

Framtidens gröna praktiker

Förutsättningar för omställningsagenter
i mat- och transportsektorn

Malin Henriksson
Joel Göransson Scalzotto
Martin Hultman
João Patrício
Nina Svensson

vti

VTI rapport 1116
Utgivningsår 2022
vti.se/publikationer

Framtidens gröna praktiker

Förutsättningar för omställningsagenter i mat- och transportsektorn

Malin Henriksson

Joel Göransson Scalzotto

Martin Hultman

João Patrício

Nina Svensson

Författare: Malin Henriksson (VTI), Joel Göransson Scalzotto (VTI), Martin Hultman (Chalmers tekniska högskola), João Patrício (VTI), Nina Svensson (VTI)
Diarienummer: 2018/0016-7.3
Publikation: VTI rapport 1116
Utgiven av VTI, 2022

Publikationsuppgifter – Publication Information

Titel/Title

Framtidens gröna praktiker: Förutsättningar för omställningsagenter i mat- och transportsektorn / The green practices of the future: Prerequisites for transformation agents in the food and transport sector

Författare/Author

Malin Henriksson (VTI, <https://orcid.org/0000-0002-8074-3634>)

Joel Göransson Scalzotto (VTI, <https://orcid.org/0000-0002-8033-6799>)

Martin Hultman (Chalmers tekniska högskola)

João Patrício (VTI, <https://orcid.org/0000-0002-4994-7735>)

Nina Svensson (VTI, <https://orcid.org/0000-0003-2857-3700>)

Utgivare/Publisher

VTI, Statens väg- och transportforskningsinstitut
Swedish National Road and Transport Research Institute (VTI)
www.vti.se/

Serie och nr/Publication No.

VTI rapport 1116

Utgivningsår/Published

2022

VTI:s diarienum/Reg. No., VTI

2018/0016-7.3

ISSN

0347–6030

Projektnamn/Project

Framtidens gröna praktiker? Ekoprenörskap och Socialt entreprenörskap i en Cirkulär Ekonomi /
Practising green futures? Ecopreneurship and Social entrepreneurship in a Circular Economy

Uppdragsgivare/Commissioned by

Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggnad (Formas), dnr. 2017-00245 /
The Swedish Research Council for Sustainable Development (Formas), Reg. No. 2017-00245

Språk/Language

Svenska/Swedish

Kort sammanfattning

Rapporten tar sin utgångspunkt i att det akuta klimatläget kräver nya mer cirkulära sätt att producera och konsumera varor och tjänster på. I rapporten ger vi exempel på lovande gröna initiativ och pekar på vilka svårigheter omställningsagenterna bakom dem möter. Fem ideella och vinstdrivande initiativ från matsektorn och transportsektorn studeras.

I matsektorn finns det stor miljöpotential i att minska svinnet. Proteinskifte, från animaliskt kött och mejeri, till vegetabiliska motsvarigheter leder till en mer effektiv resurshantering. Det gäller särskilt när produktionen är lokal och långväga transporter kan undvikas. Hur mycket vatten och landareal som produktionen kräver påverkar miljöpotentialen. Produktion av havre- och ärtprodukter, som studerats i rapporten, kan leva upp till sådana krav, med villkoret att de ingår i cirkulära flöden där det inte produceras överskott. När det gäller transportsektorn har initiativ som stärker cykling en stor miljöpotential. Att dela på eller återbruka cyklar leder till mer effektiv resurshantering. Potentialen villkoras dock om användarna av cykelpooler eller cykelkök parallellt köper egna cyklar och kör bil.

Med hjälp av teorier från miljö- och omställningsforskning belyser vi att omställningsagenter verkar inom regimer som bygger på linjära praktiker och fossila beroenden. Motståndet som omställningsagenter möter kan vara mycket konkret, som att det är svårt att hitta betalningsvilliga användare men även handla om subtila processer som att behöva tilltala målgrupper som konsumenter snarare än medborgare. Omställningsagenterna tvingas på olika sätt anpassa sig till regimens spelregler, oavsett om det strider mot egna värderingar och visioner.

De studerade initiativen illustrerar möjliga sätt att organisera framtiden på. Det gäller särskilt de ideella verksamheterna. I likhet med tidigare studier visar rapporten att förutsättningen för att omställningsagenter ska kunna visa vägen mot en grönare framtid är begränsad om inte lagstiftning, subventioner, och nya normer om ett gott liv stöttar dem.

Nyckelord

Omställning, gröna praktiker, omställningsagenter, hållbar resursfördelning, cirkuläritet

Abstract

The acute climate crisis requires new, more circular ways of producing and consuming goods and services. In this report, we analyse promising green initiatives and point to difficulties that the transitional agents behind them meet. Five non-profit and for-profit initiatives from the food sector and the transport sector are studied.

In the food sector, there is great environmental potential in reducing waste. Protein shift, from animal meat and dairy to vegetable equivalents, leads to more efficient resource management. This is especially true when production is local and long-distance transport can be avoided. How much water and land area the production requires affects the environmental potential. Production of oat and pea products, as studied in the report, can live up to such requirements. In the transport sector, initiatives that strengthen cycling have a promising environmental potential. Sharing or reusing bicycles leads to more efficient resource management. However, the potential is conditioned if the users of bicycle sharing systems or bike kitchens buy their own bicycles and continue to drive a car.

We highlight that transformation agents operate within regimes based on linear practices and fossil dependencies. The challenges that transitional agents face can be very concrete, such as difficulties to attract users willing to pay, but also about more subtle, such as having to address target groups as consumers rather than citizens. Regardless of transformation agents own values and visions, they are forced to adapt to current rules and norms.

The initiatives studied illustrate possible ways of organizing production and consumption in the future. This applies in particular to non-profit initiatives. As in previous studies, the report shows that the precondition for transitional agents to be able to lead the way to a greener future is limited unless legislation, subsidies, and new norms of a good life support them.

Keywords

Transformation, green practices, transitional agents, sustainable resource management, circularity

Förord

Den här rapporten är ett resultat av forskningsprojektet "Framtidens gröna praktiker? Ekoprenörskap och socialt entreprenörskap i en cirkulär ekonomi" som finansierats av Formas. Vi vill passa på att tacka alla de gröna praktiker som sedan lång tid tillbaka inspirerat och arbetat för en socialt- och miljömässigt hållbar cirkulär ekonomi – även från den tiden då begreppet kretsloppssamhället utgjorde en framtidsvision. När vi började detta forskningsprojekt ville vi inte glömma bort eller marginalisera frågor som sedan länge varit på agendan gällande till exempel fördelning av resurser, materialanvändning och energi.

Forskningsprojektet har haft en kärna av forskare, forskare som varit projektmedlemmar under olika tidsperioder samt en yttre ring av forskare som varit inspirationskällor och insiktsfulla medlemmar av helheten.

Alla våra projektmedlemmar har under åren bidragit till att hålla projektet på denna kurs. Anna Kaijser var med och satte kursen från början samt gav oss nödvändiga insikter i sociala rättvisefrågor och energi till vår eld. Anna har också tillsammans med forskarna i projektet genomfört intervjuerna i studien. Nils Johansson har bidragit med insikter gällande vad som ges stöd och vad som marginaliseras inom den cirkulära ekonomin. Björn Wallsten gav input om vad som göms undan när begrepp som cirkulär ekonomi sprids och prylar som kan återupptäckas. Jens Millkrantz bidrog till fältarbete och analys och har satt finger på bland annat maktrelationer i de studerade fallen. Anna Wallsten lade viktiga pusselbitar när det gäller socialt och grönt entreprenörskap och hur de navigerar omställningsprocesser. Anwasha Chakrabati bidrog med tankar om omställning inom matområdet. Rebecka Jakobssons arbete var värdefullt för att få syn på policydimensioner i intervjuerna.

Malin Henriksson och Joel Göransson Scalzotto har skrivit huvuddelen av rapporten och står för analyserna av de studerade fallen liksom slutsatserna. Martin Hultman har bidragit till skrivandet och granskat innehållet. João Patrício och Nina Svensson har bidragit med analys av miljömässiga och sociala effekter och är ansvarig för de delarna i metodkapitlet och i de analytiska kapitlen.

Ett varmt tack till Maira Babri som läste och gav kommentarer på ett granskningsseminarium inför färdigställande av rapporten. Tack för din generösa läsning och skarpa blick.

Ett speciellt tack vill vi också rikta till ekopedagogerna Ingrid och Nikolas Berg vilka organiserat och dokumenterat projektets interna såväl som externa workshops. I samarbete med dem har en hemsida tagits fram, cirkularekonomi.se, vilken kommer vara ett av flera bestående avtryck från forskningen.

Alla ni fantastiska personer som har varit med och bidragit har gjort detta projekt till vad det blev, TACK!

Linköping och Göteborg, mars 2022

Malin Henriksson, VTI *Martin Hultman, Chalmers*

Granskare/Examiner

Maira Barbi, Örebro universitet.

De slutsatser och rekommendationer som uttrycks är författarens/författarnas egna och speglar inte nödvändigtvis myndigheten VTI:s uppfattning./The conclusions and recommendations in the report are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of VTI as a government agency.

Innehållsförteckning

Publikationsuppgifter – Publication Information	5
Kort sammanfattning.....	6
Abstract.....	7
Förord.....	8
1. Introduktion.....	10
1.1. Omställning pågår	10
1.1.1. Gröna verksamheter	11
1.1.2. Grönt entreprenörskap	11
1.1.3. Villkor för grön omställning	12
1.2. Syfte och frågeställningar	12
1.3. Verksamheter i fokus	13
1.4. Disposition	14
2. Metod.....	15
2.1. Fallstudien som metod	15
2.2. Intervjuer med nyckelaktörer	15
2.3. Analys: ögonblicksbilder	16
2.4. Analys: miljömässiga och sociala effekter.....	17
3. Gröna praktiker i matsektorn.....	18
3.1. Miljömässiga och sociala effekter.....	19
3.1.1. Matmissionen.....	19
3.1.2. Växtbaserade produkter	22
3.1.3. Sammanfattning.....	24
3.2. Gröna logiker	25
3.2.1. Barriärer	27
3.2.2. Spänning: konsumentrollen	29
3.3. Sammanfattande diskussion	31
4. Gröna praktiker i transportsektorn	33
4.1. Miljömässiga och sociala effekter.....	33
4.1.1. Cykelkök.....	34
4.1.2. Cykelpoolen.....	36
4.1.3. Sammanfattning.....	36
4.2. Gröna logiker	36
4.2.1. Barriärer	39
4.2.2. Spänning: förhållandet till det offentliga	41
4.3. Sammanfattande diskussion	41
5. Slutdiskussion	43
Referenser	46

1. Introduktion

1.1. Omställning pågår

Industrisamhällen har sedan den fossildrivna industriella revolutionen befunnit sig i en så kallad linjär ekonomi (Esposito, Terence och Khaled, 2018). Den linjära ekonomin innebär att råvaror utvinns snabbt och billigt, transformeras till färdiga produkter och slängs sedan efter användning. Den linjära modellen tar liten hänsyn till de ekologiska och sociala konsekvenser som massproduktion och masskonsumtion medför (Sauvé, Bernarda och Sloan, 2016). För att bemöta miljöförändringar till följd av en ohållbar resursförbrukning och garantera ett samhälle som håller sig inom de planetära gränserna, med rättvisa och välfärd för olika sociala grupper och befolkningen i olika delar av världen krävs en omställning av det ekonomiska systemet (Raworth, 2012; Hagbert m.fl. 2018). Aktörer på olika nivåer har kunskap om ovanstående, men hur hanteras kunskapen? Idag är samhällets olika institutioner dock inte anpassade för de omställningsprocesser som skulle behövas (Ibid.). Om vi fortsätter på inslagen bana vad gäller ekonomiska, politiska och kulturella logiker är risken stor att omställningen inte blir så omfattande som den behöver vara. Den här rapporten diskuterar omställningens villkor från så kallade omställningsagenters perspektiv.

Dagens omställningsprocesser kan sägas präglas av olika logiker. Sen industrialiseringens framväxt har idén om stadig, till och med evig, tillväxt med hjälp av tekniska innovationer format välfärdspolitik. Den kan sammanfattas som en industrimodern logik (Hultman och Anshelm, 2017). 1970 och 80-talets olje- och strukturer kriser satte visserligen stopp för den produktionstakt och det produktionssätt som präglat de industriella guldåren, men idéer om evig tillväxt av energi och material som mäts med kvantitativa mått är i mångt och mycket fortsatt förhärskande. De förslag på att mäta välfärd eller miljöförbättringar som tagits fram återspeglas inte i lagstiftning och subventioner, och har inte lett till förändringar vad gäller normer och praktiker. I takt med att den observerade globala uppvärmningen alltmer kommit att kopplas till utsläpp från den fossilbränsledrivna industrin tvingas politiken dock hantera detta med nya strategier, mål och aktiviteter. Dagens respons kan sammanfattas som val mellan så kallad ekomodern logik, och å andra sidan en ekologisk logik.

I den ekomoderna logiken är tillväxten fortfarande central och garanteras med hjälp av tekniska innovationer och hållbara resurser som vind, vatten och träd med mera (Hultman och Anshelm, 2017). Den ekomodernistiska logiken är inomparadigmatisk och präglas av tron på det från 1990-talets början dominerande nyliberala marknadsekonomiska system innehar de rätta verktygen för att åtgärda klimatkrisen (Genovese och Pansera, 2019). Idén om en cirkulär ekonomi, som sedan en tid tillbaka fått stort genomslag i politiska sammanhang och numera har stort inflytande, är ett nutida exempel på en ekomodern logik. Tidigare forskning har framhållit att få cirkulära affärsstrategier eller handlingsplaner bidrar till att ifrågasätta de stora linjära flödena, eller de konsumtions- och produktionsmönster som bär dem (Hobson och Lynch, 2016; Corvellec m.fl. 2021; m.fl. 2015). När en cirkulär logik implementeras i organisationer och företag utelämnas fortfarande ofta många utsläppskrävande eller materialkrävande delar av verksamheten.

En ekologisk logik ifrågasätter den gröna tillväxtens hållbarhet (Hultman och Anshelm, 2017) och menar att ekonomisk aktivitet inte kan frikopplas från negativ inverkan på miljön samt att omfånget av mänsklig produktion och konsumtion behöver krympas (Schneider m.fl. 2010). Den ekologiska logiken är kritisk till ökad energi- och materialanvändning och förespråkar radikalt annorlunda sätt att organisera samhället på. Olika alternativ till tillväxt lyfts fram, som nedväxt (från engelskans degrowth) genom reducerad energi- och resursanvändning (Hagbert m.fl. 2018) vilket kan uppnås bland annat genom delning av gemensamma resurser (Bradley och Pragman, 2017). I denna rapport behandlar vi gröna praktiker som rör sig mellan en ekomodern och ekologisk logik.

1.1.1. Gröna verksamheter

En i sammanhanget intressant kritik av konceptet cirkulär ekonomi är att det tillskrivs en mängd olika aktiviteter och att det därför riskerar att inkludera ”allt och inget” (Korhonen m.fl. 2018) – i mångt och mycket samma kritik som lyfts mot begreppet hållbar utveckling. Att många av de aktiviteter som syftar till att styra mot ett grönare samhälle kallas cirkulära innebär alltså varken att begreppet ”cirkulär ekonomi” beskriver alla de initiativ som arbetar för en mer hållbar eller effektiv resursanvändning, eller att det finns en entydig definition av begreppet som sådant. En genomgång av hur begreppet används visar till exempel att det globalt finns över sjuttio olika koncept som kan relateras till det cirkulära och som alla har olika förhållningssätt till det sociala, det tekniska, det politiska och det ekologiska (Calisto Friant m.fl., 2020, se också Kirchherr m.fl., 2017). Ett sätt att beskriva dessa olika koncept sammanhållet är att benämna de som ”gröna”. Bradley och Hedrén menar att gemensamt för det ”gröna” är en omsorg för miljön och för resursanvändning – en omsorg som ibland kopplas till en bredare omsorg för klass, genus, generationer och arter, lokalt eller globalt (Bradley och Hedrén 2014, s. 4). De menar vidare att det knappast finns en grön agenda, utan snarare en rad motsättningar i termer av intressen, problemformuleringar, framtidsbilder och ideologiska inramningar. Det är därför en viktig uppgift för forskningen att undersöka just vilka antaganden och utgångspunkter som finns under den gröna flaggan.

I den här rapporten undersöker vi en rad ”gröna” verksamheter med utgångspunkten att beskriva just innehållet i det gröna och hur det relaterar till olika typer av praktiker, föreställningar och förutsättningar. De verksamheter som tas upp i rapporten agerar alla i sammanhang där mer hållbar resurshushållning efterfrågas, av dem själva eller av aktörer som är viktiga för deras verksamhet, och där det är viktigt för dem att knyta an till olika hållbarhetskoncept för att kunna växa, eller få olika typ av stöd som statsbidrag, konsumenters förtroenden med mera. Vi kommer i rapporten att använda det övergripande begreppet ”grönt” för att analysera och synliggöra hur olika verksamheter knyter an till olika omställningslogiker.

1.1.2. Grönt entreprenörskap

En konsekvens av den ekomoderna omställningslogiken är att svenska politiker och företagsledare ofta argumenterar för att entreprenörer och innovationer ska leda vägen mot en grön omställning. Ett exempel är att ”Delegationen för cirkulär ekonomi” som ska stödja arbetet med att ställa om hela Sverige till en cirkulär ekonomi, har som uppdrag att bidra till skapandet av ett innovativt, konkurrenskraftigt och hållbart näringsliv. Även andra statliga aktörer med ansvar för omställning uttrycker sig på liknande sätt. Myndigheten Vinnova beskriver sig exempelvis som ”en innovationsmyndighet” med uppdrag att stärka Sveriges innovationsförmåga och bidra till hållbar tillväxt. Tillväxtverket ska verka för hållbar tillväxt och konkurrenskraftiga företag. Klimatlagen, som ska begränsa Sveriges utsläpp av växthusgaser, är av riksdagen villkorad med att utsläppsminskningarna måste vara förenliga med ekonomisk tillväxt.

Forskare har dock uppmärksammat att entreprenörskap och innovation är mångtydiga begrepp som inte alltid kan inordnas i den gröna tillväxtens logik (Mazzucato, 2015). Det är inte självklart att entreprenören ska förstås som en enskild person som bidrar till omställningen med hjälp av en innovation som dessutom genererar vinst. Även idéer och innovationer som offentliga aktörer och ideella organisationer föreslår är viktiga för omställningen. Vidare förknippas entreprenörskap med manlighet, och med personer som inte bryr sig om samhällsfrågor som klimatförändringar utan snarare om värdeskapande. Det finns därför behov av begrepp som varken är genuskodade eller implicerar ekonomisk vinning utan som istället för tankarna till samhällsförändring. Hultman m.fl. (2016) föreslår därför begreppet ”omställningsagent” som ett paraplybegrepp. Det är sammanfattningsvis viktigt att uppmärksamma olika typer av verksamheter och deras förutsättningar och på så sätt vidga perspektiven när det gäller vem och vilka som är innovativa och kan driva den gröna omställningen framåt.

1.1.3. Villkor för grön omställning

Den internationella forskningen om omställning har uppmärksammat att även om enskilda omställningsagenter kan driva på omställning har den framförallt med strukturella och långsiktiga processer att göra (Loorbach 2007). För att en omställning ska äga rum måste processerna ske på flera olika nivåer och innefatta teknik, politik, institutioner, kultur och beteende (Rip och Kemp, 1998; Geels, 2005). Vanligtvis nämns tre nivåer: 1) det socio-tekniska landskapet vilket inkluderar sociala värderingar, kulturella normer, den naturliga miljön och lagstiftning, 2) Regimer kan beskrivas som de dominerande sätten att organisera ett socio-tekniskt system på. Dagens globala, till 80 procent fossilberoende (olja, kol och gas) energisystem är ett exempel som innefattar teknik, institutioner och nätverk men också sociala, ekonomiska, kulturella och kognitiva aspekter. 3) I lokala miljöer finns det möjlighet att utveckla nischer, där innovativa teknologier och radikala förhållningssätt kan utmana eller "sätta tryck" på de dominerande regimerna (Späth och Rohracher, 2012). En förklaring till uppkomsten av nischer är exempelvis att offentliga aktörer via policy skapat "skyddade platser" där de gröna aktörerna kan verka utanför marknadens villkor. Det benämns av Kemp m.fl. (1998) som "strategic niche management".

För att en förändring av regimerna ska komma till stånd krävs en interaktion mellan de olika nivåerna, något som är komplext och ofta tungrovt. Ofta behövs aktivt stöd från samhällets olika aktörer i olika sammansättningar. Martin m.fl. (2015) lyfter fram att de initiativ som utmanar regimerna möter motstånd, och måste hantera krav på att anpassa sig till gängse spelregler. Detta kan beskrivas som ett annat typ av tryck, nämligen "tryck från regimen". Det finns mycket som tyder på att de initiativ som är mest regimutmanande också möter mest motstånd (Smith, 2007). Karakaya m.fl. (2014) framhåller att gröna "innovationer" sällan har tydliga marknadsfördelar eller kan erbjuda produkter, idéer eller tjänster som är billigare eller "bättre" än befintliga lösningar som bygger på en mer linjär eller fossil logik. Det innebär att trots att innovationerna kan göra betydande insatser när det gäller hållbarhet eller ojämlikhet är det en utmaning att hitta kunder som vill betala för en produkt eller tjänst som är sämre vad gäller prestanda och som dessutom är dyrare. Detta problem uppstår som en följd av att samhället i stort på olika sätt gynnar exempelvis fossila företag, bland annat genom subventioner, skatteförmåner och liknande, medan motsvarande stöd saknas för gröna näringar (Linder och Williander, 2017). Medan "business as usual" gynnas av nuvarande institutioner, kan initiativ som utmanar institutionerna tvärt om straffas. Ett exempel är svensk metallanvändning. Johansson m.fl. (2014) visar att den svenska metallåtervinningsektorn fick 0,6 miljoner euro i subventioner 2010. Samma år fick gruvindustrin 4 000 miljoner euro, om man betraktar undantaget att betala deponeringskatt som en statlig subvention. När nischer utvecklas trots svåra förutsättningar och nydanande praktiker uppstår är det viktigt att belysa varför, något som forskningen ännu inte är på det klara med.

1.2. Syfte och frågeställningar

Syftet med rapporten är att presentera och undersöka exempel på gröna verksamheter som kan bidra till en mer hållbar och rättvis resurshushållning. Det är med andra ord "omställningstryck" vi intresserar oss för. Vi synliggör ett antal lovande initiativ som på olika sätt sätter tryck på dominerande regimer. Vi lyfter också fram motsvarande tryck från dominerande regimer, det vill säga motstånd som de studerade initiativen möter som en följd av att verka i ett samhälle som premierar linjära och ohållbara praktiker. I analysen av de studerade fallen frågar vi oss vilka omställningslogiker som präglar de studerade initiativen, hur omställningsagenterna resonerar kring förutsättningar för respektive verksamhet samt vilka spänningar som uppstår i mötet med dominerande regimer.

