

# Delningsekonomins vinster

Hur bör kollaborativa verksamheter utvärderas?

---

TOVE PETTERSSON 2017

MVEM12 EXAMENSARBETE FÖR MASTEREXAMEN 30 HP

MILJÖVETENSKAP | LUNDS UNIVERSITET





# Delningsekonomins vinster

Hur bör kollaborativa verksamheter utvärderas?

Tove Pettersson

2017



**LUNDS**  
UNIVERSITET



Tove Pettersson

MVEM12 Examensarbete för Masterexamen 30 hp, Lunds universitet

Intern handledare: Carl Dalhammar, IIIIE, International Institute for Industrial  
Environmental Economics, Lunds universitet

CEC - Centrum för miljö- och klimatforskning

Lunds universitet

Lund 2017

# Abstract

During the last decade, a new type of economy has emerged: the sharing economy. Sharing no longer occurs among the closest circle of acquaintances but between strangers, using underutilized resources among one another. This has led to a rise of collaborative initiatives. Previous research show that these initiatives are rarely evaluated, and there is yet no best-practice assessment model. The aim of this study has been to develop an analytical framework for the evaluation of collaborative initiatives. 19 evaluation indicators were developed through a literature review and based on the project objectives of *FixaTill*, a sharing project operated by Lund municipality. The framework aims to evaluate economic, ecologic and social gains.

A theoretical review of the indicator's relevance was made through an interview survey with five collaborative initiatives. The result show that the relevance of the indicators varies between the initiatives and depend upon their structure, aim and purpose. Indicators aiming to give an increased understanding of both the business its visitors are highly relevant.

To review the reliance of the indicators, a qualitative case study was conducted to evaluate the gains from the collaborative project *FixaTill*. The evaluation indicates that two out of four objectives have been accomplished. One benefit of the project is that a meeting place has been established, resulting in increased social networks and increased overall well-being in Linero. The project has also contributed to increased environmental awareness and motivation for reuse, carbon dioxide saving and economic benefit among citizens. Economic, ecological and social gains have also been accomplished.

# Innehållsförteckning

## **Inledning 1**

*Syfte 2*

*Avgränsning 2*

*Disposition 2*

## **Bakgrund 3**

*Delningsekonomens historik och framväxt 3*

*Dimensioner av delningsekonomi 4*

*Kollaborativ produktion 4*

*Kollaborativ konsumtion 5*

*Kollaborativa verksamheters potentiella vinster 5*

*Utvärdering av kollaborativa verksamheter 7*

## **Metod 9**

*Litteraturstudie 10*

*Analytiskt ramverk 10*

*Inledande intervjustudie med kollaborativa verksamheter 11*

*Kvalitativ fallstudie 12*

*Utvärderingsmodell och utvärderingskriterier 12*

*Intervjuer 12*

*Enkät 13*

*Observation 14*

*Uppskattning av miljönytta 14*

## **Analytiskt ramverk 15**

## **Resultat 17**

*Inledande intervjuer med kollaborativa verksamheter 17*

*Kollaborativ produktion 17*

Kollaborativ konsumtion 18

*Indikatorernas relevans 20*

Ekonomiska aspekter 21

Ekologiska aspekter 22

Sociala aspekter 25

Synpunkter på indikatorerna 28

*Fallstudie: FixaTill 29*

FixaTill 30

Utvärdering av FixaTill 31

Ekonomiska aspekter 31

Ekologiska aspekter 32

Sociala aspekter 36

## **Diskussion 43**

*Lärdomar från intervjuer med kollaborativa verksamheter 43*

Innehåll i utvärderingar 43

Indikatorernas relevans 44

*Lärdomar från fallstudien av FixaTill 46*

Praktiskt test av indikatorerna 46

Utvärdering av FixaTill 47

Vinster med kollaborativ verksamhet 50

*Metoddiskussion 50*

## **Slutsats 53**

## **Tack 55**

## **Referenser 56**

## **Bilagor 61**

*Bilaga I: Sökord 61*

*Bilaga II: Intervjuguide kollaborativa verksamheter 62*

*Bilaga III: Intervjuguide projektmedlem 64*

*Bilaga IV: Intervjuguide personal 66*

*Bilaga V: Intervjuguide besökare 68*

*Bilaga VI: Information om studien 70*

*Bilaga VII: Enkät 71*



*Bilaga VIII: Observationsschema 73*

*Bilaga IX: Kontaktuppgifter intervjurespondenter 74*



# Inledning

I dagens samhälle finns en konsumtionsnorm; att ensam äga mängder av prylar (Botsman & Rogers, 2011). Människor uppmanas dessutom att bibehålla och öka sin konsumtion för att undvika en ekonomisk kollaps. Resultatet är utarmning av resurser, växthusgasutsläpp och mängder av avfall – masskonsumtionen håller på att leda till en ekologisk kollaps (Botsman & Rogers, 2011; Demailly & Novel, 2014; WWF, 2016).

Ett paradigmskifte är på gång; istället för traditionellt konsumtionsbeteende med ägande har fler börjat att tillfälligt dela på underutnyttjade resurser (Botsman & Rogers, 2011; Bradley, 2015; Hartl, et al., 2016). Detta går under samlingsnamnet delningsekonomi (Nationalencyklopedin, 2017). Istället för att införskaffa en produkt, lånar eller köper individer tillgången till den (Botsman & Rogers, 2011; Cohen & Muñoz, 2015; John, 2013). Vanliga exempel är bilpooler, byteshandel, reparationscaféer och husdelning. *TIME Magazine* korade 2011 delningsekonomi till en av tio idéer som kommer att förändra världen (Walsh, 2011).

Delningsekonomin fördelar tycks vara många; lägre produktion innebär att färre resurser tas i anspråk, den enskilda individen kan göra kostnadsbesparingar och den sociala gemenskapen förstärks (Agyeman, et al., 2013; Botsman & Rogers, 2011; Demailly & Novel, 2014; Freken & Schor, 2017). Befintliga produkter används mer effektivt och färre användbara ting slängs.

Delningsekonomiska verksamheter utvärderas sällan (Barnes & Mattsson, 2016; Cohen & Muñoz, 2015; Hartl, et al, 2016). Det innebär att kunskap saknas om delningsekonomin påverkan på miljö, ekonomi och samhälle. Naturvårdsverket (2015) har konstaterat ett behov av sådana utvärderingar, dock saknas utvärderingsmodeller. Lunds kommun har uppmärksammat behovet, och efterfrågat en utvärdering av sin delningsekonomiska verksamhet *FixaTill*. Forskningsprogrammet Mistra REES kontaktades för hjälp med utvärderingen, och denna studie har genomförts inom ramen för programmet. I föreliggande studie kommer ett ramverk med utvärderingskriterier att utvecklas med utgångspunkt i *FixaTills* verksamhet. Fokus på utvärderingsmodellen är de tre hållbarhetsaspekterna ekonomi, ekologi och social hållbarhet. Studien innefattar en teoretisk undersökning av indikatorernas relevans, samt ett praktiskt test som undersöker indikatorernas användbarhet.

## Syfte

Studiens syfte är att utveckla indikatorer för utvärdering av ekonomiska, ekologiska samt sociala vinster av kollaborativ produktion och kollaborativ konsumtion. Vidare syftar studien till att utreda de framarbetade indikatorernas relevans samt att pröva dem praktiskt genom en genomgående utvärdering av en verksamhet. Detta för att undersöka om indikatorerna kan användas till att påvisa ekonomiska, ekologiska och sociala vinster med kollaborativa verksamheter. Följande forskningsfrågor kommer att besvaras i studien:

- Vilka indikatorer är relevanta för utvärdering av kollaborativa verksamheter?
- Vad utvärderas i de studerade kollaborativa verksamheterna?
- Vilka ekonomiska, ekologiska och sociala vinster kan en kollaborativ verksamhet som *FixaTill* leda till?
- Vilka av *FixaTills* projektmål har uppnåtts?

## Avgränsning

Studien är en kvalitativ utvärdering av *FixaTill* då data för en kvantitativ undersökning i huvudsak saknas. Inom studiens tidsram är insamling av kvantitativa data inte möjlig. Studien avgränsas till att omfatta direkta effekter av de dimensioner av delningsekonomi som benämns kollaborativ konsumtion och kollaborativ produktion, hädanefter kallade kollaborativa verksamheter. Kollaborativa verksamheter av typen utbildning och finansiering exkluderas från studien.

## Disposition

Bakgrund	• Överblick över delningsekonomi: historik, aktuell forskning och utvärdering
Metod	• Presentation av metod, genomförande av studien samt respondenturval
Analytiskt ramverk	• Presentation av indikatorer för utvärdering
Resultat	• Resultatet från den inledande intervjustudien samt utvärderingen
Diskussion	• Diskussion kring studiens resultat och framtida forskning
Slutsats	• Presentation av studiens slutsatser

# Bakgrund

## Delningsekonomins historik och framväxt

Delningsekonomi är ett samlingsnamn för nya affärsmodeller och verksamheter som syftar till att optimera användandet av underutnyttjade resurser och utrymmen genom delning, byteshandel och återanvändning (Botsman & Rogers, 2011; Derojeda, et al., 2013; Stephany, 2015). I delningsekonomin utesluts traditionella mellanhänder då transaktioner sker mellan individer. En samstämmig definition av delningsekonomiska verksamheter saknas, vilket gör verksamheterna svårdefinierade (Botsman, 2013; Codagnone & Martens, 2016; Heinrichs, 2013; Stephany, 2015). Delningsekonomin har inte utforskats i samma takt som dess snabba utveckling (Heinrichs, 2013). Istället definierar delningsekonomiska aktörer samt media vad som ingår i delningsekonomi (Schor, 2014). Gemensamt för de vedertagna definitionerna är; företag eller privatpersoner ger tillfälligt individer tillgång till underutnyttjade produkter, via analoga eller digitala plattformar (Botsman, 2013; Bradley, 2015; Freken & Schor, 2017; SOU 2017:27). Resurserna delas mellan främlingar och delningen sker mot eller utan betalning.

Småskalig delningsekonomi har länge praktiserats och varit ett naturligt inslag i vardagen (Belk, 2010; Frenken & Schor, 2017; John, 2013). Inom individers närmsta umgängeskrets har många typer av resurser delats. Delningsekonomin är dock under förändring; sedan början av 2000-talet har delningsekonomi blivit alltmer storskaligt, folkligt och bedrivs även mellan främlingar (Frenken & Schor, 2017; John, 2013). Framväxten har skett i alla åldersgrupper och samhällsklasser världen över (Botsman & Rogers, 2011). I Sverige är det främst yngre generationer som deltar i delningsekonomi (SOU 2017:27).

Internets utbredning och smartphones uppkomst har bidragit till delningsekonomins snabba expansion under det senaste årtiondet (Belk, 2014; Hamari, et al., 2015; Matzler, et al., 2015). Internet utgör en förutsättning för att bedriva delningsekonomi utanför närområdet. Numera finns online-plattformar samt mobilapplikationer utvecklade för global och lokal resursdelning.

Enligt Botsman och Rogers (2011) började delningsekonomins framväxt med delande av bilder, musik och kunskap på sociala medier, vilket har utökats

till att innefatta outnyttjade fysiska resurser. Denna sociala internetdelning har banat väg genom ett minskat motstånd att dela ägodelar med främlingar (John, 2013). Delningsplattformar med omdömesfunktioner har bidragit till att individer vågar dela resurser med främlingar (Barnes & Mattsson, 2016; Frenken & Schor, 2017).

Finanskrisen 2008 hade en bidragande roll i delningsekonomins framväxt (Dervojeda, et al., 2013; Heinrichs, 2013; Stephany, 2015). I en tid med ekonomisk nedgång har många varit tvungna att förändra sina konsumtionsmönster (Barnes & Mattsson, 2016). Genom att dela, hyra ut eller byta sina sällan använda, överkonsumerade föremål har individer kunnat minska sina utgifter och säkrat en extra inkomst (Stephany, 2015). Ytterligare anledning till individens förändrade konsumtionsmönster är den ökande medvetenheten om konsumtionens negativa miljöpåverkan (Böcker & Meelen, 2016; Hartl, et al., 2016; Schor & Fitzmaurice, 2015).

Numera finns det delningsekonomiska aktörer inom de flesta sektorer (Böcker & Meelen, 2016; Martin, 2016; Stephany, 2015). Initiativ bedrivs av privatpersoner, lokala myndigheter, ideella föreningar, grannsamanslutningar, icke-statliga organisationer och företag (Mont, et al., 2013). Marknaden består till största del av småskaliga initiativ, men det finns även storskaliga globala aktörer (Martin, 2016).

## Dimensioner av delningsekonomi

Delningsekonomi är ett paraplybegrepp bestående av fyra kollaborativa dimensioner; konsumtion, utbildning, produktion samt finansiering (Botsman, 2013; Probst, et al., 2015; Stokes, et al., 2014).

### **Kollaborativ produktion**

Kollaborativ produktion innebär att individer eller grupper går samman för att designa, producera och distribuera varor (Probst, et al., 2015; Stokes, et al., 2014). Likasinnade individer delar kunskap, resurser, lokaler och idéer utan att delta i formella institutioner eller organisering (Probst, et al., 2015). På så sätt blir de medproducenter, istället för att vara passiva konsument. Genom samägande kan individer få tillgång till lokaler, utrustning och verktyg som annars har varit begränsade till industriell produktion, eller som är för dyra för den enskilde individen. Kollaborationen kan innebära att flera arbetar på samma projekt eller att individer delar på resurser som krävs för att genomföra enskilda projekt. Vanliga exempel på kollaborativ produktion är delade arbetsplatser samt

gemensamma verkstadslokaler vars miljöer uppmuntrar till delning av kunskap, verktyg och idéer (Probst, et al., 2015; Malmegard, 2017).

Kollaborativ produktion består av tre beståndsdelar (Probst, et al., 2015; Stokes, et al., 2014):

*Design:* individer samarbetar för att framställa en produkt eller tjänst.

*Tillverkning:* samarbete mellan individer för att utveckla och skapa projekt eller produkter.

*Distribution:* individer organiserar sig för att distribuera varor till andra.

## **Kollaborativ konsumtion**

Kollaborativ konsumtion innebär att individer får tillgång till varor och tjänster genom byte, uthyrning, utlån och handel. Även kollaborativ konsumtion består av olika delar:

*Produktjänstesystem* är när individer ges tillfällig tillgång till en produkt utan att äga den (Botsman & Rogers, 2011; Leismann, et al., 2013). Produkten kan distribueras av privatpersoner eller företag, och kan vara gratis eller hyras. Samåkning, samägda verktyg och hyresverksamhet av fritidsutrustning är exempel på några som faller in under produktjänstesystem (Mont, et al., 2013).

*Kollaborativa livsstilar* är då individer utbyter icke-materiella tillgångar, exempelvis utrymmen, tid eller kompetens (Botsman & Rogers, 2011; Matzler, et al., 2015). Inte bara underutnyttjade produkter delas, utan människor kan dela med sig av färdigheter och utveckla sociala nätverk (Mont, et al., 2013). Exempel är gemensam nyttjande av parkering, trädgårdar, arbetsutrymmen eller så kallade person-till-person-resor.

*Omfördelningsmarknader* innebär att önskade och outnyttjade begagnade varor omfördelas till ett annat hushåll (Botsman & Rogers, 2011). Produkterna kan byta ägare genom att skänkas, säljas eller bytas (Mont, et al., 2013).

## **Kollaborativa verksamheters potentiella vinster**

Fortsätter delningsekonomin att utvecklas på samma sätt har den stor potential att bidra till ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet (Belk, 2014; Heinrichs, 2013; Schor, 2014). De ekologiska vinsterna anses oftast vara den största fördelen med att dela resurser (Botsman & Rogers, 2011; Schor & Fitzmaurice, 2015). Samägande minskar materialanvändandet jämfört med enskilt ägande (Leismann, et al., 2013). Många fullt funktionella produkter slängs när de inte längre är önskade (Demailly & Novel, 2014). Valde fler att dela eller överlåta dessa produkter, skulle avfallsmängden minska och produktens livslängd öka (Demailly

& Novel, 2014; Leismann, et al., 2013). Resultatet blir mindre nyproduktion, avfall, växthusgasutsläpp och färre resurser som tas i anspråk (Böcker & Meelen, 2016; Demailly & Novel; Heinrichs, 2013; Schor, 2014). Samtidigt utmanas ägandenormen, vilket gör det alltmer accepterat att konsumera annorlunda (Matzler, et al., 2015).

Att dela leder dock inte automatiskt till ekologiska vinster (Mont, et al., 2013; Schor & Fitzmaurice, 2015). Schor och Fitzmaurice (2015) menar att vinsterna ofta är spekulativa eller överdrivna då få studier undersöker de faktiska vinsterna. Studier på delningsekonomiska aktiviteter listar förutsättningar för att ekologiska vinster ska uppstå (Demailly & Novel, 2014; Kathan, et al., 2016). Delningen måste ersätta konsumtionen av nyproducerade varor, men det finns få bevis för att detta sker. Vissa studier tyder på att delningsekonomin delvis bidrar konsumtionsminskning (Martin, 2016). Vidare beror vinsterna på produkten som delas (Demailly & Novel, 2014; Leismann et al., 2013). Delas produkter av låg kvalitet finns risk för att produkterna snabbt blir utslitna. För textilier kan en förlängd livslängd medföra ökad miljöbelastning i och med en resurskrävande användarfase (Leismann, et al., 2013). En produkts hela livscykel måste analyseras för att avgöra om och vilka miljömässiga vinster som kan uppstå.

Delningskonsumtion leder som all annan konsumtion ofta till transporter, vilket medför växthusgasutsläpp (Mont, et al., 2013; Verboven & Vanherck, 2016). Därför menar Demailly och Novel (2014) samt Leismann et al., (2013) att den delade resursen bör finnas tillgänglig i närområdet för att minimera långa resor.

En annan förutsättning för att den kollaborativa konsumtionen ska vara positiv för både miljö och hälsa är att produkterna som delas inte innehåller farliga ämnen eller kemikalier. En studie från Göteborgs Stad (2016) visade att i secondhandbutiker finns stora mängder plastsaker producerade innan 2007 till försäljning, vilka innehåller miljö- och hälsofarliga ämnen.

