i användarnas vardagspraktiker blev det tydligt att rent tekniska fel i den digitala enheten bidrog till att användarna upplevde ett minskat värde i användandet av applikationen. Det visades även att applikationens funktioner och utformning i vissa situationer upplevdes som otillräckliga och i andra fall onödiga vilket bidrog till att applikationen inte användes och praktiken som Karma uppmuntrar till således inte kunde sammanlänkas med användarnas existerande matpraktik.

4.2.2 Praktikkrock

Nästan alla användare som inte handlat via Karma beskrev det som att applikationen inte passade in i deras matrutiner. Individer deltar i en mängd olika praktiker vilket betyder att en mängd element måste sammanfalla för att praktiker ska kunna existera jämsides. Individen kan uppleva svårigheter när två praktiker ska koordineras vilket bidrar till att praktiker antingen förändras eller fallerar (Shove, 2012, s. 37). I detta fall betyder det att praktiken Karma uppmuntrar till och användarens existerande matpraktik måste samordnas för att applikationen ska kunna bli en del av användarens vardag.

Många av användarna berättade att de alltid hade med sig matlåda till jobbet eller tidsmässigt begränsad lunchrast vilket de menade var anledningen till att Karma inte fungerade för dem.

“Nej jag äter jättemycket matlåda. Jag äter det till och med till middag för jag vill spara tid liksom. [...] Jag gör ju jättemycket storkok.” - Emelie

Ovanstående citat är ett typiskt exempel på hur vardagliga matrutiner såg ut hos majoriteten av användarna. Shove et al. (2012, s. 88) menar att praktiker kan vara beroende av varandra och att dess egenskaper således inte kan reduceras till enbart en praktik. Matpraktiken Karma uppmuntrat till är beroende av andra praktiker och kan således inte analyseras utan att hänsyn tas till en generell matkonsumtion hos användaren. Gojard och Véron (2018) förklarar att matpraktiker formas av bland annat arbetssituation och ekonomisk ställning. Emelie är student och bor själv vilket har format elementen i hennes matpraktik över tid. Då dessa element inte kan sammanlänkas med elementen till den matpraktik Karma uppmuntrat till kan dessa praktiker inte samordnas. Karmas utbud består av många lunchrelaterade maträtter vilket betyder att Karma konkurrerar med flera sätt att anskaffa och äta mat, i detta fall matlådor, och det blir därför svårt för en ny matpraktik att formas.

Vissa användare hade specifika lunchrutiner på arbetet som var kopplat till sociala aspekter såsom branschnormer och kollegor. En användare berättade att han ofta arbetade på kontor hos kunder där det inte var aktuellt att varken beställa hämtmat eller äta medhavd matlåda.

“[...] Jag jobbar mycket ute hos kunder och då äter vi ofta ute. Det är inte superoptimalt att ta med mat och äta på kundens kontor (.) det känns inte så professionellt så det blir ofta att vi går ut och äter på restaurang.” - Ludvig

Då Karmas affärsidé bygger på att personer inte äter på plats i restaurangen, cafét eller butiken utan tar med sig maten som hämtmat så passade inte Karma in i Ludvigs matrutiner. Social betydelse ingår i elementet mening (Shove et al., 2012, s. 24), och kan inom matkonsumtion innebära hur rutinartade matpraktiker förändras och formas efter relationer och normer. Även Delormier et al. (2009) hävdar att aspekter i det sociala sammanhanget är integrerade i formandet av matpraktiker och därför måste den sociala kontexten, utöver det individuella valet, tas i beaktandet när matpraktiker studeras. Det går således att anta att Ludvigs matpraktik formats efter sociala aspekter som bland annat hans arbetssituation. Liknande situationer beskrevs även av användarna Olle och Johan som båda berättade om tillfällen när de ätit lunch på restaurang med kollegor och kunder under testperioden med Karma. I dessa fall krockar praktiken Karma vill uppmuntra med användarnas nuvarande matpraktiker. Det blir även tydligt att den matpraktik Karma introducerar innebär både ett nytt sätt att anskaffa mat och ett nytt sätt att äta. Det blir därför svårt för applikationen att få fäste i användarens vardag och steget för “Appropriation” (se Evans, 2012), uppnås inte. För dessa användare blir den sociala aspekten således avgörande till att praktiken Karma uppmuntrar till inte integreras med deras nuvarande matpraktik.

En annan typ av krock som identifierats är mellan kompetenser i praktiker. Många uttryckte att deras generella matkonsumtion karaktäriserades av bekvämlighet och effektivitet. De flesta användarna berättade att de gärna handlade från den närmsta butiken, att handlingen skulle gå så fort som möjligt samt att de mestadels köpte välkända varumärken. Kompetens innebär förståelsen för praktikens utförande (Shove et al., 2012, s. 23). Dessa användares kompetens inom matpraktik baseras således på bekvämlighet och effektivitet vilket betyder att de har en specifik praktisk förståelse för hur praktiken ska utföras. Då Karma är en ny matpraktik för

användarna saknar de praktisk förståelse kring användandet vilket kan försvåra att utförandet blir bekvämt och effektivt.