Genom att synliggöra förutsättningar för omställning genom gröna verksamheter kan vi belysa att omställning kan se ut på olika sätt och inkludera olika aktörer, praktiker och målgrupper. Omställningen kan vara mer eller mindre radikal, det vill säga sträva mot ett i grunden annorlunda samhälle, eller handla om justeringar i den nuvarande samhällsmodellen för att bidra till att nå nuvarande miljö- och klimatmål. Detta är särskilt relevant att undersöka i tider där ledare världen över

är överens om att någon typ av omställning behövs – men inte om hur omställningen ska gå till. Vi menar att det finns ett behov av att synliggöra att de innovationer som satsas på också kommer att leda till olika typer av framtider. På så sätt bidrar vi till en tradition av sociologisk drivna studier av socialt och grönt entreprenörskap där ett tydligt tema är hur idédrivna entreprenörer, vilka vi benämner som omställningsagenter, hittar sin roll i och utövar agentskap i olika typer av maktstrukturer (de Bruin och Teasdale, 2019). Analytiskt använder vi oss av begrepp och teorier från kritisk miljöforskning och transitionsstudier som vi beskrivit inledningsvis. Särskilt viktiga för analysen är begreppen omställningslogik (ekomodern eller ekologisk), omställningsagent och omställningstryck.

1.3. Verksamheter i fokus

Vi intresserar oss särskilt för matsektorn och transportsektorn eftersom de är områden där omställningen behöver ske i snabb takt, samtidigt som de mål som finns har visat sig vara svåra att omsätta i praktiken. Bland annat befintliginfrastruktur, gängse planeringspraktiker och marknadsrelationer gör det svårt att styra mot gröna transporter och grönt resande. Liknande utmaningar finns för en mer hållbar matproduktion och konsumtion. Inom matsektorn behövs grönare praktiker i tre olika led: i produktionen, i konsumtionen och i hanteringen av överproduktion och avfall. Den tidigare forskningen uppmärksammar att ett skifte i produktion och konsumtion från animaliskt baserad mat till mer växtbaserad mat är ett sätt att skapa förutsättningar för hållbar resurshushållning. Att minska den industriella köttproduktionen gör materialflöden mer effektiva eftersom det går åt mindre energi, vatten och mark att producera växtbaserad föda (Jurgilevich m.fl., 2016). Eftersom överproduktion och matavfall gör att en stor mängd mat förstörs, vilket bland annat leder till miljöproblem kopplat till avfallshantering, behövs initiativ som visar hur mat kan tas tillvara på (Ibid.). När det gäller transportsektorn har flera sätt att styra mot hållbarhet identifierats av den tidigare forskningen. Det handlar om att ta fram alternativa bränslen, göra designen mer effektiv och återanvända material i produktionen. Kritisk forskning har pekat på att dessa lösningar bör betraktas som inomparadigmatiska lösningar och räcker inte för att ställa om transportsektorn (Lyon och Davidson, 2016; Hedegaard Sørensen, och Isaksson, 2021). Att öka delning av fordon framhålls också som nödvändigt (Cantzler m.fl. 2020), samt att minska behovet av resande generellt (Banister, 2011). Framförallt behöver den förhållandevis lilla grupp som idag flyger flera gånger om året och reser långt med egen bil minska sina resor (Otto m.fl. 2019).

Både resande och ätande kan beskrivas som rutiniserade, vardagliga och vanemässiga praktiker, formade av normativa förväntningar och delade kulturella meningar (Mylan m.fl. 2016; Cass och Faulconbridge, 2017). Det ställer höga krav på de initiativ som utmanar nuvarande sätt att producera och konsumera. Även om enskilda initiativ inte själva kan ställa om hela sektorer kan de utmana befintliga strukturer och inspirera till nya praktiker och på så sätt ge exempel på nya vägar framåt (von Oelreich och Milestad, 2017). Vi vill visa på en rad olika sätt att organisera potentiellt transformativa verksamheter på, både ideella initiativ på gräsrotsnivå (Seyfang och Haxeltine, 2012) och kommersiella initiativ med mer eller mindre radikal agenda (Holt Giménez och Shattuck, 2011). Här beskriver vi kortfattat de olika omställningsagenter som analyseras i rapporten. De beskrivs mer utförligt i rapportens analytiska kapitel.

I matsektorn studerar vi tre initiativ. Bärta, ett växtbaserat protein (tempeh) som görs genom fermentering och groddning av svenskodlade ärtor som tillverkas av den småskaliga producenten Swedish Temptation AB. Oatly är ett svenskt företag som är betydligt större än Bärta och som producerar, marknadsför och säljer mejeriprodukter som är tillverkade av havre. Matmissionen är ideellt organiserade livsmedelsbutiker, också kallad ”matbank”, som drivs av Stadsmissionen. Matmissioner säljer överbliven mat från matvarubutiker till kraftigt reducerat pris till socio-ekonomiskt svaga hushåll. Vi har studerat Matmissionens verksamhet i Stockholm.

I transportsektorn studerar vi två initiativ. Cykelkök är reperationsytor för cyklar och finns i olika uppsättningar världen över. Cykelkök är en ickekommersiell gör-det-själv-verkstad för alla som

behöver laga eller serva sin cykel. Vi har särskilt studerat cykelköksverksamhet i Göteborgs stad. Cykelpoolen är en kommersiell lösning för cykeldelning där olika cyklar erbjuds genom en app. Cykelpoolen står för service av cyklar och system.

Tabell 1. Studerade verksamheter.

	Matsektorn	Transportsektorn
Ideella initiativ	Matcentralen	Cykelkök
Kommersiella initiativ	Bärta, Oatly	Cykelpoolen

1.4. Disposition

Hur vi förstår omställning, omställningsagenter och de sammanhang de verkar i har vi beskrivit i detta inledande kapitel 1 där vi också skisserat rapportens frågeställningar och syfte samt analytiska ramverk. I kapitel 2 beskriver vi hur vi gjort för att studera verksamheterna metodologiskt. Sedan redovisas resultaten i två kapitel, ett som beskriver fallen från transportsektorn och ett som beskriver fallen från matsektorn. Först beskrivs potentiella miljöeffekter och sociala effekter av de studerade initiativen, analyser som bygger på en genomgång av befintlig litteratur. Sedan analyseras intervjuer med nyckelpersoner med syftet att ge exempel på spänningar till följd av omställningstryck. I rapportens avslutande kapitel sammanfattar vi resultaten, pekar på övergripande slutsatser och formulerar rekommendationer framåt.

2. Metod

För att studera omställningsagenters gröna praktiker och förutsättningar har vi kombinerat flera metoder. För att kunna resonera kring potentialen i de studerade fallen har vi gjort en analys av hållbarhetspotentialer. Vi har också genomfört fallstudier av respektive verksamhet, och då kombinerat intervjuer med nyckelaktörer med dokumentstudier. I analysen har vi valt att lyfta fram spänningar som uppstår när omställningsagenter sätter tryck på dominerande regimer och det motstånd de möter som en följd av detta.

2.1. Fallstudien som metod

Fallstudien är en vedertagen metod inom samhällsvetenskapen. Metoden är lämplig när syftet är att generera djuplodande kunskap om ett komplext ämne, där kontexten spelar en avgörande roll. Oftast kombineras olika empiriska material för att förstå det specifika fallet (Yin, 2009). Genom att relatera resultaten till teoretiska resonemang och relevant tidigare forskning stärks analyserna. Fallstudier har sällan generaliseringsanspråk i klassisk mening, men samtidigt gör en stringent och transparent analys att det blir möjligt att dra paralleller till liknande fall (Meyers, 2000). Som vi beskrev inledningsvis strävar vi efter att belysa att omställning kan se ut på olika sätt, möta olika typer av motstånd och inkludera olika typer av praktiker. På det sättet kan vårt anspråk säga vara ”exemples makt” (Flyvbjerg, 2006). Genom våra analyser vill vi dels visa att den gröna omställningen kan se olika ut och implicera olika typer av framtider, dels vill vi inspirera andra omställningsagenter men också policyaktörer att reflektera över egna förutsättningar och vad som kan krävas i termer av åtgärder (lagstiftning, subventioner, stöd m.m.) för att förändra de regimer som idag till följd av mänsklig aktivitet förstärker och påskyndar klimatförändringen.

2.2. Intervjuer med nyckelaktörer

Intervjuer med nyckelaktörer genomfördes under hösten 2018 och 2019. I vissa fall var det lätt att identifiera nyckelaktörer, särskilt när inblandade personer var begränsade i antal såsom i fallet Bärtas och Cykelpoolen. Vi intervjuade Bärtas och Cykelpoolens grundare, samt en person som jobbade operativt med cykelpoolsverksamheten. I fallet Cykelpoolen intervjuade vi också personer som var inblandade i ett demoprojekt där Cykelpoolen prövade sin verksamhet. Dessa intervjuer ligger inte till grund för analyserna i denna rapport men har format vår förståelse för verksamheten¹. När det gällde Oatly och Matmissionen handlade det om att intervju rätt person, samt att få så kallad ”access” till denna. Vi intervjuade två representanter från Oatly, en person med ansvar för hållbarhet och en med ansvar för kommunikation. Vi intervjuade dessutom Oatlys grundare. Han var inte aktiv i den operativa verksamheten men kunde ge en bakgrundshistoria. Från Matmissionen intervjuades en person, en tillförordnad verksamhetschef. Slutligen gjorde vi flera intervjuer för att förstå cykelköksverksamheten i Göteborg. Vi började med att intervju två personer som var aktivt engagerade i cykelköken. Två personer på Göteborgs stad intervjuades, en som arbetade med mobilitet och cykelfrågor, och en som arbetade med hållbarhetsfrågor inom ramen för Sharing City Göteborg, ett projekt som utforskar hur delning kan bidra till hållbarhetsarbete. Vi intervjuade dessutom två personer på studiefrämjandet, varav en som under ett halvår helt och hållet arbetat för att främja cykelkök i Göteborg.

När det gäller samtliga fall strävade vi efter att göra alla intervjuer ”on site”, för att skapa oss en vidare förståelse för verksamheterna genom att se dem i sin kontext. Vi har därför besökt Oatlys, Matmissionens och Bärtas huvudkontor. Vi har också varit på plats på ett antal cykelkök. Vi deltog

¹ Samtliga intervjuer samt skriftlig dokumentation när det gäller Cykelpoolen har analyserats i artikeln ”Succeeding without success: Demonstrating a residential bicycle sharing system in Sweden.” (Henriksson och Wallsten, 2020).

också på en studieresa till Skåne som Sharing City Göteborg arrangerade eftersom flera representanter för cykelkök deltog på resan. Olika platser för delande i Skåne besöktes, bland annat cykelkök i Malmö och Lund.

Upplägget på intervjuerna var lika. De var semi-strukturerade och en tematisk intervjuguide användes som stöd. Temana berörde detaljerade frågor om verksamheten, syn på omställning, hållbarhet och cirkulär ekonomi, tänkta användare samt styrmedel. Frågorna om styrmedel handlade både om vilket stöd man dragit nytta av i verksamheten hittills samt vilken typ av stöd man önskade. När informanterna inte var representanter för verksamheten, utan hade inblick av andra skäl, som i fallet Cykelpoolen, såg intervjuerna något annorlunda ut. Intervjuerna varade mellan 1–2 timmar. De spelades in och transkriberades. Transkriberingarna har tolkats tematiskt utifrån frågeställningar som varit viktiga för projektet. Dessa teman återkommer i analysen och berör vision och bidrag, målgrupper och barriärer.

Eftersom intervjuerna genomfördes för ett par år sedan, och de studerade verksamheterna har utvecklats under dessa år har vi följt upp intervjuerna genom frågor per e-post till de intervjuade. Frågorna var delvis specifika, och berörde skeenden och detaljer som togs upp på intervjuerna, men också allmänna, exempelvis ”vad har hänt sen vi talades vid”. Några informanter svarade detaljerat, andra gav korta övergripande svar och några har inte svarat.

Under projektets gång har vi samlats skriftligt material om de olika initiativen. Vi har intresserat oss för hur initiativen kommunicerar sin verksamhet i media, genom egna kanaler som hemsidor och konton på sociala medier. Vi har också tagit del av rapporter som beskriver verksamheten från olika perspektiv, som hållbarhetsrapporter eller slutrapporter efter avslutade projekt. Vi har sökt denna typ av information kontinuerligt, vilket möjliggjort att vi kunnat uppmärksamma förändringar i verksamheterna. Det skriftliga materialet har varit omfattande och skulle i många fall kunna utgöra empiri för egna analyser. Vi har dock inom ramen för denna rapport framförallt använt det skriftliga materialet som bakgrundsmaterial för att hjälpa oss att beskriva verksamheterna. Ingen systematisk analys av materialet har genomförts.

2.3. Analys: ögonblicksbilder

En utmaning har varit att hitta ett sammanhållet sätt att analysera fem väldigt olika verksamheter som befinner sig i vitt skilda sammanhang. Som vi beskrivit inledningsvis skiljer sig de studerade verksamheterna när det gäller skala på verksamhet (lokal, nationell, global), sektor (mat eller transport) samt affärsmodell (ideell eller kommersiell). En fördel med denna heterogenitet är att vi kan synliggöra att de omställningsprocesser som pågår i Sverige och internationellt är olika till sin karaktär. Vi kan således belysa olika spänningar som uppstår i strävandet efter olika typer av hållbara framtider samt också resonera kring möjligheter och problem med olika omställningslogiker. Heterogeniteten har dock gjort det svårt att analysera fallen i sin helhet, och ta hänsyn till de olika förutsättningarna. Varje fall kräver sin egen detaljerade analys för att ge en rättvis bild av dessa förutsättningar². Vi har därför valt ut exempel från varje fall där spänningar uppstår till följd av omställningstryck. På så sätt lyfter vi ”ögonblicksbilder” från det rika materialet vi har, snarare än att erbjuda heltäckande analyser av de fem fallen. Det analytiska arbetet har som en följd av detta inriktats på att identifiera situationer i intervjuerna där omställningslogiker blir tydliga, exempelvis när intervjupersonerna beskriver sin verksamhet och visioner och drivkrafter kopplat till denna. Det handlar också om att lyfta fram situationer som i intervjuerna beskrivs som särskilt svåra eller utmanande från ett omställningsperspektiv.

² Inom ramen för forskningsprojektet har vi gjort djupare analyser av de enskilda fallen.

2.4. Analys: miljömässiga och sociala effekter

Ett mål med studien var att identifiera de huvudsakliga miljömässiga och sociala fördelarna och riskerna med de studerade initiativen, baserat på liknande studier som finns tillgängliga i litteraturen. De resultat som presenteras ger en indikation på potentiella positiva eller negativa miljömässiga och sociala effekter av företagets verksamhet. Analysen lyfter de miljömässiga och sociala effekterna för varje fallstudie. De bygger på en litteraturgenomgång av vetenskapliga artiklar och rapporter samt webbplatser som beskriver fallstudierna på olika sätt. I miljöanalysen var fokus framför allt på effekten på klimatet, och den bestod av sammanställning och analys av livscykelanalys-studier (LCA-studier). Klimatpåverkan analyserades i koldioxidekvivalenter (CO_2e), ett mått som används för att jämföra utsläppen från olika växthusgaser, som till exempel koldioxid (CO_2), metan (CH_4), etc. Beroende på typ av fallstudie, och på den information som finns tillgänglig i relevanta studier beaktades även andra miljöaspekter, som vattenavtrycket eller energiberoendet. Prioritet gavs till de senast utförda studierna inom samma geografiska område, i detta fall Sverige. Detta bygger på antagandet att studier från samma land kommer att ha fler likheter med våra fallstudier. Om det saknades svenska studier utökades sökningen till EU och därefter till länder från andra kontinenter. Osäkerheten i analysen ökar när data från Sverige saknas och data från olika platser jämförs. I livscykelanalyser jämförs olika produkter baserat på en funktionell enhet, som till exempel kan vara ett kg eller en kubikmeter av produkten, och sedan beräknas de resurser som går åt för att producera denna enhet. Till exempel jämförs livsmedelsprodukter på grundval av massa. Detta har ifrågasatts eftersom produkterna har olika funktioner. Vissa mjölkprodukter är till exempel mer proteinrika medan andra är mer näringsrika (Röös m.fl., 2018), och det finns ingen samsyn kring vilken som är den bästa funktionella enheten. Studier beställs också ofta av företagen själva, vilket kan påverka objektiviteten. Livscykelanalyser är trots detta ett av de bästa sätten för att kunna jämföra miljöpåverkan på olika produkter. Nyckelorden som användes för att söka efter relevanta miljöstudier kopplat till de produkter som finns i fallstudierna inkluderade: LCA, hållbarhet, miljöpåverkan, vattenavtryck, energi, koldioxidreduktion, Sverige, Europeiska unionen. Sökningen på den sociala aspektens studier utfördes med hjälp av följande nyckelord: social, jobb, hälsa, Sverige och Europeiska unionen. Ett tjugotal vetenskapliga artiklar och ungefär lika många webbsidor och rapporter närlästes gällande både de miljömässiga och sociala fördelarna och riskerna. De sociala aspekterna identifierades mestadels i nyheter eller på fallstudiernas webbsidor. Slutligen kopplades varje potentiell miljö- och social fördel som identifierats till FN:s mål för hållbar utveckling. De delmål och medel som finns för varje mål kopplades till de respektive fallen baserat på författarnas uppskattning.

3. Gröna praktiker i matsektorn

Matsektorn behöver ställa om utifrån flera perspektiv. Att producera och konsumera mer växtbaserad mat är ett sätt att skapa förutsättningar för cirkuläret. Strategier för svinn är också viktiga eftersom överproduktion och matavfall gör att en stor mängd mat förstörs. Matsektorn präglas idag av industriell matproduktion för masskonsumtion på den globala marknaden. Några få företag har stor makt över hela sektorn. Samtidigt som storföretagen efterfrågar reglering av marknaden som gynnar dem finns det tryck från exempelvis EU att skapa regelverk och lagstiftning som ger förutsättningar för en mer hållbar produktion och konsumtion av mat. Det görs framförallt genom certifieringar av ”hållbara” verksamheter men också genom subventioner, exempelvis till ekologiskt jordbruk (Holt Giménez och Shattuck, 2011). Det konventionella jordbruket subventioneras, i likhet med transportsektorn, när det gäller kostnaderna för byggande och underhåll av infrastruktur.

Miljökostnaderna tas heller inte hänsyn till fullt ut. Nuvarande matproduktionen och politiken den omgärdas av, väcker också frågor om hunger, fattigdom och matsäkerhet. Aktörer som FN driver dessa frågor. I Sverige har hälften av jordbruken försvunnit sen 1970-talet, samtidigt som storleken på de jordbruk som finns kvar har vuxit och så även volymen av den producerade maten (von Oelreich och Milestad, 2017). Mer ekologisk mat har setts som ett viktigt politiskt mål, både från de politiska institutionerna och gräsrotsrörelserna. KRAV bildades 1985 och har sen dess samlat eko-rörelsen och arbetat för mer krav-märkning. Utöver KRAV saknas större nätverk eller system för mer hållbar matproduktion. Idag står tre större återförsäljare för över hälften av den ekologiska matförsäljningen (Ibid.). Att ta fram alternativ till industriproducerade kött- och mejeriprodukter är ett annat sätt att utmana den konventionella matindustrin på (Mylan, m.fl. 2019). Att konsumera produkter från djur ifrågasätts i allt större omfattning, av såväl klimat-, miljö- och hälsoskäl, men också av djuretiska skäl. I Sverige har flera producenter och återförsäljare av växtbaserad produktion varit framgångsrika. En annan aspekt av matens hållbarhet som lyfts i tidigare forskning är matsvinnet. År 2011 uppskattade Agriculture Organization of the United Nations (FAO) att en tredjedel av världens mat gick förlorad eller slösades varje år genom hela leveranskedjan (FAO, 2021a). Situationen i Sverige är inte annorlunda. Data från Naturvårdsverket visar att 2018 står primärproduktionen för 98 000 ton matavfall respektive 100 000 ton matavfall från mataffärer (Naturvårdsverket, 2021). Därför finns det ett behov av att identifiera strategier även för att minska matsvinnet. Det är i dessa sammanhang våra fall av gröna praktiker, Bärta, Oatly och Matmissionen, verkar i.

Bärta är ett växtbaserat protein som kallas tempeh. Det tillverkas av Swedish Temptation AB och görs genom fermentering och groddning av svenskodlade ärter. De råvaror som används i produktionen sägs ha låg klimatpåverkan och tillverkningsprocessen sägs minska matsvinnet i produktionen³. Pia Qvarnström har grundat verksamheten, som inleddes med tillverkning av produkten i det egna köket i Årsta, Stockholm, och försäljning i foodtruck under namnet ”Mögel”. Verksamheten har nu vuxit och flyttat till ett produktionskök i Karlshamn. Produkten Bärta finns idag i över 400 butiker runt om i Sverige. Bärta meddelade nyligen att de tar in kapital från bland annat Almi Invest. De ska anställa flera personer, automatisera produktionen och satsar globalt, först den nordiska och europeiska marknaden (Food Supply, 2021). Bärta har varit nominerad till mängder av priser och vunnit flera utmärkelser för sitt arbete. Nu befinner sig verksamheten i en expansionsfas.

Matmissionen är en ideellt organiserad livsmedelsbutik, också kallad ”matbank”, med Stadsmissionen som samordnande part. Matmissioner säljer överbliven mat från matvarubutiker till kraftigt reducerat pris till socio-ekonomiskt svaga hushåll. Målet är att reducera matavfall och samtidigt höja livs kvaliteten för personer som är ekonomiskt och socialt utsatta. Det finns matcentraler i flera svenska städer, i denna rapport är dock fokus på Matmissionen i Stockholm. Här finns två sociala matbutiker och ett lager med tillhörande logistik och transport. Vem som helst kan handla i butikerna

³ <https://swedishtemptations.com/om-oss#swedish-temptations>, 2021-10-21

men det är endast medlemmar med låg inkomst som får handla till rabatterat pris, det vill säga 30 procent av ordinarie pris. Under 2020 tog Matmissionen i Stockholm hand om 800 ton livsmedel.

Oatly är ett svenskt företag, lokaliserat i Skåne, som sedan starten 1993 producerar, marknadsför och säljer produkter som är tillverkade av havre, så som yoghurt, dryck och glass, i hela världen. Företaget har ca 500 anställda och har fördubblat sin försäljning de senaste åren. Produkterna tillverkas av svensk eller finsk havre. En central del av verksamheten handlar om att ifrågasätta konventionell mejeriproduktion från ett miljö- och hälsoperspektiv. Exempelvis redovisas klimatavtryck på produkterna parallellt med att företaget driver kampanjer för att alla matprodukter på marknaden ska redovisas på liknande sätt. Oatlys miljöengagemang har ifrågasatts efter att företaget under 2020 tagit emot investeringspengar från Blackstone Growth, ett investmentbolag som bland annat aktivt bidrar till skövlingen av regnskogen i Amazonas⁴. Även att Oatly har kinesiska investerare har väckt debatt eftersom det kan tolkas som ett stöd för den kinesiska auktoritära regimen.