Även ekonomiska vinster kan uppstå (Felländer, et al., 2015; Martin, 2016; Stephan, 2015; SOU 2017:27). Ekonomiska besparingar är det främsta motivet till människors deltagande i delningsekonomi (Felländer, et al., 2015; Stephany, 2015). Kostnadsbesparingar kan ske på flera sätt (Stephan, 2015). Går flera individer ihop och betalar för maskiner eller verktyg i ett makersspace blir den enskildes kostnad lägre (Probst, et al., 2015). Genom den kollaborativa produktionen kan människor producera egna föremål att sälja. Sådant mikroentreprenörskap kan ge extrainkomster (Martin, 2016). Enskilt ägande av produkter medför omkostnader som kan undvikas genom samägande (Hamari, et al., 2015; Kathan, et al., 2016). Kostnader kan även minskas genom att hyra istället för att köpa, ökad konsumtion av begagnade varor samt byteshandel (Botsman & Rogers, 2011). Delningsekonomi ger ekonomiska vinster då det finns få mellanhänder, vilket minskar transaktionskostnaderna (Felländer, et al., 2015; Schor & Fitzmaurice, 2015).



De ekonomiska besparingarna kan vara negativa för miljön (Schor, 2014; Verboven & Vanherck, 2016). Rekyleffekter kan uppstå om sparade pengar spenderas på miljöbelastande konsumtion, exempelvis utomlandsresor. Schor (2014) påvisar att individer som bor via AirBnB reser oftare. Även orättvis konkurrens kan skapas då efterfrågan på produkter/tjänster minskar samt skapar prispress på den traditionella marknaden (Martin, 2016; Frenken & Schor, 2017; Schor & Fitzmaurice, 2015).

Delningsverksamheter tycks kunna leda till stärkt social gemenskap (Agyeman, et al., 2013; Botsman & Rogers, 2011; SOU 2017:27; Yang, Song, Chen, & Xia, 2017). Genom skaparverkstäder, cykelkök eller verktygspooler uppstår mötesplatser där människor ur olika socioekonomiska grupper och åldrar kan utöka sitt umgänge. Detta kan leda till att fler litat på sina medmänniskor (Stokes, et al., 2014). Även på digitala delningsplattformarna kan gemenskap uppstå när individer chattar, diskuterar och ger varandra omdömen (Stephan, 2015). Forskning visar dock att individer helst gör utbyte med personer med liknande värderingar, intressen samt samma sociala och etniska bakgrund (Codagnone & Martens, 2016; SOU 2017:27). Individer från kapitalstarka samhällsklasser är underrepresenterade (Agyeman, et al., 2013).

Delningsekonomi har potential att minska klassklyftor, eftersom individer med sämre ekonomisk status inte exkluderas från resurser (Agyeman, et al., 2013; Nica & Potcovaru, 2015). Å andra sidan kan det leda till ökade klyftor om resursstarka individer agerar leverantörer i delningsekonomi och får ekonomisk vinst (Cheng, 2016; Verboven & Vanherck, 2016).

## Utvärdering av kollaborativa verksamheter

Att utvärdera verksamheter och projekt är viktigt för att avgöra om intentionerna uppnås (Einhorn, et al., 2016; Sandberg & Faugert, 2012). Utvärdering är ett sätt att undvika upprepning av misstag, och bör användas som ett lärande verktyg (Sandberg & Faugert, 2012).

Delningsekonomi behöver utvärderas för att undersöka om och vilka ekonomiska, ekologiska och sociala vinster som uppstått (Heinrichs, 2013; Naturvårdsverket, 2015; Schor, 2014). Få aktörer analyserar verksamheten, i de fall det görs läggs vikten på ekonomiska resultat (Barnes & Mattsson, 2016; Cohen & Muñoz, 2015; Hartl, et al., 2016). Merparten av delningsekonomiska aktörer genomför själva utvärdering och tillåter inte granskning av utomstående (Codagnone & Martens, 2016; Frenken & Schor, 2017). Transparens saknas i många utvärderingar. I dagsläget saknas en så kallad best practice modell att utgå ifrån när delningsekonomiska ska utvärderas (Sandberg & Faugert, 2012). Litteraturgranskningen inför denna studie har endast funnit en forskningsrapport

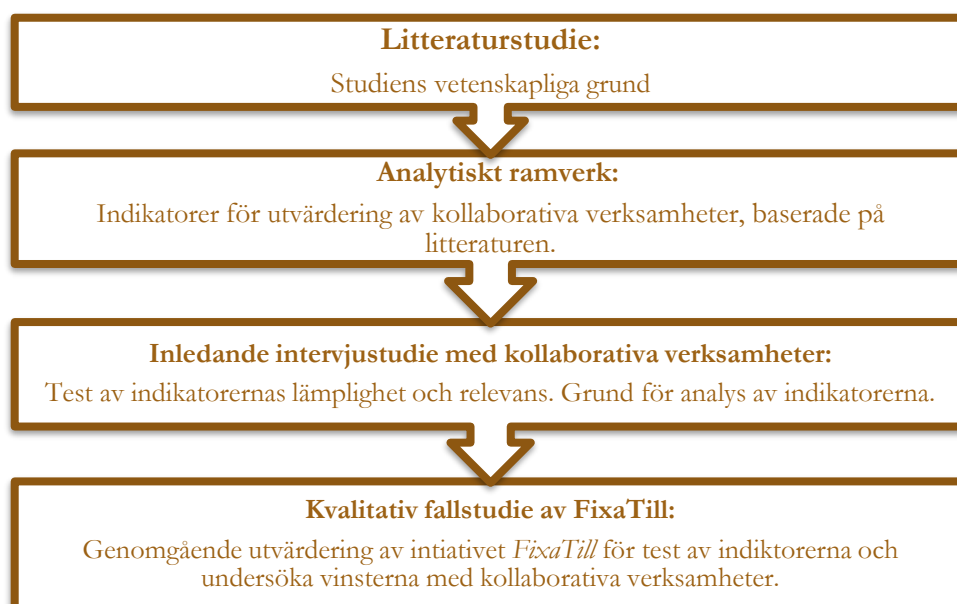
(Daunoriené, et al., 2015) som utvecklat en utvärderingsmodell. De presenterade kriterierna beskrivs inte tillräckligt för att kunna appliceras generellt på kollaborativa verksamheter.

Området har börjat utvärderas mer, bland annat i en pågående tysk studie (i-share, 2017). I rapporten av Cooper och Timmer (2015) redovisas ett antal frågor som kan användas vid utvärdering av delningsekonomiska verksamheter.

För utvärdering av miljöprojekt används ofta hållbarhetsindikatorer som utvärderingsverktyg och bedömningsgrund (Larsson, 2005). De kan användas för beskrivning av befintliga tillstånd samt för att skapa förståelse för samhällsfunktioner och naturliga system. Utifrån dessa kan även information om hur människors beteende påverkar miljön sammanställas. Indikatorer ger information om, förenklar och konkretiserar komplexa system och är ett sätt att mäta måluppfyllelse (Larsson, 2005; Was, et al., 2014). Indikatorer bör dock anpassas efter verksamheten som utvärderas för bästa resultat (Larsson, 2005).

# Metod

Studien har bestått av fyra delar; en litteraturstudie som legat till grund för utvecklandet av studiens analytiska ramverk, en intervjustudie med verksamhetsansvariga samt en fallstudie av en kollaborativ verksamhet, se figur 1.



**Figur 1: Schematisk bild över studiens arbetsgång**

För att skapa vetenskaplig grund till studien, samt förståelse för delningsekonomi och dess historik, genomfördes en litteraturstudie. Den har även legat till grund för studiens analytiska ramverk.

Semistrukturerade intervjuer (Bryman, 2011) genomfördes under mars – april 2017. Metoden valdes eftersom Bryman (2011) menar att den kan användas för djupare förståelse av de intervjuades tankar och beteende. Intervjuguider anpassade efter syftet med respektive intervju skapades utifrån instruktioner från

Bryman (2011) och Lantz (2007) (bilaga II, III, IV och V). Intervjuguiderna användes som stöd så att samtliga teman behandlades i respektive intervju.

För att möjliggöra en bredare kartläggning av *FixaTills* besökare genomfördes en kompletterande enkätundersökning (Bryman, 2011). På så sätt gavs ett större underlag till utvärderingen. Strukturerade observationer av *FixaTill* genomfördes för att undersöka verksamhetens företeelser i praktiken (Bryman, 2011).

## Litteraturstudie

I litteraturstudien lästes vetenskapliga peer-reviewartiklar, delningsekonomiska böcker, samt rapporter från relevanta myndigheter och organisationer. Information från hemsidor och litteratur om hållbarhetsindikatorer har inkluderats efter kritisk granskning av innehållet. För att skapa förståelse kring verksamheten som ska utvärderas har förstudien och projektdirektiv lästs.

Den delningsekonomiska litteraturen avgränsades till material publicerat efter 2007, eftersom delningsekonomi är ett nytt fenomen. Ingen begränsning av övrig litteratur.

Sökning efter vetenskapliga artiklar genomfördes i databaserna *LUB-search*, *Web of Science* samt *Google Scholar*. Genom att utgå från referenserna i artiklar har ytterligare studier funnits. På så sätt har den mest relevanta litteraturen kunnat användas (Ejvegård, 2012). Genom sökningar i databaserna *Lovisa* och *Libris* har relevanta böcker identifierats. Sökningar efter relevanta rapporter har genomförts på sökmotorn *Google*, samt på myndighetssidor (Sökord, se bilaga I).

## Analytiskt ramverk

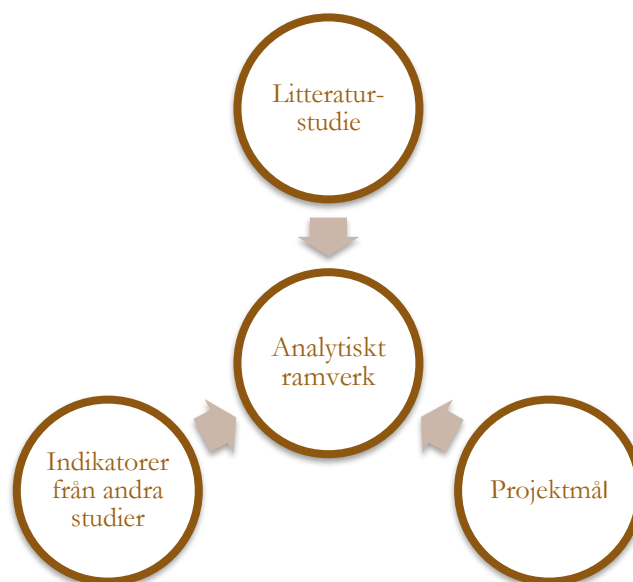
Ett analytiskt ramverk utarbetades med en teoretisk utgångspunkt (Sandberg & Faugert, 2012). Grunden var aktuell forskning av delningsekonomiska vinster, *FixaTills* projekt mål, projektmaterial från i-share<sup>1</sup>, urban sharing<sup>2</sup> samt Cooper och Timmer (2015), se figur 2. Ramverket bestod av 19 indikatorer som utgjort värderingskriterier, dessa anpassades efter *FixaTills* verksamhet. Urvalet av indikatorer baserades på att ett antal kriterier uppfylldes. Indikatorerna skulle

---

<sup>1</sup> Opublicerat material, erhållet från Oksana Mont via mail

<sup>2</sup> Ibid

vara: konkreta, relevanta för kollaborativa verksamheter samt undersöka direkta effekter.



Figur 2: Framställning av det analytiska ramverket

## Inledande intervjustudie med kollaborativa verksamheter

Indikatorerna har framtagits med utgångspunkt i en specifik verksamhet, *FixaTills* mål. För att undersöka om indikatorerna är relevanta och applicerbara för generell utvärdering av kollaborativa verksamheter, intervjuades ansvariga på andra kollaborativa verksamheter.

Urvalet av kollaborativa verksamheter var målinriktat och inte slumpmässigt (Bryman, 2011). Tänkbara verksamheter att intervjua identifierades med hjälp av sökmotorn *Google* samt sociala medier och kontaktades via mail med intervjufrågan. För att få stor bredd på dimensionerna kollaborativ produktion och konsumtion valdes flera typer av initiativ. Verksamheter som visade intresse inkluderades i studien och intervjuerna genomfördes fysiskt på verksamheterna eller via telefon.

Respondenterna gavs möjlighet till anonymitet och informerades muntligt om studiens syfte, frivilligt deltagande samt att de närsomhelst kunde välja att avbryta intervjun. Samtliga respondenter godkände inspelning, och intervjuerna

transkriberades. En kvalitativ dataanalys av materialet genomfördes (Lantz, 2007; Kvale & Brinkman, 2009). Rådatan lästes igenom upprepade gånger, under processen identifierades teman som materialet kodades utifrån. Teman var: *verksamhet, utvärdering, indikatorer* samt *åsikt*.

## Kvalitativ fallstudie

Genom fallstudier kan företeelser systematiskt studeras och analyseras, på så sätt kan en holistisk bild samt djupgående förståelse av exempelvis ett projekt ges (Backman, 1998; Merriam, 1994). En kvalitativ fallstudie med explorativ utgångspunkt har genomförts. Flera metoder (metodtriangulering) har använts vid insamlingen av det empiriska material som legat till grund för utvärderingen (Bryman, 2011; Merriam, 1994). Detta för att stärka validiteten, ge mer heltäckande resultat samt öka kvaliteten.

Syftet har varit att utvärdera *FixaTill* för att praktiskt testa de framtagna indikatorerna och på så sätt ge djupare förståelse för applicering av indikatorerna. Genom indikatorer har projektmålen samt verksamhetens ekonomiska, ekologiska och sociala vinster utvärderats. Dessutom undersöktes hur verksamheten påverkat besökarnas och deras beteende. Samtliga av *FixaTills* projektmål är ställda så att en kvalitativ utvärdering är lämplig.

En begränsad kvantitativ uppskattning av miljönytta har genomförts med hjälp av den statistik som förs i verksamheten. En djupgående och genomgående kvantitativ utvärdering har inte varit möjlig då de numeriska data som krävs saknas (Hartman, 2004).

## Utvärderingsmodell och utvärderingskriterier

Utvärderingen av *FixaTill* var en mid-term utvärdering som genomförs under pågående projekt (Sandberg & Faugert, 2012). Utvärderingsmodellen har varit en programutvärdering, som jämfört med andra utvärderingsmodeller kan ge ett mer holistiskt perspektiv. En sådan utvärdering kan också ge förståelse för varför eller hur effekterna uppstått, vilket stämmer bra överens med studiens fokus på hur användarna och deras beteende påverkats.

## Intervjuer

Intervjuer med en medlem ur *FixaTills* projektgrupp, anställda på *FixaTill*, samt besöksintervjuer har legat till grund för utvärderingens empiri. Dessa

genomfördes för att få övergripande förståelse kring projektet, samtidigt som besöksperspektivet undersöktes.

Urvalet av representanter för FixaTill var målinriktat (Bryman, 2011). Via *FixaTills* projektdirektiv identifierades lämpliga respondenter, vilka kontaktades via mail med intervjuförfrågan. Den som först gav klartecken för intervju medverkade och intervjun genomfördes på hennes kontor. Personal på *FixaTill* kontaktades via mail med förfrågan om intervju medverkan. Intervjun med personal genomfördes i *FixaTills* lokal.

Besöksintervjuerna genomfördes i *FixaTills* lokal. Respondenterna valdes ut genom bekvämlighetsurval och var inte slumpmässigt (Bryman, 2011). Individer som fanns i lokalen tillfrågades om de ville medverka i en intervjustudie, positivt inställda individer intervjuades. När så kallad teoretisk mättnad hade uppfyllts (Bryman, 2011) avslutades insamlingen av det empiriska materialet.

Respondenterna informerades muntligt om studiens syfte, frivilligt deltagande samt att de närsomhelst kunde välja att avbryta intervjun. Besöksrespondenterna fick även skriftlig information om studien (bilaga VI) och lovades konfidentialitet. Även verksamhetsrespondenterna gavs möjlighet till anonymitet. En besöksrespondent avböjde inspelning av intervjun, vid det tillfället fördes anteckningar och sammanfattning gjordes i efterhand. Resterande intervjuer spelades in och transkriberades. Materialet analyserades genom kvalitativ dataanalys (Lantz, 2007; Kvale och Brinkman, 2009). Vid upprepade genomläsningar av rådata identifierades teman vilka materialet kodades utifrån. Teman var: *avfall, beteendeförändring, boendetrivsel, ekonomi, konsumtion, socialt, verksamheten* samt *återbruk*.

## **Enkät**

Utifrån indikatorerna som utgör studiens värderingskriterier konstruerades en enkät (bilaga VII) (Eljertsson, 2005; Troust, 2007). Enkäten konstruerades i ordbehandlingsprogrammet Word.

Urvalet var ett bekvämlighetsurval (Bryman, 2011). Besökare fick förfrågan om de ville besvara enkäten. I samband med besvarandet erhöll respondenterna muntlig och skriftlig information om studien (bilaga VI). Enkätstudien genomfördes i mars 2017.

Enkätmaterialet kodades utifrån ett kodningsschema och data matades in i statistikprogrammet SPSS. Deskriptiv statistik över respondentantal, kön, besöksfrekvens etcetera framställdes. Materialet analyserades med hjälp av frekvenstabeller. Då svarsfrekvensen var låg ansågs det inte relevant att undersöka samband mellan demografiska faktorer och svar. Av samma anledning utfördes inte heller någon hypotesprövning av materialet.

## **Observation**

Observationer genomfördes vid 4 tillfällen i mars 2017. De pågick i 3 timmar vid vardera tillfället. Personalen informerades om pågående observation. I ett observationsschema antecknades besöksantal, könsfördelning, uppskattad ålder samt besökta delar (bilaga VIII).

## **Uppskattning av miljönytta**

En uppskattning av miljönyttan har genomförts med hjälp av ett internetbaserat verktyg framtaget av återanvändningsnätverket Aereuse (Aereuse, 2016). Verktöget beräknar hur mycket koldioxid, CO<sub>2</sub>, som sparas genom att ting återanvänds istället för att slängas. Grunden för beräkningen var statistiskt material över inkomna varor från september – december 2016. Då inlämningsmängden varierar mellan månaderna användes medelvärdet av antalet inlämnade varor.

Programmets kategorisering är inte lika detaljerad som statistiken från *FixaTill*. Därför har vissa varugrupper (kläder och barnkläder; kök och hem) slagits ihop. I underlaget från *FixaTill* särskiljs inte klädtyp eller material. Vid bedömning av miljönyttan för klädbyte delades kläderna in i tre lika stora grupper: bomull, syntet och blandmaterial. I verktöget fanns t-shirt som plaggtyp i alla tre materialen varför denna kategori valdes. Varugrupper som saknade motsvarighet i verktöget exkluderades från analysen.