“Det är nog att jag inte har hittat något som är tillräckligt relevant plus att jag inte riktigt vet alltså hur det går till. Var hittar jag, om jag klickar på köp här och sen går in i affären. Var kommer jag hitta den här produkten och läser man i instruktionerna så står det att de flesta har de i delikatessdisken men jag vägrar ju att när jag väl har mina fem minuter innan jag ska hämta barnen springa runt på Hemköp och leta efter min korv för femton kronor. Så där känns det att det är viktigt att det är tydligt, [...] undra om all personal ens har koll. Eller skulle jag kunna komma in, och de bara ‘Karma, vad är det för något? Jag har ingen aning?’. Det är det jag är rädd för, men det är bara mina förutfattade meningar.” - Isabell

Ovanstående citat är ett exempel på ovissheten kring användandet av Karma. Användaren Isabell berättade att hon kände osäkerhet kring hur köp genom Karma utförs vilket bidrog till att hon inte använde applikationen. Hon uttryckte en rädsla över att köpet via Karma skulle vara krångligt och tidskrävande vilket inte går i linje med hennes nuvarande matpraktik. Förändringar inom matpraktikers kompetens och benägenheten att använda dessa kunskaper har en stor påverkan på praktikens flexibilitet (Gojard & Véron, 2018). För dessa användare blir således kompetens det utslagsgivande elementet till varför praktiken som Karma försöker uppmuntra inte genomförs.

En del användare menade att hållbarhet i form av miljö och etik var viktigt när de konsumerade mat. Som tidigare nämnt vill Karma uppmuntra hållbar konsumtion och minska matsvinnet. Det skulle kunna antas att de konsumenter som redan tar hänsyn till miljömässiga och sociala aspekter tar till sig Karma som en del av deras matpraktik, dock var så inte fallet. Dessa användare uttryckte att de såg på Karma som en bra idé men att Karma ibland föll utanför ramarna av vad de definierade som hållbar konsumtion. Användaren Alexandra förklarade att hon baserade sina matinköp på etiska och miljömässiga faktorer.

“[...] Jag äter ju vegetariskt och ibland äter jag fisk. Om jag handlar så försöker jag välja så mycket ekologiskt som möjligt eller om jag köper fisk så köper jag den som är mest hållbar, både av etiska och miljömässiga skäl” - Alexandra

Under intervjun framgick det tydligt att Alexandra besitter hög kunskap om hållbar produktion och konsumtion vilket format hennes värderingar kring mat. Hållbar matkonsumtion har därför tillskrivits en stor mening i hennes matpraktik. Elementen i praktiker förändras och formar varandra över tid vilket bidrar till att praktiker kontinuerligt förändras (Shove et al., 2012, s. 33). I detta fall har värderingarna format den praktiska förståelsen kring hur hennes matpraktik ska utföras. Med andra ord har elementet mening format elementet kompetens vilket bidrar till att hennes matpraktik ser ut som den gör idag.

“Generellt så tror jag det är väldigt svårt att veta när det gäller restauranger, var de får sina produkter ifrån. [...] Jag såg förresten en restaurang som var ansluten till Karma som jag vet inte använder ekologiska produkter och inte direkt kommunicerar något vidare hållbarhetstänk. Så dom hade jag inte handlat från även om det innebär att jag räddar mat från att bli svinn liksom.” - Alexandra

Alexandra uttryckte senare i intervjun att hon ibland var skeptisk till att använda Karma på grund av att vissa av matställena som var anslutna till applikationen varken tillhandahöll ekologiskt utbud eller kommunicerade så att hennes värderingar kunde läsas in. Karmas övergripande syfte, att rädda mat från att bli svinn, går i linje med hennes definition av hållbar konsumtion men på grund av utbudets karaktär så faller praktiken Karma försöker uppmuntra utanför ramarna för hennes matpraktik. När element inom två praktiker inte sammanfaller kan praktikerna inte samverka och existera jämsides med varandra (Shove, 2012, s. 25). I detta fall blir det tydligt att meningen i Karma som matpraktik inte sammanfaller med meningen i Alexandras nuvarande matpraktik. När Alexandra inte kan använda Karma som ett verktyg för att handla hållbart blir applikationen “Devalued” (jmf Evans, 2018) och förlorar sitt värde. I detta exempel sker således en betydelsekrock vilket är anledningen till att applikationen inte används.

En annan aspekt av hållbar konsumtion är sociala faktorer som berör arbetstagare och deras rättigheter. Johan berättade att han generellt sett tog avstånd från matapplikationer på grund av de arbetsförhållanden som ofta råder inom branschen för applikationer som levererar mat.