3.1. Miljömässiga och sociala effekter

3.1.1. Matmissionen

Livsmedelssystemet står för mer än en tredjedel av de globala utsläppen av växthusgaser (FAO, 2021a). Som nämnts tidigare slängs dessutom en stor mängd mat bort. Därför är matsvinn definierad som ett prioriteringsområde för att stärka cirkulära flöden i Europa och matsvinn finns med i handlingsplanen för cirkulär ekonomi som upprättades av Europeiska kommissionen 2015 (Europeiska kommissionen, 2015). En av strategierna som övervägs är att minska mängden matsvinn i livsmedelsbutiker. Detta kan göras genom att dela ut, eller på annat sätt omfördela, mat av god kvalitet, som av olika skäl varje dag slösas bort i butikerna.

Matmissionen är utifrån denna bakgrund ett projekt med potential att göra ett stort miljöbidrag till samhället. Idén är att alla människor ska ha råd att äta ordentlig mat, och samtidigt minska mängden ätbar mat som slösas bort varje dag. På så sätt inkluderas även sociala mål. Butikerna fokuserar på att sälja huvudsakligen frukt och färskvaror som behöver omsättas snabbt. Matvarorna måste hålla god kvalitet och säljas i obrutna förpackningar. Projektet bidrar direkt till fyra av FN:s hållbarhetsmål (FN, 2021), nämligen:

- Mål 2: Ingen hunger,
- Mål 4: God utbildning för alla,
- Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion, och
- Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna.

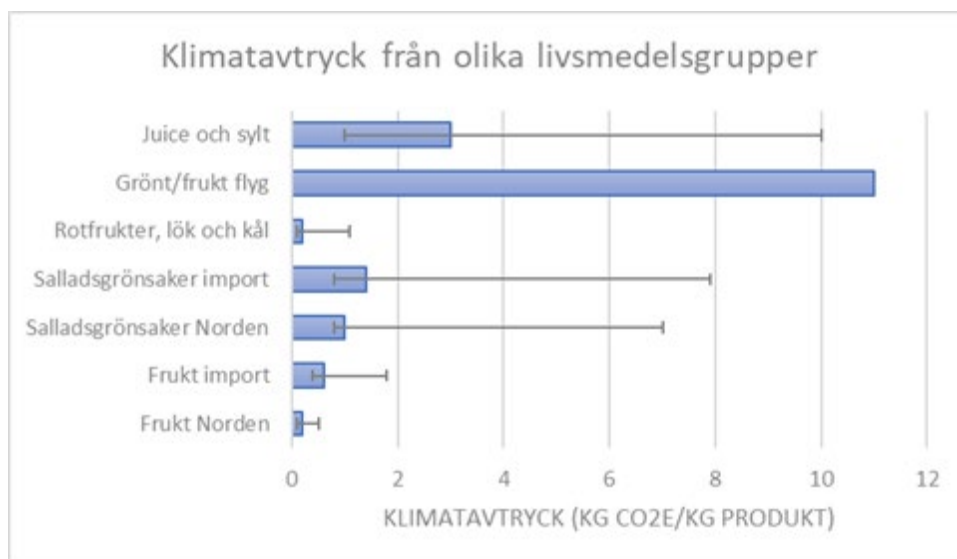
Matmissionen har en stark social ståndpunkt, med fokus på huvudsakligen två aspekter. Den första aspekten är att ge alla människor tillgång till bra mat. Projektet prioriterar medlemmar som inte har råd att köpa mat i vanliga livsmedelsbutiker. Ansökan om att bli medlem görs via en app och godkänns efter bedömning av Matmissionen. Även icke-medlemmar är välkomna att handla i butiken på grund av att frukt och färskvaror måste säljas snabbt. Den andra aspekten är att Matmissionen erbjuder ett arbetsträningsprogram som syftar till att öka människors möjlighet till ett framtida jobb i samhället (Matmissionen, 2021a). Under januari till september 2021 har Matmissionen haft 36 personer i arbetsträning fördelat på två butiker och ett lager. På så sätt bidrar Matmissionens projekt aktivt till två av FN:s sociala mål, mål 2.1 (säkerställa mat för alla) och mål 4.4 (väsentligt öka antalet ungdomar

⁴ Se exempelvis ”Oatly säljer sin själ”, artikel av Fredrik Gertten i Sydsvenska dagbladet 15 juli 2020, <https://www.sydsvenskan.se/2020-07-15/oatly-saljer-sin-sjal> (hämtad 2022-02-01). Artikeln ledde till en omfattande medial debatt med inlägg i rikstäckande tidningar som Dagens Nyheter, Göteborgs-posten, Dagens ETC och Dagens Industri.

och vuxna som har relevanta färdigheter). Matmissionen bidrar till säker, näringsrik och tillräcklig mängd mat året runt särskilt för fattiga och människor i utsatta situationer (inklusive spädbarn) (Mål 2.1). Matmissionen bidrar till mål 4.4 genom att bidra till att öka antalet ungdomar och vuxna som har relevanta färdigheter, inklusive tekniska och yrkesmässiga färdigheter, för sysselsättning, anständiga jobb och entreprenörskap.

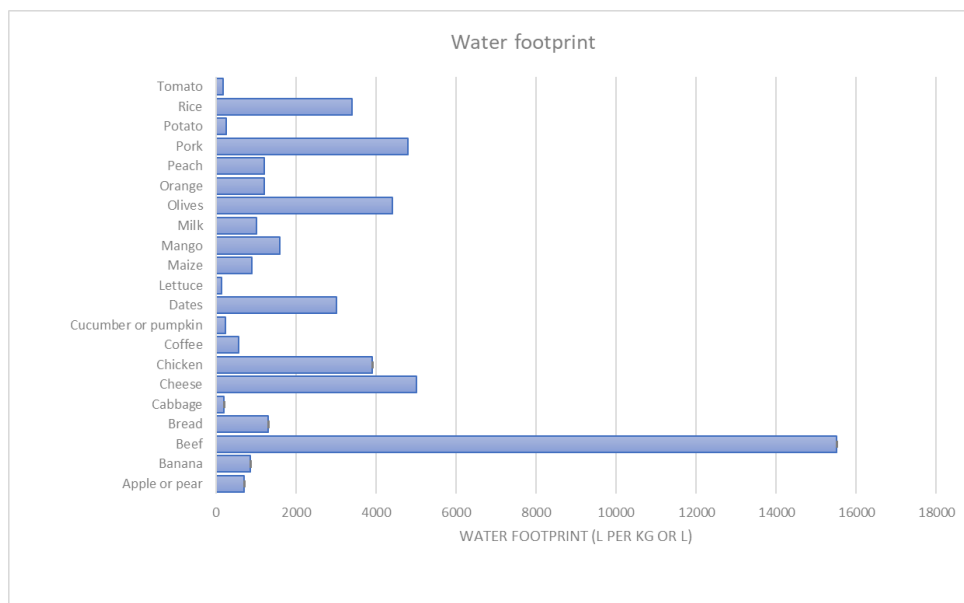
Miljö är också en viktig aspekt hos Matmissionen. Det finns två huvudsakliga sätt att reducera miljöpåverkan i leveransfasen: minskad miljöpåverkan på grund av att färre nya produkter behöver produceras, och minskning av miljöpåverkan från matavfallshantering. I två Matmissionsbutiker är genomsnittet av matbesparing i dagsläget strax över 70 ton/månad. Dessutom levererar Matmissionen ut strax över 20 ton mat per månad till sociala verksamheter i Stockholmsområdet.

Utsläpp av växthusgaser, vattenförbrukning och markanvändning är de viktigaste källorna till negativ klimat- och miljöpåverkan från livsmedelsproduktion. Detta kan minskas genom att undvika produktion av nya livsmedelsprodukter. Utsläppen av växthusgaser inkluderar koldioxid-, NO_x- och CH₄ från jordbruksproduktion, förpackning och transporter. För frukt som konsumeras i Sverige är växthusutsläppen framförallt beroende av produktens ursprung samt vilken typ av transporter som används. Röös (2014) har tagit fram Mat-klimat-listan för att sammanställa och tillgängliggöra klimatavtrycket för olika livsmedelskategorier i Sverige. Livsmedelskategorier har en hög grad av osäkerhet eftersom de överväger olika typer av produkter från olika platser i varje kategori. Studien är en litteraturöversikt och kan ge en god indikation på produkter med högre miljöpåverkan; några exempel på produkter presenteras i Figur 1. Det vi vill lyfta fram här är att maten som säljs i Matmissionen minskar antalet nya produkter som annars skulle produceras. Detta är ännu viktigare med tanke på att det finns många livsmedel som konsumeras i Sverige som importeras från andra länder, och som har en större miljöpåverkan. Så det är viktigt att se till att livsmedelsprodukterna inte hamnar som avfall.



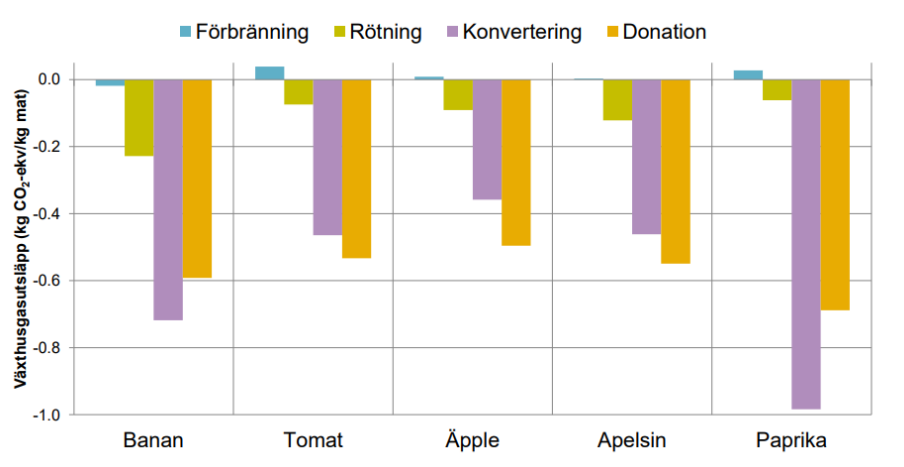
Figur 1. Klimatavtryck från olika livsmedelsgrupper med hänsyn till primärproduktion inklusive insatsvaror, förädling, förpackning och transport till Sverige (Röös, 2014).

Vattenförbrukning är också en viktig aspekt av matkonsumtionen. I Figur 2 visas exempel på vattenfotavtrycket för några livsmedelsprodukter. Vattenfotavtrycket anger den totala mängden vatten, som behövs för att producera olika produkter. Under de senaste åren har det skett en betydande externalisering av vattenförbrukning för att producera varor som konsumeras av europeiska medborgare, på grund av den ökade importen av produkter från andra delar av världen (Foarare, 2008). Matmissionen kan därmed bidra till att minska vattenförbrukningen, genom att de varor som produceras inom livsmedelsproduktion används/konsumeras istället för att förfaras.



Figur 2. Vattenavtryck för ett antal livsmedelsprodukter (Foarare, 2008).

Klimat- och miljöpåverkan relaterad till hanteringen av matavfall, inkluderar insamling av avfall och hantering av uttjänta livsmedel. Eriksson m.fl. (2015) jämförde i en svensk studie fyra olika avfallshanteringsalternativ till deponering av fem olika produkter, presenterade i Figur 3. I figuren kan man se att donering och konvertering (till exempel genom att använda matavfallet för att producera foder) är de överlägset bästa alternativen för matavfall.



Figur 3. Alternativen för matavfall (Eriksson m.fl., 2015).

Genom ett nytt samarbete mellan Stockholms Stadsmission (Matmissionen), Svensk Dagligvaruhandel och Dagligvaruleverantörers Förbund kan tre nya butiker öppna. De tre nya butikerna kan rädda upp till 3 000 ton livsmedelsprodukter per år som annars riskerat att bli svinn. Detta motsvarar ett klimatavtryck på 4 700 ton CO₂. Ytterligare 6 000 medlemmar förväntas få tillgång till Matmissionen samtidigt som 45 nya platser för arbetsträning och upp till 21 nya arbetstillfällen skapas (Matmissionen, 2021b).

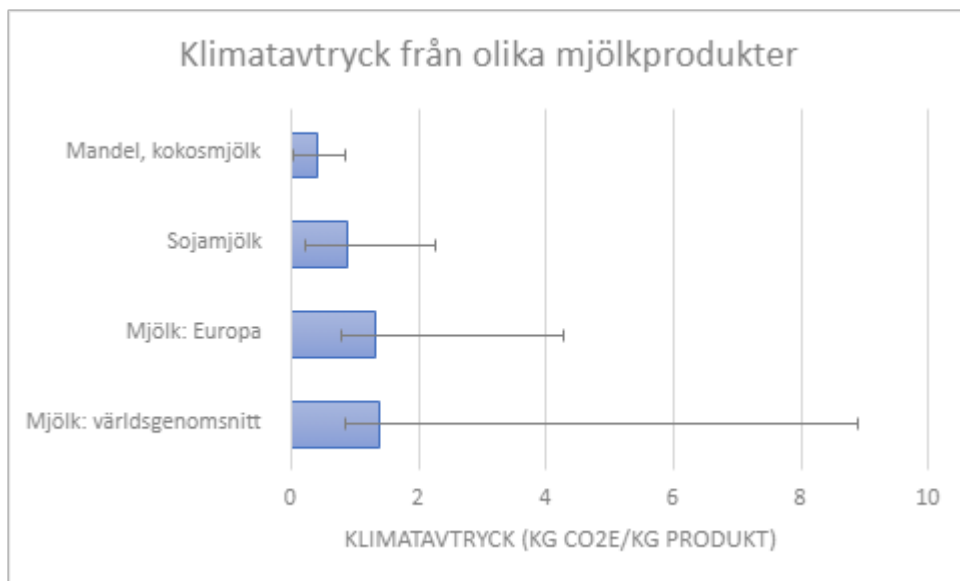
Sammanfattningsvis bidrar projektet Matmissionen aktivt till att uppfylla två miljömål som definieras i FN:s hållbarhetsmål, nämligen mål 12.3 som syftar till att minska det globala matsvinnet per capita till hälften både inom detaljhandeln och på konsumentnivå till 2030 jämfört med 2015, och mål 13.1 som innebär att stärka motståndskraften och anpassningsförmågan till klimatrelaterade faror och naturkatastrofer i alla länder.

3.1.2. Växtbaserade produkter

Växtbaserade produkter som alternativ till animaliska produkter blir allt mer populära och under de senaste åren har konsumtionen ökat betydligt. I Europa har den växtbaserade livsmedelsindustrin vuxit med cirka 50 procent under de senaste två åren. De viktigaste växtbaserade produkterna är mejeribaserad mjölk, yoghurt, ost, glass och alternativ till fisk (Europeiska kommissionen, 2021). I Sverige har försäljningen av växtbaserade livsmedel legat mellan 15 och 30 procent under de senaste fem åren. Försäljningen av alternativa köttprodukter (vegetabiliska proteiner) har vuxit med cirka 15 procent de senaste åren, och växtbaserade mejeriprodukter ökar med 17 procent årligen (Växtbaserat Sverige, 2020).

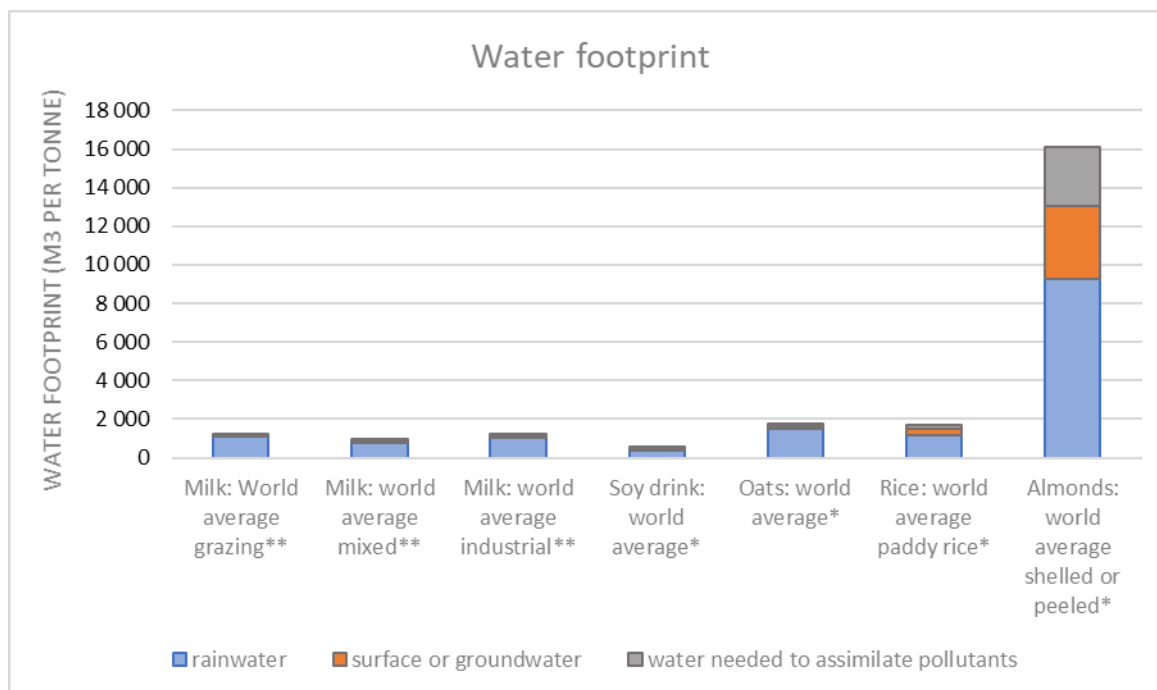
Alternativ till komjölk, exemplet Oatly

Växtbaserade mjölkprodukter blir mer och mer populära. Exempel på växtbaserade mjölkprodukter inkluderar soja-, havre- och mandelmjölk. I litteraturen finns ett antal studier där växtbaserade produkter jämförs med komjölk. Clune m.fl. utförde 2017 en LCA-studie baserad på en systematisk granskning av 369 studier. Clune undersökte koldioxidavtrycket fram till att produkten finns tillgänglig i butiker. Figur 4 visar exempel på miljöpåverkan för komjölk och växtbaserade produkter som ingick i Clunes studie. Som framgår av Figur 4 finns en betydande skillnad i koldioxidavtryck mellan olika mjölkprodukter. De två växtbaserade produkterna (soja- och mandelmjölk) hade en signifikant lägre miljöpåverkan jämfört med komjölk, men annan viktig miljöpåverkan analyserades inte i studien, som till exempel mängden markbehov eller vattenförbrukning. Därmed kan vi säga att produktionen av växtbaserade mjölkprodukter i många fall kan bidra till FN:s hållbarhetsmål 9: Hållbar industri, innovationer och infrastruktur. Detta beror inte bara på att dessa typer av produkter kan vara mer miljövänliga, utan också för att vi talar om ny och innovativ produktproduktion.



Figur 4. Klimatavtryck från olika mjölk (data from (Clune m.fl., 2017)).

Röös m.fl. genomförde 2018 en litteraturöversyn av flera växtbaserade produkter. Studien behandlade också produkternas övriga miljöpåverkan utöver climateffekten, inklusive vattenförbrukning. Figur 5 visar vattenförbrukningen (vattenavtrycket) för de mjölkprodukter som ingick i studien. De växtbaserade produkterna har en högre vattenförbrukning jämfört med komjölk. Skillnaden mellan olika växtbaserade mjölkprodukter är likväl stor, och mandelmjölk är den produkt med störst vattenförbrukning.



Figur 5. Vattenavtryck (vattenförbrukning) för olika mjölkprodukter (data från Röö's m.fl., 2018). *(Mekonnen och Hoekstra, 2011), **(Ercin m.fl., 2012).

Oatly är kanske den mest kända tillverkaren av havreprodukter. En av de mest kända produkterna är havremjolk. Enligt Oatly resulterar produktionen av havremjolk i 80 procent lägre växthusgasutsläpp, 60 procent mindre energianvändning och 80 procent mindre markanvändning jämfört med komjolk (Oatly, 2017). Oatly kan därmed ha en betydande inverkan på minskningen av klimatpåverkan vid tillverkning av livsmedel, och därför bidra väsentligt till Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion. Dessutom har företaget enligt Oatlys egna hållbarhetsrapport, arbetat på flera områden för att minska miljöpåverkan. Företaget strävar efter att använda 100 procent av förnybara förpackningsmaterial och har redan uppnått 87 procent år 2020. Energipåverkan var 0,034 KWh/liter, varav 49 procent kommer från förnybara energikällor (Oatly, 2020). Oatlys växtbaserade alternativ till komjolk kan, om den ersätter och inte enbart blir ett tillägg till nuvarande produktion, bidra till två av FN:s hållbarhetsmål (FN, 2021), nämligen:

- Mål 9: Hållbar industri, innovationer och infrastruktur, och
- Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion.

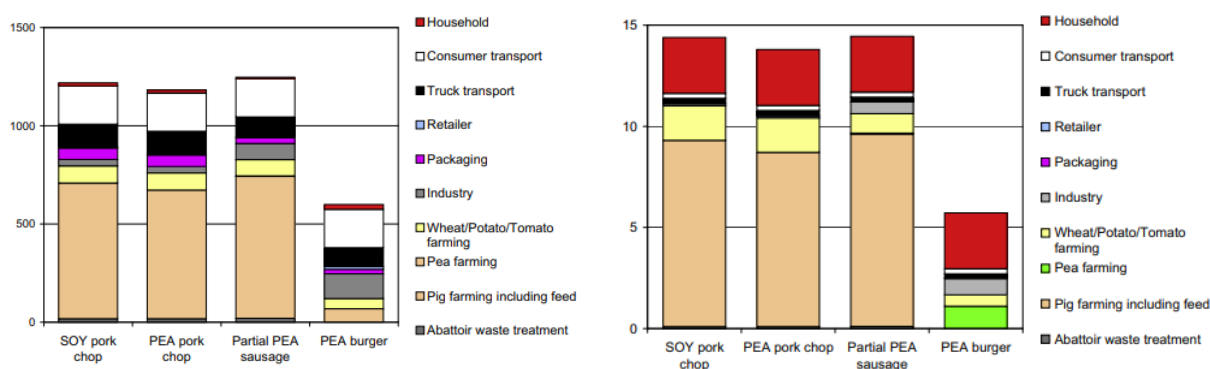
Mer specifikt kan man säga att Oatly bidrar aktivt till ett socialt mål och ett miljömål som definieras av FN:s hållbarhets mål, nämligen 9.2 – verka för en inkluderande och hållbar industrialisering.

