



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Institutionen för Globala studier

Tillgång framför ägande

- drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion



Författare:
Handledare:
Kandidatexamen
Bachelor Thesis in
2015

Emma Öhrwall
Tom Böhler
Humanekologi
Human Ecology

Abstract

English title: Access before Ownership - The Driving forces behind Collaborative Consumption

Uppsatsen har som syfte att undersöka fenomenet ”kollaborativ konsumtion” vilket förenklat kan beskrivas som ”tillgång framför ägande”. Med två kvalitativa metoder, litteraturgranskning och djupintervjuer, identifieras drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion. Uppsatsen undersöker även om och hur kollaborativ konsumtion kan vara en del av en ekologisk hållbar konsumtion. Materialet är analyserat ur ett humanekologiskt perspektiv med några av dess centrala teorier och begrepp. Resultatet visar att det är komplext att kartlägga drivkrafterna då kollaborativ konsumtion fortfarande är i ett tidigt skede och relativt outforskat. Det tycks finnas ett flertal drivkrafter som vart betydande, så väl; teknologiska, sociala, ekonomiska och ekologiska.

Det finnas stor potential med kollaborativ konsumtion, men om den skall leda till en mer hållbar interaktion mellan människa och natur krävs det att hållbarhet är en uttalad och planerad del av verksamheten och mål, annars kan det leda till motsatt effekt genom hyperkonsumtion.

Nyckelord: Kollaborativ konsumtion, kollaborativ ekonomi, hållbar konsumtion, prekariatet, Peer-to-Peer (P2P), tillit, reboundeffekten och hållbar utveckling.

Tackord

Först och främst vill jag rikta ett tack till de fem respondenter som jag intervjuade, ert bidrag till studien har varit betydande. Jag vill också tacka Stina Heikkilä (OuiShare, Italien) som underlättade så jag kunde ta del av *OuiShare Fest* 2014 i Paris och ett stort tack till Mattias Jägerskog (Skjutsgruppen), Mira Gartz och Angelica Wågström (Delaeko.se) för att ni har orkat gnata och analysera begrepp med mig och skapat användbara texter och modeller och tack Jonathan Mattebo Persson för din korrekturläsning. Jag vill också tacka Bert-Ola Bergstrand (Social Capital Forum - Bergsjön Seminars) som introducerade mig till Göteborgs kollaborativa aktiviteter samt Åsa Minoz och Henric Barkman som kom med mycket användbara tips. Tack till Tom Böhlér, min handledare, som varit till stor hjälp under hela processen, trots att jag framlade uppsatsen senare än väntat och ett tack till mina vänner och mamma som har stöttat och peppat mig när jag uppslukats av skrivprocessen.

Utan material från Rachel Botsman hade denna studie försvårats avsevärt och därför är jag mycket tacksam för hennes bidrag till ämnet. Slutligen vill jag rikta ett stort tack till alla er som möjliggör och underlättar för en kollaborativ konsumtion.

Innehållsförteckning

1. Inledning	s.4-6
1.1 Problemformulering	s.4
1.2 Syfte	s.5
1.3 Frågeställningar	s.5
1.4 Avgränsning	s.5
1.5 Uppsatsens disposition	s.6
2. Bakgrund	s.7-9
2.1 Kollaborativ ekonomi och kollaborativ konsumtion	s.7-9
2.2 En växande kollaborativ ekonomi	s.9
3. Studiens teoretiska utgångspunkt	s.10-17
3.1 Tidigare forskning	s.10
3.2 Teoretiskt ramverk	s.7-15
3.2.1 Kollaborativ ekonomi och dess ramverk	s.10-11
3.2.2 Hållbar utveckling och dess ramverk	s.12-14
3.2.3 Prekariatet och dess ramverk	s.14-15
3.3 Forskningsperspektivet	s.15-16
3.4 Studiens humanekologiska relevans	s.16-17
4. Datainsamlingsmetod och analytisk metod	s.18-21
4.1 Litteraturstudie	s.18-19
4.2 Semi-strukturerade djupintervjuer	s.19-20
4.3 Metoddiskussion	s.21
4.4 Forskningsetik	s.21
5. Resultat litteraturgranskning	s.22-37
5.1 Kollaborativ konsumtion - Teknologiska aspekter	s.22-33
5.2 Kollaborativ konsumtion - Sociala aspekter	s.24-29
5.3 Kollaborativ konsumtion - Ekonomiska aspekter	s.30-31
5.4 Kollaborativ konsumtion - Ekologiska aspekter	s.32-33
5.5 Prekariatet och kollaborativ ekonomi	s.33-35
5.6 Diskussion resultat litteraturgranskning	s.35-37
5.6.1 Vilka är drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion?	s.35-37
5.6.2 Hur kan kollaborativ konsumtion leda till en ekologiskt hållbar konsumtion?	s.37

6. Resultat djupintervjuer **s.38-56**

6.1 Intervju Malin	s.38-40
6.2 Intervju Mia	s.41-43
6.3 Intervju Tim	s.44-46
6.4 Intervju Lisa	s.47-49
6.5 Intervju Rosanna	s.50-52
6.6 Diskussion resultat djupintervjuer	s.53-55
6.7 Materialdiskussion	s.56

7. Slutdiskussion **s.57**

Referenslista	s.58-63
Bilaga 1 – 6	s.64-71

1. Inledning

Nedan följer en redovisning av studiens problemformulering, syfte och frågeställningar.