“Alltså när det kommer till hämtmat så försöker jag inte att använda de tjänsterna så mycket för de arbetarna har inga kollektivavtal. (.) Företagen ger slavlöner till stackarna som cyklar runt med det där.”
- Johan

Johan menar att han har distanserat sig från matapplikationer på grund av sociala skäl. När han talade om Karma har han refererat till applikationer som Hungrig.se, Foodora och Onlinepizza och det går att tyda att denna typ av applikationer format hans förkunskap kring matapplikationer generellt. Hans förkunskap gällande den typen av matkonsumtion har således format elementet mening i hans matpraktik. Med andra ord så besitter inte Johan någon direkt kunskap om Karma som matpraktik men då han associerar Karma med andra matapplikationer tillskrivs Karma samma egenskaper vilka nödvändigtvis inte stämmer. Johan har alltså en större sfär kring hållbar konsumtion som innefattar mer än att rädda matsvinn. Den mening Johan tillskriver Karma som matpraktik motsvarar inte den mening hans matpraktik definieras av och därför kan inte praktikerna samexistera. Karma som applikation, praktik och verktyg för hållbar matkonsumtion tillskrivs därför inte en mening för Johan och blir inte “Appropriated” (se Evans, 2018), som en del i hans matpraktik.

Majoriteten upplevde att applikationen inte passade in i deras matrutiner och därför inte kom till användning. Det blir tydligt att användarna har rutiniserade sätt att anskaffa och äta mat vilket beror på att livssituationen har format individens matpraktik (jmf Gojard och Véron, 2018). Matpraktikerna var formade av sociala aspekter, bekvämlighet och effektivitet samt olika former av hållbar konsumtion. I användarens matpraktiker har de skapat rutiniserade tillvägagångssätt att anskaffa och äta mat vilket praktiken som Karma försöker uppmuntra konkurrerar med. Då matpraktiker är komplexa i sin struktur och således svåra att förändra har en ny praktik svårt att formas.

4.3 Situationer där Karma integreras i vardagsrutiner

I vissa fall lyckades applikationen som digital enhet få fäste i användarnas matpraktiker och således till viss del påverka individen till en mer hållbar konsumtion. På samma sätt som det finns flera faktorer som ligger till grund för att användarnas matpraktik inte sammanfaller med

användandet av Karma så är det flera faktorer som påverkar när det faktiskt fungerar. I situationer där Karma integrerades i användarnas vardagspraktik låg en matchning mellan deras nuvarande matpraktik och den praktik applikationen uppmuntrar till grund för användandet.

4.3.1 Praktikmatchning

En av de användare som handlade via Karma under testveckan var Anton och följande citat beskriver hans köp genom applikationen.

“Så då var jag påväg till Malmö Central och tittade på kartan om det fanns något i närheten som jag skulle kunna handla och då hittade jag ett ställe som hade lite fikabröd. Så då handlade jag när jag satt på tåget. Jag var ute efter fika och det var ett bageri på vägen så det passade ju mitt önskemål. (.) ah sen gick jag dit då och hämtade min beställning. [...] Den fick faktiskt full pott.” - Anton

Anton är teknikintresserad och har studerat programmering vilket gör att han till frekvent användare av digitala enheter. Användaren berättade att han ofta handlade mat via applikationer såsom Onlinepizza, MaxExpress och ICA vilket betyder att han är bekant med detta tillvägagångssätt av matanskaffning och därmed besitter en viss förförståelse för hur liknande matapplikationer fungerar. Teknologi får i detta fall stor betydelse då det många gånger möjliggör användarens matpraktik tillsammans med elementet kompetens som innebär hans praktiska förståelse för utförandet av praktiken Karma vill uppmuntra. Anton har således enklare att inkludera applikationen i hans matpraktik och tillskriva den ett värde i sin vardag. Det blir därför tydligt att applikationen har blivit “Appropriated” (se Evans, 2018) som en del i hans matpraktik. Nästa steg i konsumtionsprocessen handlar om hur individer får tillfredsställelse från konsumtion vilket kallas för “Appreciation” (Evans, 2018). Anton berättade även att han var nöjd med sitt köp och att han gav applikationen full pott på betygsskalan vilket tyder på att han upplevde tillfredsställelse i samband med matkonsumtionen genom Karma. I detta fall länkar element i Antons matpraktik samman med elementen i praktiken Karma försöker uppmuntra. Det beror på han har förförståelse och kompetens som matchar användandet av applikationen.

Under intervjun med Linn blev det tydligt att hon har specifika värderingar och en förförståelse gällande hållbar konsumtion vilket karaktäriserar hennes matpraktik. Hon har en specifik

kompetens om hur hennes matpraktik ska utföras vilket definieras av hållbar konsumtion, vars inramning överensstämmer med Karma. Linn var den enda deltagaren som använde applikationen innan studiens början. Hon berättade att hon laddat ner Karma för ett halvår sedan och handlat via applikationen flera gånger.

“Jag är ju inne i appen och kollar nästan varje dag (.) speciellt dom veckorna jag är sämre på att ta med mig matlåda av olika anledningar. Så jag är ju inne åtminstone varje dag. Ibland flera gånger per dag.”