# Analytiskt ramverk

Följande projektmål hämtade från *FixaTills* projektdirektiv har tillsammans med bakgrundslitteraturen som berör aktuell forskning omkring delningsekonomins vinster legat till grund för indikatorerna (Rånlund, 2015):

- Minska uppkomsten av avfall genom att möjliggöra återbruk.
- Öka kunskapen om reparationer och uppcykling bland boende på Linero.
- Öka motivationen till återbruk.
- Ökad boendetrivsel i Linero.

Indikatorerna samt en kort förklaring av vad de utvärderar presenteras i tabell 1.

## Tabell 1: Utvärderingsindikatorer

En sammanställning av de 19 framtagna utvärderingsindikatorerna, samt en beskrivning av vad de undersöker.

Indikator	Undersöker
<b>Ekonomiska aspekter</b>	
Ekonomiska besparingar	Gör besökare ekonomiska besparingar genom byteshandel och minskad konsumtion.
Ekonomisk lönsamhet	Är <i>FixaTill</i> ekonomiskt lönsam för aktörerna <sup>3</sup> .
<b>Ekologiska aspekter</b>	
Avfallspåverkan	Slänger besökare färre föremål än tidigare. Bidrar verksamheten till ökat avfall.
Förlängd livslängd på produkter	Använder besökare verkstäderna för att laga trasiga föremål.
Miljönytta	En kvantitativ uppskattning av CO <sub>2</sub> besparing genom byteshandeln, baserad på statistik från verksamheten.
Hållbar konsumtion	Ändrar besökare sina konsumtionsvanor till att bli mer hållbara.
Miljömedvetenhet	Har besökare blivit mer miljömedvetna till följd av verksamheten.
Motivation till återbruk	Har besökare blivit mer motiverade att återbruka genom verksamheten.
Spridning av farliga ämnen	Bidrar verksamheten till spridning av farliga ämnen och

---

<sup>3</sup> Lunds Kommun, LRV, LKF

	kemikalier.
Växthusgasutsläpp	Hur besökare transporterar sig till <i>FixaTill</i> och transportlängd.
<b>Sociala aspekter</b>	
Besöksantal	Hur många besöker verksamheten varje månad, baserad på statistik från verksamheten.
Åldersfördelning	Besökarnas ålder.
Könsfördelning	Är könsfördelningen jämn, lockar olika delar av verksamheten olika besökare.
Besöksmotiv	Varför kommer besökare till <i>FixaTill</i> .
Bostadsområde	Från vilka stadsdelar och omkringliggande orter kommer besökare.
Mötesplats	Har <i>FixaTill</i> blivit en mötesplats i Linero.
Ökat umgänge	Har besökare utökat sitt sociala nätverk.
Kunskapsökning	Har besökare lärt sig nya kunskaper genom verksamheten.
Boendetrivsel	Har <i>FixaTill</i> positiv inverkan på boendetrivseln i området.

Indikatorerna kommer användas för kvalitativ utvärdering. De ges inget skattningsvärde med poäng som visar hur väl de har uppfyllts, utan används som en förklaringsgrund som undersöker om de vinster som beskrivits i litteraturen uppstår. Bedömningsgrunden är empiri från enkät- och intervjustudien.

Förutom att indikatorerna berör de tre hållbarhetsaspekterna kan de kategoriseras efter följande effekter:

- Verksamhetsbeskrivning: *ekonomisk lönsamhet, besöksantal, ålders- och könsfördelning, besöksmotiv och bostadsområde*
- Positiv inverkan på miljön: *avfallspåverkan, förlängd livslängd på produkter och miljönytta*
- Negativ inverkan på miljön: *spridning av farliga ämnen och växthusgasutsläpp*
- Beteendeförändringar: *ökat umgänge, kunskapsökning, miljömedvetenhet, hållbar konsumtion och motivation till återbruk*
- Positiv inverkan för individen: *ekonomiska besparingar, boendetrivsel och mötesplats,*

# Resultat

## Inledande intervjuer med kollaborativa verksamheter

Fem kollaborativa konsumtion- och produktionsverksamheter intervjuades för att undersöka relevansen av de framtagna utvärderingsindikatorerna. Utgångspunkten var verksamheternas erfarenheter av utvärdering. För respondenter se tabell 2 (kontaktuppgifter, se bilaga IX). Ytterligare fem verksamheter tillfrågades, men avböjde medverkan.

**Tabell 2: Respondenter**

De respondenter som medverkat i den inledande intervjustudien

Verksamhet	Respondent	Roll i verksamheten	Typ av verksamhet
<i>STPLN</i>	Bertil Björk	Verksamhetschef	Kollaborativ produktion: blandad
<i>ReTuren</i>	Savita Upadhyaya	Projektledare	Kollaborativ konsumtion: omfördelningsmarknad, kollaborativ livstil
<i>Sportoteket</i>	Per Jutterström	Projektledare	Kollaborativ konsumtion: produkttjänstesystem
<i>Stenkrossen</i>	Rosa Rydahl Jesper Kjällquist	Projektledare Teknisk producent	Kollaborativ produktion: blandad
<i>SwopShop</i>	Jane Olsson	Butiksägare	Kollaborativ konsumtion: omfördelningsverkstad

## Kollaborativ produktion

### *STPLN*

*STPLN* är ett kollaborativt projekthus i Västra Hamnen, Malmö (Björk, 2017). Det är en plats där individer kan mötas och förverkliga konst-, kultur-, hantverk- och designidéer samt arbeta med hållbarhets- och sociala frågor. Fokus ligger på kreativt lärande, hållbarhet och återbruk, exempelvis genom workshoppar och learning-by-doing. I huset finns bland annat cykelkök, cykelbibliotek, makersspace, delat kontor, samt verkstäder för hård- och mjukslöjd. Vissa

initiativ är permanenta, andra finns i huset under begränsade perioder. Konceptet utvecklades under omkring 5 år, själva projekthuset öppnade 2011 av Malmö Stad som ett skapande kulturhus. Idag drivs det som en ideell förening med externa finansiärer.

Verksamheten utvärderas, men inte så systematiskt som Björk anser vara önskvärt. För att minska toppstyrning är de olika verksamheterna ansvariga för utformningen av initiativen och utvärdering. Resultatet är skiftande utvärderingskvalitet och låg jämförbarhet. *STPLN* uppmanar alla aktörer att utvärdera ålder, kön och besöksantal, för att kunna avgöra om verksamheten är demokratisk och öppen. Denna kontinuerliga utvärdering görs främst genom nätenkäter. Även utvärdering till externa finansiärer genomförs, för att visa om verksamheterna uppfyller uppsatta projekt mål.

### *Stenkrossen*

*Stenkrossen* är ett projekthus i Lund där personer och grupper kan utveckla och genomföra sina projekt i utbyte mot att de bidrar till husets öppna verksamheter (Rydahl, 2017). Huset började nyttjas under 2011 som lager för utrustning som användes under kommunens festivaler. 2014 hölls en innovationskarneval för unga i huset, därefter har *Stenkrossen* utvecklats till sin nuvarande form. *Stenkrossen* ska vara en genreöverskridande experimentyta för oväntade möten, där nya kunskaper skapar mervärde för besökarna (Kjällquist, 2017). I huset finns många olika verksamheter: scenkonst, cirkusträning, odlingsträffar, cykelverkstad, designprojekt och digital verksamhet (Rydahl, 2017).

Beroende på variationen av projekt finns ingen klar utvärderingsmodell enligt en standardmall för verksamheten. En checklista används för att utvärdera att verksamhetsmålen uppnås. Projektutvärdering sker genom enkäter varje terminsslut. I den ställs frågor kring besöksstatistik, hur de arbetar med jämställdhet och *Stenkrossens* värdegrund, bra och dåliga erfarenheter samt framtidsvisioner. Enkäten kompletteras med djupgående samtal mellan Rydahl och projektansvariga, detta har visat sig vara det bästa sättet utvärdera och utveckla. Eftersom projekten skiljer sig så mycket är det svårt att utgå ifrån en standardmall.

## **Kollaborativ konsumtion**

### *ReTuren*

*ReTuren* är en kvartersnära återbrukscentral i Lindängen, Malmö (Upadhyaya, 2017). Verksamheten öppnade i november 2015 och var då ett pilotprojekt för att minska avfallsmängder genom en mer hållbar avfallshantering:

*”Vi har bara två återvinningscentraler [i Malmö] [...] och det är många som inte utnyttjar de vanliga återvinningscentralerna, framförallt det kundssegmentet som bor i lägenhet ser inte nyttan.” (Upadhyaya)*

Projektet drevs av VAsyd, men när verksamheten 2017 övergick till att bli permanent tog stadsområde söder över driften.

På *ReTuren* kan närboende lämna avfall som inte tas emot i miljörum, exempelvis kemiska produkter, mindre grovavfall och elartiklar. Även en återbruksverksamhet i form av byteshandel finns. I verksamheten ingår workshoppar vars syfte är att öka reparationskunskaper och förändra synen på avfall genom information om avfallshantering. Utifrån brukares önskemål ska även en verkstad öppnas.

Med hjälp av forskare från Malmö Högskola framarbetades i projektplaneringsfasen omfattande utvärderingsplaner som genomsyrat verksamheten. I dessa ingår kontinuerliga reflektioner kring verksamheten samt fortlöpande uppföljning genom småintervjuer med besökare och workshopdeltagare som använts för att ständigt kunna förbättra verksamheten.

De tre hållbarhetsaspekterna har legat till grund för projektets utvärderingsmål. Utifrån målen har nyckeltal för besöksantal, avstånd till verksamheten, mängder insamlat farligt avfall, mängder som cirkuleras i återbruket samt mängder som slängts i verksamheten framtagits och utvärderats. Resultatet presenteras i en utvärderingsrapport våren 2017. I framtida utvärderingar kommer inte nyckeltal att användas och därmed inte bli lika djupgående. Anledningen är att nyckeltalen lett till administrativt extrajobb för personalen. Nyckeltalen ersätts av avstämningsmöten varje kvartal där styrgruppen får rapporter om verksamheten, dess utveckling samt vidtagna förbättringsåtgärder.

### *Sportoteket*

*Sportoteket* är utlåningsverksamhet av sport- och fritidsutrustning i Sundsvall (Jutterström, 2017). Unga upp till 25 år kan låna utrustning gratis i 2 – 4 veckor. Första utlåningsstället öppnade i februari 2017 och under året öppnar ytterligare två. Projektet löper under 3 års tid, med målsättning att bli en fast kommunal verksamhet. Verksamheten är ett socialt investeringsprojekt drivet av kultur- och fritidsförvaltningen.

Kommunen har avsatt pengar i en social investeringsfond och projektfinansieringen kommer från denna. Förutom en positiv inverkan på miljö, är målet med projektet att unga ska kunna prova på idrott och få chans till att ingå i föreningsidrottens sociala sammanhang. *Sportoteket* är även en arbetsarena för individer som står utanför arbetsmarknaden, då de anställda är individer med försörjningsstöd.

Samarbetspartners är idrottsföreningar, avfallsbolag, kommunens hem för vård och boende, HVB-hem, och det kommunala fastighetsbolaget. I dagsläget finns omkring 1200 artiklar till utlåning och all utrustning är begagnad. Den har skänkts från privatpersoner, samlats in på avfallsstationerna eller skänkts från bland andra Sundsvalls slalomklubb.

Projektet kommer att utvärderas genom flera enkäter: med låntagarna, HVB-hemmens personal samt med samarbetspartners. Enkätutvärderingen med låntagarna kommer att löpa kontinuerligt under hela projektiden, och resterande utvärderingar har inte påbörjats. I låntagarenkäten undersöks bland annat ålder, kön, besöksmotiv, var låntagarna bor samt var de fått utrustning ifrån om sporteket inte funnits. I januari 2018 kommer forsknings- och utvärderingstjänst Västernorrland att påbörja en extern kvalitativ utvärdering med djupintervjuer med låntagare och samarbetspartners. Den ska ligga till grund för slutrapporten om verksamheten.

### *SwopShop*

I Malmö ligger klädbytarbutiken *SwopShop* som öppnade 2013 (Olsson, 2017). Butiken startades eftersom:

*”Jag hade en jättestor klädhög och tyckte att klädbytarevent var jättebra sätt att minska konsumtionen. Men det var inte rättvist på eventen och de hölls bara ett par gånger per år. Så jag kände att jag ville ha en fysisk klädbytarbutik, som har öppet för alla!” (Olsson)*

Butikskonceptet går ut på att kunder lämnar in kläder som värderas efter skick och kvalitet. Kunderna betalar en inlämningsavgift på 25 procent av värdet, resterande del av värdet används till klädbyte. Även kunder som enbart skänker alternativt köper kläder är välkomna.

Förutom ekonomisk utvärdering och lite kundstatistik görs ingen utvärdering, utan Olsson menar att hon mest går på magkänsla. Hennes fokus har legat på att etablera butiken, och utvärdering har prioriterats bort. Några studenter har vid ett tillfälle genomfört en kundundersökning och genom denna har hon fått lite underlag kring kundkretsen.

## Indikatorernas relevans

Respondenterna ombads utifrån sin verksamhet ranka relevansen på de framtagna utvärderingsindikatorerna med hjälp av siffrorna 1–4, där 1 var helt irrelevant och 4 mycket relevant. För att kunna avgöra vilka indikatorer som var mest respektive minst relevanta räknades klassningsvärdena ihop till en totalpoäng, då

respondenterna uppgett flera värden användes ett medelvärde. Resultatet presenteras i tabellerna 3, 4 och 5. Respondenterna skulle motivera relevansen på indikatorerna utan hänsyn till hur utvärdering skulle gå till. Trots detta inspirerades ett flertal av respondenterna till att reflektera över hur utvärderingar av den egna verksamheten skulle kunna utföras med hjälp av dessa, samt poängterade svårigheter med genomförande av vissa aspekter.

## Ekonomiska aspekter

**Tabell 3: De ekonomiska indikatorernas relevans**

Respondenternas skattning av indikatorernas relevans 1= irrelevant 4= mycket relevant

Indikator	STPLN	Stenkrossen	ReTuren	Sportoteket	Swop-Shop	Total relevans
Ekonomiska besparingar	1	4	4	3	4	16
Ekonomisk lönsamhet	4	1	4	2	1	12

STPLN är den enda verksamheten som anser att utvärdering av besökarnas **ekonomiska besparingar** är irrelevant (Björk, 2017). Björk anser att besparingen kan vara relevant för individen, men inte för verksamheten:

*”Den ekonomiska besparingen som man förvisso gör är en ganska liten del av helheten. STPLN handlar mer om lärande, social samvaro och förändrade beteendemönster.”* (Björk)

Utifrån Stenkrossens verksamhet är individens ekonomiska besparingar relevanta att utvärdera, eftersom indikatorn undersöker om en viktig aspekt av delningsekonomin uppnås: delning av resurser gör att individer kan utföra sina projekt (Rydahl, 2017). Utvärdering av individens besparingar visar på hur hållbarhet kan uppnås genom kollaborativ verksamhet, vilket är Upadhyayas (2017) motivation till den höga relevansen. Även Olsson (2017) är inne på samma spår, hon menar att feedback på hur mycket pengar kunderna sparar på klädbyte ger incitament att förändra sin konsumtion. Jutterström (2017) menar att utvärdering av aspekten är relevant för att veta verksamheten fyller sin funktion. Hade låntagarna valt att testa aktiviteten om Sportoteket inte funnits?

Respondenternas åsikter kring relevansen i utvärdering av verksamhetens **ekonomiska lönsamhet** skiljer sig. Björk (2017) och Upadhyaya (2017) anger hög relevans. Björk (2017) motiverar relevansen med att STPLN som ideell verksamhet inte bör vara vinstdrivande på grund av skatteskal. Upadhyaya (2017) menar att kostnadskontroll är ytterst viktigt.

Eftersom *Stenkrossen* har en budget att följa, men inget inkomstkrav så är det helt irrelevant att följa upp (Rydahl, 2017). Även Olsson menar att det är irrelevant:

”Att titta på det just nu är det inte relevant alls, för det är mycket roligare att titta på det som är bra.” (Olsson)

Då *Sportoteket* eftersträvar att bli en permanent verksamhet menar Jutterström (2017) kostnadskontroll är viktigt.

## Ekologiska aspekter

**Tabell 4: De ekologiska indikatorernas relevans**

Respondenternas skattning av indikatorernas relevans 1= irrelevant 4= mycket relevant

Indikator	STPLN	Stenkrossen	ReTuren	Sportoteket	Swop-Shop	Total relevans
Avfalls-påverkan	1-4*	2	3	3	4	14,5**
Förlängd livslängd på produkter	4	2	3	3	4	16
Miljönytta	2	3	4	2	4	15
Hållbar konsumtion	2-4*	2	4	3	4	16**
Miljömedvetenhet	3	2-3***	3	3	4	15,5**
Motivation till återbruk	3	2	4	3	4	16
Växthusgasutsläpp	2	2	1	2	3	10
Spridning av farliga ämnen	1	3	4	2	3	13

\*Beroende på verksamhet \*\*Medelvärde \*\*\*Respondenterna ej överens

Kjällquist och Rydahl (2017) anser att indikatorn **avfallspåverkan** är ganska irrelevant att utvärdera. De vet att *Stenkrossens* verksamhet genererar avfall, men också att vissa projekt använder andras avfall. På *STPLN* varierar relevansen av denna indikator mellan olika projekt (Björk, 2017). Vissa har som syfte att minska avfall och för dem är indikatorn relevant att utvärdera, andra berörs inte av frågan. Upadhyaya (2017) säger att det i avfallsreduceringen som störst miljönytta finns för *ReTuren*. Även Jutterström (2017) och Olsson (2017) hänvisar en hög relevans till miljöskäl.



Trots att Kjällquist och Rydahl (2017) anser att **produkters förlängda livslängd** ligger dem varmt om hjärtat, är aspekten är ganska irrelevant att utvärdera för deras verksamhet. Upadhyaya (2017) menar att det är en relevant indikator och hänvisar åter till miljöperspektivet. Jutterström (2017) och Olsson (2017) resonerar att det är en viktig utvärderingsaspekt då det kan visa kunderna att produkter ofta har en längre livslängd än många tror.