1.1 Problemformulering

Trots att lyckoforskningen visar att den upplevda lyckan avtar efter en viss materiell standard (Jackson. 2009 : 52-57, Bauwens et al, 2012 : 134), ökar konsumtionen i den ekonomiskt privilegierade delen av världen. Samtidigt ökar konsumtionen i den icke-ekonomiskt privilegierade delen och konsumtionssamhället är nu ett globalt samhälle (Jackson 2011 : 67, Assadourian. 2010 : 11).

Konsumtionen som dominerat sedan 1950-talet definieras av kredit, reklam och det privata ägandet (Botsman et al. 2010 : xx). Författarna Michael Braungart och William McDonough menar i sin bok *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things* (2009) att dagens konsumtionen är linjär (Braungart et al. 2009 : 26), där naturresurser förädlas till produkter eller bränsle för att i sin slutfas bli till avfall eller utsläpp. Det linjära användandet av naturresurser har lett till en ”slit-och-släng-mentalitet”, som definierar den västerländska kulturen (Assadourian. 2010 : 3-4).

För att mäta ett lands resursanvändning används måttet, ”ekologiskt fotavtryck”. Måttet illustrerar den biologiska yta som krävs för att producera, distribuera och eventuellt deponera samt absorbera koldioxidutsläpp av de resurser som konsumeras (Hornborg. 2004 : 14). Om den totala produktiva ytan skulle fördelas rättvist, skulle varje människa tilldelas 1,7 globala hektar (WWF 2. 2014).

Sverige är tillsammans med USA, Kuwait och Danmark med flera, ett av de tio länder i världen med störst ekologiskt fotavtryck. Varje svensk har ett fotavtryck på hela 6,4 globala hektar, vilket demonstrerar att svenskarnas konsumtion är ohållbar och skulle kräva en ytterligare yta motsvarande 2,7 jordklot (Världsnaturfonden WWF. 2014).

Människan har alltid konsumerat tjänster och naturresurser, men aldrig tidigare har konsumtionen hotat mänsklighetens överlevnad (Assadourian. 2010 : 3-4). De senaste 50 åren har vi konsumerat mer varor och tjänster än alla tidigare generationer sammanlagt (Botsman et al. 2010 : 5), dock tycks konsumtionen ta en ny vändning. Istället för att köpa och sälja med mål att äga, blir det nu vanligare att hyra, dela, låna, byta och ge. En konsumtion som ofta kallas kollaborativ konsumtion, och som grundar sig i tillgång framför ägande, ta till vara på outnyttjade tillgångar och dela med sig av överflöd (Botsman et al. 2010 : xv) .

Undersökningens syfte är att identifiera drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion samt undersöka om kollaborativ konsumtion kan leda till en mer ekologiskt hållbar konsumtion.

1.2 Syfte

De flertal problem som presenterats i inledningen tyder på en rådande ohållbar konsumtion, därför grundar sig uppsatsen i en problematisering av den rådande konsumtionskultur västvärlden lever i och hur vida kollaborativ konsumtion kan vara ett hållbart alternativ till den ohållbara konsumtionen. Uppsatsens syfte är även att ge läsaren en ökad kunskap om och en djupare förståelse för kollaborativ konsumtion samt huruvida det kan leda till en ekologiskt hållbar konsumtion.

1.3 Frågeställningar

Den bärande frågeställningen lyder: **Vilka är drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion?**

Den sekundära frågeställningen lyder: **Hur kan kollaborativ konsumtion leda till en mer ekologiskt hållbar konsumtion?**

Drivkrafterna studeras utifrån två nivåer dels de globala drivkrafterna (makro) och de individuella (mikro) med fokus på Göteborg. Den sekundära frågeställningen ämnar undersöka om kollaborativ konsumtion kan förändra konsumtionen så att relationen mellan människan och naturen blir mer hållbar.

1.4 Avgränsning

Uppsatsen undersöker främst den kollaborativa konsumtionen (hyra, dela, låna, byta och ge framför privat ägande) som sker mellan Peer-to-Peer och Business-to-Consumer (se bild 1, sid.8). Det finns ingen specifik geografisk inriktning då tidigare forskning är bristfällig. Valet av avgränsning motiveras med syftet att förstå det existerande fenomenet och dess framfart. Därför benämns endast länder som har en utbredd kollaborativ ekonomi. Studien ämnar inte kartlägga de olika aktiviteterna som inkluderas i kollaborativ konsumtion utan snarare ge en djupförståelse för vad som driver den kollaborativa konsumtionen. Uppsatsen har inte heller för avsikt att definiera eller värdera vad som är kollaborativ konsumtion.