- Linn

Hon vill konsumera hållbar mat utifrån vissa aspekter som hon bland annat nämner är minskat matsvinn och god djurhållning. Applikationen som digital enhet blir i detta fall ett verktyg som underlättar för Linn att handla mat utifrån hennes preferenser. Elementet materialitet har således omformats och fått en ny innebörd som en följd av att applikationen Karma upptäcktes. Då Linn uttrycker att hon använder applikationen varje dag är det tydligt att den har blivit “Appropriated” som en del av hennes vardag och även “Appreciated” då hon ser ett stort värde i användandet av applikationen. När element får nya innebörder inom praktiker skapas nya länkar vilket bidrar till att praktiker förändras (Shove et al., 2012, s. 33). I detta fall har elementet materialitet förändrats som en följd av att Karma tagit en naturlig del i hennes matpraktik.

Användaren Sara uttryckte att hon på senare tid upplevt klimatångest vilket bidragit till att hon som konsument börjat tagit större ansvar gällande hennes matkonsumtion genom att bland annat gått över till en vegetarisk kost. Användaren har således börjat äta mer hållbart och hennes matkonsumtion har fått en symbolisk betydelse. I den här situationen går det att betrakta praktiken som Karma vill uppmuntra som en proto-practice då väsentliga element för praktiken existerar men inte sammanlänkats (se Shove, 2012, s. 24). Senare i intervjun berättade Sara att hon handlat via applikationen.

“Vi beställde dock från min kompis telefon så jag (.) alltså jag kom på det sen (.) jag ville ju ha statistiken på hur mycket man sparat och så! Men nu fick hon den.” - Sara

Saras köp genom Karma hade genomförts tillsammans med en vän som var van användare av applikationen. Då matpraktik genom Karma är en ny praktik för Sara saknar hon praktisk förståelse för praktikens utförande. I denna situation blir Saras vän en betydande faktor för praktikens genomförande då hon besitter rätt kompetens som hon överför till Sara. I linje med Delormier et al. (2009) blir det i detta fallet tydligt att den sociala kontexten har en påverkan på matpraktiker. Sara berättade att hon handlat i Karma via hennes kompis telefon vilken i efterhand ångrade eftersom hon insåg att hon gick miste om sin hållbarhetsstatistik. Här har applikationen Karma lyckats med att uppmuntra användandet genom den kommunicerade statistiken. Senare i intervjun berättade även Sara att hon förmodligen skulle handla mer genom applikationen vilket visar på att applikationen på ett uppenbart sätt blivit "Appropriated" (se Evans, 2018). I detta fall så länkas elementen mening och kompetens i användarens nuvarande matpraktik samman med den praktik Karma uppmuntrar vilket ligger till grund för praktikens utförande. Karmas uppmuntrade aktiviteter i applikationen kan därtill tänkas ligga till grund för en fortsatt användning och förändring av matpraktik.

Analysen visar att i situationer där Karma kunde integreras i användarens vardag så beror det på att den existerande matpraktiken och den praktik applikationen vill uppmuntra kan samordnas. Det blev det tydligt att element kunde sammanlänkas mellan de båda praktikerna vilket låg till grund för att applikationen kunde tillskrivas värde.

5. Slutdiskussion

5.1 Slutsats

Syftet med denna studie är att bidra till ökad förståelse kring hur digitalisering kan främja hållbar konsumtion. Efter genomförd analys kan vi konstatera att digitala enheter har begränsad möjlighet att påverka individer mot hållbar konsumtion då flera faktorer ligger till grund för huruvida en ny matpraktik matchar med en individs existerande vardagspraktik. Applikationen uppmuntrar till vissa aktiviteter med syfte att styra användaren mot hållbar konsumtion. Genom att motivera och bekräfta användarnas val, tillskriva dem ansvar samt tillhandahålla verktyg för att underlätta denna form av konsumtion försöker applikationen ta en del i användarens matpraktik. Studien har visat att varför digitala enheter kan ha svårt att få fäste i vardagspraktiker har ett tvåsidigt svar. Tekniska misslyckanden och praktikkrockar har identifierats i analysen som huvudsakliga anledningar till varför applikationen inte anammades i användarens vardag. Faktorer som låg till grund när praktiker matchades var användarens praktiska förståelse för liknande praktiker eller att applikationen tillskrivits mening under en längre tid, vilket i båda fall bidrog till att matpraktiken applikationen uppmuntrade till lyckades integreras i användarens vardagspraktik.

5.2 Bidrag till forskning

Som visats i studiens inledning har tidigare forskning främst fokuserat på digitaliseringens integrering i köpprocessen (Willems et al., 2016), hur förhållandet mellan konsument och näringsidkare förändras som en följd (Fuentes & Svingstedt, 2017; Fuentes et al., 2017; Cliquet et al., 2014; Atkinson, 2013) samt hur digitaliseringen på olika sätt kan bidra till hållbar konsumtion (Barboza & Filho, 2019; Humphery & Jordan, 2018; Michelini et al., 2018; Graham & Haarstad, 2011). Trots omfattande studier om digitalisering och hållbarhet har få studerat fenomenet ur ett praktikteoretiskt perspektiv med ett fokus på hur digitala enheter fått ta plats i existerande vardagspraktiker. Mot denna forskning har studien genomförts i syfte att skapa en bredare förståelse för hur digitalisering kan främja hållbar konsumtion. Detta genom att studera

en applikation, som innebär en matpraktik i form av ett nytt sätt att handla och äta mat, och dess möjligheter och svårigheter att integreras i användarens vardagspraktik.