Alternativ till kött, exemplet Bärta

Matproduktion är förknippad med stor miljöpåverkan eftersom den upptar cirka 50 procent av marken, genererar cirka 26 procent av de globala växthusgaserna och svarar för 70 procent av den globala sötvattenanvändningen (Ritchie och Roser, 2020). En av de främsta anledningarna är boskapsproduktion. Till exempel använder boskapskötsel 70 procent av jordbruksmarken och en tredjedel av åkermarken (Chai m.fl., 2019). Dessutom har boskap också en stor inverkan på växthusgasutsläpp till följd av förändringar i markanvändning (CO₂), enterisk jäsning från idisslare (CH₄) och gödselhantering (N₂O) (Shadow, 2006). Det är därför viktigt att hitta alternativ boskapskötsel som är mer miljövänligt såväl som helt andra proteinalternativ och minska onödig överskottskonsumtion av protein.

Marknaden för växtbaserade proteiner växer i Europa med en årlig ökning på cirka 7 procent per år globalt. Under 2018 var sojabönor, baljväxter (spannmål och foder) och oljeväxter de vanligaste proteinrika plantorna som konsumeras i Europa. EU har dock ett stort underskott på växtproteiner och importerar det mesta som EU:s jordbrukssektor behöver (Europeiska kommissionen, 2018).

En studie från 2010 (Davis m.fl., 2010) analyserade miljöpåverkan av olika måltider med olika proteinkällor i Sverige och Spanien. De fyra måltiderna som jämfördes var: Sojabaserad fläskkotlett; fläskkotlett producerat med konventionellt foder; ärtbaserad fläskkotlett – Fläskkotlett producerat med alternativt foder; korv delvis ärtbaserad – Måltid med delvis ersättning av griskött med ärtor, och; ärtbaserad burgare – Måltid med full ersättning av kött med en ärtburgare (ärtorna odlas i Europa). Studiens huvudsakliga slutsats var att det var miljömässigt fördelaktigt att ersätta kött med ärtor. Tillägget av fler baljväxter till mänsklig näring hjälper potentiellt till att minska global uppvärmning, övergödning, försurning och markanvändning (Figur 6). När det gäller energianvändningen var det ingen signifikant skillnad mellan en helt vegetarisk måltid baserad på ärtburgare och de andra måltiderna som innehöll kött.



Figur 6. Till vänster: Global uppvärmningspotential (100 år) för måltidsscenarier där en köttmåltid jämförs med måltider där ärtor helt eller delvis ersätter kött (g CO₂e/meal)(Davis m.fl., 2010). Till höger: Eutrofieringspotential för samma måltidsscenarier (g N-eq/meal)(Davis m.fl., 2010).

Produkten Bärta ersätter kött med en groddad och fermenterad gul ärt från Sverige. De ärtor som används i produktionen valdes just för dess låga klimatavtryck. Projektet kan sägas bidra direkt till två av FN: s hållbarhetsmål, nämligen (FN, 2021):

- Mål 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur, samt
- Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion.

I likhet med Oatlys produkter, bidrar Bärtas produkter aktivt till FN:s hållbarhets mål 9.2 – verka för en inkluderande och hållbar industrialisering. Till 2030 förväntas industrin bidra till ökad sysselsättning och BNP, i enlighet med nationella förhållanden, och fördubbla denna andel i de minst utvecklade länderna och 12.2 uppnå en hållbar förvaltning och ett effektivt nyttjande av naturresurser

3.1.3. Sammanfattning

Vår analys av tidigare forskning gällande matsektorn visar att det finns stor hållbarhetspotential i att äta den mat som en gång tillverkats och transporterats till konsument. På så sätt är Matmissionen en lovvärd satsning, som dessutom på ett mycket konkret sätt bidrar till att bekämpa fattigdom och utrota hunger. Proteinskifte, från animaliskt kött och mejeri, till vegetabiliska motsvarigheter leder också till en mer effektiv resurshantering eftersom ett led i kedjan kan kortas av. Det gäller särskilt när produktionen är lokal och långväga transporter kan undvikas. Potentialen beror dock på bland annat hur mycket vatten och landareal som produktionen kräver. Produktion av havre- och ärtprodukter, som i de fall vi studerat, kan leva upp till sådana krav, med villkoret att de ingår i cirkulära flöden där det inte produceras överskott samt att produkterna ersätter storskaligt industriproducerat kött.

3.2. Gröna logiker

De studerade initiativen har väldigt olika förutsättningar. Oatly verkar på en global marknad, har en stark tillväxt och har idag flera hundra anställda. Bärta är fortfarande en liten aktör på en begränsad marknad även om de expanderar under 2022. Matmissionen är beroende av marknadens aktörer för att få tillgång till produkter. Detta präglar hur aktörerna resonerar kring sitt bidrag och de utmaningar de möter. När det gäller gröna logiker, det vill säga vilken syn på omställning de har, finns det både likheter och skillnader i hur de talar om ett hållbart samhälle och vägen dit.

Informanterna från Oatlys reflektioner om ett mer hållbart samhälle bygger på olika gröna logiker. Å ena sidan ifrågasätter de dagens ekonomiska system som bygger på den ekonomiska tillväxten som självändamål, eftersom det bygger på att naturens resurser behandlas som oändliga. De efterfrågar ett system som tar hänsyn till "naturens rättigheter" (Hållbarhetsexpert, Oatly). De efterfrågar modeller där andra värden än tillväxt ges lika stora eller större hänsyn. Marknadschefen som vi intervjuade menar att efterfrågan på billig mat utgör en allvarlig barriär. Som ett exempel lyfter hon fram Pensionärernas riksförbund (PRO) som förespråkar en matkasse som inte överstiger ett visst pris:

(...) Att maten ska vara så billig trots att det tar så mycket av naturens resurser i anspråk, jag tycker den [matkassen] är skit alltså (...)

Parallellt med denna ekologiska logik, präglas deras redogörelse för verksamheten och visioner framåt samtidigt av en ekomodern logik, uttryckt genom en teknooptimistisk syn på framtiden. Innovationer inom food-tech ses som den bästa möjligheten för att nå ett verkligt hållbart livsmedelssystem. Marknadssystemet beskrivs å ena sidan som ett hinder för ett hållbart matsystem:

Ett kapitalistiskt system, det främjar ju inte [livsmedelssystemet]. Samtidigt presenteras marknadsmässiga lösningar för att åtgärda dessa problem: "Mat är ju alldeles för billigt idag. Det är ju det som är den verkliga krisen. (...) tänk om det kostade vad det verkligen kostade, om man internaliserade externaliteterna.

Informanterna från Oatly sätter idéer, normer och värderingar i centrum för den samhällseliga utvecklingen. Det präglar företagets profil och hur man kommunicerar sin verksamhet. Visserligen framhålls de rent konkreta fördelarna med havreprodukterna i termer av minskade utsläpp som en övergång från havre till komjölk skulle utgöra, men intervjun igenom trycks det på det viktiga och omfattande medvetandehöjande arbete som Oatly genomför. Det talas vid upprepade tillfällen om "mjölknormen", indoktrineringen in i den och det norm- och värderingsbaserade arbete som Oatly gör för att motverka den. Oatlys bidrag till den gröna omställningen presenteras mer eller mindre som lika delar produkt – havre istället för mjölk – lika delar aktivistarbete:

Så det vi gör, det är att driva en samhällsförändring för ökad produktion och konsumtion av växtbaserade mejeriprodukter. Och då gör vi det genom att inspirera och öka kunskap hos prioriterade målgrupper och individer.

Under intervjun med Bärtas grundare var en ekologisk logik mer framträdande. Till skillnad från representanterna för Oatly, är hon skeptisk mot teknikens potential att bidra till den gröna omställningen:

Jag tror inte att tekniken kommer lösa så att vi kan leva som vi gör idag, utan vi kommer att behöva leva mycket enklare (...) vi kommer inte kunna shoppa oss till en miljövänlig livsstil.

I linje med den ekologiska logiken framhåller hon istället att för att nå en hållbar framtid krävs en omfattande omställning av nuvarande samhällsmodell där arbete likaväl som mat- och klädproduktion ser annorlunda ut:

(...) Vi behöver ju ändra synen på vad, vad vi har rätt till på den här jorden så att säga
(...) vi kan inte jobba normala timmar och tro att det ska räcka till så mycket resurser,
utan arbete kanske måste bli mer en del av vårt liv, och som räcker till mat och det vi
behöver ha på oss.

Det är alltså en konsumtionskritisk hållning, som handlar om att konsumtion och produktion överlag måste minska, snarare än att göras grön genom konsumtion av förment hållbara produkter. Utifrån denna syn beskriver grundaren verksamhetens bidrag till den gröna omställningen som begränsad, i och med att hon ”endast” erbjuder ännu en grön produkt. Samtidigt spelar det naturligtvis en roll för klimatet att produkter som hennes finns: ”Jag tänker ju också att varje måltid som innehåller det här istället för något annat är bättre”.

I produktionen av Bärta används lokala råvaror och produktionen är småskalig. Det ger exempel på att det går att ta fram mat som varken bygger på överutnyttjande av resurser eller bidrar till beroende av långväga transporter. Här finns en omställningspotential som är radikal och bygger på den ekologiska logiken i och med att den visar att det är möjligt att producera på sätt som bryter mot nuvarande regim, som vi i inledningen av kapitlet beskrev som präglad av industriell matproduktion för masskonsumtion på den globala marknaden. Småskaligheten är en del som Bärtas grundare själv betraktar som radikal:

Den skala vi har nu, om den skulle kunna bli lönsam – alltså att vi kan gå runt på den –
Då skulle vi kunna vara en förebild (...) Alltså om vi säger att det funkar, det skulle ju
vara en vision då (...) Vi måste inte bli större, den här skalan funkar.

Men det är trots detta just skalan som gör det svårt för Bärta att överleva, och som bidrar till att spänningen mellan en ekologisk vision och en mer krass ekomodern logik uppstår. För att kunna överleva tror grundaren att det krävs en försäljning av antingen varumärke eller företag. Ambitionen för företagets påverkan formuleras utifrån dessa premisser: i första hand överlevnad, därefter de större målen. På sikt hoppas Bärta bli så pass stora att de i högre utsträckning kan påverka distributions- och transportkedjan, vilket hon idag identifierar som en av de största begränsningarna i företagets strävan att bidra till omställning. Som liten aktör är dessa processer svåra eller nästintill omöjliga att påverka: ”När vi ringer till företag så svarar de inte ens på våra mail. Vi är helt ointressanta i branschen... För att vi är så jävla små”. Möjligheterna för små gröna matföretag att växa är begränsade, och de som trots allt lyckats – likt Oatly – har i stor utsträckning gjort det tack vare generös forskningsfinansiering menar hon. För att påverka branschen krävs med andra ord en uppskalning – en uppskalning som troligtvis kräver att hon säljer den egna verksamheten. Grundaren uttrycker att det måste bli mer lönsamt att bedriva hållbara, småskaliga företag: ”Jag skulle ju önska att Sverige kunde gå mot ett system där man inte var tvungen att automatisera för att bli lönsam”. Idag är produktionen helt manuell, vilket grundaren menar är det absolut bästa ur ett hållbarhetsperspektiv, men innebär att det är svårt att få ihop det ekonomiskt. En automatisering av produktionsprocessen hade möjliggjort en större produktion. Verksamheten befinner sig därför i ett slags moment-22 där mål om lönsamhet och hållbarhet ständigt kolliderar. Den spänning mellan den ekologiska visionen och den nuvarande ekomoderna logiken sammanfattas träffande av grundaren: ”Man kan tänka att man gör någon form av skillnad och samtidigt inte tro att det kommer att hjälpa så mycket”.

För Matmissionen är det miljömässiga bidraget viktigt, men samtidigt sekundärt för det övergripande målet att bekämpa fattigdom. Det är framförallt det sociala värdet som står i centrum. Ett exempel på det är hur den tillförordnade verksamhetschefen vi intervjuat pratar om sina drivkrafter och varför hon arbetar med Matmissionen: ”Jag är inte superintresserad av den här [miljö]frågan. Eller jag är intresserad, men jag är mer intresserad av socialt arbete, skulle jag säga”. Miljöaspekten är inkluderad som en av verksamhetens tre övergripande mål: ”1) Bidra till minskat matsvinn och därmed påverka miljön. 2) Möjliggöra för människor som lever i ekonomisk utsatthet att handla livsmedel till kraftigt reducerat pris. 3) Erbjudna människor som vill arbetsträna och närma sig arbetsmarknaden genom att ge dem personligt stöd, yrkeserfarenhet inom butik och service, logistik och livsmedelshantering” (Axfood, 2016). Målsättningen är att expandera med ytterligare butiker. I Stockholmsområdet hoppas

Matmissionen kunna ha tre matbutiker inom den närmaste framtiden. De har också arbetat med en ”social franchise-modell” för att underlätta spridandet av liknande matsvinnbutiker runt om i landet. Vid tiden för intervjun undersöktes också möjligheten till att starta ett integrerat transportsystem mellan de olika stadsmissionerna i landet för att koordinera och underlätta arbetet med matsvinnshantering.

Miljöaspekten är alltså ett centralt bidrag med verksamheten, men inte kärnan. Trots att det är en rättvis-logik som präglar verksamheten, snarare än någon form av grön logik, uppstår ett intressant förhållande till nuvarande regim. Att ta tillvara på den mat som överproduceras innebär att svinn kan reduceras, men detta utan att egentligen ifrågasätta överproduktionen som sådan. Detta kan tolkas som att Matmissionen bidrar till att upprätthålla en ekomodern vision om det gröna samhället, där det går att reducera och hantera effekterna av en ohållbar produktion inom nuvarande system, genom lösningar som matbanker. Den intervjuade verksamhetschefen resonerar kring denna spänning genom att lyfta att en långsiktig förhoppning rimligtvis borde vara att man inte längre behövs:

Målet måste ju vara att vi ska förintä oss själva, på något vis. Att vi inte ska finnas.

Både utifrån den sociala aspekten och svinn-aspekten.

Matmissionen fyller en funktion som allra helst inte skulle behövas menar hon, verksamheten har inget självändamål bortom de uppenbara brister som existerar på systemnivå: ”Jag menar, om det inte skulle finnas svinn, då hade vi fått göra något annat”. Jämfört med Bärta och Oatly, behöver inte Matmissionen förhålla sig till krav, eller mål, om tillväxt och uppskalning. När de föreställer sig uppskalning, är det inte för att verksamheten ska överleva på en marknad, utan för att sprida den modell som bidrar till att reducera fattigdomen i första hand. På så sätt bidrar Matmissionen med ett exempel på hur en organisering av matvaruhantering och produktion kan se ut även i samhällen som är organiserade på andra sätt än idag.

Vi har nu lyft fram och gett exempel på hur olika gröna logiker präglar de studerade initiativen i matsektorn. Matmissionens kärnverksamhet bidrar framförallt till social hållbarhet och på sätt inramas verksamheten inte tydligt i gröna visioner. Trots det ingår praktikerna i en omställningskontext som bygger på ekomoderna logiker, då de bidrar till att större livsmedelsbutiker kan reducera sitt matavfall utan att överproduktionen behöver ifrågasättas. Oatlys verksamhet kan tydligast sägas bygga på de ekomoderna logikerna, även om ekologiska tankegångar format företagets inramning, liksom kommunikation. Bärtas verksamhet präglas tydligast av de ekologiska logikerna även om det visar sig vara svårt att utforma verksamheten så att den blir långsiktig genom att utgå från dessa logiker. Våra exempel från matsektorn illustrerar på olika sätt hur nuvarande regim är kompatibel med en ekomodern logik, medan ekologiska logiker är svåra att praktisera. Vi kommer nu lyfta konkreta barriärer det innebär för de studerade omställningsagenterna att befinna sig inom rådande regim. Därefter lyfter vi en specifik spänning som sammanhanget ger upphov till, som har med hur olika målgrupper tilltalas och vad det innebär för medborgarrollen.

3.2.1. Barriärer

Något som påpekats i litteraturen om omställning är att de gröna initiativen stöter på barriärer som kommer sig av en dominerande regim som premierat linjära praktiker. I de studerade fallen från matsektorns finns det flera exempel som kan illustrera detta. Vi vill påpeka att detta är ett urval av barriärer som de studerade initiativen själva lyft, och inte bör betraktas som generella för alla gröna initiativ.

I intervjun med representanter från Oatly lyfter de två barriärer som kopplas dels till ”mjölklobbyn”, dels till bristande teknologiska framsteg. Att subventionerna till den animaliska mejeriproduktionen skulle slopas kan undanröja de största barriärerna. Att diskutera nuvarande regelsystem och föreslå lagändringar som kan gynna vegetabilisk mejeriproduktion, och ifrågasätta industrin kring komjölsmejerier framställs som en viktig strategi för Oatly. Oftast gör man detta genom att lyfta norm- och värderingsfrågor (mer om detta nedan). En konkret utmaning för Oatly är att de i dagsläget

använder avfallet från produktionen av havreprodukter till foder för grisar, något som det råder delade meningar om både inom företaget och bland konsumenter. Hållbarhetsspecialisten på Oatly säger:

Vi har jättemånga konsumenter som utmanar oss på den punkten och tycker att 'hur kan ni ge fiberrester till djur när ni säger att vi behöver förflytta systemet från djur till växtbaserat?' Hur hänger det ihop?

Praktiken kan dock motiveras eftersom det är det mindre dåliga av två dåliga ting och gör att det ändå uppstår en slags "evighetsloop", menar hållbarhetsspecialisten. Men intervjupersonerna framhåller också att somliga kollegor på Oatly inte håller med och att frågan diskuteras livligt internt. De menar att satsningar på så kallad food-tech behövs för att i högre utsträckning uppnå mer cirkulära flöden i företaget. För att stötta sådan utveckling medverkar Oatly i olika forskningsprojekt. I intervjun nämns ett projekt som undersöker hur man kan omvandla avfallet till varor för humankonsumtion.

I linje med vad tidigare lyfte, härleder de barriärer Bärtas grundare tar upp till skalan på företaget. Småskaligheten omöjliggör kontroll över hållbarheten i distributionskedjor. Ett annat problem med småskaligheten är att hitta det stöd hon som liten entreprenör behöver. Många av de inkubatorer hon varit i kontakt med har präglats av en viss, schablonartad, entreprenöriell jargong. Grundaren säger:

Incubators-program (...) Ofta är det så himla... Du ska pitcha, du ska prata om ditt ekosystem och (...) Alltså, det är så himla mycket "by the book"-företagande, och det som jag behöver hjälp med är – hur funkar en streckkod? Alltså det är så konkreta saker: 'Vem sysslar med förpackningar?' Det svåra är att hitta den där som verkligen kan de där konkreta sakerna. Eh... För alla, alla, håller på med liksom företagsteorier.

Därför menar grundaren att hon gärna hade sett att det fanns fler rådgivande instanser, som kan bistå med denna typ av konkreta problem. Vill politiker att det ska finnas fler små, hållbara livsmedelsföretag så måste de "bjuda på den kompetensen", menar hon.

På ett liknande sätt pekar Bärtas grundare på behovet av att anpassa kravmärkningar för att säkerställa att små företag kan dra nytta av dem. Hon beskriver hur de hamnat i en situation där verksamheten uppfyller de krav som ställs för certifieringen men på grund av deras småskalighet kostar kravmärkningen mer än den smakar. Grundarens insyn i branschen har gjort henne skeptisk till KRAV-märkningen: "Det krävs ju ingenting för det" säger hon. Men den designbyrå hon arbetat tillsammans med betonade KRAV-märkningens vikt för kundkretsen vilket blev avgörande. Som följd av småskaligheten har det uppstått problem med att hitta förpackningar som organisationen KRAV godkänner. KRAV kräver en så kallad "Substitute It Now" (SIN)-deklaration på förpackningar. Att hitta leverantörer som är villiga att ta fram påsar med den typen av deklaration till ett företag i Bärtas storlek är extremt svårt:

Det är jättesvårt. För att man är så liten [som producent]. Hade vi sagt att vi beställer för en miljard så hade det inte varit några problem.

Hon upplever att det finns stora problem med certifieringar överlag, då kraven som ställs sällan är radikala, även om just KRAV "håller måttet någorlunda". Det finns trots detta ofta en stor tilltro till certifieringarna bland folk i allmänhet, menar grundaren:

Folk har så dålig koll på det. Och man tror ju att det är lagstiftning, men det är det ju inte. Det är liksom frivilliga grejer.

För att åtgärda de problem grundaren identifierar skulle hon vilja se ett robustare regelverk. Allra helst skulle hon vilja se att regelverket kring exempelvis miljövänliga rengöringsmedel i kök och produktionsytor skärptes så mycket att det inte behövdes några certifieringssystem.

Vidare tar Bärtas grundare också upp hur hållbarhetssträvan ibland krockar med regler kring livsmedelssäkerhet. Möjligheterna till att använda förnyelsebar plast i förpackningar är begränsade, även om det finns goda anledningar till det eftersom de exempelvis kan innehålla allergener. Men hon betonar ändå att det ofta uppstår en krock mellan dessa två ambitioner som hade varit bra att

minimera. Även Matmissionens verksamhetschef beskriver vissa svårigheter som uppstår i relation till regelverk kring livsmedelssäkerhet. Särskilt lyfts problemen kring så kallad spårbarhet. Sedan 2002 har det funnits särskilda krav på livsmedels spårbarhet vilket medför en skyldighet för livsmedelsföretagare att kunna redovisa för leverantörer (för varje enskild vara), mottagare, och varor som har mottagits respektive levererats (Livsmedelsverket, 2009). I de allra flesta fall har Matmissionen inga problem med att efterleva dessa krav. Men det finns situationer som är svårförenliga med kraven som ställs. Exempelvis när de får in svinn i så kallad ”kross” – stora blandpallar med massa olika varor – från logistikföretag, då blir det mer eller mindre omöjligt att säkerställa spårningen till 100 procent för varje vara berättar verksamhetschefen. Matmissionen har haft dialoger med både livsmedelsverket och kommunen för att hitta en väg framåt. Allra helst hade Matmissionen sett att det gjordes förändringar i tillämpningen och ansvarsfördelningen. Snarare än att luckra upp det nuvarande regelverket hade de velat se att leverantörerna själva levererade så kallade ”svinnlistor” tillsammans med varorna.

Det finns några gemensamma drag med de barriärer vi har lyft här. Att lagstiftning och regelverk troligtvis har större effekt om målet är att underlätta för omställningsagenter i praktiken, än att de själva verkar för att undanröja barriärer genom normförändring, reklamkampanjer eller genom att använda sig av frivilliga certifieringar. Trots det bygger ”infrastrukturen” kring stödet som dessa initiativ får på just anammandet av sådana idéer. Hur Bärtas grundare resonerar kring företagsstöd tyder på det, där att satsa på certifieringar blir viktigt ur en viss marknadslogik. Samma sak gäller hur stödet syftar till att stöpa om Bärta till en viss typ av entreprenöriell verksamhet. Det är också tydligt att initiativen är beroende av stöd från offentliga medel, exempelvis forskningsbidrag. Att se över att de offentliga medel som satsas på att ”grönt företagande” bidrar till att omsätta gröna visioner snarare än att ”skola in dem” i gängse linjära praktiker är ett viktigt budskap till offentliga aktörer.