1.5 Uppsatsens disposition

För att kunna besvara presenterade frågeställningar har jag valt att inleda rapporten med en kort bakgrund om kollaborativ ekonomi och kollaborativ konsumtion (kapitel 2), med huvudsyfte att förtydliga begreppen. Kapitel 3, är ett teorikapitel och där redogör jag för uppsatsens teoretiska ramverk i form av centrala begrepp och teorier så som, hållbar konsumtion, prekariat och community med flera. I samma kapitel redovisas mitt forskningsperspektiv och därmed min ontologiska och epistemologiska hållning. Där motiveras även undersökningens relevans för ämnet humanekologi. I Kapitel 4 kan läsaren få en inblick i studiens metod och motiveringen för de kvalitativa metoder som använts samt vilka forskningsetiska principer som vart vägledande. Där redovisas även de analytiska frågorna som ligger till grund för studiens resultat, både besvarade och icke besvarade analysfrågor. I kapitel 5, gör jag en redogörelse för litteraturundersökningens resultat och avslutar med en diskussion kring resultatet. Kapitel 6 presenterar resultatet av djupintervjuerna och avslutas med en diskussion kring detta. I kapitel 7 presenteras en slutsats kring de två resultaten från kapitel 5 och 6.

2. Bakgrund

Nedan följer en redogörelse av begreppen kollaborativ ekonomi och kollaborativ konsumtion.

2.1 Kollaborativ ekonomi och kollaborativ konsumtion

Kollaborativ ekonomi beskrivs som en rörelse, ett paradigmskifte eller en ny sorts ekonomi. I skrivandets stund råder inte konsensus kring vad som inkluderas i begreppet.

Rachel Botsman, en av pionjärerna inom fältet tillika en av författarna till boken *What's mine is yours* (2010), har uttryckt vikten av att skapa en gemensam global begreppsapparat, eftersom definitionerna är olika (Botsman et al. 2010, Collaborative Lab. 2013). Botsman (2013) beskriver kollaborativ ekonomi på följande sätt:

An economy built on distributed networks of connected individuals and communities versus centralized institutions, transforming how we can produce, consume, finance, and learn.

Definition av OuisShare (2015), världens största nätverk för kollaborativ ekonomi:

Practices and business models based on horizontal networks and participation of a community. It is built on "distributed power and trust within communities as opposed to centralized institutions" (R. Botsman), blurring the lines between producer and consumer. These communities meet and interact on online networks and peer-to-peer platforms, as well as in shared spaces such as fablabs and coworking spaces.

Kollaborativ konsumtion är enligt Botsman ett av de fyra elementen (konsumtion, produktion, kunskap och finans, se bilaga 4) som tillsammans bildar paraplybegreppet kollaborativ ekonomi (Collaborative Lab. 2013). Kollaborativ konsumtion är främst ett sätt att ta tillvara på outnyttjade tillgångar, dela på överflöd och underlätta för tillgång framför ägande (Anderson et al. 2014 : 12). Det som konsumeras kan vara både materiellt och icke materiellt och verksamheten kan bedrivas med monetära eller icke monetära medel och mål (Collaborative Lab. 2013). Ett exempel kan vara ett **Coworking space*, en form av öppet kontor där användarna får tillgång till kontorsplats (yta), kontorsutrustning och ett nätverk av andra medlemmar. I nätverket delas kunskap, idéer och kontakter (Botsman. 2010 : 167-169). Ytterligare ett exempel kan vara en verktygspool, där deltagarna får tillgång till olika verktyg genom att hyra eller låna verktyg så som **ToolPool* i Malmö. Andra svenska exempel är **Fritidsbanken*, **Swinga Bazaar*, **Klädotek* eller **Bortskänkesgrupper* på Facebook.

* Se ordlista, Bilaga 6

Enligt Botsmans definition av kollaborativ konsumtion sker utbyte och transaktion mellan Business-to-Business (B2B), Consumer-to-Business (C2B), Business-to-Consumer (B2C) och Peer-to-Peer (P2P) (Anderson et al. 2014 : 13, Collaborative Lab. 2013), se bild 1. Det är Botsmans definition av kollaborativ konsumtion som ligger till grund för denna uppsats.