I förhållande till tidigare forskning bidrar denna studie med en bred och nyanserad förståelse för fenomenet då praktikteori har använts i syfte att se på hur en ny matpraktik kan integreras i existerande vardagspraktiker. Genom att använda praktikteori på detta fall kan vi utläsa att matpraktiker är komplexa och kräver en matchning baserad på flera faktorer för att en digital enhet ska få en naturlig del i användarens vardag. Då matpraktikers komplexitet påvisats i tidigare studier (Gojard & Verón, 2018; Delormier, Frohlich & Potvin, 2009), bidrar denna studie med en nyanserad bild av matpraktikers möjligheter och svårigheter att förändras till följd av en digital enhets uppmuntran till hållbar konsumtion. De två huvudfaktorerna till att applikationen inte användes var på grund av tekniska misslyckanden och praktikkrockar. Dessa faktorer har dock ingen betydelse när användare inte ser mening i att använda applikationen. Med andra ord kan inte en ny praktik få fäste om den inte tillskrivs mening. Fuentes & Svingstedts (2017) studie om mobilshopping visade att mening är den centrala faktorn för formandet av en praktik. Vår studie styrker således detta resultat och bidrar även med nyanserad förståelse då denna studies bidrag bygger på formandet av en ny matpraktik som innebär hållbar konsumtion i samband med en digital enhet.

I vår studie konstateras det att hållbar konsumtion kan uppnås genom att den praktik applikationen uppmuntrar till och användarens nuvarande praktik sammanfaller. Gemensamt för de användare som anammade applikationen på kort tid var deras praktiska förståelse för liknande praktiker. Det finns således större möjlighet för samordning av praktiker om konsumtionsbeteendet som applikationen uppmuntrar till matchar användarens existerande beteende. En studie av Barboza och Filho (2019) med fokus på digitala enheters påverkan på individen menar att graden av påverkan är beroende av individens tidigare värderingar om hållbar konsumtion. Vår studie visade dock att användare i vissa fall hade starka värderingar kopplat till hållbar konsumtion vilket bidrog till att de inte kunde tillskriva applikationen ett värde då den inte var tillräcklig. Det betyder att digitala enheter således kan ha större möjlighet

att påverka individer utan tidigare förkunskap eller värderingar kring konsumtion. I de fall då applikationen varit hos användaren under en längre tid har den digitala enheten, och därmed praktiken den vill uppmuntra, visats bli inarbetad i användarens rutin vilket har ökat värdet användningen. Denna upptäckt går i linje med Gojard och Vérons (2018) studie som visar att hållbar konsumtion kan ta tid att anamma. Mot dessa tidigare studier är ett förslag på fortsatt forskning om digitalisering i relation till hållbar matkonsumtion att se på hur matpraktiker genom digitala enheter integreras över en längre tid.

5.3 Till aktörer som vill främja hållbar konsumtion genom digitala enheter

Då hållbar konsumtion blir allt mer närvarande och digitala enheter tar allt större plats i konsumentens köpprocess (Humphery & Jordan, 2018) kan resultaten från det insamlade materialet i denna studie vara till nytta för samhällsaktörer som vill arbeta med digitala enheter för att främja hållbar konsumtion. Resultaten kan fungera som vägledning för de aktörer som önskar utveckla digitala enheter med fokus på hållbar konsumtion men främst stödja de aktörer som specifikt vill utveckla applikationer som främjar hållbar matkonsumtion. Mest relevant för de aktörer som vill utveckla liknande applikationer är studiens resultat kring användandet då det är där de praktiska konsekvenserna blir aktuella. Utöver att de rent tekniska funktionerna måste fungera för att användarna ska se ett värde i applikationen visar vår studie tydligt att digitala enheter många gånger inte används på grund av att den inte matchar med vardagspraktiker. Användaren kan behöva tid för att kunna integrera en applikation i sin vardag då vardagspraktiker är komplexa. Det krävs även att användaren besitter praktisk förståelse för utförandet och utvecklarens roll blir således att vägleda konsumenten i användandet. Studien visade även att en applikation inte används när individens värderingar inte stämmer överens med den praktik applikationen vill uppmuntra. De aktörer som vill utveckla en applikation för att främja hållbar konsumtion måste därför skapa en förståelse för användarnas verklighet, värderingar och vardagspraktiker. Utifrån denna kunskap måste aktören därefter utveckla en strategi på hur användarnas vardagspraktiker kan ersättas eller matchas till den praktik applikationen vill uppmuntra. Utmaningen blir att utveckla applikationer som tar hänsyn till användarens vardagspraktiker och deras komplexitet. Denna studie har ämnat att skapa en

nyanserad bild för hur detta skulle kunna gå till genom att bidra med en bredare förståelse över hur digitala enheter, i detta fall en applikation, kan främja hållbar konsumtion.

Litteraturlista

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber AB.