*”Vissa verksamheter har detta [att förlänga livet på produkter] som sitt absoluta syfte och mål, och om vi inte lyckas med det har vi lagt ner mycket energi på något som inte gav resultat – vi måste utvärdera för att veta det!” (Björk)*

**Miljönytta** anses ha hög utvärderingsrelevans av Olsson (2017) och Upadhyaya (2017), eftersom den visar kunderna nyttan med verksamheterna. Kjällquist (2017) menar att i deras fall kunde det vara intressant att undersöka balansen av miljönyttan från cykelrörelsen i förhållande till *Stenkrossens* andra verksamheters utsläpp. Björk (2017) och Jutterström (2017) anser att denna påverkan är så pass liten att det inte är relevant att undersöka.

Den bakomliggande tanken med de kollaborativa konsumtionsverksamheterna är att påverka besökare att **konsumera mer hållbart**. Därför anser samtliga verksamheter att det är ganska eller väldigt relevant att utvärdera detta.

*”Sportbutikerna tycker att Sportoteket är en jättebra verksamhet för att när kunderna gjort sin första konsumtion av utrustning här kan deras andra konsumtion bli bättre och vi har bidragit till smartare konsumtionsmönster.” (Jutterström)*

Björk (2017) menar åter att *STPLNs* olika verksamhetsmål påverkar relevansen för indikatorn. Kjällquist och Rydahl (2017) anser att *Stenkrossens* verksamhet inte generellt handlar om konsumtion eller konsumtionsbeteende, och därför är det en ganska irrelevant utvärderingsaspekt.

När respondenterna fick ta ställning till om det är relevant att utvärdera besökarnas **miljömedvetenhet** ökar ansågs den ha ganska hög relevans. Grundpelarna i verksamheterna handlar om att inspirera till förändring av beteende, vilket var samtligas motivering.

Förutom *Stenkrossen* anser samtliga att indikatorn ökad **motivation till återbruk** är ganska eller mycket relevant att utvärdera. Rydahl och Kjällquist (2017) menar att då *Stenkrossen* inte är ett miljöprojekt är detta inte relevant att utvärdera, även om vissa projekt berör återbruk. Upadhyaya (2017) och Björk (2017) motiverar däremot den höga relevansen med sina verksamheters många workshoppar på temat. Att följa upp hur besökarna tar informationen till sig är

viktigt. I verksamheterna *Sportoteket* och *SwopShop* är återbruk en grundpelare (Jutterström, 2017; Olsson, 2017). Det är därför relevant att utvärdera om det är en anledning till besöket men också för att undersöka om besökares beteende påverkas.

I *ReTurens* verksamhet ingår insamling av kemiska produkter, därför är det mycket relevant att utvärdera om verksamheten bidrar till att **minska spridning av farliga ämnen** (Upadhyaya, 2017):

*”Om verksamheten bidrar till att avgifta kretsloppet så är det också en av de största miljönyttorna, och det är något vi måste veta.”* (Upadhyaya)

För *Stenkrossen* är det också en relevant utvärderingsaspekt eftersom graffittiverksamheten använder miljöfarliga ämnen (Rydahl & Kjällquist, 2017). En utvärdering skulle ge kunskap om mängd och typ av ämnen, vilket ger underlag för ett effektivt arbete med utfasning av icke önskvärda ämnen. Björk (2017) förklarar däremot att det är en aspekt de inte tänkt på och menar att det är irrelevant. Dock resonerar han att det är en fråga de kanske bör adressera eftersom vissa verksamheter använder kemiska produkter. I *Sportotekets* verksamhet finns få farliga ämnen, och därför anses det inte relevant att utvärdera (Jutterström, 2017).

Samtliga menar att det är mindre relevant att utvärdera mängden **växthusgaser** som genereras till följd av verksamheterna. De anser att utsläppen är små och inte är en direkt följd av verksamheten. Rydahl (2017) poängterar dock att de tänker på miljöaspekterna och att *Stenkrossen* inte tillåter projekt med extrema utsläpp.

## Sociala aspekter

**Tabell 5: De sociala indikatorernas relevans**

Respondenternas skattning av indikatorernas relevans 1= irrelevant 4= mycket relevant

Indikator	STPLN	Stenkrossen	ReTuren	Sportoteket	Swop-Shop	Total relevans
Besöksantal	3	4	2	4	4	17
Åldersfördelning	1	4	3	4	4	16
Könsfördelning	2 – 4*	4	2	4	4	17**
Besöksmotiv	4	4	4	4	4	20
Bostadsområde	3	4	4	4	4	19
Mötesplats	1	4	4	2	2	13
Ökat umgänge	3	4	4	4	4	19
Kunskapsökning	4	4	4	3	4	19
Boendetrivsel	1	4	4	3	4	16

\*Beroende på verksamhet \*\*Medelvärde

Samtliga respondenter, utom en menar att indikatorn **besöksantal** är relevant eftersom den visar om de marknadsför sig rätt, når ut och om verksamheten är öppen. Upadhyayas (2017) åsikt är att det är viktigare att undersöka besökskvaliteten istället för besökskvantiteten.

För att se om verksamheten når ut till alla åldersgrupper som de önskar anses utvärdering av **åldersfördelning** vara relevant. Det är en indikator som visar om de behöver ändra marknadsföringsstrategier eller erbjuda andra aktiviteter. Björk (2017) menar dock att det inte behöver utvärderas, då de redan har kunskap om aspekten.

**Könsfördelning** anses vara relevant att utvärdera för merparten av verksamheterna. Rydahl (2017) menar att *Stenkrossen* på så sätt kan undersöka om de missar någon grupp i delar av verksamheten. *Sportotekets* mål är likafördelning mellan könen och därför behöver de undersöka detta (Jutterström, 2017). Olsson (2017) säger att denna kunskap är viktig för att den kan användas i syfte att attrahera fler män till klädbytesverksamheten. På *STPLN* finns verksamheter som traditionellt domineras av ett kön och åtgärder har vidtagits för att minska dominansen (Björk, 2017). För att undersöka om åtgärderna lyckats behöver detta utvärderas. För mer könsneutrala verksamheter behövs inte den kontrollen. Upadhyaya (2017) motiverar den lägre relevansen med att de aktiviteter som *ReTuren* erbjuder inte ska vara kopplade till könstillhörighet.

Samtliga respondenter är överens om att det är mycket relevant att utvärdera **besöksmotiv**, eftersom indikatorn utvärderar om konceptet möter efterfrågan:

*”På så sätt kan vi få reda på vad som lockade, och se om Stenkrossen är relevant för medborgarna i Lund. Det skulle vara väldigt värdefullt att ha en sådan nyanserad bild av varför folk hittar hit.”* (Rydahl)

*”Om vi har en verkstad med väldigt höga miljöambitioner, men motivet [för besökaren] är att ha något att pyssla med medan föräldrarna handlar. Då missmatchar det någonstans och då kanske vi måste tänka på hur vi marknadsför oss eller lägger upp verksamheten.”* (Björk).

Besökarnas **bostadsområde** anses vara relevant att utvärdera av samtliga.

*”Vi utgick från socioekonomiska utredningar när vi valde var utlämningsställena ska ligga, men då är det också intressant att se om det är där [låntagarna bor] som de lånar. Det skulle ju kunna vara så att i slutrapporten så kommer vi fram till att utlämningsställena ska ligga i någon helt annan stadsdel.”* (Jutterström, 2017)

Resterande respondenter menar att det är relevant att utvärdera så att de vet vilka de når ut till och om de marknadsför sig rätt.

*”Det handlar om vår placering [...] Västra hamnen är en stadsdel med hög socioekonomisk status, då är det en demokratifråga, att säkerställa att människor även från andra områden kommer hit, det är vår målsättning och väldigt viktigt att mäta.”* (Björk)

**STPLN** är en **mötesplats**, därför anser Björk att det är irrelevant att utvärdera om deras besökare använder verksamheten som sådan. *Sportoteket* och *SwopShop* är i dagsläget utformade som vanliga butiker och är inte en naturlig mötesplats och därför är aspekten inte relevant att undersöka (Jutterström, 2017; Olsson, 2017). Ansvariga för *Stenkrossen* och *ReTuren* anser däremot indikatorn vara mycket relevant eftersom sociala nätverk utgör en del av kärnverksamheten.

*”Det är viktigt att mäta hur lönsamt det är att man skapat en mötesplats så att människor inte känner sig ensamma och kan bygga relationer. Mötesplatsen är basen för att vi ska kunna påbörja förändringsarbetet.”* (Upadhyaya)

Indikatorn **ökat umgänge** anses vara ganska eller mycket relevant att utvärdera för samtliga verksamheter, eftersom det är en önskvärd effekt. Jutterström (2017)

förklarar att själva besöket på *Sportoteket* i dagsläget inte direkt ger ett utökat umgänge. Han menar att sekundär effekt kan uppstå då ungdomar genom deltagande i sportaktiviteter som de annars skulle varit utestängda ifrån kan utöka sitt sociala nätverk i föreningar. Det är viktigt att utvärdera om effekten uppstår. I framtiden hoppas han på ett utvecklat koncept där ungdomar testar sporter på *Sportoteket*. Upadhyaya (2017) beskriver att aspekten är viktig att utvärdera eftersom:

*”Det visar tydligt hur hållbarhetens olika aspekter hänger ihop. [...] Ett väldigt viktigt sätt att få till en förändring är genom ökat engagemang och det får man genom att bygga relationer.”* (Upadhyaya)

Även Björk (2017) hänvisar till hållbarhetsaspekten. Olssons (2017) kunder utökar inte sitt sociala nätverk på *SwopShop* då de främst pratar med henne. Däremot anser hon att det är viktigt att undersöka hur det mötet påverkar kunderna:

*”Och det [mötet] gör ju jättestor skillnad för en person som kanske letar efter någon att prata med. [...] Ganska många från den äldre generationen kommer in bara för att prata.”* (Olsson)

Om verksamheten bidrar till **kunskapsökning** anses relevant att utvärdera för samtliga verksamheter, det motiveras med att verksamheterna existerar för att vara lärande: människor ska kunna mötas för att lära av varandra. Den ökade kunskapen är en viktig del av förändringen mot ett mer hållbart samhälle menar Upadhyaya (2017). Hur väl detta lyckas blir relevant för verksamheterna att utvärdera (Björk, 2017).

Björk (2017) beskriver att det i dagsläget är irrelevant att undersöka om *STPLN* påverkar **boendetrivseln** eftersom deras närområde ännu inte är bebyggt. När etablering sker kommer det bli mycket relevant att utvärdera. För resterande verksamheter anses denna indikator vara mycket relevant.

*”Trivsel är en social faktor, och det kan visa om man bidrar till den sociala hållbarheten.”* (Upadhyaya)

Rydahl (2017) berättar att *Stenkrossen* inte har blivit någon naturlig mötesplats för boende i närområdet, därför är det viktigt att utvärdera varför närboende inte kommer dit.

#### *Sammanfattning av resultatet*

Sammanfattningsvis visar intervjuerna med kollaborativa verksamheter följande:

- Ingen av indikatorerna anses vara helt irrelevanta av samtliga verksamheter.
- Högst relevans fick: *besöksmotiv, bostadsområde, kunskapsökning* samt *ökat umgänge*.
- Lägst relevans fick: *ekonomisk lönsamhet, växthusgasutsläpp, spridning av farliga ämnen* samt *mötesplats*
- Störst variation mellan verksamheterna var det för indikatorerna: *ekonomisk lönsamhet, påverkan på avfall, åldersfördelning, mötesplats* samt *boendetrivsel*.
- Relevansen påverkas av verksamhetstyp, kärnverksamhet, aktiviteter och målsättningar.
- Motiveringarna till relevansen varierar mellan verksamheterna. Hög relevans motiveras generellt med att indikatorn undersöker kärnverksamheten samt att de ger ökad förståelse för verksamheten. Låg relevans motiveras överlag med att verksamheten inte berör aspekten.

### Synpunkter på indikatorerna

För att fånga ytterligare synpunkter avslutades intervjuerna med att respondenterna kunde ge egna infallsvinklar på: indikatorerna, utvärdering av sin verksamhet och generella aspekter på utvärdering av kollaborativa verksamheter. Olsson (2017) poängterar att det behövs en standardmodell för utvärdering av den här typen av verksamheter. Jutterström (2017) har inte så mycket att tillägga. Dock beskriver han i samband med intervjun att han fått flera idéer kring hur Sportoket kan utöka utvärderingen av projektet. Aspekter han funderar kring är beteende- och attitydförändringar samt utrustningens hållbarhet.

Rydahl (2017) diskuterar att vissa av indikatorerna inte är anpassade efter *Stenkrossens* verksamhet. Eftersom verksamheten till stor del består av samarbete skulle de vilja utarbeta en utvärderingsmodell eller poängsättning som visar fördelarna med resursdelning och delningsekonomi. Kjällquist (2017) beskriver utvärderingsutmaningen:

*”Många av dem som du har tagit upp tangerar ju det här med fördelarna med att samnyttja, de är inte riktigt rätt men samnyttan är det som är intressant att utvärdera [...] vi behöver en modell där vi kan jämföra äpplen och päron, men också där vi kan se att ett fruktfat kan vara mer värt än fyra äpplen och fyra päron för sig.” (Kjällquist)*

Rydahl (2017) menar att det är viktigt att arbeta med kvalitativa nyckeltal, som bättre visar sociala vinster, eftersom kvantitativa mätetal inte visar verksamhetens

komplexitet. Vidare skulle de vilja utvärdera allmänhetens bild av *Stenkrossen*, för att se vad som kan förändras för att locka nya besökare.

Upadhyaya (2017) menar att indikatorerna i denna studie har för stort fokus på småsaker, och att utvärdering bör fokusera mer på organisatoriska bitar. Exempelvis har samarbets-, avtalsprocesser och projektgrupper fungerat, politikers involvering, framtida organisation av verksamhet och samarbetsprocesser samt om projektet gett ny kunskap i organisationen. Å andra sidan framhåller hon i intervjun att de undersökta indikatorerna är liknande vad som utvärderats under projektet med *ReTuren*.

Björk (2017) har inte ytterligare tankar kring indikatorerna, men skulle vilja utvärdera om *STPLN* och liknande verksamheter har en opinionsbildande effekt:

*”Det skulle vara intressant, jag tror att många av de här, om man får kalla det institutionerna i samhället är med och definierar utvecklingen framåt [...] i det lilla sammanhanget tror jag att den här typen av kollaborativa miljöer påverkar debattklimatet och flyttar fram positionerna för miljö-, gender- och sociala frågor genom sin blotta existens!”* (Björk)

## Fallstudie: *FixaTill*

Som underlag till utvärderingen av *FixaTill* intervjuades Anna-Karin Poussart på miljöstrategiska enheten inom Lunds kommun (kontaktuppgifter, se bilaga IX). Hon har varit delaktig i planering av projektet med *FixaTill* och är ansvarig för *Område Hållbar Konsumtion* i Lunds kommuns miljöprogram *LundaEko II*. En intervju med två av de tre anställda genomfördes, då de önskat vara anonyma kallas de fortsättningsvis anställd 1 (A1) och anställd 2 (A2). 8 besökare (R1-R8) intervjuades i studien, tabell 6.

**Tabell 6: Besöksrespondenter**

Information om de respondenter som medverkat i besöksintervjuer

Respondent	Kön	Ålder	Besök	Bostadsområde
1	Man	46	Dagligen	Linero
2	Man	58	Var 14:e dag	Höör
3	Kvinna	35	Dagligen	Linero
4	Kvinna	67	Varje vecka	Linero
5	Kvinna	34	Varje kvartal	Linero
6	Kvinna	48	Varje vecka	Linero
7	Man	40	Varje vecka	Norra Fäläden
8	Kvinna	73	Dagligen	Linero

Enkäten besvarades av 35 besökare, 3 enkäter var inte fullständigt ifyllda och exkluderas från analysen. Ytterligare besökare tillfrågades, men de avböjde deltagande i studien. Fördelning av respondenterna var: 10 män (31 %), 20 kvinnor (63 %) och resterande 2 (6 %) identifierade sig varken som kvinna eller man.

### ***FixaTill***

*FixaTill* är en kvartersnära återbruksbutik i Linero, Lund (Poussart, 2017). Butiken öppnade den 30 mars 2016, och projektet pågår till den 31 december 2017 (Rånlund, 2015). Projekt drivs av Lunds kommuns miljöstrategiska enhet, Lunds Renhållningsverk (LRV) samt Lunds Kommuns Fastighets AB (LKF) (Poussart, 2017).

Projektet är att skapa hållbar konsumtion, minska avfall samt att öka trivselen i området. Butiken förlades i Linero eftersom stadsdelen är socioekonomiskt utsatt. Området har under de senaste åren renoverats och då ansågs det lämpligt att föra in ett nytänkande koncept för att skapa ett levande centrum.

Verksamheten består av en secondhandbutik med byteshandel (A2, 2017). Besökare lämnar in föremål och får poäng som används i byteshandeln. Varorna poängvärderas av personalen vid inlämningstillfället. Föremål i dåligt skick, möbler och elektronik tas inte emot. Denna del av verksamheten är den mest besökta enligt personalen.

Det finns även en verkstadsdel och en pysselhörna (A1 & A2, 2017). Användningen är gratis och besökare kan göra snickeri- och måleri- samt syprojekt. Det finns en del trä- och metallverktyg att låna samt reparationsutrustning för cyklar, men verktygen får ej lånas hem. För större måleriprojekt måste brukare ta med egen färg. I syverkstaden finns två symaskiner, sytillbehör samt tyg. Material som används "betalas" med poäng. Verkstäderna är inte så välbesökta. Syverkstaden har lockat flest besökare men alltför har börjat upptäcka även resterande verkstäder.

För att stimulera till social samvaro finns ett litet café med soffgrupp, och för barnfamiljer finns en lekhörna.

Två gånger i månaden anordnas inspirationsworkshoppar med olika återbruksteman, aktiviteter som utomstående eller personalen håller i (A2, 2017). Deltagarantalet har varierat beroende på ämne.

*FixaTills* verksamhet kan kategoriseras som både kollaborativ konsumtion och produktion (Botsman & Rogers, 2011; Mont, et al., 2013; Probst, et al., 2015). Byteshandeln är en omfördelningsmarknad, workshopparna stimulerar till kollaborativ livsstil och verkstäderna möjliggör produktion.



## Utvärdering av *FixaTill*

Denna studie är den första utvärderingen av projektet (Poussart, 2017). Mer än halva projektetiden förflutit och aktörerna behöver besluta om verksamheten ska vara kvar, om konceptet behöver förändras och vilken aktör som vara huvudman för framtida drift. Projektdirektivet beskriver inte hur projektet ska utvärderas eller hur måluppfyllnad ska mätas (Rånlund, 2015). Poussart (2017) är inte säker, men tror att den statistik som förs över in- och utgående produkter kan vara ett sätt att följa upp projektmålen.