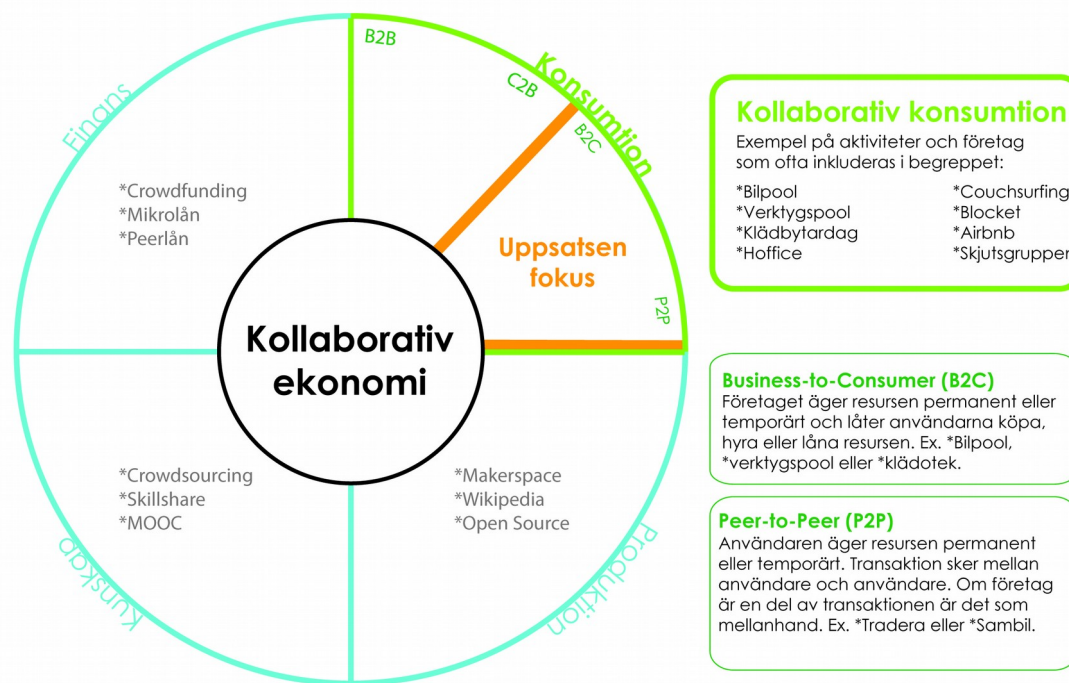


Bild 1 Kollaborativ ekonomi och dess fyra element (baserad på Botsmans (2010) definition av kollaborativ ekonomi och konsumtion), samt uppsatsens fokus.

Kollaborativ finans – Vanligt att benämna inom finansdelen är **Crowdfunding* och **Peerlån*. Crowdfunding är en form av gräsrotsfinansiering, där privatpersoner kan donera pengar till olika projekt, produkter och tjänster de vill stödja eller se förverkligas (Wikipedia 1). Några kända plattformar för crowdfunding är; **Kickstarter*, **Crowdculture* och **FundedByMe*. Peerlån innebär att privatpersoner lånar ut monetärt kapital till andra Peers (se Peers, sid.11) och deras projekt, produkter och tjänster vilka de vill se förverkligas (Botsman, 2010 : 166-167), exempel är **Fixura*, **Lending Club* och **Zopa*.

Kollaborativ produktion – Är tätt sammankopplat med den så kallade ”Gör-det-självt-kulturen” (Makers) som präglas av en anda där en hellre skapar och bygger själv och reparerar, än köper nytt och färdigt (Wikipedia 2). Här kan till exempel deltagarna vara medlemmar i ett **Makerspace*, en form av öppen verkstad, där de får tillgång till produktionsutrustning så som 3D-skrivare och laserskärare samt lokal och ett tillhörande community (Educause, 2013). Ett annat exempel som

* Se ordlista, Bilaga 6

faller under denna kategori är **Cykelkök*. Cykelköket i Göteborg beskriver sin verksamhet enligt ”Cykelköket är en gratis gör-det-själv-verkstad för alla som behöver laga eller serva sin cykel” (Cykelköket, 2015).

Ytterligare ett exempel som dock inte kräver en fysisk plats, är **Open Source Ecology* som kan kategoriseras under både produktion och kunskap. Open Source Ecology är en global öppen plattform där användarna kan ladda ner produktionsmanualer och ritningar för att bygga egna maskiner, så som traktorer och cementblandare med mera (Open Source Ecology).

Kollaborativ kunskap – I Sverige finns det en stark tradition av folkbildning och redan på 1800-talet träffades människor för att lära av varandra (Folkbildningsrådet. 2014). Med internets framfart har folkbildningen tagit nya och digitala former, ett exempel är **Skillshare*, där Peers lär ut kunskaper till andra Peers (Skillshare 1).

**Crowdsourcing* tillhör även denna kategori. Crowdsourcing kan beskrivas som att samla en större grupp av människor (the crowd) och låta dessa dela med sig av kunskap, med målet att tillsammans lösa problem (Botsman. 2010 : 59, Bauwens et al. 2012 : 100 - 103). Ett exempel på crowdsourcing är **Foldit*, som är ett dataspel för biologer med syftet att öka förståelsen för hur proteiner är hopvikta. Dataspelet har sedan starten lett till viktiga vetenskapliga framsteg (SVT. 2011). Ett annat exempel är **Wikipedia*, en öppen digital encyklopedi där alla kan skapa och redigera artiklar (Anderson et al. 2014 : 29).