Atkinson, L. (2013). Smart shoppers? Using QR codes and 'green' smartphone apps to mobilize sustainable consumption in the retail environment. *International Journal of Consumer Studies*, 37(4), 387–393. doi: 10.1111/ijcs.12025

Barboza, M. N. L., & Filho, E. J. M. A. (2019). Green Consumption Values in Mobile Apps. *Journal of International Consumer Marketing*, 31(1), 66–83. doi: 10.1080/08961530.2018.1490052

Berens, G., & Popma, T. P. (2014). Creating Consumer Confidence in CSR Communications. *Communicating Corporate Social Responsibility: Perspectives and Practice*. 383–403. doi: 10.1108/S2043-9059(2014)0000006004

Carrington, D. (2019, 23 maj). 'We need everyone': Greta Thunberg calls on adults to join climate strikes. *The Guardian*. Hämtad från: <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/23/we-need-everyone-youth-activists-call-on-adults-to-join-climate-strikes>

Cliquet, G., Picot-Coupey, K., Huré, Elodie., & Gahinet, M-C. (2014). Shopping with a Smartphone: A French-Japanese Perspective. *Journal of Research and Management*, 36(2), 96–106. doi: 10.15358/0344-1369_2014_2_96

de Hooge, I. E., Oostindjer, M., Aschemann-Witzel, J., Normann, A., Mueller Loose, S., & Lengard Almli, V. (2017). This apple is too ugly for me!: Consumer preferences for suboptimal food products in the supermarket and at home. *Food Quality and Preference*, 56 (Part A), 80–92. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.09.012>

Delormier, T., Frohlich K. L. & Potvin, L. (2009). Food and eating as social practice: understanding eating patterns as social phenomena and implications for public health. *Sociology of Health & Illness*, 31(2). 215–228. doi: 10.1111/j.1467-9566.2008.01128.x

Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2003). *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues* (2nd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd.

Earth Overshoot Day. (2019a). *Past Earth Overshoot Days*. Hämtad från: <https://www.overshootday.org/newsroom/past-earth-overshoot-days/> [2019-05-21]

Earth Overshoot Day (2019b). *Country Overshoot Days*. Hämtad från: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/> [2019-05-21]

Evans, D.M. (2018). What is consumption, where has it been going, and does it still matter?. *The Sociological Review*, 67(3), 499–517. doi: 10.1177/0038026118764028

FN. (2012). *FN & hållbar utveckling, Rio+20*. Hämtad från: <https://archive.is/20151209065652/http://www.fn.se/hallbarutveckling> [2019-05-26]

Fuentes, C. (2014). Managing green complexities: consumers' strategies and techniques for greener shopping. *International Journal of Consumer Studies*, 38, 485–492. doi: 10.1111/ijcs.12124

Fuentes, C., Bäckström, K., & Svingstedt, A. (2017). Smartphones and the reconfiguration of retailscapes: Stores, shopping and digitalization. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 270–278. doi: 10.1016/j.jretconser.2017.08.006

Fuentes, C., & Svingstedt, A. (2017). Mobile phones and the practice of shopping: A study of how young adults use smartphones to shop. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 137–146. doi: 10.1016/j.jretconser.2017.06.002

Fuentes, C., & Sörum, N. (2018). Agencing ethical consumers: smartphone apps and the socio-material reconfiguration of everyday life. *Consumption Markets & Culture*, 22(2), 131–156. doi: 10.1080/10253866.2018.1456428

Gillham, B. (2008). *Forskningsintervjun: tekniker och genomförande*. (E, Jamison Gromark, övers.). Malmö: Studentlitteratur AB. (Originalarbete publicerat 2005)

Gojard, S. & Véron, B. (2018). Shopping and cooking: the organization of food practices, at the crossing of access to food stores and household properties in France. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studie*, 99(1), 97–119. doi: 10.1007/s41130-018-0068-7

Graham, M., & Haarstad, H. (2011). Transparency and Development: Ethical Consumption Through Web 2.0 and the Internet of Things. *Information Technologies and International Development*, 7(1), 1–18. doi: 10.1017/CHOL9780521872171.002

Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding change and continuity in residential energy consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 61–78. doi: 10.1177/1469540510391725

Halkier, B. (2010). *Consumption Challenged: Food in Medialised Everyday Lives*. Farnham: Ashgate Publishing.

Hammersley, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice* (3rd ed.). London: Routledge.

Hjalmarson, H., M. Macquet, & E. Sjöström. (2010). Marketing to Consumers in Different Shades of Green: The Case of Chiquita Bananas/Rainforest Alliance. In P. Dobers (Ed.), *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practices* (pp. 121–146). Stockholm: Santérus Academic Press.

Humphrey, K. & Jordan, T. (2018). Mobile moralities: Ethical consumption in the digital realm. *Journal of Consumer Culture*, 18(4), 520–538. doi: 10.1177/1469540516684188

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2017). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.