3.2.2. Spänning: konsumentrollen

Vi har nu beskrivit att de studerade initiativen på olika sätt är del av den verklighet de befinner sig, som kännetecknas framförallt av krav på expansion, ekonomisk tillväxt och att skala upp verksamheten. Det kan leda till spänningar när det gäller att iscensätta olika typer av gröna framtider. Ett sätt som det tar sig uttryck i de studerade fallen är hur de beskriver sina kundgrupper och förhåller sig till konsumentrollen.

Såväl Oatly som Bärta använder sig av begreppet *LOHAS* för att beskriva sin främsta målgrupp. LOHAS står för Lifestyle of Health and Sustainability, ett begrepp som syftar till att fänga ett visst marknadssegment för vilken bland annat hållbarhet, hälsa och personlig livsstil är centrala (Gelfer, 2010). Inom marknadsföringen, antas just detta segment vara trendsättande varför att fänga deras preferenser och konsumtionsmönster betraktas som en framgångsfaktor (ibid.). Att förstå dessa trendsättande grupper är därför av högsta vikt för både företag och politiker. Här finns flera paralleller till Richard Floridas (2005) idéer om den kreativa klassen och hur städer samt nationell och regional policy bör utformas för att kunna attrahera denna värdeskapande klass.

LOHAS operationaliseras i Bärta och Oatlys verksamheter som unga, välutbildade kvinnor i storstadsmiljöer med intresse för hälsa, ekologi och hållbarhet. Det finns dock skillnader mellan hur de två företagens beskriver sin huvudmålgrupp. Bärtas grundare karaktäriserar sin målgrupp som ”LOHAS som drar åt det mörkgröna hållet (...) mer skogsmulle”. Mörkgrön (från engelskans deep green) är ett vanligt förekommande begrepp bland klimataktivisterna och avser tendenser och rörelser som till skillnad från de ljusgröna, kombinerar klimataktivism/politik med en anti-kapitalistisk hållning. De ljusgröna å andra sidan brukar förknippas med en teknocentristisk grön politik. Begreppen kan på många sätt betraktas som synonymt med vad vi i rapporten kallat ekologiska och ekomoderna logiker. Bärtas grundare menar att hon har en fördel när det gäller att nå dessa grupper, eftersom hon själv är vegan och varit det länge. Det ger henne en större trovärdighet hos denna grupp, vilket är fördelaktigt i kommunikationen. Grundaren berättar att hon kom i kontakt med begreppet när hon deltog på ett evenemang som Kungliga Tekniska Högskolan, KTH, anordnade om hållbar

matproduktion. Efter detta riktade hon in sig på att nå gruppen på olika sätt, bland annat att särskilt uppmärksamma att Bärta är glutenfritt, gjort i Sverige och fermenterat:

Alltså det är sådana buzzwords (...) vi hade kunnat säga nåt annat (...) men de är så klart valda för att vi tror att den gruppen kanske kommer att gilla de orden [skratt]

Oatly betonar också den tydliga genusuppdelningen i deras kundkrets. Eftersom de är ett större företag än Bärta, med en numera globalt erkänd produkt är deras kundkrets i stort mer diversifierad. Bolagets höga ambitioner gör att de inte heller vill nisch sig till en specifik grupp. Den intervjuade marknadschefen var särskilt tydlig med denna poäng: ”Vi vill att det ska bli mainstream”. Samtidigt betonar hon att LOHAS överlappar med Oatlys vision: en värderingsstyrd ”rörelse” som stödjer ett värderingsstyrt företag. Denna grupp är den som är mest aktiv i sociala medier, och den grupp som tydligast ”tar ställning” för deras varumärke. När vi intervjuade Oatlys grundare berättade han att kundgruppen genomgår en tydlig transformation efter att deras nuvarande vd anställdes 2006. I denna veva gjordes en omfattande satsning på att anpassa tilltal och kommunikation för att locka grupper som troddes vilja gå i bräsch för en växtbaserad kosthållning. Grundaren beskriver det som att företaget efter detta fått ett tydligt fäste bland ”hipsters” som är ”socialt engagerade”.

Bägge företagen beskriver ett större motstånd bland män mot deras varumärken. Oatly beskriver detta som ett manligt motstånd mot deras övergripande vision, medan Bärta främst beskriver svårigheterna i att få män att äta deras produkter. I intervjuerna med Oatly återkommer detta främst vid beskrivningar av ”mjölklobbyn” och de politiker som upplever skyddar den. Det manliga motståndet gör sig alltså främst gällande genom en patriarkal, konservativ maktelit. Bärtas grundare identifierar medelålders män som den ”svåraste” gruppen men tillägger att hon upplever ett större motstånd även bland yngre män. På provsmakningar är det vanligt att män inte alls vill smaka berättar hon, ofta med förklaringen ”sådant är inget för mig”. Företaget har gjort ett medvetet val att inte försöka ”nä ut” till gruppen, det vore att stå på sig blodig menar grundaren:

Jag tror inte att man når nya människor genom att tjata på dem. Man når nya människor genom att andra tycker att det är gott, och så kanske man vågar äta det så småningom.

Det har påpekats i tidigare forskning att män kan känna sig hotade av omställningsfrågan, eftersom linjära praktiker har gynnat en viss typ av män som fått både politisk och finansiell makt som en följd av den moderna resursutvinningen och produktionen. Hultman (2016) benämner dessa män som ”industrimoderna” och förespråkar nya typer av ekologiska maskuliniteter som kan uttryckas genom en omsorg för jorden och andra varelser. En konsekvens av att Oatly betraktar manlighetsnormer som ett hinder för omställning, adresserar Oatly i kampanjen *Pappahjälpen* de män som håller fast vid industrimoderna principer:

Pappor är toppen. Men inte när det kommer till att äta växtbaserat. Faktum är att då är papporna botten. Jämför man med kvinnor i samma ålder eller en yngre målgrupp så är papporna klart sämst på det mesta som är klimat- eller vego-relaterat. T.ex. en sån sak som att 4 av 10 män inte kan tänka sig att äta mer växtbaserat för klimatets skull⁵.

Kanske är det en gynnsam omställningsstrategi från Oatlys sida att synliggöra att det finns genuskodade normer kopplade till omställningen i allmänhet och konsumtion av animalier i synnerhet. Frågan är om denna strategi breddar målgruppen eller fortfarande framförallt tilltalar ”LOHAS”. I andra sammanhang har dialoger med män om deras värderingar, beteenden och konsumtion lett till viktiga insikter om hur normer om manlighet påverkar och förstärkt de industrimoderna fossilbaserade strukturerna⁶. Medborgardiskussioner om identiteter kan på så sätt vara en transformativ metod.

⁵ (<https://pappahjalpen.se/varfor-just-pappor/>) (2021-12-01).

⁶ Se exempelvis föreningen ”Män”, som bland annat anordnat samtalsgrupper om klimatkrisen och tagit fram en samtalsguide om det samma: <https://mfj.se/documents/maen-i-klimatkrisen> (2022-02-21)

Matmissionen behöver inte på samma sätt förhålla sig till konsument/produktions-rollerna eftersom man inte har som mål att generera tillväxt. Kundgruppen, bidrag- och låginkomsttagare, är tydlig definierad, och det finns inget behov av att hitta nya kundgrupper med hjälp av attraktiva kommunikationsstrategier. Utifrån att verksamheten bekämpar fattigdom, och möter utsatta personer som behöver billig mat, är argument om hållbarhet och reducerat matsvinn något som inte är rimligt att kommunicera till målgruppen. I intervjun uppskattar verksamhetschefen att 95 procent av kundkretsen är fattiga. Matmissionen hanterar dock en annan typ av spänning. I och med att de tar emot olika typer av varor som blivit över hanterar de en mängd olika varugrupper med olika näringsinnehåll. Verksamhetschefen berättar att efterfrågan på ”onyttiga” produkter är stor:

Vitt bröd går ju jättebra (...) onyttiga produkter, säljer ju liksom (...) Alltså, vi skulle kunna sälja hur mycket som helst av det.

För Matmissionen är det dock viktigt att inte endast bli en ”chips och godis och läsk-butik”, av denna anledning har det valt att ibland ransonera lösgodiset. Samtidigt är ”egenmakt” en viktig aspekt av Matmissionens verksamhet, där kunderna ska kunna välja själva vad de ska handla istället för att få en färdig matkasse. Att ta ansvar för att målgruppen köper ”rätt” varor från ett hälsoperspektiv riskerar därför att ifrågasätta målgruppens autonomi. Att onyttiga produkter är billiga och lättillgängliga, är ett skäl till att låginkomsttagare har sämre hälsa än medel- och höginkomsttagare. I policy-sammanhang har detta lyfts som ett problem för hela livsmedelsbranschen att hantera, där särskilda skatter har prövats i olika kontexter. Att genom kommunikation till de köpstarka grupperna, som LOHAS, marknadsföra en ”hälsosam livsstil”, något som många gröna initiativ gör, är också en typ av styrningsteknik som troligen påverkar konsumenternas uppfattningar om vad som utgör en sund livsstil. Hur Bärta och Oatly riktar in sig på LOHAS-gruppen är exempel på hur det går till.

3.3. Sammanfattande diskussion

Initiativens gröna potential kan delas upp i två övergripande kategorier: *produktersättning* och *förlängning av varors livslängd*. Produktersättningen representeras av Oatly och Bärta och bygger på ersättandet av animaliska livsmedel med vegetabiliska livsmedel. Förlängning av varors livslängd sker tydligast i Matmissionens verksamhet men förekommer även i mindre utsträckning hos Oatly – främst genom restavfall till grisfarmar och införandet av rumstempererade produkter som möjliggör längre lagerhållning – och hos Bärta – genom användandet av begagnade maskiner i produktionen. Bärta har en krass syn på sin påverkansgrad och anser sig ha en verkligt hållbar produkt som är att föredra framför animaliska alternativ eller vegetabiliska alternativ som inte når upp till samma nivå av hållbarhet, men de ser sig som ett alltför litet företag för att kunna bidra till en omställning av branschen i någon större utsträckning. I vissa frågor ser Oatly också sin storlek som ett hinder, särskilt när det gäller företagets potential att etablera mer cirkulära processer i samtliga led av verksamheten. I övrigt presenterar de en mycket ambitiös syn på den egna påverkansgraden. Förutom det huvudsakliga bidraget i form av produktersättning (havre istället för komjölk) ser de sig som en viktig aktör i processen av att förflytta värderingar och normer inom livsmedelsindustrin. *Matmissionens* gröna bidrag – hanteringen av matsvinnet – kombineras med det sociala värde de tillför vilket de ser som sitt primära bidrag.

Vi har beskrivit hur begreppet LOHAS uppfattas som relevant för Oatly och Bärta när de ringar in sina kundgrupper och kommunicerar med dem. Matmissionens målgrupp är socialt utsatta grupper. Denna grupp baseras på socio-ekonomisk position i första hand, inte identitet. Att tilltala LOHAS-gruppen framställs här som ett nödvändigt val för att kunna verka på marknaden. Eftersom Matmissionen inte behöver verka på denna marknad, och erbjuder en behovsstyrd ”produkt”, snarare än en livsstilsmotiverad dito, blir att hitta rätt tilltal till en tilltänkt köpstark målgrupp inte relevant.

De studerade initiativen i matsektorn pekar på hur olika gröna logiker operationaliseras och tolkas. Två uppenbara och viktiga faktorer för initiativens möjligheter att realisera olika resurshushållningskoncept är deras skala och resurser. Samtliga initiativ trycker på hur skalan de opererar på och bristen

på ekonomiska resurser sätter tydliga gränser för hur man kan bedriva hållbarhetsarbete på i respektive verksamheter. Trots Oatlys globala räckvidd och – i förhållande till övriga initiativ – överlägsna ekonomiska muskler så uppger de liknande begränsningar som Bärta och Matmissionen när det kommer till införlivandet av mer cirkulära processer internt.

Matmissionen är den verksamhet som tydligast har möjlighet att bidra till mer cirkulära praktiker. Det är också tydligt exempel på hur gröna initiativ kan förankras i sociala mål, något som efterfrågas i litteraturen men sällan görs i praktiken (Calisto Friant m.fl., 2020). Den matfattigdomsbekämpning som Matmissionen själva formulerar som det övergripande sociala målet, kan beskrivas som drivkraften i deras hållbarhetsarbete. Fallet illustrerar på så sätt hur initiativ inte tvunget måste utgå från miljömål eller grön kritik för att kunna bedriva viktigt omställningsarbete. Detta understryker Bradley och Hedréns (2014) poäng om att gröna praktiker inte nödvändigtvis definieras som gröna utav omställningsagenterna själva. Vi har med hänvisning till omställningslitteratur kategoriserat gröna logiker utifrån inomsystemliga kontra systemutmanande praktiker (Calisto Friant m.fl., 2020; Genovese och Pansera, 2019). Något grovhugget kan den förstnämnda beskrivas som teknocentriskt, med liten hänsyn till social inkludering och sociopolitiska mål medan de systemutmanande praktikerna strävar efter omställningspraktiker som förenar den gröna omställningen med en social rättvisepolitik. Matmissionen illustrerar hur ett ideellt initiativ som drivs av visioner om social rättvisa inte nödvändigtvis behöver utgöra en systemutmanande praktik. Tvärtom syftar deras verksamhet till att lindra de symptom som nuvarande system orsakar. Verksamhetens existens möjliggörs av ett ohållbart livsmedelssystem som producerar stora mängder matsvinn. Skulle detta system reformeras i grunden skulle Matmissionens verksamhet behöva omformuleras, vilket tydliggörs genom vår informants kommentar om att det långsiktiga målet för verksamheten rimligtvis borde vara självutplåning.

Samtliga initiativ är exempel på omställningsagenter som drivs av olika agendor och mål. I intervjuer med initiativen utmärker sig Oatly som den aktör som tydligast definierar sig själv som en aktiv agent i omställningsarbetet. Detta går delvis att härleda till deras räckvidd och globala profil. En annan förklaring kan återfinnas i de tre aktörernas olika syn på vad ett omställningsarbete faktiskt innebär och vilken roll som är rimlig för ett företag att inta i denna process. Oatly har beskrivits som ett exempel på *varumärkesaktivism* (se exempelvis Sibai m.fl., 2021; Koch, 2020). Kritiska tolkningar av begreppet definierar det som den process i vilken ett företag tar en aktiv ställning i sociala och politiska frågor i syfte att lättare sticka ut på en fragmenterad marknad (Vredenburg m.fl., 2020). Utan att reducera Oatlys ställningstagande till en krass fråga om marknadsprofilering så framgår det att deras transformation från att vara en i mängden av företag med vegetabiliska produkter till den varumärkesaktivistiska profil de är idag, tydligt sammanfallit med den nuvarande vd:ns intåg. Han sägs ha haft tydliga idéer om hur företaget bättre skulle nå ut till kundgrupper och det är i denna process som den varumärkesaktivistiska profilen uppstått. Konsekvenserna av denna profil blir särskilt tydliga i diskussioner kring visioner, bidrag och hinder där Oatlys påverkanspotential återkommande beskrivs i termer av norm- och värderingsarbete på ett sätt som för tanken till en politisk aktör snarare än ett företag. När man skärskådar denna diskurs blir det dock tydligt att den bygger på en motsägelsefull uppsättning av ideal, värderingar och gröna logiker. De kan uttrycka ett anti-kapitalistiskt perspektiv för att sedan efterfråga mer marknadsmekanismer för att åtgärda externaliteter. Flera författare varnar för riskerna med en varumärkesaktivistisk profilering som innefattar alltför motsägelsefulla budskap (Mirzai m.fl., 2021; Vredenburg m.fl., 2020). En alltför stor inkonsekvens i budskap och profilering kan tyda på cyniska drivkrafter bakom den sociala profileringen där det viktiga är att till varje pris associeras med progressiva värderingar, även om dessa värderingar står i konflikt med varandra eller verksamhetens praktik. Bortom kritiska frågor kring det demokratiskt gångbara i företag som agerar alltmer som politiska aktörer menar författarna att inkonsekvensen också kan vara skadligt rent marknadsmässigt eftersom det på sikt riskerar att urholka förtroendet bland kunder.

4. Gröna praktiker i transportsektorn

Transportsektorn behöver ställa om av flera skäl. Utsläppen är stora, vilket påverkar både atmosfären och människors hälsa till följd av luftföroreningar och trafikolyckor. Att dagens transportsystem är negativt för klimatet men också tar många liv gör att regimen kan beskrivas som våldsam (Te Brömmelstroet, 2020). Även om det i svenska liksom internationella sammanhang finns högt uppsatta mål för att ställa om transportsektorn präglas transportsektorn ändå av trögheter (Lyons och Davidson, 2016; Isaksson m.fl. 2017). Infrastrukturinvesteringar premierar biltrafik till förmån för cykel, gång och kollektivtrafik. Detta har flera orsaker. Att det finns ekonomiska och politiska intressen inom transportsektorn som motsätter sig omställning eftersom det hotar bilindustrin är ett skäl (Falkemark, 2006). Bilismen kopplas också ihop med ekonomiskt välstånd, och försök att bryta med bilismen tolkas därmed som ett hot mot samhällsekonomin (Marsden m.fl. 2014). De institutionella trögheterna har också med kunskapsperspektiv att göra. Kritiska studier har visat att de svenska myndigheter som är ansvariga för omställning av transportsektorn dels saknar mandat att arbeta med beteendefrågor (Johansson m.fl. 2017), men också att de modeller och verktyg som används för att göra prognoser inför framtida transportbehov bekräftar att biltrafik behöver öka (Witzell, 2020). Hedegaard Sörensen och Isaksson (2021) sammanfattar i en rapport om det ”omställningstryck” transportsektorn möter i det nuvarande paradigmet på ett kärnfullt sätt: ”den konventionella transportplaneringen får således karaktären av självuppfyllande profetia: ju mer vi planerar och bygger för ökad trafiktillväxt, desto enklare och smidigare blir det att resa, och desto mer förstärks trafikökningen” (2021:21). De initiativ vi studerar, som syftar till att stärka cykling på olika sätt, verkar med andra ord i ett sammanhang där bilen som vardagligt transportmedel är den självklara normen för många, och där samhällsplaneringen stärker denna norm.

Cykelkök kan beskrivas som reparationsytor för cyklar och finns i olika uppsättningar världen över. Cykelkök är en ickekommersiell gör-det-själverkstad för alla som behöver laga eller serva sin cykel. Gemensamt är ett fokus på återbruk, delaktighet och medskapande (Studiefrämjandet och Göteborgs stad, 2019)⁷. Inom ramen för den här rapporten har vi studerat cykelköksverksamhet i Göteborgs stad. Ett skäl till det är att Göteborgs stad har satsat aktivt på att öka andelen cykelkök i staden, bland annat med hjälp av en särskild budgetpost som under en period kommit cykelköken och närliggande aktörer till godo. Målet om att öka andelen cykelkök togs dock bort efter skifte i majoritet efter förra valet.

Cykelpoolen är en lösning för cykeldelning där olika cyklar erbjuds genom en app. Cykelpoolen står för service av cyklar och system. Målgruppen är fastighetsbolag, hotell och bostadsrättsföreningar snarare än privatpersoner. Cykelpoolen startade 2017 av cykelentusiaster i Jönköping med bakgrund i företaget Abloc som anordnar event kopplat till cykling, som tävlingar, träningsevent och utflykter. Idag finns en försäljningschef, en vd och en mobilitetsspecialist i företaget⁸.

4.1. Miljömässiga och sociala effekter

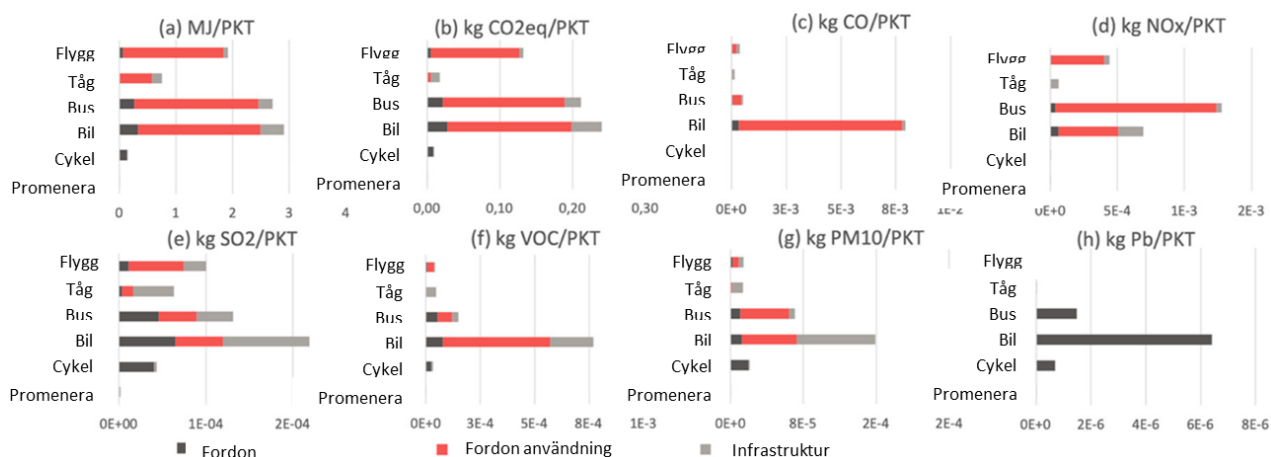
Att öka andelen cykling har stor potential ur flera perspektiv. Pucher och Buehler (2008) beskriver cykling som det förmodligen mest effektiva transportsättet för korta sträckor men också medeldistansresor. Ökad cykling minskar miljöpåverkan och bidrar till användarnas välbefinnande och hälsa, speciellt jämfört med bilresor. I Sverige var hälften av alla bilresorna kortare än 5 km år 2016. I tätorterna var andelen korta bilresor ännu högre, 80 procent av dem var mindre än 3–4 km (Region, Västernorrland, 2016). Det finns alltså potential för att ersätta bilresor med cykling. Sommar m.fl. (2021) har studerat de övergripande hälsoeffekterna av potentiell ökning av cykelpendling i

⁷ <https://cykelframjandet.se/wp-content/uploads/2020/04/guide-for-att-starta-upp-cykelkok-utskrift.pdf> (2021-10-20)

⁸ <https://www.cykelpoolen.se/> (2021-10-21)

Stockholm. Studien visar att 111 000 pendlare har ett cykelavstånd på mindre än 30 minuter till sitt arbete och skulle därmed kunna cykla istället för att bil-pendla. Några av fördelarna skulle vara minskat antal dödsfall per år, men även minskat utsläpp av luftföroreningar.

Cykelanvändningens låga miljöpåverkan beror på den begränsade mängd resurser som behövs för att producera en cykel jämfört med andra transportmedel och att cykling inte kräver någon form av extern energi. Detta visas i en LCA-studie utförd av Sinha m.fl. (2019), där miljöpåverkan från flyg, tåg, buss, bil, cykel och promenad jämfördes. En av slutsatserna från studien var att cyklandet hade det lägsta miljöavtrycket efter gång/promenad (Figur 7). Ett annat intressant resultat från studien var att gång och cykel också var de enda transportmedlen där miljöavtrycket för konstruktion av infrastruktur var lägre än tillverknings-fotavtrycken. Detta belyser några av fördelarna med cykling i stadsområden, som att cyklar tar liten plats och inte kräver infrastrukturinvesteringar.