2.2 En växande kollaborativ ekonomi

I dagsläget beräknas den kollaborativa ekonomin stå för en sjättedel av USA:s totala ekonomi (Larsson. 2014), i nuläget saknas det liknande uppskattningar av den svenska ekonomin.

Konsultbyrån PricewaterhouseCoopers beräknar att de fem aktiviteterna de undersökt (P2P-lån, online rekrytering, bildelning, P2P-boende och streaming av musik samt video) kommer ha ett globalt ekonomiskt värde av 335 miljarder dollar år 2025 (PricewaterhouseCoopers. 2014). Även Europa kommissionen beräknar i sin rapport om kollaborativ konsumtion att P2P-marknaden kommer att växa med 25 % årligen (European Union. 2013 : 2) och det estimerade ekonomiska värdet av transaktionerna mellan Peers beräknas till 3,5 miljarder dollar, exklusive mellanhändernas intäkter (European Union. 2013 : 5).

* Se ordlista, Bilaga 6

3. Studiens teoretiska utgångspunkt

Nedan följer en redogörelse för tidigare forskning, begrepp, teorier, forskningsperspektiv och relevansen för ämnet humanekologi.

3.1 Tidigare forskning

Tidigare forskning verkar domineras av en allmän och övergripande utgångspunkt (se t.ex. Botsman, 2010, Buczynski, 2013, Gansky, 2012 och Anderson, 2014) eller en ekonomisk inriktning med fokus på affärsutveckling och affärsmodeller, ett exempel är Europakommissionens fallstudie *The Sharing Economy - Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets* (2013). Rapporten *Sharing is the New Buying* (2014) är den studie som jag finner uttalat kartlägger individuella drivkrafter, dock med fokus på USA, Storbritannien och Kanada. Rapporten färdigställdes 2014 och har tillfrågat över 90 000 personer om deras relation till kollaborativ konsumtion. Ämnet är relativt utforskat och det tycks finnas flera luckor i kunskapsmassan när det kommer till att förstå och identifiera individernas drivkrafter samt hur vida kollaborativ konsumtion är hållbart.

Det förefaller inte finnas några studier som uttalat undersöker svenska deltagares drivkrafter. Mig veterligen tycks det saknas undersökningar som gjorts med ett humanekologiskt perspektiv och med målet att titta på relationen mellan kollaborativ konsumtion och en framtida hållbar konsumtion.

3.2 Teoretiskt ramverk

Jag har närmast mig kollaborativ konsumtion genom tre ramor som består av begrepp och hypoteser och/eller teorier, och ramarna är; hållbar utveckling, kollaborativ ekonomi och prekariatet. Ramarna skulle kunna liknas vid olika perspektiv eller metaverktyg som jag använder för att undersöka kollaborativ konsumtion från olika synvinklar.

3.2.1 Kollaborativ ekonomi och dess ramverk

Kollaborativ ekonomi kan ses som ett synsätt där andemeningen är att genom samverkan och deltagande kan människor mer jämlikt dela och hushålla med resurser. Nedan följer en redovisning av några av de grundläggande begreppen samt kortfattat om två teorier kring tillit.

Användare syftar till de privatpersoner som deltar eller använder tjänster som inkluderas i kollaborativ konsumtion.

Deltagare se användare.

Community (plural Communities) är en grupp av människor som delar identitet eller lokalitet. Relationen inom en community är inte lika långsiktig eller nära som relationer inom familjen men starkare än affärsrelationer. Medlemmarna interagerar kontinuerligt med varandra och är insatta i varandras omständigheter. Exempel på communities kan vara grannsamverkansgrupper och religiösa grupper. Enligt Världsbanken är starka communities grundläggande för att skapa ett resilient samhälle (Världsbanken. 2013 : 139), vilket enligt Larsson (2011) innebär ”ett systems förmåga att återhämta sig efter att ha varit utsatt för stress”.

Kollaborativ konsumtion kallas även ibland för samverkanskonsumention. Begreppet myntades för första gången i en artikel 1978 av Joe Spaeth och Marcus Felson i tidskriften *American Behavioral Scientist*. 2010 återtog Rachel Botsman och Roo Rogers begreppet och uppdaterat det efter dagens situation (Anderson et al. 2014 : 10).

Kollaborativ konsumtion är främst ett sätt att ta tillvara på outnyttjade tillgångar, dela på överflöd och underlätta för tillgång framför ägande (Anderson et al. 2014 : 12). Det som konsumeras kan vara både materiellt och icke materiellt och verksamheten kan bedrivas med monetära eller icke monetära medel och mål (Collaborative Lab. 2013). ”Delandets ekonomi” används synonymt med kollaborativ konsumtion i uppsatsen djupintervjuer.