## Ekonomiska aspekter

### *Ekonomiska besparingar*

R1, R3 och R6 berättar att de gjort väsentliga ekonomiska besparingar genom *FixaTill*. R3 förklarar att hon genom verksamheten byta till sig flera varor hon tidigare inte haft råd att köpa. R4 och R5 tror att de sparat pengar även om de inte räknat på det. R5 menar att det beror på att hon numera konsumerar mindre.

R7 och R8 har däremot inte gjort några ekonomiska besparingar, och R2 har ingen uppfattning. Eftersom R7 tidigare har bedrivit mycket byteshandel har ingenting förändrats. R8 poängterar att hon inte har gjort pengabesparingar eftersom hon en gång i tiden betalat dyrt för föremålen hon lämnar in. Hon anser att poängsystemet är orättvist eftersom alla får samma poäng oavsett skick på varor och menar att inlämnade varor borde ge ekonomisk ersättning.

I enkäten fick respondenterna ta ställning till om de sparat pengar på verksamheten med *FixaTill*. Merparten, 13 stycken menar att de sparat en del pengar. 10 stycken uppger att de sparat mycket pengar, och 5 har sparat lite pengar. Resterande 4 har inte sparat alls.

### *Ekonomisk lönsamhet*

Som verksamheten är uppbyggd idag med bytesverksamhet genereras inga inkomster till de inblandade aktörerna, men medför löne- och lokalkostnader (Poussart, 2017). Lönekostnaderna har ökat under projektets gång, eftersom ytterligare personal har anställts. Verksamheten finansieras i dagsläget av LRV:s interna budget. Finansieringsfrågan skulle kunna utgöra ett problem i framtiden menar Poussart då bristen på inkomster kan medföra att aktörerna anser att det inte är ekonomiskt försvarbart att fortsätta med verksamheten efter projektperiodens slut.

*”Det är ingen fråga om vi egentligen är i behov av FixaTill, för det är vi. [...] Utmaningen ligger i hur vi ska få det att bli självgående. Det är svårt, för på ett sätt vill man ju att de här begagnade sakerna, avfallet, ska ha ett*

*[ekonomisk] värde. Det har ju ett personligt värde och ett värde eftersom folk hämtar ut. På så sätt skulle man kunna tänka sig att det skulle kunna gå att ta betalt. Samtidigt finns risken för att vissa personer blir exkluderade.” (Poussart)*

Lunds kommun skulle vilja öppna fler liknande verksamheter. Kan finansieringsfrågan inte lösas skulle det medföra stora kostnader. Poussart menar att det är viktigt att inte bara se till ekonomiska vinster. Hon anser att de sociala och miljömässiga vinsterna bör tas i beaktande eftersom de kan uppväga kostnaderna och är viktiga för omställningen till ett mer hållbart Lund.

## Ekologiska aspekter

### *Avfallspåverkan*

Även om det är önskvärt att mäta huruvida *FixaTill* påverkar avfallsmängden är det svårt (Poussart, 2017). Projektet är dock för litet för att påverka, för en reell skillnad behövs fler återbruksbutiker i Lund.

För att ändå göra en uppskattning av om besökarnas slängbeteende påverkats av verksamheten ställdes enkätfrågan: ”*Om FixaTill inte fanns, vad hade du gjort med sakerna som du lämnar in?*”. Alternativen var *slängt*, *behållit* eller *skänkt bort*. Flera kombinationer var möjliga, svaren går att utläsa i tabell 7. De svarsalternativ som fick flest svar var *skänkt* samt *skänkt eller slängt*.

**Tabell 7: sammanställning av vad respondenterna tidigare gjort med oönskade föremål**

Om <i>FixaTill</i> inte fanns, vad hade du gjort med sakerna du lämnar in?	Antal
Behållit	2
Slängt	3
Skänkt	14
Behållit eller slängt	1
Behållit eller skänkt	1
Slängt eller skänkt	10
Behållit eller slängt eller skänkt	1

Bland intervjurespondenterna är svaren blandade. R5 brukade slänga det hon inte behövde eftersom det var besvärligt att lämna till secondhand, men butikens närhet har medfört att hon nu lämnar föremålen till *FixaTill*. Varken R1, R2 och R8 brukade sparade föremål, som numera lämnas till byteshandeln.

*”Varför måste jag kasta saker [jag inte vill ha]? Jag sparade dem i källaren om det var någon som behövde någonting.” (R1)*

R7 har även innan *FixaTill* ägnat sig åt byteshandel via olika bytesgrupper. Resterande respondenter har tidigare lämnat oönskade föremål till secondhand.

Avfallet från verksamheten är låg; omkring två tredjedelar av det som lämnas till bytesverksamheten hämtas ut igen enligt personalen (A1, 2017). Icke-uthämtade objekt används i första hand till den inspirerande återbruksutställningen. Resterande skänks till Human Bridge eller Amnesty. Trasiga eller väldigt slitna textilier lämnas till textilåtervinning. Så långt som möjligt slängs endast föremål som innehåller farliga ämnen, för att undvika återcirkulering till marknaden.

#### *Förlängd livslängd*

Respondenterna fick svara på vad de gör med trasiga objekt, och handlingssättet varierar. R1 och R3 slänger alltid sådant som är trasigt, utan att försöka laga dem. Medan R2, R4 och R7 berättar att de självklart försöker att laga det som går. Kan han inte laga något brukar R7 ta delarna från för att använda till något annat. Respondenterna 2 och 7 brukar ibland ta med sig projekt som de kan arbeta med i verkstäderna. R4 har själv inte använt verkstäderna, men berättar att hennes man renoverat deras soffa där.

R8 brukar försöka laga kläder som är i bra skick, medan annat trasigt slängs. Tidigare slängde R5 och R6 de föremål som gått sönder, men R6 brukar numera laga kläder i syverkstaden.

*”Jag har blivit bättre på att laga grejer, bara för att jag har det mentalt, att det faktiskt går att laga. Så jag fixar nog mer saker hemma innan jag slänger dem, även om jag inte gör det här.” (R5)*

A1 poängterar kan det ta lång tid för beteendeförändringar att uppstå, exempelvis att börja laga istället för att slänga:

*”Jag tror om man hade hållit på med det här längre tid, då hade ju beteendet mer och mer ändrats. Då hade folk blivit vana vid att man kan komma hit och använda verkstaden. Nu har ju inte så många människor haft den möjligheten innan, så man har kanske inte haft behov på det sättet och man kanske gjort sig av med sina gamla saker istället för att laga dem.” (A1)*

#### *Miljönytta*

En uppskattning av miljönyttan som utifrån *FixaTills* statistik visar att i genomsnitt sparas nära 10 ton CO<sub>2</sub> i månaden genom byteshandeln, tabell 8.

**Tabell 8: Miljönytta**

Den uppskattade genomsnittliga miljönyttan per månad

Kategori	Antal inlämnade produkter	CO <sub>2</sub> -besparing i kg	Motsvarar dagligt CO <sub>2</sub> -utsläpp från antal bilar	Motsvarar dagligt CO <sub>2</sub> absorption av antal träd
Kläder	1562	4 387	766	222 972
Skor	110	631	110	32 087
Accessoarer	289	195	34	9878
Hemtextil	172	820	143	41 715
Hem & kök	400	1416	248	71 936
Glas & porslin	2245	56	10	2837
Böcker	372	60	11	3069
Leksaker	178	2088	363	2088
Totalt genomsnitt/månad	3328	9970	1740	506 635

#### *Hållbar konsumtion*

Ett sätt att hålla konsumtionen nere är verkstadsdelen, ett exempel är symaskinerna som finns till låns istället för att alla äger en. Bytesverksamheten har potential att bidra till hållbar konsumtion om individer väljer att ersätta inköp av nyproducerade varor genom byte. För att undersöka detta fick enkätrespondenterna ta ställning till om de minskat sin konsumtion av nyproducerade varor. Merparten, 14 stycken, menar att de delvis köper färre nya, 6 anser att de till stor del minskat konsumtion av nyproducerade varor. 5 stycken menar att deras konsumtion i princip är oförändrad och resterande 7 har inte minskat sin konsumtion alls. Undersökningen visar inte vad för typ av varor som respondenterna har minskat konsumtionen av.

Gällande intervjurespondenternas konsumtion av nyproducerade varor har den inte förändrats nämnvärt, då merparten tidigare mest handlat begagnat.

*”Det vore bra om jag kunde säga att jag har minskat min konsumtion av saker, men jag har inte köpt saker annars heller. Så mycket som det går har jag försökt att byta i olika grupper eller tillverkat själv istället.” (R7)*

Den som förändrat sina konsumtionsvanor mest är R5:

*”Jag är mer medveten om det jag köper. Jag köper hellre secondhand, eller byter till mig något begagnat. Slit och släng cykeln har ersatts och istället för att köpa nyproducerade billiga Kina-grejer blir det mer begagnat. Men om jag behöver något nytt så köper jag det, men jag köper då dyrare kvalitetsgrejer. På det sättet konsumerar jag mindre.” (R5)*

Personalen diskuterar besökarnas shoppingvanor på *FixaTill*:

*”Vissa lämnar ju mycket, men de är också här och handlar mycket, så jag vet inte om deras shoppingvanor har ändrats eller om de bara tänker: jag har ju poäng – varför inte använda dem? Så då kanske kommer de hit oftare, jag menar så här mycket går man ju inte till en vanlig butik. På så sätt kanske deras shopping ökar, men det kanske jämnar ut sig eftersom de lämnat in så mycket. Och de kanske inte köper lika mycket nytt.” (A2)*

Intervjurespondenternas svar styrker detta resonemang, då samtliga säger att de i princip hämtar ut föremål vid varje besökstillfälle.

#### *Miljömedvetenhet*

I butiken finns lite broschyrer om Lunds Kommuns miljöprogram och någon skylt som förklarar vinster med byteshandel.

*”Många är redan miljömedvetna när de kommer hit, för att de tycker att det är en bra idé. De som kommer hit och inte var det [miljömedveten] från början, de gillar konceptet och kör på det.” (A1)*

A2 anser att de skulle kunna göra mer för att öka besökarnas miljömedvetenhet, exempelvis via information, men inser att det är svårt att tvinga på information på personer som inte är mottagliga.

Precis som personalen beskriver verkar intervjurespondenterna redan varit miljömedvetna innan de upptäckte *FixaTill*, det framkommer i merparten av intervjuerna. R5 och R6 beskriver att de blivit mer miljömedvetna eftersom de slänger mindre och lagar mer. R4 som beskriver att hon länge varit miljömedveten, men tycker att verksamheten förstärker det.

#### *Motivation till återbruk*

I personalens arbetsuppgifter ingår att inspirera besökarna till återbruk (Poussart, 2017). Workshopparna är en del i motivationsarbetet berättar A2. Deltagarna får lära sig vad och hur de kan återbruka. Två i personalen är industridesigners och arbetar kontinuerligt med verksamhetens återbruksutställning vars syfte är att inspirera. Material som lämnas in till byteshandeln byggs om eller förädlas. En som hämtar inspiration är R4:

*”De har ju jättemånga skaparidéer som man kan ta inspiration ifrån. Det tycker jag är kul, återbruket finns i mig sen länge [...] men just idéer, det är jätteroligt att komma hit och se vad man kan hitta på. Jag älskar sånt!” (R4)*

Många kunder visar intresse att vilja köpa objekt från utställningen, men föremålen är inte till salu eller för byteshandel. Personalen erbjuder istället hjälp så att besökarna kan göra liknande projekt – erbjudande som möts med olika intresse.

När intervjurespondenterna tillfrågades vilken inställning de haft till återbruk innan de upptäckte *FixaTill* visades att samtliga även tidigare varit positiva.

*”Återbruk borde vara normen i samhället, eftersom allt, eller i alla fall det mesta går att använda till något!” (R7).*

Även om hon tidigare varit positiv till återbruk tycks R5 ha förändrat sin åsikt mest av respondenterna:

*”Jag tyckte ju inte att det var dåligt eller så, men jag tyckte det var omständligt och krångligt. Jobbigt att ta sig ner på stan, gå runt och leta – det tog sån tid. Det är skönt och smidigt att det [*FixaTill*] är nära.” (R5)*

I enkätundersökningen fick respondenterna ta ställning till om deras motivation till återbruk ökat i och med verksamheten. Av de 32 respondenterna menar 17 att deras motivation till återbruk ökat mycket, 11 anser att de deras motivation delvis ökat. Resterande 4 anser att deras motivation inte ökat alls, eller mycket lite.

#### *Minskad spridning av farliga ämnen*

*FixaTills* personal har utbildats i vilka typer av produkter som bör sorteras bort från byteshandeln (A1, 2017). Syftet är att hindra exempelvis teflonpannor och gamla plastprodukter innehållande hälso- eller miljöfarliga ämnen från att återcirkuleras.

#### *Växthusgasutsläpp*

En orsak till att en kvartersnära återbruksbutik startades är att det ska vara lätt att ta sig dit (Poussart, 2017). Besökarna inte ska behöva använda bilen för långa transporter för att återbruka. Av intervjurespondenterna tar de två som bor utanför Linero bilen för att besöka *FixaTill*. Resterande brukar gå, cykla eller stiga av bussen en hållplats tidigare när de har varit någon annanstans.

## **Sociala aspekter**

#### *Besöksantal*

Under projektets gång har antalet besökare ökat, tabell 9. Främst besöks bytesverksamheten, tabell 9 och 10. Att bytesverksamheten är den mest besökta delen bekräftas av personal, observation samt enkätundersökningen. Ett fåtal

svarar att de använder sig av flera av verksamhetens delar. Endast en respondent har svarat att hen enbart utnyttjar verkstaden, och ingen utnyttjar enbart workshoparna eller caféet.

Personalen beskriver att workshopparna blivit mer välbesökta under våren 2017. Till dessa workshopparna har besökarna själv fått komma med önskemål om teman.

**Tabell 9: Besöksantal**

Antal besökare hösten 2016

	September	Oktober	November	December
Bytesbutiken	622	672	823	769
Verkstad	8	25	32	29
Workshop	2	12	10	0
Café	5	7	16	18
Totalt	637	716	881	816

**Tabell 10: Besökta delar av verksamheten**

Delar av verksamheten som besöks av enkätrespondenterna

Besökta delar av verksamheten	Antal
Bytesbutiken	19
Verkstaden	1
Workshop	0
Café	0
Bytesbutiken och verkstaden	4
Bytesbutiken och workshop	3
Bytesbutiken och café	1
Verkstad och workshop	0
Verkstad och café	0
Bytesbutik och workshop och verkstad	2
Samtliga delar	2

### Åldersfördelning

*FixaTill* för ingen statistik över besökarnas ålder (A2, 2017). Personalen poängterar att åldersfördelningen är jämn, men att få ungdomar omkring 15 – 25 år nyttjar verksamheten:

*”De som kommer är av alla åldrar; mammor, barnfamiljer och pensionärer. Det man ser minst av är tonåringar och studenter, vilket är konstigt med tanke på att det är Lund” (A2).*

Den yngsta enkätrespondenten är 19 år och den äldsta 83 år. Åldersfördelningen framgår i tabell 11. Vid observationerna noterades dock att det är fler yngre som besöker *FixaTill* än vad enkätundersökningen återspeglar, många barnfamiljer kommer för att nyttja lekhörnan.

I intervjustudien var åldersfördelningen liknande enkätundersökningen, dock var ingen ungdom representerad. För mer detaljerad information om intervjurespondenternas ålder se tabell 6 ovan.

**Tabell 11: Åldersfördelning**

Enkätrespondenternas ålder

Åldersgrupp	Antal
Ungdom (<24)	1
Vuxen (25 – 44)	13
Medelålders (45 – 64)	10
Pensionär (65<)	8

### *Könsfördelning*

Ingen statistik över besökarnas kön förs. Personalens uppfattning är att majoriteten är kvinnor, men säger samtidigt att de tror att det är ganska jämställt. De menar att kvinnorna märks mer eftersom de i större utsträckning än männen stannar för att prata med personalen. Personalens uppfattning är att fler kvinnor än män besöker bytesbutiken, förutom bok- och DVD-avdelningen som nästan bara män besöker. Användningen av verkstäderna är rätt jämlik.

Observationerna gav samma uppfattning som personalens, något fler kvinnor än män besöker verksamheten.

### *Bostadsområde*

Verksamheten är öppen för alla, men är främst för Lineroborna (Poussart, 2017). Därför har informationsspridningen främst skett i närområdet, bland annat genom utskick via LKF. För att nå ut till övriga Lundabor har Facebooksidan *Hållbara Lund* använts, samt en hemsida via LRV. R7 som inte bor i området hörde talas om verksamheten via en vän. Han hade problem med att hitta information om verksamheten, vilket han tycker är dåligt.

*”Vi skulle säkert kunna förbättra kommunikationen, så att effekten blir större och fler kommer till FixaTill. [...] Om vi skulle kommunicera med andra Lundabor så kanske de skulle kunna komma med ett medborgarförslag att ”vi vill också ha ett FixaTill”. Men känner medborgarna inte till det så är det svårt att komma med sådana initiativ.”*  
(Poussart)



Personalen berättar att de flesta stamkunderna är boende i området, som ofta gör ett besök när de går en promenad. Så gör R1 som besöker verksamheten varje gång han går till Ica. Kundkretsen består till största del av Linerobor, 22 av enkätrespondenterna är det, 4 svarande bor i andra Lundstadsdelar och resterande 6 bor i omkringliggande orter. Merparten av intervjurespondenterna är från området, se tabell 6 ovan.

#### *Mötesplats och ökat umgänge*

Poussart (2017) beskriver att de inte planerat *FixaTills* inverkan som mötesplats i området;

*”FixaTill har blivit en mötesplats för många människor som bor på Linero, när man inte har någonstans att gå så kan de gå dit. Jag vet att en del damer går dit, tar en kopp kaffe och pratar lite. Så det är också en social mötesplats. Och det var kanske inte huvudsyftet från början, men man märker att det behövs i samhället och ett sånt här ställe kanske kan fylla den funktionen. Kanske extra viktigt där många inte jobbar, eller där det finns gamla människor som inte har någon.”* (Poussart)

Samtliga intervjurespondenter som bott i området innan verksamheten startade beskriver att Linero tidigare saknade mötesplatser. Personalen berättar att de försökt att skapa en mötesplats med vardagsrumskänsla. Det är också den känslan som slår emot en vid ett besök i lokalen. Besökare småpratar med varandra och personalen. Några dricker kaffe i goda vänners lag, andra sitter vid symaskinerna. A2 beskriver mötesplatsen:

*”Vi vet ju inte hur mycket folk umgicks innan, men det känns ju som att det är många som kanske sett varandra kring Linero, men aldrig umgåtts. [...] Det är nog så att rädslobarriärer går ner här, vi pratar med alla och känner alla för att de kommer hit och pratar, så det blir lite så att alla känner varandra automatiskt. Nu har dessutom fler gått över från att prata med oss till att prata med varandra, [...] beteendet har förändrats.”* (A2)

I enkäten fick respondenterna ta ställning till om de brukar komma till verksamheten för att umgås med sina vänner. 20 personer gör aldrig det, 9 stycken gör det ibland och 3 gör det ofta. Huruvida respondenterna fått nya vänner genom verksamheten undersöktes också, 12 uppgav att de fått det, resterande har inte fått nya vänner.