Figur 7. Miljöavtryck från olika transportsätt i ett livscykelperspektiv per tillryggalagd passagerarkilometer (PKT): a) energiavtryck, b) koldioxidavtryck, c) kolmonoxidavtryck, d) kväveoxidavtryck, e) svaveldioxidavtryck, f) flyktig organisk fotavtrycksförening, g) partiklar och h) blyavtryck (Sinha m.fl., 2019).

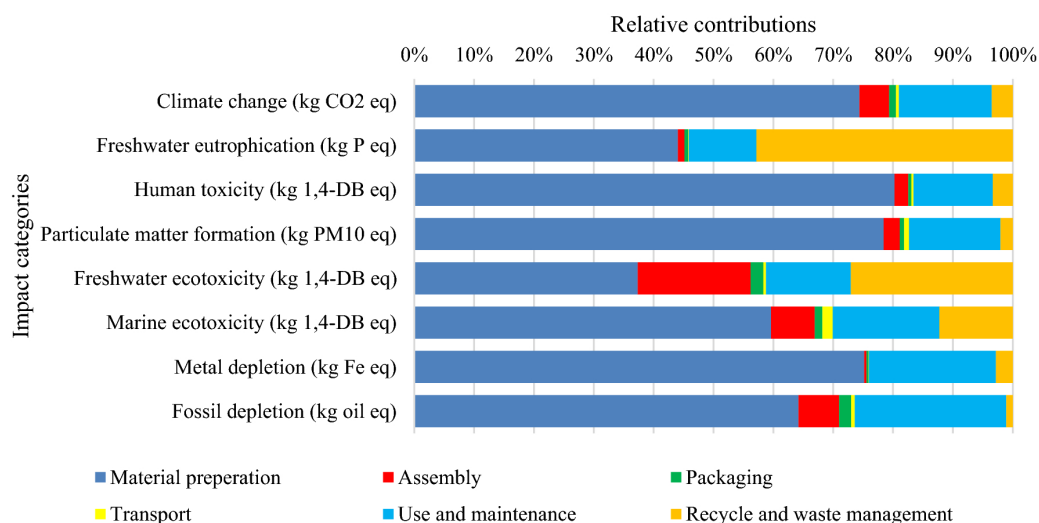
En av de främsta fördelarna med att använda cykeln som transportsätt är de hälsofördelar som användaren åtnjuter. I Sverige cyklar barn i åldrarna 6–14 år 42 procent kortare sträcka nu än under mitten av 1990-talet (Riksdagen, 2019). Cyklandet idag är i genomsnitt 30 procent lägre vid grundskolor och 60 procent lägre i bostadsområden jämfört med 25 år tillbaka i tiden (Niska m.fl., 2017). Oja m.fl. (2011) har utfört en litteraturoversikt med analys av 16 cykelstudier. Analysen visar ett tydligt positivt samband mellan cykling och kondition hos ungdomar. Studien drar också slutsatsen att det är viktigt att främja cykling eftersom det kan bidra avsevärt till förbättrad folkhälsa. Därmed kan vi hävda att cykling bidrar till det tredje globala målet som handlar om att stärka alla länders, i synnerhet utvecklingsländernas, kapacitet när det gäller tidig varning, riskreducering och hantering av nationella och globala hälsorisker.

4.1.1. Cykelkök

Cykelkök har ett mycket starkt socialt bidrag. Det främjar ett stort utbud av kurser (t.ex. att lära sig cykla), cykelutflykter samt andra kurser som riktar sig till socialt utsatta grupper (Koucky & Partners AB 2017). Cykelkök bidrar till att förlänga cyklarnas livslängd och på så sätt till en mer cirkulär ekonomi. Detta uppnås genom återanvändning av gamla cyklar och begagnade reservdelar, samt genom att tillhandahålla både lokaler och verktyg. Projektet bidrar direkt till tre av FN:s hållbarhetsmål (FN, 2021), nämligen:

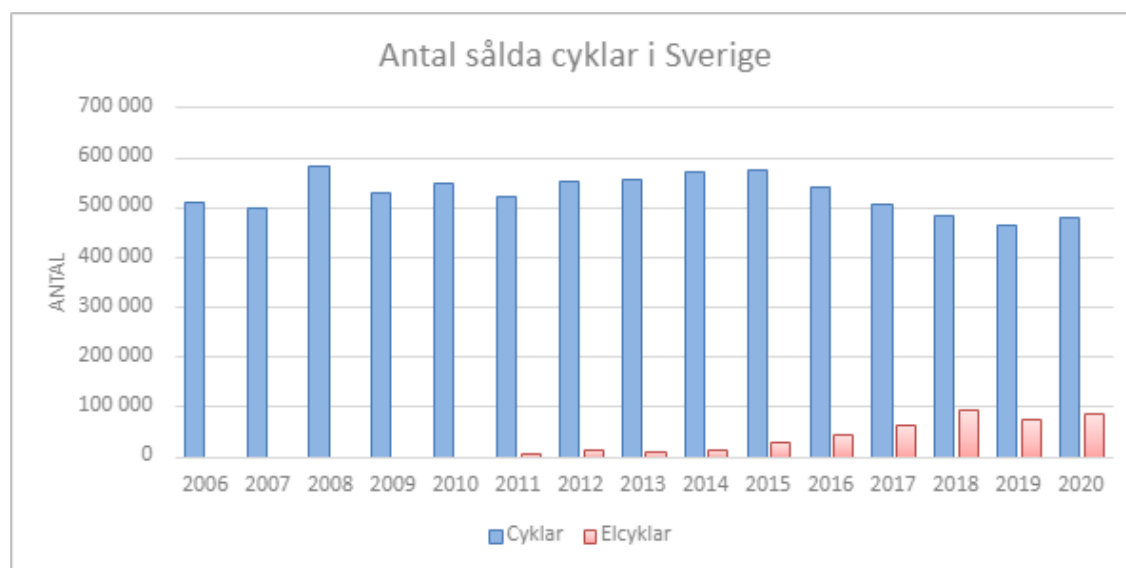
- Mål 3: God hälsa och välbefinnande,
- Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion, och
- Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna.

Roy m.fl. (2019) utförde en studie där de analyserade miljöpåverkan hos en cykel ur ett livscykelperspektiv. Huvudresultaten av studien finns presenterade i *Figur 8*. Materialutvinning och produktion är de delar av livscykeln med störst miljöpåverkan inom alla miljökategorier. Detta förklaras framförallt av att cyklar tillverkas med metaller som aluminium, stål och stållegering. Underhållsfasen, inklusive tjänster som byte av däck, kedja, bromsbelägg och kassett, har ett mycket litet bidrag jämfört med materialutvinning och produktion. Därför kan förlängd livslängd kraftigt minska miljöpåverkan jämfört med att köpa en helt ny cykel.



Figur 8. Relativt bidrag per effektkategori från olika produktionsfaser av en cykelproduktion enligt Roy m.fl. (2019).

Återanvändning av cyklar kan alltså spela en viktig roll för miljön. I genomsnitt säljs 500 000 cyklar per år i Sverige (*Figur 9*). Det har registrerats en liten minskning av antalet sålda cyklar de senaste åren, vilket kan förklaras med en ökad försäljning av elcyklar. År 2020 uppgick elcyklar till 18 procent av det totala antalet sålda cyklar. År 2019, cyklade i genomsnitt 1 000 000 personer per dag. I genomsnitt cyklade de drygt 7 kilometer var (Trafikverket, 2019).



Figur 9. Antal sålda cyklar i Sverige. Datakälla: Cykelbranschen.

Sammanfattningsvis bidrar Cykelkök aktivt till två miljömål och ett socialt mål av FN:s hållbarhetsmål, 12.2 som innebär att senast 2030 uppnå en hållbar förvaltning och ett effektivt nyttjande av naturresurser, mål 13.1 som innebär att stärka motståndskraften och anpassningsförmågan till klimatrelaterade faror och naturkatastrofer i alla länder, och 3.d som innebär att stärka alla länders, i synnerhet utvecklingsländernas, kapacitet när det gäller tidig varning, riskreducering och hantering av nationella och globala hälsorisker.

4.1.2. Cykelpoolen

Cykeldelning har ökat betydligt under det senaste decenniet. Enligt Qiu och He (2018) är förstärkt privatekonomi, mindre energianvändning, förbättrad miljö och folkhälsa de främsta positiva effekterna av cykeldelning. Potentialen att öka och behålla användare är beroende av flera faktorer som väderförhållanden, priser, eller att det inte finns parkeringsplatser nära jobbet eller hemmet. En av de främsta fördelarna med cykeldelning är möjligheten att minska den totala mängden cyklar, eftersom användarna inte behöver ha sin egen cykel utan kan dela med varandra. Om poollösningar till exempel implementeras i en bostadsrättsförening kan det minska antalet privat ägda cyklar i föreningar. Dessutom kan det också ge en ökad tillgång till cykel för personer som inte har en egen cykel och på så sätt underlätta möjligheterna till att cykla i stort. Men det finns också en risk att människor har kvar eller köper en egen cykel, samtidigt som de nyttjar de gemensamma cyklarna. Jämfört med att äga både en bil och en cykel är dock den förväntade miljöpåverkan av detta mycket liten.

Cykelpoolen, som ju är en tjänst för cykeldelning, erbjuder en mängd olika cyklar genom en app. Cykelpoolen sköter allt underhåll av cyklarna samt apphantering. Projektet bidrar direkt till tre av FN:s hållbarhetsmål (FN, 2021), nämligen:

- Mål 3: God hälsa och välbefinnande,
- Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion, och
- Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna.

Cykelpoolen kan sägas bidra aktivt till två miljömål och ett socialt mål som definieras av FN:s hållbarhets mål, nämligen mål 12.2 som innebär att senast 2030 uppnå en hållbar förvaltning och ett effektivt nyttjande av naturresurser, mål 13.1 som innebär att stärka motståndskraften och anpassningsförmågan till klimatrelaterade faror och naturkatastrofer i alla länder, och 3.d Stärka alla länders, i synnerhet utvecklingsländernas, kapacitet när det gäller tidig varning, riskreducering och hantering av nationella och globala hälsorisker.

4.1.3. Sammanfattning

Sammanställningen av miljömässiga och sociala effekter visar att initiativ som stärker cykling, vare sig det handlar om cykelkök eller cykeldelning, har en stor potential. Att dela på cyklar som i fallet cykelpool, eller att återbruka cyklar, men också dela på verktyg och lokaler, som i fallet cykelkök, leder till mer effektiv resurshantering. Potentialen villkoras dock om användarna parallellt köper egna cyklar och fortsätter åka bil i hög utsträckning. I nästa del undersöker vi hur initiativen resonerar kring sin verksamhet, vilka gröna logiker som den bygger på samt de utmaningar och spänningar som uppstår i och med att som omställningsagent verka i nuvarande regim.

4.2. Gröna logiker

Det finns likheter i hur Cykelköket och Matmissionen resonerar om vad verksamheterna bidrar med i termer av omställning. Matmissionen ser inte de miljömässiga hållbarhetsaspekterna som kärnan i verksamheten utan framhåller istället det sociala bidraget i form av billig mat till människor med låga inkomster. Volontärerna i cykelköket talar inte heller gärna om sin verksamhet i termer av miljömässiga bidrag. Istället är det praktiken i form av det dagliga mekandet med cyklar, utbytet av kunskaper och den öppna mötesplatsen i sig som står i centrum när de själva beskriver verksamhetens

uppsidor. Att beskriva verksamheten i termer av miljömässiga fördelar menar de kan riskera hota den öppna, kreativa stämningen som karaktäriserar verksamheten. En volontär säger:

Det är inte så att det är folk som är tvingade till att göra grejer. Det är det som har fått mig att hänga kvar. Någon typ av frihetskänsla som känns bra, det känns kul, samtidigt som det är bra. Det är inte bara ah, det ska vara så miljövänligt och duktigt utan det ska vara kul.

Samtidigt berättar några av informanterna om hur organisationen sökt medel från Göteborgs kommun med motiveringen att de kan bidra till hållbarhetsarbetet. En samordnare på kommunen berättar också att hon tillsammans med aktiva på ett av cykelköken haft diskussioner om hur det går att mäta miljönyttan av cykelköken. Det kan med andra ord finnas fördelar för cykelköken att lyfta fram hållbarhetsaspekter av verksamheten, trots riskerna.

En konsekvens av ovilligheten att lyfta miljöfördelarna kan vara att olika ”gröna”koncept som cirkulär ekonomi eller delningsekonomi upplevs som avlägsna och irrelevanta för volontärerna själva. En informant kan sträcka sig till att ”delandet av verktyg [...] och hjälpen man får av varandra” (volontär 2) skulle kunna beskrivas som någon slags delningsekonomi. Även underhållet av cyklar som annars skulle slängts eller ha stått oanvända skulle kunna jämföras med någon slags cirkuläritet, men det är inga koncept som resonerar med hur volontärerna relaterar till verksamheten. Denna inställning återfanns också delvis i intervjuer med informanter från Göteborg stad som samarbetat med cykelköken, exempelvis hos en tjänsteperson:

När jag var aktiv i den kollaborativa rörelsen så valde vi att aldrig kalla någonting delningsekonomi (...) För då var delningsekonomi de stora globala, det handlade bara om resurseffektivitet men kollaborera betyder samarbeta, samverka mer. Vi har en väldigt stark kollaborativ rörelse i Göteborg. Det är de här gräsrotterna och ideella (...) de privata ryms inte i det kollaborativa på det sättet.

Ambivalensen kring de gröna koncept som cirkulerar i det hållbarhetsarbete som exempelvis kommunen bedriver, kan tolkas som ett uttryck för en önskan om en annan ordning, bortom det nuvarande ekonomiska systemet. I vissa fall kan det vara strategiskt att förhålla sig till den dominerande begreppsapparaten för hållbarhetsarbete för att på så sätt kunna söka och motivera stöd till verksamheten.

De intervjuade lägger stor vikt vid frånvaron av hierarkier. Det som driver verksamheten ska vara glädjen och passionen för cykling och det gemensamma mekandet snarare än strukturer som en styrelse med ordförande, eller arbetsdelning för att effektivisera verksamheten. På så sätt kan tröskeln för nya personer att komma in och bidra hållas låg. Samtidigt är de medvetna om att de besitter ett stort kunskapskapital och att verksamheten på många sätt grundar sig på ett slags ”folkbildning”. Det solidariska delandet av kunskap för allas bästa gör att erfarenheter och kunnande kan spridas med hjälp av ömsesidigt förtroende, snarare än genom en hierarkisk organisation.

Vad gäller visioner för framtiden gör vissa informanter gällande att en ökad struktur på vissa sätt hade kunnat vara gynnsam för verksamheten. Samtidigt är de tydliga med att en sådan struktur inte på något sätt får konkurrera med verksamhetens essens: det fria skapandet och det förutsättningslösa mötet i cykelmekandet. Det ”ohierarkiska” om än delvis ”kaotiska” är vad som gör cykelköket till vad det är, sammanfattar en av volontärerna.

Det finns flera likheter i hur Cykelpoolen och cykelköken diskuterar initiativens bidrag. Cykeln beskrivs av en av Cykelpoolens grundare som ett roligt färdmedel: ”det ska vara roligt att transportera sig”. Cykling inger en känsla av frihet. Även drivkrafterna bakom initiativet berör cykling som praktik: ”vi älskar cykling, liksom”(verksamhetsansvarig). Aktörerna bakom Cykelpoolen är entusiastiska cyklisterna i vardagen och menar att det bidrar till att skänka verksamheten legitimitet, eftersom det finns kunnande och passion inom gruppen. En av informanterna, den

verksamhetsansvariga, berättar att han gärna cyklar till möten med potentiella kunder och samarbetspartners och låter det ingå i konceptet:

Hade jag haft möte i [stad] så hade jag ju cyklat dit och jag hade cyklat på min lådcykel liksom med hjälm och hela köret (...) och försöker lyfta upp att eftersom vi är cyklister, vi som driver detta för att få andra att inse att ja men det här är ganska coolt.

I termer av gröna logiker, finns det mycket i Cykelpoolens retorik som tyder på en kritik av transportsystemets dominerande regim. En strävan efter något annat uttrycks ofta. Det kan beskrivas som en ekologisk logik. Erfarenheten av att vara cyklister har bidragit till att intervjupersonerna tolkar nuvarande samhälle som format efter bilen och bilisternas önskemål. Det handlar om att mycket av stadens ytor används till bilen, både för vägar och parkeringsplatser och att det bidrar till otrygga miljöer för cyklister, som också bidrar till utsläpp och dålig luft. Den verksamhetsansvariga säger:

Allting i centrum och överallt så är det egentligen hur bilar tar sig fram, det är inte så mycket fokus på hur människor kanske lever eller parkytor eller cykelbanor utan det mesta domineras av just bilar.

Förhoppning är att Cykelpoolen ska kunna bidra till mer levande städer där cyklingen är den dominerande praktiken. En av grundarna uttrycker det på följande sätt: "själva grundidén, alltså (...) transformera bilister till cyklister". Att cykeln är en resurs som kan delas på är också central i verksamheten, vilket påminner om hur cykelköksvolontärerna resonerar. Samtidigt kopplas Cykelpoolens syn på delande ihop med monetära principer. Det handlar dels om att cykeln är "kapitaldrivande" (grundare, Cykelpoolen) det vill säga att om man vill ha cyklar som passar för olika tillfällen så blir kostnaden betydande. Att ha en uppsättning olika cyklar hemma är inte realistiskt för de flesta. Att dela på olika typer av cyklar kan alltså bidra till mer effektivt utnyttjande av resurser, men också att cyklingen blir lättare och roligare när rätt fordon finns. Grundaren beskriver det enligt följande:

Så jag menar att om du cyklar till jobbet på morgonen så har du tillgång till en elcykel. Ska du åka till Ica och handla så har du en lastcykel. Ska du träna landsväg på kvällen så har du en landsvägscykel och ska du träna maraton på söndag med din bästa polare så ska du ha en mountainbike också. Så, istället för att folk går och köper sig två, tre eller fyra cyklar som inte så många gör så var det den stora visionen med Cykelpoolen, att vi skulle kunna täcka ett helt cykelbehov.

I visionen om ett mer delande samhälle ingår att människor ska se det som naturligt att betala för tjänster snarare än att äga. En vision om framtiden uttryckas så här av grundaren för Cykelpoolen:

Jag tror också det är helt annan etablering av att man inte äger utan att man faktiskt hyr in och abonnerar på det, den typen av lösningar.

Det gör att Cykelpoolen som koncept passar bra ihop med ett tillväxtparadigm. Det handlar alltså i grund och botten mer om en ekomodern logik, snarare än om en ekologisk logik. Detta till skillnad från cykelköksverksamheten där den överordnade logiken snarare handlar om att upprätthålla allmänningsytor, där varken marknaden eller det offentliga formar verksamheten.

Av liknande skäl som volontärerna ogärna pratar om sin verksamhet i termer av miljömässiga bidrag, drar de sig också för att tala om tilltänkta målgrupper: cykelköket ska vara en öppen plats, tillgänglig för alla. För att bli en aktiv volontär krävs det att personen tycker att det är kul att laga cyklar och meka tillägger de, men samtidigt är tanken att deltagarna ska bli lärda för att kunna lära, snarare än för att tillskansa sig kunskaper som individen själv kan dra nytta av. Vad gäller den typiske deltagaren i cykelkökets verksamhet tycks volontärernas önskemål om den öppna platsen överensstämma ganska bra med deras strävan efter att vara just en öppen plats: "Det finns ingen typisk besökare. Det är mer att det finns typiska frågor, typ "hur funkar det här?". Den tydligaste skiljelinjen bland deltagarna enligt volontärerna går mellan de som är vana reparatörer och som inte behöver någon support, och de som är oerfarna och behöver hjälp även med de enklaste av uppgifter. En informant gör dock gällande

att det finns en tydlig genuskodning, särskilt under vinterhalvåret när antalet besökare överlag minskar. Samme informant uppskattar att det under vinterhalvåret är ungefär 70 procent manliga och 30 procent kvinnliga besökare. En annan volontär beskriver hur det funnits vissa tendenser som han tror kan ha en negativ effekt på genusfördelningen: ”om det kommer in tjejer som inte mekar så mycket så händer det att killar kommer att ta över”. En volontär beskriver hur de numera försöker vara vaksamma på sådana mönster och att de mer pedagogiskt lagda volontärerna lägger stor vikt vid att besökare ska få möjligheten att lära sig att reparera själva. I övrigt ger samtliga volontärer en bild av en heterogen besökargrupp. En informant framhåller att nyanlända, studenter, samt unga föräldrar hör till de vanligare grupperna.

Utifrån Cykelpoolens ursprungliga vision identifieras deras tilltänkta användarmålgrupp som personer som äger och kör bil. Att helt ersätta ett bilberoende är naturligtvis ett ambitiöst mål, säger en informant, men i bästa fall ”kan vi ersätta en andra bil i alla fall [...] särskilt i storstäder”. För familjer med två bilar skulle Cykelpoolen alltså kunna bli ett komplement som på sikt skulle kunna ersätta behovet av en andra bil. Barnfamiljer omnämns som en särskilt relevant grupp eftersom de upplevs som särskilt beroende av den flexibilitet som bilen ger när det kommer till att hämta och lämna barn. Här sätter de intervjuade stora förhoppningar till lådcykeln potential när det kommer till att attrahera dessa grupper. Den kan matcha bilens lastningsegenskaper vid storhandlingar och andra vardagssysslor. I en storstad skulle lådcykeln också kunna medföra en tidsmässig fördel i jämförelse med bilen, tack vare att man som cyklist slipper lägga tid på att hitta parkeringsplats eller att stå i bilköer. Den verksamhetsansvariga tror att lådcykeln kommer vara mycket tacksam att ”sälja in” eftersom det är en typ av fordon som drar till sig blickar:

Vi hoppas att just den här typen av cykel är så pass speciell och ny [...] det är ett skyltfönster på så sätt också, bara att se två barn sitta i en lådcykel.

Personerna från Cykelpoolen framhäver just intresset för nya typer av cyklar som ett starkt incitament för nya användare. Glädjen och nyfikenheten kan alltså vara lika viktiga faktorer som det faktiska behovet som cyklarna svarar upp mot. Detta märktes särskilt tydligt bland de tidiga användarna av de elcyklar som Cykelpoolen tillhandahåller. Dessa grupper var tydligt drivna av en nyfikenhet inför cyklarna snarare än av Cykelpoolen som tjänst i sig. Grundaren säger:

Det kommer nog att fortsätta vara så (...) I början kommer nog många vara där som ”early adopters” som vill testa något nytt. Alltså inte nödvändigtvis pool-funktionen utan mer en cykel egentligen, en elcykel eller en ny cykel eller en ny typ av cykel.