Tillit och förtroende: Tillit och förtroende är något som tillskrivs en mottagare av någon form (Holmberg et al. 2013 : 303) och uppsatsen berör främst mellanmänsklig tillit och samhällsförtroende. Med samhällsförtroende menas människornas förtroende för ett urval av samhällets institutioner (Holmberg et al. 2013 : 65) medan mellanmänsklig tillit som även kan kallas horisontellt förtroende syftar till vilken grad människor har tillit till varandra. Enligt Holmberg, finns det två huvudteorier kring hur mellanmänsklig tillit växer fram. En teori menar att det sker genom föreningsverksamhet och att vi umgås med varandra (Holmberg et al. 2013 : 309) medan den andra teorin menar att det vertikala förtroendet (institutionerna) skapar horisontellt förtroende (Holmberg et al. 2013 : 310).

Peers Sveriges största blogg om kollaborativ ekonomi, Delaeko (2015), beskriver Peers på följande sätt, ”Peer-2-Peer (P2P) är en kommunikationsmodell som innebär att alla parter inom ett nätverk har samma rättigheter. Den här modellen har länge använts flitigt inom datasammanhang och har nu förts över till sociala och ekonomiska sammanhang”.

3.2.2 Hållbar utveckling och dess ramverk

Hållbar utveckling är ett befäst begrepp som grundar sig i en medvetenhet om planetens gränser och att resurserna är begränsade samt att dagens naturresursanvändning kommer påverka framtida generationer. Målet är en socialt, ekologiskt och ekonomiskt hållbar samhällsutveckling. Dock råder det skilda meningar vad de tre olika dimensionerna innebär.

Ekologiskt fotavtryck: För att mäta ett lands konsumtion används måttet, ekologiskt fotavtryck. Måttet illustrerar den biologiska yta som krävs för att kunna producera, distribuera och deponera samt absorbera konsumtionens koldioxidutsläpp (Hornborg. 2004 : 152-153).

Ekologisk medvetenhet även kallat miljömedvetenhet, används i uppsatsen för att beskriva en persons medvetenhet kring planetens gränser och ändliga naturresurser.

Ekonomiskt privilegierade: används i uppsatsen för att syfta till de länder som vanligtvis benämns som ”industrialiserade länder”. Jag anser att det finns en värdegrund bakom begreppet som jag inte vill stödja, och har därför valt begreppen ekonomiskt privilegierade och icke ekonomiskt privilegierade, med syftet att synliggöra den globala fördelningen av makt och kapital.

Hållbar konsumtion Forskningen kring konsumtion är ett område som berörs inom flera forskningstraditioner, trots detta råder det inte konsensus kring vad begreppet innebär eller hur en hållbar konsumtion kan uppnås (Barkman. 2014 : 23). Liksom hållbar utveckling (se nedan) finns det fundamentala skillnader, som enklast kan beskrivas som svag och stark hållbar konsumtion. Svag konsumtion behöver inte innebära konsumera mindre utan snarare att konsumera effektivare. Stark hållbar konsumtion i sin tur förespråkar en minskad konsumtion genom att förändra samhället genom livsstilsval och förändra infrastruktur och institutioner vars mål är att tillfredsställa människans behov. Då jag är en förespråkare av stark hållbar konsumtion utgår jag från följande definition:

The extent to which individual consumption acts contribute to creating or maintaining the external conditions that allow humans to satisfy their objective needs (Fischer et al 2012 : 73 refererad till i Barkman 2014 : 23 – 28).

Hållbar konsumtion kan delas upp i samma dimensioner som hållbar utveckling och uppsatsen fokuserar främst på den ekologiska dimensionen av hållbar konsumtion.

Hållbar utveckling: Definitionen av hållbar utveckling härstammar från Brundtlandsrapporten

1987 som är den mest allmänt accepterade definitionen. Den lyder “ Hållbar utveckling är utveckling som möter behoven av de nuvarande utan att äventyra kommande generationers behov” (Harris. 2003). Begreppet har kritiserats för att vara för brett och odefinierbart (Emmelin. 2005) och inte heller råder det konsensus vad begreppet innehåller (Bratt et al. 2011).

Hållbar utveckling kategoriseras vanligtvis i tre dimensioner; den ekologiska, sociala och ekonomiska. Enligt Harris (2003) skall ett samhälle som är ekologiskt hållbart kunna upprätthålla en stabil resursbas, undvika överexploatering av förnybara resurser och ekotjänster samt att förbrukningen av icke förnybara resurser sker i samma takt som det investeras i förnybara substitut. Dimensionen inkluderar även att bevara den biologiska mångfalden, atmosfärens stabilitet och andra ekosystemfunktioner som vanligtvis inte klassas i ekonomiska termer. Social hållbarhet rör främst en rättvis fördelning av resurser och lika förutsättningar, tillhandahålla adekvata sociala tjänster så som sjukvård, utbildning samt jämställdhet och politisk ansvarsskyldighet och deltagande (Harris. 2003 :1).