Livsmedelsverket. (2019). *Datummärkning i butik*. Hämtad från: <https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/livsmedelsinformation-markning-och-pastaenden/datummarkning-i-butik> [2019-05-16]

Michellini, L., Principato, L., & Iasevoli, G. (2018). Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges. *Ecological Economies*, 145, 205–217. doi: 10.1016/j.ecolecon.2017.09.009

Moisander, J. (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies*, 31(4), 404–409. doi: 10.1111/j.1470-6431.2007.00586.x

Reckwitz, A. (2002a). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.

Reckwitz, A. (2002b). The Studies of the “Material” in Theories of Culture: From “Social Structure” to “Artefacts”. *Journal of the Theory of Social Behaviour*, 32(2), 195–217. doi: 10.1111/1468-5914.00183

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. (S-E, Torhell, övers.). Malmö: Liber AB. (Originalarbete publicerat 2004)

SCB. (2015). *Halv miljon ton mat kastas i onödan*. Hämtad från:
https://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Artiklar/Halv-miljon-ton-mat-kastas-i-onodan/
[2019-03-13]

Schatzki, T. R. (2002). *The site of the social: a philosophical account of the constitution of social life and change*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press.

Schmuck, D., Matthes, J., & Naderer, B. (2018). Misleading Consumers with Green Advertising?: An Affect--Reason--Involvement Account of Greenwashing Effects in Environmental Advertising. *Journal of Advertising*, 47(2), 127–145. doi: 10.1080/00913367.2018.1452652

Shove, E. (2003). Converging Conventions of Comfort, Cleanliness and Convenience. *Journal of Consumer Policy*, 26(4), 395–418. doi: 10.1023/A:1026362829781

Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*. London: SAGE Publications Ltd.

Silverman, D. (2015). *Interpreting qualitative data* (5th ed.). London: Sage.

Soneryd, L., & Uggla, Y. (2015). Green governmentality and responsabilization: new forms of governance and responses to ‘consumer responsibility’. *Environmental Politics*, 24(6), 913–931. doi: 10.1080/09644016.2015.1055885

Sörum, N., & Fuentes, C. (2016). Materialiserad moral: smartphones, applikationer och etisk konsumtion. *Kulturella perspektiv*, 25(2), 6–15. Från

[https://portal.research.lu.se/portal/sv/publications/materialiserad-moral-smartphones-applikation-och-etisk-konsumtion\(383433e8-399b-4081-bd51-e3a513d0f77e\).html](https://portal.research.lu.se/portal/sv/publications/materialiserad-moral-smartphones-applikation-och-etisk-konsumtion(383433e8-399b-4081-bd51-e3a513d0f77e).html)

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur AB.

UNDP. (2015). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion*. Hämtad från:
<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>
[2019-05-21]

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2). 131–153. doi: 10.1177/1469540505053090

Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3). 279–303. doi: 10.1177/1469540514547828

Willems, K., Smolders, A., Brengman, M., Luyten, K. & Schöning, J. (2017). The path-to-purchase is paved with digital opportunities: An inventory of shopper-oriented retail technologies. *Technological Forecasting and Social Change*. 228–242. doi: 10.1016/j.techfore.2016.10.006

Wolcott, H. (2008). *Ethnography: A Way Of Seeing* (2nd ed.). AltaMira Press: Lanham.

Bilagor

Bilaga 1: Instruktioner till informanter

Hej,

Vad kul att du vill hjälpa oss med vår kandidatuppsats, vi är supertacksamma för det!

Så här kommer det att gå till:

Du ska under en veckas tid testa appen Karma. Karma arbetar för att minska matsvinn genom att tillhandahålla en plattform där restauranger, caféer och butiker säljer matvaror med utgående datum till rabatterat pris. Efter din testvecka kommer vi att kontakta dig för en intervju som kommer att hållas vecka 16 och vara i cirka 1 timme. Deltagandet är inte bindande och du får när som helst under studiens gång avsluta din medverkan utan frågor.

Instruktioner:

- Ladda ner appen Karma på följande länk:
<https://karma.life/sv/radda-bra-mat/>
- Skapa en profil - nu är du igång och kan utforska appen och utbudet i din närhet!
- Ta gärna printscreen om du handlar eller fastnar vid något speciellt i appen. Hellre en bild för mycket än för lite, allt är av intresse!
- Vi kan såklart inte kräva att du handlar något, men blir glada om du gör det.
- Mer än så begär vi inte av dig! Lycka till!



Om du har några funderingar får du gärna kontakta oss när du vill via mail eller telefon.

Josefine Vesterinen | 0730- 67 86 72 | josefine.vesterinen@gmail.com

Olivia Cegrell | 0702-73 63 29 | olivia.cegrell@gmail.com

Hörs snart! / Josefine & Olivia

Bilaga 2: Uppföljningsbrev till av informanterna

Hej igen!

Hoppas allt är bra med dig 🌸

Nu är det en månad sedan du testade Karma och vi är verkligen så tacksamma för att du ville vara med! Vi har två korta frågor som vi skulle vilja följa upp med:

- Har du appen kvar?
- Har du köpt något sen vår intervju?