I intervjuerna framkommer att umgänget är en del av besöket. För R8 tycks det vara huvudsyftet med besöket:

*”Jag pratar gärna med folk här, det blir ju inte så att jag umgås med dem annars, men jag hälsar nog lite mer om vi möts ute. Jag gillar att prata med personalen, och berätta historier om det jag lämnar in, men de hinner inte alltid lyssna och det tycker jag är synd. Jag har ju ingen därhemma.”*  
(R8)

Även R6 säger att hon numera oftare hälsar på personer som hon sett i butiken om de möts i närområdet. R4 brukar ibland komma förbi butiken bara för att prata med personalen eftersom de är så trevliga. R1 tycker att barriärer för att umgås bryts ner på *FixaTill*, och beskriver att han träffat många nya vänner i verksamheten som han inte hade umgått med om de träffats i bostadsområdet.

*”Dem som jobbar här, de är som mina kompisar och de har alla ett varmt hjärta [...] de pratar med alla: fattiga, rika, svarta eller vita: alla är välkomna!”* (R1)

Även R3 och R7 har träffat nya vänner genom *FixaTill*. Resterande beskriver att de främst brukar prata med personalen, ibland med andra besökare.

#### *Kunskapsökning*

*FixaTill* ska vara en plats för kommunikation, dialog, utbildning och kunskap (Poussart, 2017). Workshoppar och verkstäder finns för att besökarna ska kunna lära sig nya kunskaper (A1 & A2, 2017). Personalen finns tillhands som hjälp och stöttning. Personalen tror att den låga nyttjandegraden av verkstäderna beror på att många besökare inte tror på sin skapandeförmåga och vågar därför inte testa. Dock lockar verksamheten fram nyfikenhet och en önskan att lära sig nytt hos vissa besökare:

*”Sen finns det ju de, den äldre damen till exempel, som var här och jag lärde sticksåga, hon var runt 70 och ville lära sig. Jag tyckte det var jätteroligt att hon bara kom hit och vågade!”* (A2).

Intervjurespondenterna har fått nya kunskaper via verksamheten, R2 säger att han numera kan sy på maskin och för hand. R5 som berättar att hon besökte en workshop på temat cykelreparationer och att hon numera meckar mer med sin cykel.

Både R3 och R8 tycker att det är bra och roligt att *FixaTill* har lärande verksamhet, de har lärt sig mycket nytt genom denna. R1 har personligen inte lärt sig något nytt men berättar att en av hans vänner lärt sig sy på symaskin, och samtidigt lär sig svenska när personalen hjälper honom. Resterande uppger att de inte lärt sig något nytt, men R4 tar med sig inspiration från butiken.

Resultatet från enkätstudien visar att 11 har lärt sig ganska mycket och 7 har lärt sig mycket nytt. 7 har lärt sig lite nytt och 7 har inte lärt sig något nytt. Enkäten undersöker inte vad de lärt sig.

#### *Ökad trivsel i Linero*

Merparten av enkätrespondenterna, 17 stycken anser att trivseln ökat mycket och 10 anser att den ökat ganska mycket av verksamheten. Endast 5 enkätrespondenter anser inte att trivseln i området påverkats alls, eller mycket lite av *FixaTill*. Intervjurespondenterna är av samma uppfattning. Endast R8 har hört kommentarer om att verksamheten påverkar trivseln negativt:

*”Vissa säger att de tycker att det gjort centrum skräpigare, eftersom vissa bara lämnar saker utanför dörren när det är stängt, men det är personer som inte heller gillar begagnat, det är de för fina för.” (R8)*

Personligen tycker hon att området har förändrats till det bättre, och blivit trevligare. R2, R5 och R7 kan inte uttala sig om områdets trivsel påverkats av verksamheten, då de inte bott eller besökt Linero före projektstart. Resterande respondenter instämmer i att området blivit trevligare. Dock framhåller R4 att det även tidigare var trevligt. R1 förklarar hur området har påverkats:

*”Jag kommer ihåg hur det var innan, det var ingenting att ha. Allt var gammalt, men de [FixaTill] har gett området ny energi. Det är som när någon börjar måla en bild och det saknas något – det är vad de har gjort. Det har varit det som saknats och det är det som har fixats till och det är exakt vad FixaTill är!” (R1)*

#### *Besöksmotiv*

Som presenterats ovan i resultatet finns det många anledningar till att besöka *FixaTill*: miljöskäl, umgänge, inspiration, önskan att utöka sina kunskaper, byta oönskade föremål mot önskade och pyssla i verkstaden är anledningarna som framkommit i intervjuerna.



# Diskussion

Den starkt framväxande delningsekonomin beskrivs ha potential att bidra till ett mer hållbart samhälle, men kollaborativa verksamheter beskrivs ofta vara dåligt utvärderade. I litteraturen ges liten vägledning för vad som ska ingå i en utvärdering samt hur en sådan ska planeras. Syftet med denna studie är att utveckla indikatorer för utvärdering av kollaborativa verksamheters ekonomiska, ekologiska och sociala vinster, samt att testa dem teoretiskt och praktiskt. De 19 indikatorer som utvecklats och testats är de som presenterades i studiens analytiska ramverk. Genomförda intervjuer med kollaborativa verksamheter ger ett teoretiskt test av indikatorernas relevans, medan utvärderingen av *FixaTill* är ett praktiskt test för att påvisa vinsterna med kollaborativa verksamheter. Nedan presenteras lärdomarna från dessa studier.

## Lärdomar från intervjuer med kollaborativa verksamheter

### Innehåll i utvärderingar

Samtliga kollaborativa verksamheter som intervjuats utvärderar sina verksamheter, dock varierar omfattning och tillvägagångssätt. Ett resultat som motsäger de flertal studier som menar att kollaborativa verksamheter är dåligt utvärderade (Barnes & Mattson, 2016; Cohen & Muñoz, 2015; Hartl, et al., 2016). De undersökta verksamheterna utvärderar dock utifrån traditionella tankesätt. Därför utvärderas inte alla aspekter av påverkan på ekonomin, miljön och samhället. För ytliga utvärderingar kanske är en förklaring till litteraturens kritik. Som Schor och Fitzmaurice (2015) poängterar undersöker få studier huruvida vinsterna som påstås uppkomma faktiskt gör det, vilket medför kunskapsluckor. Att djupgående utvärderingar av kollaborativa verksamheter saknas är inte så konstigt. Kollaborativa verksamheter i större skala är ett nytt koncept, och traditionella utvärderingsmetoder är inte anpassade till att undersöka konceptets vinster.

Från verksamheternas sida finns intresse av att kunna påvisa vinsterna med kollaboration, men respondenterna upplever att det är svårt – de inte vet hur de ska gå tillväga. Presentationen av indikatorerna inspirerade Jutterström (2017) till nya och mer djupgående sätt att utvärdera *Sportoteket*. Det visar att det är möjligt att genomföra utvärderingar specifikt inriktade på kollaborativa verksamheter, men att det krävs nytänkande. Det är troligen så vinsterna kan bekräftas istället för att vara spekulativa.

### **Indikatorernas relevans**

När synpunkter på indikatorerna efterfrågades framkom att vissa av verksamheterna anser att organisatoriska frågor, hur verksamheten påverkar opinionen samt allmänhetens syn på verksamheten skulle vara intressant att belysa. Aspekterna är intressanta men har exkluderats från att ingå i det framarbetade ramverket. Verksamhetens påverkan på opinionen och allmänhetens syn på verksamheten undersöker indirekta vinster, vilket inte svarar mot studiens avgränsning. Inte heller de organisatoriska frågorna svarar mot syftet då de inte utvärderar ekonomiska, ekologiska och sociala vinster med verksamheten.

Intervjuerna visar på viss splittring mellan respondenternas åsikter om indikatorerna. Några anser att vissa indikatorer är mycket relevanta medan andra säger att samma indikator är helt eller ganska irrelevant. Störst spridning på relevansen är det i fråga om: *ekonomisk lönsamhet, påverkan på avfall, åldersfördelning, mötesplats* och *boendetrivsel*. Variationerna beror till största del på verksamheternas kärnverksamhet, mål och utformning. Vissa indikatorer berör verksamheten mycket lite eller inte alls, varför de då blir irrelevanta att utvärdera. Även befintlig kunskap tycks ha en inverkan på relevansen, och det verkar finnas en uppfattning att det verksamheterna har kunskap om behöver de inte undersöka. Slutsatsen som kan dras av detta är att skillnader mellan verksamheters karaktärer påverkar vilka indikatorer som är relevanta för den enskilda verksamheten.

De intervjuade är dock inte splittrade i fråga om samtliga indikatorer. Aspekterna *besöksmotiv, bostadsområde, kunskapsökning* och *ökat umgänge* fick mycket hög relevans av samtliga. Överlag motiveras dessa indikatorers höga relevans med att det är aspekter som utökar kunskapen om verksamheten, och ger ökad förståelse för besökarna. Det är därmed utvärderingsaspekter som kan förbättra verksamheten för att anpassas till besökarnas efterfråga. De sociala indikatorerna som syftar till att öka förståelsen för verksamheten och besökare har fått hög relevans, *mötesplats* är undantaget. Ekonomiska och ekologiska indikatorer som inte ger ökad förståelse för verksamheten och besökare anses vara något mindre relevanta. Respondenterna poängterade att de ekologiska aspekterna är svårare att undersöka än de sociala, vilket också kan förklara den lägre relevansen. Den slutsats som kan dras är att det ur respondenternas synvinkel är

viktigare att utvärdera aspekter som hjälper dem att förstå besökarnas behov så att verksamheten kan utvecklas utifrån efterfrågan.

Respondenterna har klassat indikatorerna olika högt, de kollaborativa konsumtionsverksamheterna har överlag angett något högre relevans, vilket kan ses som en viss tendens att indikatorerna är mer funktionella för dessa verksamheter. Representanter för *Stenkrossen* upplevde att indikatorerna inte riktigt är anpassade för deras verksamhet, men motsäger sig samtidigt. Indikatorerna tangerar vad de önskar att utvärdera. Att indikatorerna är mer funktionella för konsumtionsverksamheterna kan bero på att indikatorerna är anpassade efter *FixaTill*. En verksamhet som till största del kategoriseras som kollaborativ konsumtion.

Utifrån intervjuerna med de kollaborativa verksamheterna går det att konstatera att det i princip är omöjligt att utveckla utvärderingsindikatorer optimala för samtliga kollaborativa verksamheter. Svårigheterna ligger i att verksamheternas karaktär och mål skiljer sig åt. Det går att se på detta problem på två sätt; antingen ges försöken att utveckla en allmängiltig utvärderingsmodell upp. Det medför att kollaborativa verksamheter själva får utveckla hur de ska undersöka vinsterna. Fördelen med individuellt anpassade indikatorer framarbetade med grund i den egna verksamheten skulle kunna leda till en bättre utvärdering. Det kräver dock både resurser, kunskap och engagemang. Det är något som Olsson (2017) poängterar, och en anledning till att hon väljer att inte utvärdera verksamheten ytterligare. Lyckas inte bra indikatorer arbetas fram finns risk att utvärderingarna faller platt. Risken för misslyckande utvärderingar är stor, vilket medför att vinsterna med kollaborativa verksamheter förblir outforskade. Samtidigt minskar jämförbarheten med andra verksamheter. Det medför att alternativet inte känns eftersträvänsvärt.

Användandet av mer generella indikatorer kräver acceptans för att samtliga utvärderingsindikatorer inte är funktionella för alla. Istället för att betrakta indikatorerna som en färdig mall bör de ses som en idébank som kan användas som vägledande hjälpmedel. Indikatorer som passar för verksamheten kan användas rakt av, irrelevanta kan exkluderas och sådana som anses vara ganska relevanta kan användas som inspiration eller anpassas till verksamheten. Larsson (2005) förespråkar ett sådant tillvägagångssätt när indikatorer används för utvärderingar. Utifrån vad som är önskvärt skulle denna studies framarbetade indikatorer kunna användas för en mer kvantitativ studie: att låta respondenter rangordna på en skala exempelvis hur mycket deras motivation till återbruk förändrats. Är det önskvärt att göra en mer djupgående utvärdering som exempelvis undersöker varför och hur beteendeförändringar uppstått kan en kvalitativ utvärdering göras med hjälp av indikatorerna. På så sätt kan även komplexiteten som kollaborationen innebär tas i beaktande. Båda alternativen kräver arbete. Trots en varierande relevans klassades inga indikatorer som helt irrelevanta av samtliga undersökta verksamheter. Det tyder på att indikatorerna är

så pass allmängiltigt utformade att de kan användas till att utvärdera andra kollaborativa verksamheter. Med grund i det anses alternativet med en gemensam idébank vara att föredra. Det bör vara enklare att ha något att utgå ifrån än att själv behöva utveckla något nytt. Med det sagt bör området fortsätta att utforskas för att kunna utveckla idébanken för att bli mer användbart och innehålla fler aspekter. Exempelvis skulle indirekta effekter kunna inkluderas, eftersom representanterna för verksamheterna visat intresse att kunna utvärdera sådana aspekter. Fortsatt forskning behövs för att utveckla de bästa metoderna för utvärdering av kollaborativa verksamheter.

## Lärdomar från fallstudien av *FixaTill*

### **Praktiskt test av indikatorerna**

Samtliga indikatorer användes i utvärderingen av *FixaTill*, trots att det framkom i de inledande intervjuerna att vissa indikatorer ansågs ha lägre relevans. Orsakerna är att det vore olämpligt att avskriva någon indikator utan praktiskt test. Dessutom bör fler indikatorer ge större helhetsbild och bättre förståelse för verksamheten. Splittrade åsikter om relevansen bland de intervjuade medförde svårigheter i att avskriva indikatorer. Då det inte framkom några nya indikatorer som överensstämde med studiens syfte eller avgränsning utökades inte ramverket.

Det praktiska testet av indikatorer visade att aspekter som berör sociala vinster, motivation och beteendeförändringar är lämpliga att undersöka med hjälp av självskattade metoder. Studiens intervjuer med *FixaTills* besökare och kompletterande enkäter har gett förståelse för respondenternas tankar och beteenden. En uppskattning av miljönytta var möjlig med hjälp av verksamhetens statistik. För att kunna dra djupgående slutsatser kring merparten av de ekologiska indikatorerna samt individens ekonomiska besparingar hade kvantitativa mätdata behövts. Enkäter och intervjuer är en självskattning som kanske inte visar exakt påverkan, därför går det endast att dra basala slutsatser, exempelvis om påverkan på avfall. För djupgående slutsatser hade mätningar av sopmängder före och under pågående projekt varit lämpliga. För att kunna genomföra denna typ av analyser krävs att utvärderingsmetod fastställs redan i projektplaneringen.

Att besvara hur väl *FixaTills* fyra projektmål uppfyllts är svårt. Det finns ingen plan för hur projektmålsuppföljning ska göras i projektdirektivet eller förstudien (Rånlund, 2015; Öström, 2016). En aspekt som projektgruppen har bortsett. Målen är visserligen relevanta för verksamheten, men är oklart formulerade. De specificerar inte hur mycket avfallet ska minska, eller hur stor ökningen av kunskap, motivation och trivsel ska vara för att målet uppnåts. Ett



optimalt mål formuleras SMART: Specifikt, Mätbart, Accepterat, Realistiskt och Tidsbegränsad (Kpw, 2010). *FixaTills* mål är inte utformade efter denna modell, vilket medför att bedömningen av måluppfyllnaden är subjektiv. Ska projektet fortsätta bör målen omformuleras så att de kan besvaras.

## **Utvärdering av *FixaTill***

### *Verksamhetsbeskrivning*

*FixaTills* kundkrets är varierad, men genomsnittskunden är en kvinnlig Linerobo. Besökarnas socioekonomiska status har inte undersökts. Besöksmotiven är mångfacetterade, detta sammantaget med ett kontinuerligt ökande besöksantal visar att verksamheten är relevant och fyller sin funktion.

Enligt den statliga utredningen om svensk delningsekonomi (SOU 2017:27) är det främst yngre generationer som deltar i delningsekonomi. På *FixaTill* är åldersspannet på besökarna stort, men däremot besöker få ungdomar (<24) verksamheten. Studien undersöker inte varför denna verksamheten skiljer sig från den statliga utredningen. Utformningen som en vanlig butik, tillgänglig för personer utan smartphones, centralt i Linero skulle kunna förklara *FixaTills* framgång hos äldre. Även områdets demografiska faktorer kan påverka kundkretsen.

Ungdomarnas frånvaro kan bero på bristande intresse. Enligt Naturvårdsverket är få ungdomar intresserade av miljömedveten konsumtion (Sjöberg, 2017). Informationsspridningen kan vara en annan förklaring, främst används analoga kanaler, och den internetbaserade informationen är svår att hitta. Bristen i informationsspridning kan även förklara varför främst Linerobor utnyttjar verksamheten. För att locka fler unga och övriga Lundabor bör marknadsföringen mot dessa förbättras.

Eftersom *FixaTill* inte genererar några inkomster är verksamheten inte lönsam. I nuläget ses det inte som något större problem då det finns avsatta pengar för drift under projektperioden. Det är efter projektperioden som problem kan uppstå, om projektet kostar för mycket finns nedläggningsrisk. Alternativ till nedläggning skulle vara att sluta med byteshandeln och istället ta betalt för varorna. Ett annat sätt kan vara att låta besökarna betala en medlemsavgift. Sådana åtgärder kan dock leda till exkludering av socioekonomiskt svaga individer, vilket inte är önskvärt.