Tjänstens syfte blir alltså snarare att möjliggöra den glädjrika upplevelsen av cyklingen. Användare slipper lägga tid och kraft på att reparera och underhålla cyklarna vilket annars skulle kunna vara en avskräckande faktor menar informanterna. För cykelköken är det mekandet av cyklarna som bidrar till glädjen som cyklingen innebär. På så sätt erbjuder cykelköken och Cykelpoolen olika upplevelser av cykeln.

4.2.1. Barriärer

Eftersom de studerade fallen inom transportsektorn har väldigt olika förutsättningar är behov i former av resurser olika, liksom barriärerna för att möta behoven. Cykelköksverksamheten handlar om att samordna gemensamma ytor och ideella krafter. I termer av resurser behövs främst lokaler där man kan meka med cyklar. Även verktyg, och tillgången till cyklar att reparera är viktiga resurser, liksom engagerade volontärer. På frågan om vad som behövs för att bedriva verksamheten säger en volontär: ”Bara lokal, egentligen. Det är väl det. En lokal som passar till cyklar. Det är bara det, inte mer”. Att volontären väljer att formulera behoven i enkla termer pekar på att han vill framhålla att verksamheten inte är resurskrävande, och att det engagemang volontärer och deltagare känner räcker för att hålla verksamheten i gång. Men samtidigt berättar de intervjuade att cykelköken behöver ekonomiskt stöd för att täcka behovet av lokaler. Det kan leda till krav på anpassning till mer konventionella organisationsformer.

Studiefrämjandet beskrivs som en viktig aktör för att tillgodose behovet av lokal. De har också samverkat med andra aktörer för att få tillgång till cyklar. Tillsammans med kommunen har de undersökt möjligheten att cykelköken ska få cyklar som rensats bort från offentliga platser. Cykelköken har också i samarbete med Chalmers kunnat hämta upp ratade cyklar från campusområdet. Cykelköken har i utbyte hållit i pass där de lärt studenter hur de lagar sina cyklar.

Att få stöd av den offentliga sektorn, exempelvis kommunen, eller studiefrämjandet, gör det alltså möjligt att säkerställa resurser som lokal, cyklar och volontärer. Problemet är dock att sådana typ av stöd ofta är villkorade. Det kan handla om vilken politisk majoritet som styr, vilket cykelköken har fått erfara. Under en period stöttade kommunen cykelköken med särskilt utpekade pengar, men de pengarna försvann efter ett politiskt skifte. En volontär beskriver utvecklingen:

Vi försökte få stöd från den där potten som Göteborgs stad hade, nu har de tagit bort den. Men vi sökte de pengarna och fick dem inte. Så vi var lite sådär ”okej, det var ju exakt det pengarna var till för, alltså de skulle främja hållbarhet och sen får vi inte dem.

De offentliga aktörerna kan ställa krav på verksamheter de stöder, som inte är i linje med hur verksamheten är organiserad. I cykelköken har volontärerna velat undvika medlemslistor och att registrera närvaro, något som Studiefrämjandet har som krav på de initiativ de stöttar. Det ger upphov till en byråkrati som deltagarna velat undvika. Att bli beroende av delvis villkorade stöd från den offentliga sektorn riskerar att ta död på verksamheten. En person som arbetar med hållbarhet på Göteborgs stad säger:

Vi har massor med engagerade människor och invånare och så men ger vi dem inte lokaler och skapar förutsättningar så tror jag att de [cykelköken] kommer att dö ut (...) Det är alltid så här och så har de dött om tio år för att det var svårt med lokaler, inget stöd och personerna blev äldre” (...) så förutsättningen är att andra tar vid.

En av de intervjuade volontärerna berättar om kommunens försök att starta cykelkök i varje stadsdel i Göteborg, vilket föranleddes av ett politiskt mål. Här prövade kommunen ibland helt andra sätt att organisera cykelkök än genom den icke-hierarkiska och helt ideella strukturen som cykelköken vanligtvis bygger på. Ett exempel är ett samarbete mellan ABF, ett fastighetsbolag och en ungdomsverksamhet där personer fick möjligheter att arbetsträna genom cykelköket. Volontären säger:

Så det organiseras mer liksom som en... ja, daglig verksamhet som sen också är smidig för folk som vill reparera sin cykel. Så det funkar ju, på så sätt kan man organisera det.

En risk med sådan verksamhet är dock enligt volontären att folk börjar bete sig som kunder, att de förväntar sig en viss service. Det är något som han menar kan förstöra den gemenskap och glädje som genomsyrar det cykelkök han själv är aktiv i. Han beskriver denna utveckling som en form av professionalisering som inte är självklart positiv. Även den intervjuade tjänstepersonen ser att det finns risker med att utmana civilsamhällets initiativ:

Kommunen är stor och har mycket muskler. Man vill gott. Men det kan bli väldigt fel i relationen till civilsamhället. Man kanske tar ett koncept men man pratar inte ens med de som har startat det.

Utifrån detta är det ingen slump att cykelköken söker stöd från just Studiefrämjandet. Att Studiefrämjandet är politiskt obundet ses som en garant för att cykelköken ska kunna vara oberoende. Den intervjuade personen från kommunen tror inte att en liknande uppgörelse med kommunen i sig skulle vara omöjlig, men det hänger på att ”kommunen intar en mycket passiv roll”.

För Cykelpoolens verksamhet är fysiska resurser också viktigt. När vi intervjuade representanterna hade de just avslutat sin medverkan i ett större forskningsprojekt där de fått möjlighet att testa verksamheten för att landa i en ekonomisk hållbar affärsmodell. Medverkan innebar stöd i form av statliga bidrag och tillgång till ett bostadsområde där tjänsten kunde ställas upp och invånarna pröva den. Genom projektet kunde de dra lärdomar som att den fysiska placeringen av cyklarna påverkade

hur attraktiv tjänsten var för användarna, men också hur viktigt en stölskyddad plats var. Tillgången till cyklar och lås som lever upp till den standard som måste erbjudas för att cykeln ska kunna konkurrera både med bil och med konventionell privatägd cykel visade sig vara svår att säkerställa. Men framförallt lärde sig Cykelpoolen att man måste tänka på andra sätt vad gäller målgrupp för verksamheten än vad man tidigare har gjort. En av grundarna säger: "Är det slutkonsumenten som bor i lägenhet eller är det fastighetsägaren eller fastighetsentreprenören?". De har insett att individer inte är redo att betala för delade cyklar idag, då synen på mobilitet bygger på eget ägande och många har både bilar och cyklar. Grundaren utvecklar detta, och argumenterar för att det är byggherrar och kommunen som är de viktiga kunderna:

Det är väl kanske den största utmaningen vi har sett att det är liksom ett konsumentbeteende som ska förändras i detta. Du ska inte äga, du ska vara med i en pool för att dela en cykel. Du ska betala en fast månadsavgift för någonting och inse att, det är mycket bättre än att jag köper en cykel för 15 000.

Om Cykelpoolen ska finnas i framtiden behöver de bostadsbolag, kommuner, arbetsplatser och byggherrar som köper tjänsten och som i sin tur kan erbjuda den till användarna. Detta har alltså lett till att man omvärderat målgruppen för tjänsten:

Det här huset skulle vi kunna ha cykelpool på innergården, men då är det inte till respektive hyresgäst vi går utan fastighetsägaren. Precis som om du erbjuder fiber eller kabel-TV och så vidare, då. Så blir det mer ett mervärde till boendet som vi ska erbjuda då.

I framtiden, när synen på delande har förändrats, kanske det ser annorlunda ut, resonerar grundaren. De barriärer Cykelpoolen identifierat handlar alltså om att hitta former för lönsamhet när de tilltänka kunderna inte är beredda att betala för tjänsten, utan att en offentlig aktör istället kan stötta upp.

4.2.2. Spänning: förhållandet till det offentliga

Gemensamt för Cykelpoolen och cykelköksverksamheten är alltså spänningen i förhållandet till det offentliga. Denna spänning kan uttryckas som att cykelköken motsätter sig en professionalisering, där det offentliga ställer krav på verksamheten som inte överensstämmer med egna mål. Cykelpoolen är ett exempel på hur en småskalig men kommersiell aktör försöker hantera krav på ekonomisk bäring genom att kräva mer aktiva offentliga aktörer.

4.3. Sammanfattande diskussion

Cykelpoolen och cykelköksverksamheten visar att initiativ som syftar till att stärka cykel kan se väldigt olika ut och bana vägen för olika typer av gröna framtider. Både verksamheter knyter an till delande som ett sätt att uppnå en mer grön framtid. Konceptet delning kan med andra ord finnas inom nuvarande regim, i en kommersiell tjänst som Cykelpoolen, men också inom framtider där öppna ytor för delande är mer centrala, som i cykelkökens verksamhet (jmf. Hagbert m.fl. 2018). Bradley och Pargman (2017) har påpekat att eftersom delning kan organiseras genom såväl vinstridande som ideella verksamheter har en förvirring kring vad begreppet egentligen innebär uppstått, vilket gör att flera alternativa koncept har lanserats för att beskriva delande praktiker.

När det gäller Cykelpoolen är bilkritiken ett dominerande inslag, och då framförallt motstånd mot ett teknokratiskt ideal där upprätthållande av ytor för bilen, utifrån dess roll i ekonomin, ses som viktigare än mänsklig aktivitet. Den framtid som Cykelpoolen vill bidra till innebär dock inte en omdaning av samhället vad gäller relationen till marknaden och det offentliga, så som cykelköken vittnar om. Att dela fordon genom uthyrning på en kommersiell marknad är i linje med en ekomodern logik som går hand i hand med idén om grön tillväxt. Att Cykelpoolen efterfrågar tydligt stöd från offentliga aktörer förutsätter en stark stat som tar ansvar för en grön omställning. Det innebär en förskjutning av nuvarande styrningsmekanismer där staten och andra offentliga aktörer snarare ser att det är

marknaden som ska driva den gröna omställningen, något som är tydligt i förhållandet till just omställning av transportsektorn (Henriksson m.fl. 2019; Wallsten m.fl. 2020).

Cykelpoolen och cykelköksverksamheten eftersträvar nya relationer till fordon, relationer som bygger på omsorg och glädje. Särskilt volontärerna från cykelköken beskriver de praktiker som ingår i den dagliga verksamheten som omsorgsfulla. Det handlar om att reparera och ta hand om en artefakt, snarare än att bruka och förbruka den. Utifrån kritiken mot bilismen framstår också att cykla med delade cyklar som en form av omsorgspraktik. Det kan tolkas väldigt konkret, som att cyklarna ska användas för att ge omsorg till barn genom skjutsning. I Hultmans (2016, 2020) kritik av maskulinitet kopplat till mäns hantering av miljöfrågan återkommer han till att de maskulinitetsideal som rått i det industrimoderna samhället, och som fortsätter prägla den ekomoderna inramningen av miljöfrågan, inte inrymmer omsorg om sig själv, andra eller miljön. Kanske kan det vara så att initiativ som syftar till att öka cyklingen som praktik också banar väg för en mer *ekologisk omsorgetik*? (ibid.).

Bland de aktiva i cykelköken framhålls vikten att göra något själv, att meka med cykel där kunskapen om cykeln blir en nödvändig resurs, och kärnan och målet med verksamheten. I Cykelpoolens fall är det tvärt om möjligheten att slippa meka och ta ansvar för själva cykeln som framhålls som huvudpoängen, att alla oavsett cykelintresse, eller tid, ska få tillgång till bra cyklar och därmed kan cykling främjas. Bradley (2018) lånar tankar från filosofen Ivan Illich och lyfter fram att människans förhållande till teknik kan bygga på *konvivialitet*, en typ av praktisk kunskap som bidrar till en upplevelse av autonomi och kan föda kreativitet, men att den industriella produktionen hindrar sådana relationer. Traditionellt sett har förhållandet till cykeln byggts på just konviviala band, eftersom den inte på samma sätt som bilen är uppkopplad till en kapitalstark marknad och en teknisk avancerad, utrymmeskrävande infrastruktur, utan möjliggör transporter i stort sett överallt (där bilen inte tar för stort utrymme) av egen maskin på en relativt billig artefakt. Bradley menar att cykelköken genom att utbilda personer i kunskap om cykeln stärker dessa konviviala band. Cykelpoolen tar snarare bort dessa element när de erbjuder underhållna cyklar mot betalning. I grunden kan alltså de studerade verksamheterna erbjuda väldigt olika visioner om ett hållbart samhälle, där antingen de konviviala eller de kommersiella banden till cykeln stärks.

5. Slutdiskussion

Denna rapport har utgått från att det akuta klimatläget kräver nya sätt att producera och konsumera på, som bryter mot den nuvarande linjära praktiken där icke förnybara resurser utvinns och nyttjas för att sedan kvittblivas. Att på olika sätt ställa om till en mer hållbar resurshantering innebär att samhället behöver organiseras på nya sätt. Att lyfta fram lovande praktiker och omställningsagenterna bakom de kan ge exempel på hur gröna framtider kan se ut, men också vilka svårigheter småskaliga gröna aktörer möter inom dagens linjära paradigm. Vi har utgått från teorier från den kritiska miljö- och omställningsforskningen som belyser att omställningsagenter verkar inom vissa rådande regimer som bygger på just linjära praktiker och fossila beroenden. De två sektorerna, matsektorn och transportsektorn, står delvis inför olika utmaningar även om gemensamma nämnare finns. I detta avslutande kapitel lyfter vi fram rapportens övergripande slutsatser.

Många av resonemangen som framkommit i våra analyser har bäring på den nyligen utkomna boken ”Jorden – vår planets historia och framtid”. Här föreslår forskarna Johan Rockström och Owen Gaffney att vi genom en radikalt annorlunda politik kan hantera och leva med den klimatkris mänskligheten skapat under de senaste tvåhundra åren. De pekar på att vi måste upphöra med den ekonomiska tillväxt som är tätt förbunden med ohållbar resursutvinning, som vi i rapporten benämnt som en linjär logik. Precis som vi inledningsvis tagit upp, är det tillväxtparadigm vi fortfarande befinner oss i helt beroende av utnyttjandet av naturtillgångar, men också av billig arbetskraft. Nuvarande system har lett till jorderosion, avskogning, luftföroreningar och ökade utsläpp av växthusgaser. Det har också lett till social ojämlikhet. Kortfattat har arbetskraft och naturtillgångar omvandlas till ekonomiskt kapital som kommer den rikaste delen av befolkningen till gagn. Samtidigt menar Rockström och Gaffney att det ekonomiska systemet är det mest kraftfulla verktyget vi har för omställning. Om vi kan hantera marknaderna på ett sådant sätt att de stöttar snarare än att undergräva samhällseliga mål har vi en chans att som mänsklighet fortsätta att leva på jorden. Rockström och Gaffney menar att för detta ska vara möjligt måste vi stoppa alla investeringar i fossila bränslen och dra in de subventioner som gynnar fossil bränsleanvändning och utarmning av biologisk mångfald samt avskogning. Detta kräver omfattande förändringar inom juridiken, ekonomin och utbildningsområdet. De föreslår ett globalt pris på koldioxidutsläpp, samt institutioner och lagstiftning som kan upprätthålla legitimiteten i en sådan marknad. Samtidigt måste den globala sociala ojämlikheten minska. Den rikaste tiondelen behöver minska sin andel av totalen dramatiskt. Det kan göras genom en global miniminivå av bolagsskatter, samt att konsekvent kompensera de människor som riskerar fattigdom och arbetslöshet till följd av kollapsen av en fossil ekonomi. Istället för tillväxtekonomi bör vi sträva mot en doughnut-ekonomi (Raworth, 2012) där planetens resursmässiga gränser sätter ett tak för den ekonomiska aktiviteten, och vad som krävs för rättvisa och jämlikhet mellan människor sätter golvet för densamma. Rockström och Gaffney är också tydliga med att vi är skyldiga den yngre generationen, som ska leva med konsekvenserna av hur vi organiserar samhälle och ekonomi idag, att ta ansvar för klimatkrisen. De globala klimatrejkarna, ledda av *Friday for Futures* är exempel på hur det finns en ilska och frustration hos den yngre generationen, och även kunskap om vägar framåt. De kanaliserar samtidigt ett stort folkligt stöd för omställning. Även andra rörelser som *Extinction Rebellion* pekar åt samma håll enligt författarna.

Vi befinner oss fortfarande i en tillväxtekonomi som präglas av linjära praktiker där de fossila näringarna gynnas vilket manifesteras i både transportsektorn och matsektorn men på olika sätt. I transportsektorn är privatbilismen fortfarande norm. Infrastrukturinvesteringar gynnar fortfarande bilen på bekostnad av gång, cykel och kollektivtrafik och bilindustrin betraktas fortfarande som ett av naven i ekonomin. I matindustrin är det industriell matproduktion och konsumtion på en global skala som gynnas, liksom det konventionella jordbruket. Samtidigt finns det tecken på *omställningstryck*, där ambitiösa mål om minskade utsläpp och klimatpåverkan finns både nationellt och på EU-nivå. De initiativ som vi i rapporten har studerat utgör en del av omställningstrycket. Vår ambition med rapporten har varit att förstå vilka typ av gröna framtider som *omställningsagenter* som Oatly, Bärta,

Cykelpoolen, cykelkök och Matmissionen vill bidra till. Vi har också velat synliggöra vad det har för konsekvenser för deras verksamheter att befinna sig i det tillväxtparadigm som Rockström och Gaffney beskriver. På så sätt har vi argumenterat för att omställningstryck har en dubbel betydelse. Även om nuvarande paradigm utmanas när nya mål, lagar, teknik, och normer tillkommer, sätter även de institutionella förhållanden som representerar rådande paradigm tryck på gröna initiativ (Martin m.fl. 2015). Baserat på våra analyser menar vi att motståndet som omställningsagenterna möter kan vara mycket konkret, som att det är svårt att hitta förpackningar till sin produkt (Bärta), eller betalande kunder (Cykelpoolen), men även handla om mer subtila processer som att tilltala sina målgrupper som konsumenter snarare än medborgare (Oatly och Bärta). Vi har vidare gett exempel på hur aktörer som verkar inom regimen nödgas gå med på regimen spelregler, oavsett om de egna värderingarna och visionerna ser annorlunda ut. Omställningstrycket, i dess dubbla bemärkelse, ger därmed upphov till en rad spänningar. Vi vill avslutningsvis peka på tre spänningar som pekar på svårigheter och paradoxer med omställningsprocesser. Det handlar om omställningsagenters relation till *offentliga aktörer*, till *konsumenten* och till *omsorg*.

Förhållandet till de offentliga aktörerna skapar spänningar i flera fall. Vi har sett exempel som visar på vilka typer av beroenden av aktörer som kommunen, byggherrar eller forskningsfinansiärer som kan uppstå när ett initiativ inte erbjuder en produkt som har en naturlig plats i tillväxtekonomin. Utifrån att cykelköken är ideella verksamheter behöver de inte vara lönsamma, men är ändå beroende av vissa resurser för att kunna bedriva sin verksamhet (lokal, verktyg, cyklar). För Cykelpoolen handlar beroendet snarare om att den nuvarande regimen premierar privatbilism. Konsumenterna är inte beredda att betala vad cykelpoolstjänsten kostar, ett pris som är satt för att företaget ska gå runt ekonomiskt. Detta gör att man blir beroende av stöd från det offentliga, ofta i form av bidrag kopplat till forsknings- och utvecklingsprojekt, eller kommunala hållbarhetsprojekt. Snarare än att vara beroende av kortsiktiga bidrag efterfrågas subventioner. Fler av fallens erfarenheter är ett exempel på det Linder och Wallander (2017) pekar på, att nuvarande regelverk gynnar de fossila verksamheterna, medan motsvarande policy och lagar saknas för gröna initiativ. Det kräver offentliga aktörer som vill och kan subventionera, och byggherrar och bostadsbolag som ser nyttan med exempelvis cykelpooler kopplat till bostadsområden (jmf. Henriksson och Wallsten, 2020). Med andra ord behövs det, som Mazzucato (2015) argumenterar för, modiga offentliga aktörer som har en vision om hur en grön framtid kan se ut, och som tar kraftfulla och självständiga steg mot denna gröna framtid, gärna tillsammans med omställningsagenter av olika slag.

Förhållandet till konsumenten bidrar också till spänningar, vilket är särskilt tydligt i fallen i matsektorn. Matproduktionen idag bygger på att företagare och industrin producerar maten, medan medborgarna konsumerar den. Hur de studerade fallen hanterar och konstruerar konsumentrollen väcker frågor om medborgarrollen. I den ekomoderna logiken är människan att betrakta främst som kund (Hobson, 2021; Sonneryd och Uggle, 2015). En konsekvens av detta är människor förväntas driva på omställning genom konsumtion snarare än genom förändringsarbete på politiska arenor. I ett sammanhang där politiken behöver legitimitet för att driva på omställningen, som Rockström och Gaffney tar upp, är det problematiskt att tolka konsumtion som aktivism. Innebär konsumtion av havredryck att man vill få slut på massproduktion av komjölk, eller att man gillar smaken av havre? Konsumtionsrollen är främst systembevarande och passiv eftersom kunden är utelämnad till att fatta val om de varor som finns på en marknad, medan när människor tillskrivs en medborgarroll skapar det utrymme för agens även på regimnivå. Oatlys strategier för att kommunicera till sina kunder är ett tydligt exempel på förskjutningar från medborgarrollen till en konsumentroll, där konsumtionen av Oatlys produkter gestaltas som en viktig form av aktivism. Oatly bedriver påtryckningsarbete mot "mjölklobbyn" och på så sätt kan kundgruppens lojalitet och köpkraft driva omställningen framåt, så som Oatly föreställer sig den. Även om Oatly presenterat konsumentrollen som aktiv, handlar det i slutändan om att genom konsumtion stötta en viss typ av förändring någon annan driver. Bärtas förhållande till konsumentgruppen liknar på många sätt Oatlys, i och med att de riktar in sig mot samma tydligt definierade målgrupp. Men då Bärta föreställer sig en omställning som bygger på

mindre konsumtion och en mer aktiv medborgare (som ser produktion av exempelvis mat som en del av arbete) blir förhållandet till kundgruppen mer ambivalent. Att tilltala vissa målgrupper framställs som ett nödvändigt val för att kunna verka på marknaden. I omställningsrörelsen finns det flera exempel på ägarförhållanden där rollen mellan konsument och producent luckras upp, som medlemsägda banker och arbetarkooperativ. Det kan vara intressant att undersöka hur sådana modeller påverkar olika initiativs gröna praktiker och visioner.