Stor kram,

Josefine & Olivia

Bilaga 3: Intervjuguide

Informera om:

- Ni kommer anonymiseras i intervjun och materialet kommer endast vara tillgängligt för oss.
- Informanten har tillåtelse att hoppa över frågor eller avsluta intervjun
- Be om tillåtelse att spela in
- Förklara kort hur intervjun kommer att se ut

Inledning

1. Kan du berätta kort om dig själv?
 - a. Hur gammal är du?
 - b. Var bor du?
 - c. Vad är din huvudsakliga sysselsättning?
 - d. Hur många bor i ditt hem?

Tema 1: Applikationen Karma

2. När använde du Karma senast?
3. Har du köpt något?

Om nej..

- a. Vad beror det på?

Om ja..

- b. Vad handlade du?
 - c. Vad fick dig att handla?
 - d. Hur gick köpet till?
 - e. Hur fungerade upphämtningen?
 - f. Hur kändes det (att handla)?
4. Kan du berätta om första gången du använde appen?
 5. Kan du berätta om fler gånger du använde appen?
 7. Hade du hört talas om Karma tidigare?

Om ja..

- a. Var/hur/när?
- b. Har du använt appen tidigare?

Digital Walkthrough och genomgång av informanternas screenshots

- Fråga specifikt om varje bild
8. Hur upplevde du applikationen?
 9. Vilka funktioner tyckte du fungerade bra?

- Följfunktion, spara bankkort, karta, “varor räddade”/”kr sparat”/”kg mat räddad”, produktsortering, vegetariskt och vegansk sorteringsfunktion

10. Vilka funktioner tyckte du fungerade mindre bra?
11. Bidrog det till hur mycket du använde appen?
12. (*Om nej på fråga 3*) Varför handlade du inte?
13. Hur upplevde du prissättningen i förhållande till erbjudandet?
14. Tror du att du hade handlat/handlat mer om priset varit annorlunda?
15. Hur ser du på Karmas affärsidé, att rädda mat från att bli svinn?
16. Upplevde du att Karmas affärsidé var tydlig genom appen?
17. Har du pratat med/tipsat någon om appen?
18. Hur har veckan gått tycker du?

Om dåligt...

- a. Hur kommer det sig?

Tema 2: Generell matkonsumtion

- Informera om temabytet
19. Kan du berätta om senaste gången du handlade mat?
 - a. Kan du berätta om gången innan dess?
 20. Om du skulle beskriva vad du handlar/äter en typisk matvecka, hur ser den ut då?
 - Ex vegetariskt, ekologiskt, lågt pris
 21. Hur ofta handlar du mat?
 22. Var brukar du handla din mat?
 23. Har du handlat mat på internet eller använt matappar förut?
 24. Kan du berätta om senaste gången du åt eller köpte mat ute?
 - a. Hur ofta handlar du mat ute?
 - b. När du köper mat ute (hämtmat/restaurang), hur väljer du var du ska handla?
 25. Kan du berätta om den senaste måltiden du åt? Var du åt/vad/med vem?
 - a. Kan du berätta om gången innan dess?
 26. Hur ser en vanlig dag ut för dig rent matmässigt?
 - Ex frukost, lunch, mellanmål, kvällsmat
 27. Hur ser en vanlig matvecka ut för dig?
 - a. Är det skillnad på vardag och helg?
 28. Har den här veckan varit en typisk matvecka eller upplever du att den har varit annorlunda på något sätt?

Om ja...

- a. På vilket sätt har den varit annorlunda?
29. Har du upplevt någon förändring i din övriga konsumtion den här veckan?
 30. Brukar du handla i andra hand?

Om nej...

- a. Brukar du sälja i andra hand?

31. Karma arbetar för att minska matsvinn, hur tror du att andra människor ser på matsvinn?

32. Tror du att din uppväxt påverkat hur du hanterar mat och matsvinn?

33. Är det någon annan tidpunkt i ditt liv som har påverkat hur du ser på matsvinn?

34. Vad är din syn på bäst-före-datum?

35. Scenario: Tänk dig att du har ätit middag, spaghetti och köttfärssås, och det är lite mat kvar i kastrullen men inte tillräckligt för att göra en matlåda, vad gör du med det?

36. Tycker du att appen har påverkat hur du ser på mat?

Om ja...

- a. På vilka sätt?
- b. Hur hanterade du mat innan?

Tema 3: Hållbar konsumtion

- Berätta för informanten att vi byter ämne

37. Vad är hållbar matkonsumtion för dig?

38. Om vi bortser från mat, vad är hållbar konsumtion för dig då?

39. Reflekterar du över hållbarhet och miljöaspekter när du handlar?

40. Du fick en liknande fråga när vi diskuterade mat, vika aspekter är viktiga för dig när du konsumerar i övrigt?

(Fyllnadsfrågor 43 och 44)

41. Tycker du att konsumenter har ett ansvar?

Om ja...

- a. På vilka sätt?

Om nej...

- b. Vem har ansvaret då tycker du?

42. Vad kommer du att göra med Karma nu?

Fyllnadsfrågor

43. Tror du att människor överlag känner att de har ett ansvar gentemot miljön när det kommer till hur de konsumerar?

44. Tror du personer tänker på sociala aspekter kring produktion och konsumtion?