### *Positiv inverkan på miljön*

Produkters livslängd kan förlängas genom *FixaTill*. Besökarna lär sig att laga trasiga föremål istället för att göra sig av med dem. Verkstäderna används i viss mån till detta, och några har börjat laga fler föremål. Det tar dock tid att lära in ett nytt beteende och utöka sitt självförtroende. Trenden är att allt fler besökare börjar

nyttja verkstäderna. Även bytesverksamheten medför att produkters liv förlängs. Resultatet: minskad nyproduktion och minskade växthusgasutsläpp. Verksamhetens statistik saknar parametrar som vikt, material etc. vilket medför att den uppskattning av miljönytta som genomförts är osäker (Avfall Sverige, 2012). Uppskattningen visar att knappt 10 ton CO<sub>2</sub> sparas genomsnittligt per månad som ett resultat av byteshandeln. Månadsbesparingen motsvarar 5 personers tur och returresa Stockholm – Thailand, vilket blir omkring 60 personers Thailandsresor på ett år (Lundell, 2013). Detta visar att kollaborativ konsumtion är mindre miljöbelastande än den traditionella konsumtionen, vilket också beskrivs i litteraturen.

Demailly och Novel (2014) menar att delningsekonomi har potential att minska avfallsmängder. *FixaTills* påverkan på avfallsmängden går inte att mäta på grund av att data saknas, och projektet är så begränsat att det vore svårt att samla in sådan data. Eventuellt har en minskning uppstått, några respondenter menar att de slänger mindre. Merparten av respondenterna uppger att de även tidigare skänkte bort användbara men oönskade föremål. Eftersom påverkan på avfallsmängden inte kan mätas anses projektet ”minska avfall genom möjliggörande av återbruk” inte vara uppfyllt.

#### *Negativ inverkan på miljön*

Verksamheten tycks inte ha någon stor negativ miljöpåverkan. Personalen rensar ut varor som kan innehålla miljöfarliga ämnen, vilket innebär att denna typ av ämnen inte sprids till följd av verksamheten. Demailly och Novel (2014) samt Leismann, et al., (2015) tes att miljönyttan inte får uppvägas av höga växthusgasutsläpp uppfylls i och med att besökarna inte gör långa bilresor till *FixaTill*.

#### *Beteendeförändringar*

En förändring som skett är att respondenterna blivit mer sociala och utökat sitt kontaktnät. Till att börja med pratade besökarna mest med personalen, men har övergått till att prata med varandra. De har även fått nya vänner via verksamheten. Det är intressant att sådana förändringar uppstår av ett projekt vars mål är avfallsreducering och hållbar konsumtion. Kanske beror det på personalens välkommande attityd som visar att det är accepterat att umgås på *FixaTill*. Att effekterna uppstår påvisar behovet av platser där individer kan mötas för att utveckla gamla och nya relationer. Tidigare saknades sådana platser i *Linero*.

Målet ”öka kunskapen om reparationer och uppcyklning bland boende på *Linero*” anses delvis vara uppfyllt, eftersom det skett viss kunskapsökning. De som lärt sig nya kunskaper har gjort det via workshoppar och personalens engagemang. Om dessa delar av verksamheten ytterligare nådde ut till besökarna kunde målet kanske uppfyllas bättre. *ReTuren* som bedriver liknande verksamhet använder sig av metoden besöksdialoger för att utveckla workshopparna efter

besökarnas önskemål och behov, ett tillvägagångssätt som *FixaTill* skulle kunna inspireras av.

Verksamheten har förstärkt motivationen till återbruk ytterligare bland respondenterna. Återbruksmotivationen tycks ha ökat mer än kunskapen. Att öka sin kunskap kräver mer av individen, hen måste vara aktiv exempelvis gå på workshoppar eller fråga om saker. Inspiration till återbruk ges subtilt via nudging, ett sätt att främja önskvärda beteenden (Mont, et al., 2014), exempelvis genom återbruksutställningen. Åtgärderna för att öka motivationen till återbruk har varit lyckade och målet anses ha uppfyllts.

En förutsättning för ekologiska vinster är förändrat konsumtionsbeteende (Kathan, et al., 2016; Verboven & Vanherck, 2016). Respondenterna säger sig ha minskat sin konsumtion av nyproducerade varor, undersökningen studerar inte om minskningen beror på lån av utrustning eller byteshandeln. Minskningens storlek går inte att fastställa. Aspekter som bör undersökas vidare. Numera har besökarna tillgång till begagnade varor genom byteshandeln, vilket medför fortsatt konsumtion av en annan sort. Konsumtion av begagnade varor är visserligen bättre ur miljösynpunkt, men även denna behöver minska (Demailly & Novel, 2014). Respondenterna svarar att de fått ökad miljömedvetenhet som bidragit till det förändrade beteendet. Förändringar som generellt behöver ske bland Lunds befolkning och inte bara i Linero. Därför bör det finnas en *FixaTill* i varje bostadsområde.

#### *Positiv inverkan för individen*

*FixaTill* har haft positiv inverkan på boendetrivseln i området något som merparten anger. Verksamheten är en del i upprustning och utveckling av Linero. Området fått en naturlig och länge saknad mötesplats, vilket kan påverka trivseln. Några respondenter beskriver verksamheten som ett sätt att undgå hemmets isolering, en plats för mänsklig interaktion. Lineroborna har getts förutsättningar att lära känna i andra i området. Genom *FixaTill* har ett gemensamt sammanhang skapats, och många beskriver att det har blivit naturligt att interagera med andra kunder både i verksamheten och i närområdet. Tidigare har de dragit sig för att hälsa på personer de mött men inte längre. Målet "öka boendetrivseln i Linero" anses vara uppnått.

Via byteshandel anser respondenterna ha gjort ekonomiska besparingar. Inom ramen för denna studien har det dock inte varit möjligt att mäta krontalet som sparats. Stephany (2015) anser ekonomisk besparing vara en av de främsta anledningarna till att delta i kollaborativ konsumtion. En respondent framhåller att ekonomiska besparingar inte sker eftersom hon tidigare betalat för det hon lämnar in. Men byteshandeln på *FixaTill* medför ekonomiska besparingar för besökarna då de inte gör ytterligare monetära transaktioner.

## Vinster med kollaborativ verksamhet

Ekonomiska vinster uppstår för den enskilda individen. *FixaTill* är inte en ekonomiskt lönsam verksamhet, men det är inte heller projektets syfte. Verksamheten har skapat positiva förändringar för Linero, individen och miljön. Dessa vinster är svåröversatta till monetära termer men är minst lika viktiga som ekonomisk lönsamhet. Positiv förändring är den önskvärda effekten av innovationsprojekt. I dessa sammanhang krävs en blick på helhetsbilden, vilket också Poussart (2017) poängterat.

Inte bara planerade vinster har uppstått, utan även oväntade effekter som verksamhetens sociala bidrag till området. Dessa sociala vinster visar sig genom öppnare individer, som fått större umgänge och nya kunskaper. Beteendeförändringarna har skett gradvis, vilket tyder på att kontinuitet behövs för att förändringarna ska uppstå. Om verksamheten inte finns kvar ökar risken för att individer går tillbaka till gamla mönster. Linero har utvecklats till att bli trevligare. Vinster som är av betydande karaktär.

Målet med avfallsreducering har inte uppnåtts men andra betydande ekologiska vinster kan konstateras. Verksamhetens bidrag av växthusgaser och spridning av farliga ämnen tycks vara låg. *FixaTill* har lett till visst förändrat konsumtionsbeteende. Miljönyttan uppskattas till en besparing av omkring 10 ton CO<sub>2</sub> i genomsnitt varje månad genom byteshandeln. *FixaTills* ekologiska vinster tycks kunna bidra till att uppnå flera viktiga aspekter av Lunds kommuns miljöprogram LundaEko II (Lunds Kommun, 2014), vilket ytterligare indikerar hur viktig verksamheten är.

Sammanfattningsvis kan konstateras att områden behöver mötesplatser. *FixaTill* har för många blivit den etablerade mötesplatsen i Linero. Att avveckla verksamheten skulle medföra att en ny mötesplats behöver etableras för att de positiva effekterna inte ska upphöra.

## Metoddiskussion

Bortfallet av möjliga respondenter från studien med kollaborativa verksamheter var stort, hälften av de kontaktade avböjde medverkan. Då ett begränsat antal verksamheter som stämmer med studiens inriktning finns i Sverige var det svårt att rekrytera ytterligare respondenter. Ansvariga för *FixaTill* hade kunnat inkluderas i intervjustudien, men för en objektiv utvärdering utan påverkan från *FixaTills* ledning exkluderades de från denna del av studien.

Metodtriangulering har varit användbar i studien, intervjuerna har gett djupgående förståelse av respondenternas tankar och beteende. Trots låg svarsfrekvens medförde enkätstudien att en något bredare kundbas kunde

undersökas då fler besökare inkluderades. Den låga svarsfrekvensen har medfört att ingen statistisk hypotesprövning av enkätmaterialen kunnat genomföras, vilket medför en osäkerhet i om enkätresultatet är slumpmässigt och inte representativt för *FixaTills* samtliga besökare. Observationerna bekräftade personalens utsagor och gav bättre förståelse för verksamheten.

Intervjurespondenterna på FixaTill utgjordes till största del av stamgäster, vilket kan medföra att bilden av besökarnas åsikter inte är nyanserad. Även besökare som inte tillhörde stamklientelet tillfrågades, men avböjde. Enkätmaterial användes som komplement för en mer rättvisande studie, eftersom även övriga besökare kände sig bekväma med att besvara den.

Att genomföra intervjuer i butikslokalen var inte optimalt, omgivningen medförde att de blev kortare och inte lika djupgående som önskat. Eftersom delar av kundkretsen har svenska som andraspråk uppstod viss språkförbristning både i enkät- och intervjustudien.

Skilda externa och interna förutsättningar mellan kollaborativa verksamheters karaktär och utformning gör att åsikterna kring studiens framtagna indikatorer samt resultatet av *FixaTills* utvärdering inte kan generaliseras till andra verksamheter.



## Slutsats

De kollaborativa verksamheterna som intervjuats utvärderar besöksstatistik; ålder, kön och antal, kundtillfredsställelse, måluppfyllnad samt ekonomisk uppföljning. En av verksamheterna utvärderar till viss del ekologiska aspekter, men kommer framöver att sluta med detta. Det som utvärderas är inte anpassat till verksamheternas koncept, vilket överensstämmer med tidigare forsknings kritik mot delningsekonomiska verksamheters utvärderingar.

I studien har 19 indikatorer för utvärdering av ekonomiska, ekologiska och sociala vinster framarbetats och prövats. Utöver att utvärdera ekologiska aspekter visar studiens resultat att de indikatorer som är mest relevanta att utvärdera är aspekter som ökar förståelsen för den egna verksamheten och dess besökare. Vilka indikatorer som är mest relevanta varierar mellan verksamheter och beror på deras kärnverksamhet, utformning och mål. Slutsatsen är: det framtagna ramverket är inte optimalt för samtliga kollaborativa verksamheter. Ändå bör det vara bättre att använda gemensamma, anpassningsbara indikatorer som en idébank där kollaborativa initiativ kan välja ut indikatorer, istället för att använda resurser för att utveckla egna.

Två av *FixaTills* fyra projektmål anses vara uppfyllda; ökad motivation till återbruk samt ökad boendetrivsel. Målet ökad kunskap har delvis uppfyllts. Målet minskad avfallsmängd kan ha uppfyllts, men eftersom det inte går att mäta kan ingen slutsats dras kring det. På det stora hela visar studien att projektets mål har uppnåtts.

Det praktiska testet visar att för att få djupgående kunskap av vissa aspekters påverkan behövs kvantitativa data. Andra indikatorer kan analyseras djupgående med hjälp av kvalitativ självskattning. Bristen på kvantitativa data medför att det är svårt att dra fullständiga slutsatser om ekologiska och ekonomiska vinster som uppstått som följd av projektet. Däremot visas tendenser att enskilda individer kan göra ekonomiska besparingar, och att den negativa inverkan på miljön är liten. En betydande besparing av CO<sub>2</sub> är en följd av projektet. Besökarnas upplevelse av sociala vinster är hög. *FixaTill* är en relevant verksamhet som lockar besökare, vägleder individer mot miljömässigt bättre agerande och andra beteendeförändringar. Tack vare verksamheten har en länge saknad arena för social interaktion etablerats i Linero. På det stora hela har olika ekonomiska, ekologiska och sociala vinster uppstått. Slutsatsen av utvärderingen är: *FixaTill* behövs, som en respondent uttryckte det: *FixaTill* har fixat till Linero.





# Tack

Jag vill tacka min handledare Carl Dalhammar och handledningsgruppen för alla synpunkter och intressanta diskussioner som fört arbetet framåt. Ett stort tack till alla respondenter: utan er hade studien inte varit möjlig! Framförallt ett kolossalt tack till min fantastiska familj för all er stöttning och hjälp. Hur ni återigen lyckats stått ut med mitt eviga uppsatstjat är ett mysterium! Det här är sista gången jag utsätter er för något sådant (men man ska ju aldrig lova för mycket...)!

# Referenser

- Agyeman, J., McLaren, D., & Schaefer-Borrego, A. (2013). *Sharing cities*. Friends of the Earth.
- Avfall Sverige. (2012). *Avfallsförebyggande i praktiken. En guide till hur kommuner kan arbeta med återbruk. Underlagsrapport U2012:10*. Malmö: Avfall Sverige Utveckling.
- Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Barnes, S., & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *In Technological Forecasting & Social Change, 104*, 200-211.
- Belk, R. (2010). Sharing. *The Journal of Consumer Research, 36*, 715-734.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research, 67*, 1595-1600.
- Botsman, R. (2013). *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*. Hämtat från [www.fastcoexist.com](http://www.fastcoexist.com): <https://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition> (Hämtad 2017-02-03)
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. London: Harper Collins Publishers.
- Bradley, K. (2015). Delandets ekonomi utmanar konsumtionssamhället. i M. Adervall Berglund, & H. Jacobsen, *Ågodela: Köp mindre - få tillgång till mer* (ss. 12-21). Stockholm: Naturskyddsföreningen.
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.
- Böcker, L., & Meelen, T. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management, 57*, 60-70.
- Codagnone, C., & Martens, B. (2016). *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*. Bryssel: Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01, Europeiska Unionen.
- Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production, 134*, 87-97.

- Cooper, R., & Timmer, V. (2015). *Local Governments and the Sharing Economy: A roadmap helping local governments across North America strategically engage with the sharing economy to foster more sustainable cities*. One Earth.
- Daunorienė, A., Draksaitė, A., Snieška, V., & Valodkienė, G. (2015). Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 836-841.
- Demailly, D., & Novel, A.-S. (2014). *The sharing economy: make it sustainable*. Paris: Institut du développement durable et des relations internationales.
- Dervojeđa, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M., Rouwmaat, E., Monfardini, E., & Frideres, L. (2013). *The Sharing Economy Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets*. Bryssel: Europeiska Kommissionen.
- Einhorn, S., Aminlashgari, A., Mogard, D., & Tomson, G. (2016). *DN Debatt. "Välgörenhetsorganisationer vet inte om projekt gör nytta"*. Hämtat från DN Debatt: <http://www.dn.se/debatt/valgorenhetsorganisationer-vet-inte-om-projektgor-nytta/> (Hämtad 2017-01-18)
- Ejlertsson, G. (2005). *Enkäter i praktiken, en handbok i enkätmetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Ejvegård, R. (2012). *Vetenskaplig metodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Felländer, A., Ingram, C., & Teigland, R. (2015). *The Sharing Economy - Embracing Change With Caution*. Örebro: Entreprenörskapsforum.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- Göteborgs Stad. (2016). *Analyser av leksaker från second hand-butiker*. Göteborg: Miljöförvaltningen Göteborgs Stad.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67, 2047–2059.
- Hartl, B., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2016). Do we need rules for “what's mine is yours”? Governance in collaborative consumption communities. *Journal of Business Research*, 69, 2756–2763.
- Hartman, J. (2004). *Vetenskapligt tänkande - från kunskapsteori till metodteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Heinrichs, H. (2013). Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability. *Gaia-Ecological Perspectives for Science and Society*, 22, 228–231.
- i-share. (2017). *Research Project*. Hämtat från i-share: <https://www.i-share-economy.org/projekt/research-project> (Hämtad 2017-02-20)
- John, N. A. (2013). The Social Logics of Sharing. *The Communication Review*, 16, 113-131.
- Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59, 663-672.

- Kpw, L. (2010). Planning for success: setting SMART goals for study. *British Journal of Midwifery*, 18, 744-746.
- Kvale, S., & Brinkman, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Lantz, A. (2007). *Intervjumetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, A. (2005). *Indikatorer för miljö- och hållbarhetsmål - om konsten att mäta och utvärdera målluppfyllelse*. Norrköping: Svenskt centrum för klimatpolitisk forskning.
- Leismann, K., Schmitt, M., Rohn, H., & Baedeker, C. (2013). Collaborative Consumption: Towards a Resource-Saving Consumption Culture. *Resources*, 2, 184-203.
- Lundell, M. (2013). *Naturskyddsföreningen: fem frågor om flyget*. Hämtat från <http://www.naturskyddsforeningen.se/sveriges-natur/2013-5/fem-fragor-om-flygresor> (Hämtad 2017-05-19)
- Lunds Kommun. (2014). *LundaEko II: Lunds kommuns program för ekologiskt hållbar utveckling 2014-2020*. Lund: Kommunkontoret, strategiska utvecklingsavdelningen .
- Malmegard, F. (2017). *Vad är ett Makerspace?* Hämtat från Makers Of Sweden: <http://www.makersofsweden.se/vad-ar-ett-makerspace/> (Hämtad 2017-03-21)
- Martin, C. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159.
- Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the Sharing Economy. *MIT Sloan Management Review*, 56, 71-77.
- Merriam, S. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. Studentlitteratur: Lund.
- Mont, O., Heiskanen, E., Power, K., & Kuusi, H. (2013). *Förbättra nordiskt beslutsfattande genom att skingra myter om hållbar konsumtion*. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Mont, O., Lehner, M., & Heiskanen, E. (2014). *Nudging - ett verktyg för hållbara beteenden?* Bromma: Naturvårdsverket.
- Nationalencyklopedin. (2017). <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/>. Hämtat från Nationalencyklopedin: delningsekonomi: <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/delningsekonomi> (Hämtad 2017-01-16)
- Naturvårdsverket. (2015). *Styr med sikte på miljömålen – Naturvårdsverkets fördjupade utvärdering av miljömålen 2015*. Bromma: Naturvårdsverket.
- Nica, E., & Potcovaru, A.-M. (2015). The Social Sustainability of the Sharing Economy. *Economics, Management, and Financial Markets*, 10, 69-75.
- Probst, L., Frideres, L., Pedersen, B., & Lidé, S. (2015). *Collaborative Economy: Collaborative production and the maker economy*. Bryssel: Europeiska Kommissionen.