Förändrade omsorgsrelationer är en tredje spänning. Vi har också lyft risker med kommersialisering av omsorgspraktiker som tidigare präglats av icke-kommersiella relationer, som i fallet cykling. Även om det från företaget Cykelpoolen framhålls att cykling är ett sätt att resa på som stärker livskvaliteten, och att agenterna bakom Cykelpoolen drivits just av glädjen till cykling och cykeln som sådan, finns det också en tendens att särkoppla användaren från de element som skapar *konvivalitet*, det vill säga upplevelsen av autonomi och kreativitet i förhållande till teknik (Bradley, 2018). När användaren förväntas betala för att få en färdig tjänst, där cykeln inte behöver underhållas, förflyttas omsorgen till cykeln från användaren till tjänsteleverantören. Samtidigt är det kanske det som krävs för att cykeln på allvar ska kunna utmana bilen, där smidighet, bekvämlighet och snabbhet är de mest attraktiva elementen – och där omsorgen i mångt och mycket har separerats från användaren. I och med leasing- och pooltjänster behöver heller inte bilen underhållas. I cykelköksfallen är det just glädjen till artefakten cykeln och praktiken cykling som står i centrum när rörelsen skapar allmänningar för detta. Cykelköksrörelsen har pekat på att det är just att bevara rörelsen ideell och utan ekonomisk vinning som skapar och bibehåller denna glädje. Att praktikerna av att dela på verktyg och lokaler för att ge gamla cyklar nytt liv, är cirkulära och bryter mot den linjära logiken är inte drivkraften bland de aktiva. Den gröna inramningen kan dock ge möjligheter till stöd som underlättar skapandet av de allmänna ytorna som efterfrågas. Strävan efter, eller förekomsten av konvivalitet är inte närvarande på samma sätt i fallen från matsektorn. Möjligen kan man argumentera för att den småskaliga produktionen av Bärta präglas av en viss konvivalitet, en glädje hos tillverkaren för att ta fram en välsmakande produkt av hög kvalitet. Hantverksskickligheten är central för produkten. Detsamma kan inte sägas om Oatly, som producerar i en större skala och som arbetsgivare anställer personer i en mer konventionell industriverksamhet. De menar själva att de försöker skapa en kultur på arbetsplatsen som bygger på delaktighet och glädje där delade värderingar och en känsla av att bidra till omställning är central.

Till sist vill vi lyfta fram att de studerade initiativen illustrerar möjliga sätt att organisera framtiden på. Det är särskilt närvarande i de ideella verksamheterna, som inte har krav på vinstmaximering. Cykelköken visar att det är möjligt att skapa tillgänglighet, eller mobilitet, utan att producera och konsumera, eller där konsumtionen och produktionen hålls nere till ett minimum. Matmissionen har på ett liknande sätt skapat en fungerande modell för att hantera överbliven mat, men även att hjälpa utsatta grupper i samhället. Att Bärta använder lokala råvaror och visar att mat kan produceras i en mindre skala, utifrån de resurser som finns tillgängliga, kan också fungera som en modell för framtida hållbar matproduktion. Detta visar att det som kännetecknar tillväxtparadigmet inte är naturgivet. Mänsklig aktivitet behöver inte betyda överutnyttjande av naturresurser och förhållandet producent-konsument är inte det enda alternativet, utan kan ge upphov till nya relationer som bygger på omsorg och tillit. Samtidigt pekar vår studie, i likhet med ett stort antal tidigare studier, att förutsättningen för att gröna initiativ ska kunna visa vägen mot en grönare framtid framåt är begränsad om inte lagstiftning, subventioner, och normer om ett gott liv ändras parallellt – och det snabbt.

Referenser

Tryckta texter

Banister, D. 2011. Cities, mobility and climate change. *Journal of Transport Geography*, 19, 1538–1546.

Berginger, E. 2019. Motion till riksdagen 2019/20:1531: Ökad cykling bland barn och unga. Stockholm: Sveriges riksdag.

Bradley, K. 2018. Bike Kitchens—Spaces for convivial tools. *Journal of Cleaner Production*, 197, 1676–1683.

Bradley, K., Pargman, D. 2017. The sharing economy as the commons of the 21st century, Cambridge *Journal of Regions, Economy and Society*, 10:2, 31–247

Bradley, K., Hedrén, J. (red.) 2014. *Green Utopianism: Politics, Practices and Perspectives: Perspectives, Politics and Micro-Practices*. London: Routledge.

Te Brömmelstroet, M. 2020. Framing systemic traffic violence: Media coverage of Dutch traffic crashes. *Transportation research interdisciplinary perspectives*, 5, 100109.

Calisto Friant, M., Vermeulen, W., Salomone, R. 2020. *A typology of circular economy discourses: Navigating the diverse visions of a contested paradigm*. Resources, Conservation and Recycling, 161

Cantzler, J., Creutzig, F., Ayargarnchanakul, E., Javaid, A., Wong, L., Haas, W. 2020. Saving resources and the climate? A systematic review of the circular economy and its mitigation potential. *Environmental Research Letters*.

Cass, N., Faulconbridge, J. 2017. Satisfying everyday mobility. *Mobilities*, 12(1), 97–115.

Chai, B. C., van der Voort, J. R., Grofelnik, K., Eliasdottir, H. G., Klöss, I., Perez-Cueto, F. J. A. 2019. Which diet has the least environmental impact on our planet? A systematic review of vegan, vegetarian and omnivorous diets. *Sustainability*, 11(15), 4110.

Clune, S., Crossin, E., Verghese, K. 2017. Systematic review of greenhouse gas emissions for different fresh food categories. *Journal of Cleaner Production*, 140, 766–783.

Corvellec, H., Stowell, A.F., Johansson, N. 2021. Critiques of the circular economy. *Journal of Industrial Ecology*.

Davis, J., Sonesson, U., Baumgartner, D. U., Nemecek, T. 2010. Environmental impact of four meals with different protein sources: case studies in Spain and Sweden. *Food Research International*, 43(7), 1874–1884.

de Bruin, A., Teasdale, S. 2019. Exploring the terrain of social entrepreneurship: new directions, paths less travelled. I *A Research Agenda for Social Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.

Eriksson, M., Strid, I., Hansson, P.-A. 2015. Carbon footprint of food waste management options in the waste hierarchy—a Swedish case study. *Journal of Cleaner Production*, 93, 115–125.

- Esposito, M., Tse, T., Soufani, K. 2018. Introducing a circular economy: New thinking with new managerial and policy implications. *California Management Review*, 60(3), 5-19.
- Eurtopeiska Kommissionen, 2021. Europe's plant-based food industry shows record-level growth. <https://cordis.europa.eu/article/id/429495-europe-s-plant-based-food-industry-shows-record-level-growth>
- Falkemark, G. 2006. *Politik, mobilitet och miljö: om den historiska framväxten av ett ohållbart transportsystem*, Gidlund, Möklinta,
- Foarare, J. 2008. *Water for food*. Formas.
- Florida, R. 2005. *Cities and the creative class*. Routledge.
- Flyvbjerg, B. 2006. Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative inquiry*, 12(2), 219-245.
- Geels, F. W. 2005. The dynamics of transitions in socio-technical systems: a multi-level analysis of the transition pathway from horse-drawn carriages to automobiles (1860–1930). *Technology analysis & strategic management*, 17(4), 445-476.
- Gelfer, J. 2010. Lohas and the indigo dollar: Growing the spiritual economy. *New Proposals: Journal of Marxism and Interdisciplinary Inquiry*, 4(1), 48-60.
- Genovese, A., Pansera, M. 2021. The circular economy at a crossroads: technocratic eco-modernism or convivial technology for social revolution? *Capitalism Nature Socialism*, 32(2).95-113.
- Hagbert, P., Finnveden, G., Fuehrer, P., Svenfelt, Å., Alfredsson, E., Aretun, Å., Bradley, K., Callmer, Å., Fauré, E., Gunnarsson-Östling, U., Hedberg, M. 2018. *Framtider bortom BNP-tillväxt: slutrapport från forskningsprogrammet "Bortom BNP-tillväxt: scenarier för hållbart samhällsbyggande"*. KTH Royal Institute of Technology.
- Hedegaard Sørensen, C., Isaksson, K. 2021. *Omställning till hållbar mobilitet: vilka roller kan smart mobilitet, medborgardeltagande och coronakrisen spela?* VTI-rapport 1087.
- Henriksson, M., Witzell, J., Isaksson, K. 2019. All Change or Business as Usual? The Discursive Framing of Digitalized Smart Accessibility in Sweden. *Transportation Research Procedia*, 41, 625-636.
- Henriksson, M., Wallsten, A. 2020. Succeeding without success: Demonstrating a residential bicycle sharing system in Sweden. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 8, 100271.
- Holt Giménez, E., Shattuck, A. 2011. Food crises, food regimes and food movements: rumblings of reform or tides of transformation? *The Journal of peasant studies*, 38(1), 109-144.
- Hultman, M. 2020. Män i klimatkrisen. *Socialmedicinsk tidskrift*, 97(2), 255-265.
- Hultman, M., Anshelm, J. 2017. Masculinities of global climate change: exploring ecomodern, industrial and ecological masculinity. I *Climate change and gender in rich countries* (s. 19-34). Routledge.

- Hultman, M., Bonnedahl, K.J., O'Neill, K.J. 2016. Unsustainable societies–sustainable businesses? Introduction to special issue of small enterprise research on transitional Ecopreneurs. *Small Enterprise Research*, 23(1), 1-9.
- Hultman, M. 2016. Gröna män? Konceptualisering av industrimodern, ekomodern och ekologisk maskulinitet, i *Kulturella Perspektiv*, 1, 28-39.
- Hobson, K., Holmes, H., Welch, D., Wheeler, K., Wieser, H. 2021. Consumption Work in the circular economy: A research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 321, 128969.
- Hobson, K., Lynch, N. 2016. Diversifying and de-growing the circular economy: Radical social transformation in a resource-scarce world. *Futures*, 82,15-25.
- Isaksson, K., Antonson, H., Eriksson, L. 2017. Layering and parallel policy making–Complementary concepts for understanding implementation challenges related to sustainable mobility. *Transport policy*, 53, 50-57.
- Jurgilevich, A., Birge, T., Kentala-Lehtonen, J., Korhonen-Kurki, K., Pietikäinen, J., Saikku, L., Schösler, H. 2016. Transition towards circular economy in the food system. *Sustainability*, 8(1), 69.
- Kemp, R., Schot, J., Hoogma, R. 1998. Regime shifts to sustainability through processes of niche formation: the approach of strategic niche management. *Technology analysis & strategic management*, 10(2), 175-198
- Kirchherr, J., Reike, D., Hekkert, M. 2017. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*, 127, 221-232.
- Koch, C.H., 2020. Brands as activists: The Oatly case. *J Brand Manag* 27, 593–606
- Korhonen, J., Nuur, C., A. Feldmann, A., Birkie, S.E. 2018. Circular Economy as an Essentially Contested Concept. *Journal of Cleaner Production*, 175: 544–552.
- Linder, M., Williander, M. 2017. Circular business model innovation: inherent uncertainties. *Business strategy and the environment*, 26(2), 182-196.
- Loorbach, D. 2007. Transition management. *New mode of governance for sustainable development*. Utrecht: International Books.
- Lyons, G., Davidson, C. (2016). Guidance for transport planning and policymaking in the face of an uncertain future. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 88, 104-116.
- Marsden, G., Ferreira, A., Bache, I., Flinders, M. Bartle, I. 2014. Muddling through with climate change targets: a multi-level governance perspective on the transport sector, *Climate Policy*, 14:5, 617-636.
- Martin, C.J., Upham, P., Budd, L. 2015. Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological Economics*, 118, 240-251.
- Mazzucato, M. 2011. The entrepreneurial state. *Soundings*, 49(49), 131-142.
- Myers, M. 2000. Qualitative research and the generalizability question: Standing firm with Proteus. *The qualitative report*, 4(3), 9

- Mylan, J., Holmes, H., Paddock, J. 2016. Re-introducing consumption to the 'circular economy': A sociotechnical analysis of domestic food provisioning. *Sustainability*, 8(8), 794
- Mylan, J., Morris, C., Beech, E., Geels, F.W. 2019. Rage against the regime: Niche-regime interactions in the societal embedding of plant-based milk. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 31, 233-247.
- Niska, A., Henriksson, M., Anund, A., Eriksson, J., Ihlström, J., Svedberg, W., Wallén Warner, H., Wehtje, P. 2017. *Cykling bland barn och unga: en kunskapssammanställning*. Statens väg-och transportforskningsinstitut.
- Oja, P., Titze, S., Bauman, A., De Geus, B., Krenn, P., Reger-Nash, B., Kohlberger, T. 2011. Health benefits of cycling: a systematic review. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 21(4), 496–509.
- Otto, I. M., Kim, K. M., Dubrovsky, N., Lucht, W. 2019. Shift the focus from the super-poor to the super-rich. *Nature Climate Change*, 9(2), 82-84.
- Pucher, J., Buehler, R. 2008. Making cycling irresistible: lessons from the Netherlands, Denmark and Germany. *Transport Reviews*, 28(4), 495–528.
- Qiu, L.-Y., & He, L.-Y. 2018. Bike sharing and the economy, the environment, and health-related externalities. *Sustainability*, 10(4), 1145.
- Raworth, K. 2012. *A safe and just space for humanity: can we live within the doughnut?* Oxfam.
- Rip, A., Kemp, R. 1998. Technological change. *Human choice and climate change*, 2(2), 327-399
- Ritchie, H., Roser, M. 2020. Environmental impacts of food production. *Our World in Data*.
- Rockström, J., Gaffney, O. 2022. Jorden: vår planets historia och framtid. Natur och kultur.
- Roy, P., Miah, M. D., Zafar, M. T. 2019. Environmental impacts of bicycle production in Bangladesh: a cradle-to-grave life cycle assessment approach. *SN Applied Sciences*, 1(7), 1–16.
- Röös, E. 2014. *Mat-klimat-listan*. Rapport 077. Sveriges Lantbruksuniversitet. Institutionen för energi och teknik.
- Röös, E., Garnett, T., Watz, V., Sjörs, C. 2018. *The role of dairy and plant based dairy alternatives in sustainable diets*.
- Sauvé, S., Bernarda, S., Sloan, P. 2016. Environmental sciences, sustainable development and circular economy: Alternative concepts for trans-disciplinary research. *Environmental Development*, 17.
- Seyfang, G., Haxeltine, A. (2012). Growing grassroots innovations: exploring the role of community-based initiatives in governing sustainable energy transitions. *Environment and Planning C: Politics and Space*. 30(3), 381-400.
- Shadow, F. A. O. L. L. 2006. Environmental issues and options. *FAO: Rome, Italy*.
- Schneider, F. G. Kallis, J. Martinez-Alier. 2010. Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. Introduction to this special issue. *Journal of Cleaner Production*, 18 (6), 511-518

Sibai, O., Mimoun, L., Boukis, A., 2021. Authenticating brand activism: Negotiating the boundaries of free speech to make a change. *Psychol Mark*, 38, 1651– 1669.

Sinha, R., Olsson, L. E., & Frostell, B. 2019. Sustainable Personal Transport Modes in a Life Cycle Perspective—Public or Private? *Sustainability*, 11(24), 7092.

Smith A. 2007. Translating Sustainabilities between Green Niches and Socio-Technical Regimes, *Technology Analysis & Strategic Management*, 19:4, 427-450.

Sommar, J. N., Johansson, C., Lövenheim, B., Schantz, P., Markstedt, A., Strömgren, M., Stigson, H., Forsberg, B. 2021. Overall health impacts of a potential increase in cycle commuting in Stockholm, Sweden. *Scandinavian Journal of Public Health*, 14034948211010024.

Soneryd, L., Ugglå, Y. 2015. Green governmentality and responsabilization: new forms of governance and responses to ‘consumer responsibility’. *Environmental Politics*, 24(6), 913-931.

Späth, P., Rohrer, H. 2012. Local demonstrations for global transitions—Dynamics across governance levels fostering socio-technical regime change towards sustainability. *European Planning Studies*, 20(3), 461-479.

von Oelreich, J., Milestad, R. 2017. Sustainability transformations in the balance: exploring Swedish initiatives challenging the corporate food regime. *European Planning Studies*, 25(7), 1129-1146.

Vredenburg, J., Kapitan, S., Spry, A., Kemper, J.A. 2020. Brands Taking a Stand: Authentic Brand Activism or Woke Washing? *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 444–460.

Wallsten, A., Henriksson, M., Isaksson, K. 2021. The role of local public authorities in steering toward smart and sustainable mobility: Findings from the Stockholm metropolitan area. *Planning Practice & Research*, 1-15.

Witzell, J. 2020. Assessment tensions: How climate mitigation futures are marginalized in long-term transport planning. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 87, 102503.

Yin, R.K., 2009. *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). Sage.

Hemsidor och online-material

Europeiska Kommissionen, 2021. https://ec.europa.eu/transport/themes/clean-transport-urban-transport/cycling_en [Hämtad 2022-02-24]

Europeiska Kommissionen 2021. Europe’s plant-based food industry shows record-level growth. <https://cordis.europa.eu/article/id/429495-europe-s-plant-based-food-industry-shows-record-level-growth> [Hämtad 2022-02-24]

Europeiska Kommissionen, 2015. Circular Economy Action Plan. https://ec.europa.eu/environment/pdf/circular-economy/new_circular_economy_action_plan.pdf [Hämtad-2021-10-29]

Europeiska Kommissionen, 2018. Antimicrobial consumption and resistance in bacteria from humans and animals. <https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/documents/JIACRA-III-Antimicrobial-Consumption-and-Resistance-in-Bacteria-from-Humans-and-Animals.pdf> [Hämtad 2021-10-30]

Europeiska Kommissionen, 2018. Development of plant proteins in the EU. https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/cereals/development-plant-proteins_en [Hämtad 2022-02-24]

FAO, 2021a. Food systems account for more than one third of global greenhouse gas emissions. <http://www.fao.org/news/story/en/item/1379373/icode/> [Hämtad 2022-02-24]

FAO, 2021b. Food Loss and Food Waste. <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/flw-data>) [Hämtad 2022-02-24]

FN, 2021. Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling. <https://fn.se/vi-gor/vi-utbildar-och-informerar/fn-info/vad-gor-fn/fns-arbete-for-utveckling-och-fattigdomsbekampning/agenda2030-och-de-globala-malen/> [Hämtad 2022-02-24]

FN. 2021. The 17 Goals: History.. <https://sdgs.un.org/goals> [Hämtad 2022-02-24]

Gertten, F. 2020. Oatly säljer sin själ. Sydsvenskan, juli 2020. <https://www.sydsvenskan.se/2020-07-15/oatly-saljer-sin-sjal> [hämtad 2022-02-01]

HUI Research, 2016. Matsvinn i livsmedelsbutiker. Available at: <https://hui.se/wp-content/uploads/2019/11/Matsvinn-i-livsmedelsbutiker.pdf> [Hämtad 2022-02-24]

Koucky & Partners AB. 2017. Cykelkok – utredning av förutsättningar för spridning i Göteborg. [http://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/samrumportal.nsf/93ec9160f537fa30c12572aa004b6c1a/7dcf7e9a1d32484cc12580e9003a43bc/\\$FILE/17B_Bilaga_1_Cykelkok_utedning_av_forutsattningar_for_spridning_i_goteborg.pdf](http://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/samrumportal.nsf/93ec9160f537fa30c12572aa004b6c1a/7dcf7e9a1d32484cc12580e9003a43bc/$FILE/17B_Bilaga_1_Cykelkok_utedning_av_forutsattningar_for_spridning_i_goteborg.pdf) [Hämtad 2022-02-24]

Livsmedelsverket 2009. Spårbarhet information till livsmedelsföretagare. [spårbarhet_information_till_livsmedelsforetagare.pdf](http://www.livsmedelsverket.se/livsmedelsverket/Spårbarhet%20information%20till%20livsmedelsf%C3%B6retagare.pdf) (livsmedelsverket.se) [Hämtad 2022-02-24]

Matmissionen, 2021a. Arbetsträna i livsmedelsbutik eller matbank. <https://raddningsmissionen.se/matratt-arbetstraning> [Hämtad 2021-10-31]

Matmissionen, 2021b. Dagligvarubranschen och Stockholms Stadsmission ska rädda upp till 3000 ton mat per år. <https://www.stadsmissionen.se/nyheter/dagligvarubranschen-och-stockholms-stadsmission-ska-radda-upp-till-3000-ton-mat-ar> [Hämtad 2021-10-29]

Naturvårdverket, 2021. Så Mår Miljön: Statistik A-O Matavfall(?) <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/matavfall/> [Hämtad 2021-10-29]

Oatly, 2017. Sustainability Report 2017. <https://www.oatly.com/uploads/attachments/cjp9gpbdf709c3mnqr8idyecwy-sustainability-report-2017-eng.pdf> [Hämtad 2021-10-29]

Oatly, 2020. Sustainability Report 2020. <https://www.oatly.com/uploads/attachments/ckqv4y5xd001f9xgil6lzhso2-oatly-sustainability-report-2021-web.pdf> [Hämtad 2021-10-29]

Region Västernorrland, 2016. Hälften av våra bilresor är kortare än 5 km. <https://www.rvn.se/sv/v1/Arkiv/Nyhetsarkiv/halften-av-bilresorna-ar-kortare-an-5-km/> [Hämtad 2021-10-30]

Vaxtbaserat Sverige, 2020. “Så blir Sverige världsledande på växtbaserade livsmedel”. <http://www.vaxtbaseratsverige.se/uploads/2020/10/S%C3%A5-blir-Sverige-v%C3%A4rldsledande-p%C3%A5-v%C3%A4xtbaserat-rapport-fr%C3%A5n-V%C3%A4xtbaserat-Sverige-20201015.pdf> [Hämtad 2021-12-02]

OM VTI

VTI, Statens väg- och transportforskningsinstitut, är ett oberoende och internationellt framstående forskningsinstitut inom transportsektorn. Vår huvuduppgift är att bedriva forskning och utveckling kring infrastruktur, trafik och transporter. Vi arbetar för att kunskapen om transportsektorn kontinuerligt ska förbättras och är på så sätt med och bidrar till att uppnå Sveriges transportpolitiska mål.

Verksamheten omfattar samtliga transportslag och områdena väg- och banteknik, drift och underhåll, fordonsteknik, trafiksäkerhet, trafikanalys, människan i transportsystemet, miljö, planerings- och beslutsprocesser, transportekonomi samt transportsystem. Kunskapen från institutet ger beslutsunderlag till aktörer inom transportsektorn och får i många fall direkta tillämpningar i såväl nationell som internationell transportpolitik.

VTI utför forskning på uppdrag i en tvärvetenskaplig organisation. Medarbetarna arbetar också med utredning, rådgivning och utför olika typer av tjänster inom mätning och provning. På institutet finns tekniskt avancerad forskningsutrustning av olika slag och körsimulatorer i världsklass. Dessutom finns ett laboratorium för vägmateriell och ett krocksäkerhetslaboratorium.

I Sverige samverkar VTI med universitet och högskolor som bedriver närliggande forskning och utbildning. Vi medverkar även kontinuerligt i internationella forskningsprojekt, framförallt i Europa, och deltar aktivt i internationella nätverk och allianser.

VTI är en uppdragsmyndighet som lyder under regeringen och hör till Infrastrukturdepartementets verksamhets-/ansvarsområde. Vårt kvalitetsledningssystem är certifierat enligt ISO 9001 och vårt miljöledningssystem är certifierat enligt ISO 14001. Vissa provningsmetoder vid våra laboratorier för krocksäkerhetsprovning och vägmateriellprovning är dessutom ackrediterade av Swedac.

vti

Statens väg- och transportforskningsinstitut • www.vti.se • vti@vti.se • +46 (0)13-20 40 00