Enligt Bratt et al. (2011) finns två fundamentalt skilda sätt att tolka ekonomisk hållbarhet. Den ena hållningen likställs med ”hållbar tillväxt” och där betonas ”utveckling”, ”genom energieffektivisering och ny teknologi kan vi öka inkomsterna men ändå hålla oss inom ekosystemets gränser” (Bratt. 2011 : 21-58). Denna hållning kritiseras av att evig ekonomisk tillväxt är omöjligt då ekonomin är beroende av fysiskt ändliga resurser (Emmelin. 2005). De som är förespråkare av denna hållning betonar ”hållbar” och deras fokus riktas på ekosystemets förutsättningar (Bratt. 2011 : 21-58). Min normativa utgångspunkt är att ekonomisk hållbarhet inte är likställt med hållbar tillväxt.

Rekyleffekten även kallat reboundffekten. Rekyleffekter uppstår vanligtvis vid effektivisering av resursanvändning (Broberg. 2011 : 12). Ett exempel skulle kunna vara att användarna av en bilpool spenderar pengarna de sparar genom medlemskapet, på långa flygresor som bidrar till växthusgasutsläpp. Därmed blir det inte en förminskning av den negativa miljöeffekten, sett ur ett helhetsperspektiv (Scott. 2009 : 24-25).

Resiliens: Definieras som ett systems kapacitet att hantera störningar och förmågan till omorganisering under tiden av förändring, samtidigt som systemet kan behålla samma funktion, struktur, identitet och feedback som tidigare. Resiliens går att tillämpa på cykliska system exempelvis ekosystem och sociala system (Folke. 2006). Bratt et al. (2011) menar för att nå en

hållbar utveckling är det av största vikt att bevara ekosystemets resiliens, för att bland annat säkerställa förnybara resurser och naturens nyttoprocesser. Mångfald är grundläggande för ett systems resiliens (Bratt. 2011 : 22-25, Harris. 2003).

Begreppet har kritiserats av humanekologen Alf Hornborg för att inte leda till de fundamentala förändringar som krävs för en hållbar omställning. Han menar att det leder till en syn som vill uppnå konstant stabilitet av ekosystemet ur människans perspektiv, vilket ur ett naturvetenskapligt perspektiv är omöjligt då ekosystem är ständigt föränderliga. Oavsett resiliens måste även maktdimensionen tas i beräkning då makten styr vem som gagnas av ett resilient samhälle eller ekosystem, alltså resiliens i sig behöver inte leda till rättvis fördelning av resurser (Hornborg. 2009). Min syn på resiliens utgår från att cirkulära system (motsatt till linjära system) ständigt förändras och att människan skall vara anpasslig och flexibel men kan vid behov anpassa och påverka systemen i viss grad dock utan att äventyra det cirkulära systemets existens.

3.2.3 Prekariatet och dess ramverk

I Boken *Prekariatet – den nya farliga klassen* (2013) presenterar Guy Standing sin hypotes om Prekariatet och vill därmed problematisera och synliggöra att allt fler människor hamnar i en prekär situation (besvärlig situation) i relation till arbetsmarknaden. Kärnan i Standings hypotes kan kortfattat beskrivas som, den permanenta otryggheten som är prekariatets signum och är ett resultat av den senaste nyliberala samhällsordningen. Parallellt som allt fler människor räknas till prekariatet, växer även den kollaborativa ekonomin, vilket är anledningen till att Prekariatet är ett av ramverken i denna uppsats. Standing ställer sig även kritisk till delar som vanligtvis räknas som en del av den kollaborativa ekonomin. Kopplingar mellan prekariatet och kollaborativ ekonomi har tidigare gjorts (OuiShare Magazine. 2014, Shareable. 2011). Nedan presenteras i kort hypotesen om prekariatet och några av de centrala begreppen.

Prekariatet I boken redogör Standing för en allt mer globaliserad värld med en nyliberalistisk ordning som med sin konkurrens och individualism (Standing. 2013 : 45) skapar en fragmenterad klasstruktur. Detta leder till att klassbegrepp som ”proletariatet” inte längre kan rymma den globala socioekonomiska grupp som växer, då fler människor hamnar utanför den formella arbetsmarknaden (Standing. 2013).

Enligt Standing uppstod prekariatet efter de senaste åren av hyperflexibilitet och rörlighet så väl när det gäller människor, arbete, produktion och kapital (Standing. 2013 : 39, 45-46).

Standing hävdar att globaliseringen har bidragit till att allt fler människor lever under otrygga

förhållanden och i tillfälliga anställningar där de som tillhör prekariatet försöker skapa ekonomisk trygghet genom att inneha flera typer av arbeten samtidigt för att minska risken att bli utan inkomst eller trygghet. Otryggheten leder till att färre organiserar sig tillsammans via fackföreningar och att tillitsfulla relationer förhindras (Standing. 2013 : 39), eftersom människor saknar långsiktig trygghet. Samtidigt ökar fientligheten inom prekariatet och vissa grupper söker sig till populistiska partier, då många är rädda att förlora det de har (Standing. 2013).