- rreuse. (2016). *New tool shows CO2 emissions saved through re-use*. Hämtat från rreuse: <http://www.rreuse.org/new-tool-shows-co2-emissions-saved-through-re-use/> (Hämtad 2017-04-10)
- Rånlund, E. (2015). *Fixa Till - projektdirektiv*. Lund: Lunds Renhållningsverk.
- Sandberg, B., & Faugert, S. (2012). *Perspektiv på utvärdering*. Lund: Studentlitteratur.
- Schor, J. (2014). *Debating the Sharing Economy*. Great Transition Initiative - Toward a Transformative Vision and Praxis.
- Schor, J., & Fitzmaurice, C. (2015). Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy. i L. Reisch, & J. Thøgersen, *Handbook on Research on Sustainable Consumption*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Sjöberg, J. (2017). *Ungas förutsättningar för hållbar konsumtion - forskningsöversikt*. Bromma: Naturvårdsverket.
- Stephany, A. (2015). *The Business of Sharing: making it in the New Sharing Economy*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., & Rinne, A. (2014). *Making Sense Of The UK Collaborative Economy*. London: Collaborative Lab; Nesta.
- SOU 2017:26. *Användarnas roll i en delningsekonomi*.
- Troust, J. (2007). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Waas, T., Hugé, J., Block, T., Wright, T., Benitez-Capistros, F., & Verbruggen, A. (2014). Sustainability Assessment and Indicators: Tools in a Decision-Making Strategy for Sustainable Development. *Sustainability*, 6, 5512-5534.
- Walsh, B. (2011). *Today's Smart Choice: Don't Own. Share*. Hämtat från Time: [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717,00.html) (Hämtad 2017-02-01)
- Verboven, H., & Vanherck, L. (2016). The sustainability paradox of the sharing economy. *Umwelt-Wirtschafts Forum*, 24(4), 303-314.
- WWF. (2016). *Living Planet Report 2016. Risk and resilience in a new era*. Gland: WWF International.
- Yang, S., Song, Y., Chen, S., & Xia, X. (2017). Why are customers loyal in sharing-economy services? A relational benefits perspective. *Journal of Services Marketing*, 31, 48-62.
- Öström, S. (2016). *Förstudie kvartetsnära återbruk*. Lund: Lunds Renhållningsverk.



# Bilagor

## Bilaga I: Sökord

Följande sökord användes vid litteraturstudien:

Sharing economy, collaborative economy, collaborative consumption, sharing consumption, valuation sharing economy, evaluation collaborative economy, sustainable indicators, sustainable indicators sharing economy, makersspace, collaborative production, delningsekonomi, kollaborativ ekonomi, kollaborativ konsumtion, kollektiv konsumtion, delningsekonomiska verksamheter, utvärdering delningsekonomi, utvärdering kollaborativ konsumtion, hållbarhetsindikatorer samt sociala indikatorer.

## Bilaga II: Intervjuguide kollaborativa verksamheter

1. Vill du vara anonym?
  2. Vad heter du?
  3. Vad är din roll i verksamheten?
  4. Kan du beskriva verksamheten?
  5. Vilka aktörer är inblandade i verksamheten?
  6. Hur finansieras verksamheten?
  7. Hur länge har ni hållit på?
  8. Varför startade ni upp verksamheten?
  9. Hur utvärderar ni er verksamhet?
    - a. Varför utvärderar ni inte?
    - b. Är det något som ni planerar?
  10. Vad för saker tittar ni på i er utvärdering?
  11. Jag kommer att presentera ett par utvärderingsindikatorer, och jag vill att du utifrån er verksamhet rangordnar om det är något som är relevant att utvärdera för er. 1= irrelevant, 4 = mycket relevant. Bry dig inte om hur ni skulle utvärdera det, tänk bara på relevansen.
- Antal besökare?
    - Motivering?
  - Besökares motiv till att besöka verksamheten?
    - Motivering?
  - Om det är lika många kvinnor som män som besöker verksamheten?
    - Motivering?
  - I vilka åldrar era besökare är i?
    - Motivering?
  - Var era besökare bor?
    - Motivering?
  - Verksamhetens ekonomiska lönsamhet?
    - Motivering?
  - Om era besökare gör ekonomiska besparingar?
    - Motivering?
  - Om verksamheten leder till minskning av avfall?
    - Motivering?
  - Om verksamheten leder till ökad livslängd på produkter?
    - Motivering?
  - Om era besökares konsumtion förändras?
    - Motivering?
  - Om verksamheten bidrar till växthusgasutsläpp?
    - Motivering?



- Om verksamheten leder till besparing av koldioxid?
    - Motivering
  - Om besökares miljömedvetenhet ökar som en följd av verksamheten?
    - Motivering?
  - Om verksamheten bidrar till att besökare lär sig något nytt?
    - Motivering?
  - Om besökares motivation till återbruk ökar som en följd av verksamheten?
    - Motivering?
  - Om verksamheten leder till minskad spridning av farliga ämnen/kemikalier?
    - Motivering?
  - Om besökare kommer till verksamheten för att öka sitt sociala nätverk?
    - Motivering?
  - Om verksamheten är en social mötesplats?
    - Motivering?
  - Om trivseln i området där verksamheten ligger ökar?
    - Motivering?
12. Finns det något som ni skulle vilja utvärdera som ni inte redan utvärderar idag, eller som jag inte nämnt?

## Bilaga III: Intervjuguide projektmedlem

1. Vad heter du?
2. Vilken är din roll i projektet FixaTill?
3. Kan du beskriva projektet FixaTill?
  - a. Vad är det för verksamhet?
  - b. Hur länge har projektet pågått?
  - c. Hur länge ska ni hålla på med verksamheten?
  - d. Vad är målen med projektet?
4. Vilka aktörer är involverade i projektet?
  - a. Vilken aktör gör vad inom projektet?
5. Vem var initiativtagare till projektet?
6. Varför startade ni projektet?
7. Vad vill ni uppnå med projektet?
8. Varför valde ni att starta verksamheten i just Linero?
9. Hur kom ni på idén med kvartersnära återbruk?
  - a. Har ni tagit inspiration från andra projekt? Vilka?
10. Varför satsade ni på att inkludera de delarna i projektet?
11. Hur finansieras projektet?
12. Vilka kostnader har projektet medfört?
  - a. Är det ett problem att verksamheten inte drar in några pengar?
  - b. Kan det bli ett problem i framtiden när projektet är färdigt och det ska fortsätta att inga pengar genereras?
13. Varför valdes byteshandel genom poängsystem?
14. Har ni några projektmål?
  - a. Vilka?
15. Följer ni upp projektmålen?
  - a. Hur?
  - b. Varför inte?
  - c. Har ni planerat att följa upp dem? – hur?
16. Vad hoppas ni kunna uppnå med verksamheten?
17. Vet ni om projektet har fyllt sin funktion?
18. Förs det en dialog med boende i området eller besökarna kring verksamheten?
  - a. Varför inte?
  - b. Hur?
19. Finns det planer på att förändra eller utöka verksamheten?
  - a. Har ni funderat på om ni kan ha andra verksamheter ex. stickcafé eller språkcafé i lokalerna? Öka känslan av mötesplats

20. Hur har ni nått ut till besökarna?
  - a. Varför valde ni den kanalen?
21. Varifrån kommer besökarna?
22. Anser du att projektet hittills varit lyckat?
  - a. Varför/varför inte?
  - b. Vad skulle kunna förbättras?
  - c. Vad för problem har ni stött på hittills?
  - d. Vad har varit svårast?
23. Har ni planer på att starta upp liknande projekt?
24. Vad händer efter att projektperioden tar slut? 7
  - a. Kommer FixaTill att finnas kvar?
  - b. Vem bestämmer det?

## Bilaga IV: Intervjuguide personal

1. Vill du vara anonym?
2. Vad är din roll i projektet FixaTill?
  - a. Var du delaktig i planeringen?
  - b. Vad ingår i dina arbetsuppgifter?
3. Hur mycket tid får ni över till att uppcykla saker som lämnas in?
4. Hur länge har du varit anställd?
5. Hur många anställda är ni?
6. Hur länge har ni hållit på och hur länge ska ni hålla på?
7. Kan du beskriva verksamheten?
  - a. Vad är det för verksamhet?
  - b. Vad för aktiviteter pågår här?
8. Hur fungerar poängsystemet?
9. Vilka delar av verksamheten är mest populär?
10. Vilken del är minst populär?
11. Hur använder besökarna lokalen?
12. Vad för verktyg och redskap finns i verkstaden?
13. Finns det någon i verkstaden som besökare kan ställa frågor till om de skulle behöva hjälp med något?
14. Lär ni i den dagliga verksamheten ut hur man använder exempelvis symaskinerna om en besökare inte kan sy?
  - a. Har ni i någon workshop lärt ut detta?
15. Upplever du att det blivit en social mötesplats?
16. Kan ni se att människor får ett utökat socialt nätverk här?
  - a. Interagerar besökare som inte kommit dit tillsammans?
17. Uttrycker användarna att de vill förändra verksamheten på något sätt?
  - a. Ställer ni frågan?
  - b. Finns det en förslagslåda eller liknande?
18. Vilka besöker FixaTill?
  - a. Är det främst kvinnor eller män?
  - b. Vet ni varför det skiljer sig mellan könen?
  - c. Sticker någon åldersgrupp ut?
  - d. Vet ni om det är boende i området eller även andra lundabor som kommer?
19. Är det någon del av verksamheten som kvinnor eller män tycks besöka mer?
20. Hur når ni ut med informationen om FixaTill, till besökarna?
21. Har ni märkt av att era besökare blivit mer miljömedvetna tack vare verksamheten?
  - a. På vilket sett?

- b. Vilken del har bidragit till det?
  - c. Förmedlar ni på något sätt den miljömässiga nyttan med att återbruka och dela?
22. Vad lär ni ut i workshoparna?
- a. Är det ni som håller i dem?
  - b. Hur ofta har ni dem?
  - c. Vilka har varit mest besökta?
  - d. Hur bestämmer ni vilka teman ni ska ha?
  - e. Kan besökarna efterfråga typer av workshops på något sätt?
23. Vad får besökarna ut av FixaTill?
- a. Är det något som ni kan mäta eller är det något som ni upplever?
24. Vad för typer av varor tar ni in?
25. Vad får ni in mest av?
26. Vad hämtar besökarna ut mest av?
27. Kan du beskriva om ni för någon statistik över verksamheten?
- a. Vad för någon?
  - b. Vill ni utöka den?
  - c. Registrerar ni besökarna på något sätt?
28. Vad händer med de varor som inte byts bort?
- a. Om ni inte kan ”förädla/upcycla” det – vad gör ni då med sakerna?
  - b. Har ni funderat på att lämna det vidare till andra secondhandbutiker?
29. Anser du att projektet hittills har varit lyckat?
- a. Varför/varför inte?
  - b. Vad skulle kunna förbättras?
  - c. Vad för problem har ni stött på hittills?
30. Har det lett till vinster som ni inte förväntade er?
- a. Vad för något?

## Bilaga V: Intervjuguide besökare

1. Hur gammal är du?
2. I vilken stadsdel bor du?
3. Hur fick du först höra tala om FixaTill?
4. Ungefär hur ofta brukar du besöka FixaTill?
5. Kan du beskriva ett normalt besök på FixaTill för mig?
6. Varför besöker du FixaTill?
7. Går du hit ensam?
8. Vilken del av verksamheten brukar du främst besöka?
  - a. Varför?
9. Vilket transportmedel använder du dig främst av när du ska besöka FixaTill?
10. Har du träffat nya vänner eller bekanta genom FixaTill?
  - a. I vilken del av verksamheten?
  - b. Pratar du med andra besökare när du kommer hit?
11. Anser du att FixaTill har blivit en social mötesplats här i Linero?
12. Saknade du mötesplatser här i Linero innan FixaTill startade?
13. På vilket sätt tycker du att FixaTill har förändrat stadsdelen?
14. Har det blivit trevligare att bo i området?
  - a. På vilket sätt?
15. Hur viktigt är det för dig att kommunen har startat upp ett sånt här initiativ i området?
  - a. Varför?
16. Brukar du lämna in varor?
  - a. Vad lämnar du in?
17. Hur ofta hämtar du ut varor?
18. Vad är det för varor som du brukar hämta ut?
19. Har du ersatt eller minskat din konsumtion av nyproducerade saker?
  - a. Vilka typer av varor?
  - b. Varför?
20. Vilken var din inställning till återbruk innan FixaTill startade?
21. Innan FixaTill startade, vad gjorde du med saker som du inte längre behövde eller ville ha?
  - a. Har det förändrats sen verksamheten startade upp
  - b. Varför?
22. Vad brukade du göra med trasiga saker?
  - a. Gör du likadant nuförtiden?
23. Har du börjat att tänka annorlunda kring de prylarna som du har hemma – att du byter in varor som du inte använder?

24. Har du sparat pengar på att verksamheten finns här?
  - a. Genom vilken del?
  - b. Om du gör en uppskattning, hur mycket har du sparat?
  - c. Vad lägger du pengarna som du sparat på?
25. Vid besök i verkstaden, finns det någon som man kan fråga om hjälp om man skulle behöva det?
26. Är det något som du saknar?
27. Vad har du lärt dig för nytt genom FixaTill?
  - a. På vilket sätt?
  - b. I vilken del av verksamheten lärde du dig det?
28. Om du fick förändra verksamheten på något sätt, vad skulle du då förändra?
29. Vad anser du kan förbättras med verksamheten här?
30. Är det någon del av verksamheten som du tycker fungerar bättre än andra
  - a. Vilken?
31. Hur kan du som besökare påverka verksamheten?

## Bilaga VI: Information om studien

Hej!

Under de kommande veckorna kommer en undersökning av FixaTill att genomföras. Studiens syfte är att utvärdera verksamheten och undersöka vilka vinster som verksamheten lett till under det år som verksamheten varit igång. Resultatet från studien kommer att användas till att förbättra verksamheten!

Nu behöver jag din hjälp! För att involvera er kunder och få med ert perspektiv och era tankar om verksamheten i studien och söker jag personer som är intresserade av att medverka i en intervju. Intervjuerna kommer att genomföras i FixaTills lokal under veckorna 11–14. Du kommer självklart att vara anonym.

Under samma veckor genomförs även en enkätundersökning med ett par frågor angående er kunders användning av FixaTill. Ditt deltagande i studien är helt frivilligt, och du kan när som helst avbryta ditt deltagande utan närmare motivering. Enkäten är anonym och dina svar kommer inte att kunna kopplas till dig.

Jag som genomför studien heter Tove Pettersson och studerar miljövetenskap vid Lunds Universitet. Studien är en del av ett forskningsprogram som drivs av universitetets internationella miljöinstitutet. Resultatet av studien kommer att presenteras i min masteruppsats.

Är du intresserad av att medverka i studien eller har några frågor, vänligen kontakta mig på:

Telefon: 0703-25 14 81 eller













Mail: [miv15tpe@student.lu.se](mailto:miv15tpe@student.lu.se)

Du kan även prata med mig när jag är i butiken, prata med dem i kassan så kan de peka ut mig.



## Bilaga VII: Enkät

*Nedan följer ett par frågor som handlar om dig och dina besök på FixaTill.  
Vänligen kryssa i de rutor som bäst stämmer in på dig!*

1. Vilket kön identifierar du dig som? Man  Kvinna  Annat
2. Vilket år är du född? \_\_\_\_\_
3. I vilken stadsdel bor du? \_\_\_\_\_
4. Hur ofta besöker du FixaTill?  
Varje vecka  Varje månad 3 - 4 gånger/år  Mer sällan  Första besöket
5. Vilka delar av FixaTill brukar du besöka (flera svar är tillåtna)?  
Second hand butiken  Verkstaden  Workshopar  Cafét
6. Om FixaTill inte fanns vad hade du gjort med sakerna du lämnar in?  
Behållit  Skänkt bort  Slängt  Lämnar inte in
7. Hur ofta har du hämtat ut saker från FixaTill?  
Vid varje besök  Någon gång/månad  Någon gång/år  Aldrig
8. Har du träffat nya vänner/bekanta genom FixaTill? Ja  Nej
9. Brukar du och dina vänner/bekanta träffas på FixaTill för att umgås?  
Ofta  Ibland  Aldrig
10. Nedan följer ett par påståenden om FixaTill. Vänligen kryssa över det alternativ som bäst stämmer in på dig.
  - a. Linero har blivit en trevligare stadsdel sen FixaTill startade  
       
  - b. Jag har lärt mig saker genom FixaTill  
       
  - c. Jag handlar färre nya saker sen FixaTill startade  
       

d. Jag har sparat pengar genom FixaTill



e. FixaTill har ökat min vilja att återbruka



Tack för din medverkan!

## Bilaga VIII: Observationsschema

Dag:

Totalt antal:

Kvinnor:

Män:

Barn:

Ensam:

I sällskap:

Sällskap med barn:

Tid:

Ungdom (ca 15–25):

Vuxen (ca 26–40):

Medelålder (ca 41–65):

Äldre (ca 66 -):

Lämnar in:

Hämtar ut:

Kollar:

Verkstaden:

Fika/träffas:

## Bilaga IX: Kontaktuppgifter intervjurespondenter

Bertil Björk, STPLN:

[bertil@stpln.se](mailto:bertil@stpln.se)

FixaTill:

[fixatill@lund.se](mailto:fixatill@lund.se)

Per Jutterström, Sportoteket:

[per.jutterstrom@sundsvall.se](mailto:per.jutterstrom@sundsvall.se)

Jane Olsson, SwopShop:

[info@swopshop.se](mailto:info@swopshop.se)

Anna-Karin Poussart, FixaTill:

[anna-karin.poussart@lund.se](mailto:anna-karin.poussart@lund.se)

Rosa Rydahl, Stenkrossen:

[rosa.rydahl@lund.se](mailto:rosa.rydahl@lund.se)

Savita Upadhyaya, ReTuren:

[savita.upadhyaya@vasyd.se](mailto:savita.upadhyaya@vasyd.se)



**LUNDS**  
UNIVERSITET

[WWW.CEC.LU.SE](http://WWW.CEC.LU.SE)  
[WWW.LU.SE](http://WWW.LU.SE)

Lunds universitet

Miljövetenskaplig utbildning  
Centrum för miljö- och  
klimatforskning  
Ekologihuset  
223 62 Lund