Kommodifiering när allt blir varor som kan värderas i termer av ekonomiska kostnader och ekonomisk avkastning (Standing. 2013 : 39, 45-46) exempelvis en tjänst som utförs av en människa eller dennes kompetens. En utveckling Standing ställer sig mycket kritisk till då det innebär en objektifiering och ”slit-och-släng”-mentalitet av människor och oftast försämrade arbetsvillkor (Standing. 2013).

Tertiarisering uppstod som en ytterligare följd av globaliseringen och förflyttning av människor, produktion och kapital förflyttas också tillverknigen. Vilket leder till ett utbrett tjänstesamhälle (tertiarisering) (Standing. 2013 : 62). Tertiariseringen gör gränsen mellan hem och arbete samt arbetstid och fritid, diffus och kan illustreras med följande citat, ”För prekariatet är normen en arbetsplats på alla platser, när som helst, så gott som hela tiden” (Standing. 2013 : 195).

3.3 Forskningsperspektivet

Nedan redogör jag för de perspektiv och ansatser som präglar min epistemologiska och ontologiska hållning som forskare. Perspektiven styr hur jag anser kunskap kan skapas och därav påverkat mitt metodval.

Det kvalitativa perspektivet – Begrepp som är viktiga för det kvalitativa perspektivet är: innebörd (mening), kontext och process. Individens omgivande verklighet är subjektiv och ses som individuell, socialt och kulturellt skapad. Synen på individen skiljer sig från det traditionella perspektivet där individen är fristående från omgivningen. Det främsta intresset är att studera hur människan uppfattar och tolkar sin omgivning, vilket styr vilka metoder som används (Backman. 2010 : 53-62). De två metoderna som genomförts, litteraturstudie samt djupintervjuer, är båda kvalitativa, där den sistnämnda metoden ämnar förstå och studera individens drivkrafter.

Hermeneutisk ansats – Modern hermeneutik avser inte endast tolka språkliga utsagor utan även handlingar och livsytringar. Målet är att nå en djupförståelse (explorativ) istället för att förklara, eftersom det enligt denna kunskapsteori inte finns en absolut sanning (Eriksson. 2014). Jag som forskare med denna ansats har subjektivt närmast mig kollaborativ konsumtion och studien präglas

av min förförståelse (Davidsson. 2003 : 29).

Den konstruktivistiska ansatsen – Till skillnad från hermeneutiken intresserar sig socialkonstruktivismen inte för kunskapens källa utan hur kunskapen blir till (epistemologi). Konstruktivisterna anser att kunskapen är socialt skapad och därför finns det ingen kunskap som kan uppfattas som absolut och inte heller finns det en slutgiltig verklighet (Böhler. 2004 : 41-50). Den hermeneutiska och den konstruktiva ansatsen har påverkat valet av metod, främst metoden djupintervju där jag vill komma åt respondenternas tankevärld men även förstå hur de har skapat kunskap om världen med hjälp av analysfrågorna.

3.4 Studiens humanekologiska relevans

Humanekologins mål är att studera samspelet mellan människa och natur samt interaktionen mellan människor (Steiner. 2004). Människan ses främst som en social och kulturell varelse och ”målet är att kunna visa hur naturumgänge och materiell försörjning hänger ihop dels med kulturella aspekter som identitet och symbolsystem, dels med samhällliga strukturer och institutioner” (Andrén et al. 2006). Det ekologiska förhållningssättet bidrar med att en humanekolog använder sig av systemteorier så som systemekologi, ekologisk ekonomi och världssystemteori (Hornborg. 2004 : 11). Enligt Gerald Marten finns det tre ekosystem som är speciellt intressanta ur ett humanekologiskt perspektiv; naturliga ekosystem, agrikulturella ekosystem samt urbana ekosystem (Marten. 2001 : kapitel 5).

Den generella uppfattningen är att människans handling och livsstil får konsekvenser för ekosystem och sociala system (Marten. 2001 : kapitel 11) och därför är Alf Hornborgs teorier om fördelning och ojämna utbyten av naturresurser (Hornborg. 1997) centrala för disciplinen. Vilket också är en del av ambitionen med att mäta ekologiska fotavtryck, att synliggöra anspråket av resurser och resursflöden (Hornborg. 2004 :119). Att dela och samverka kring resursdelning är samtidigt grundstommen i kollaborativ konsumtion.

Det humanekologiska perspektivet med sin holistiska syn är nära sammankopplat med hållbar utveckling och därav min ambition att kartlägga ekologiska, teknologiska, sociala och ekonomiska drivkrafter och hur dessa hänger samman.

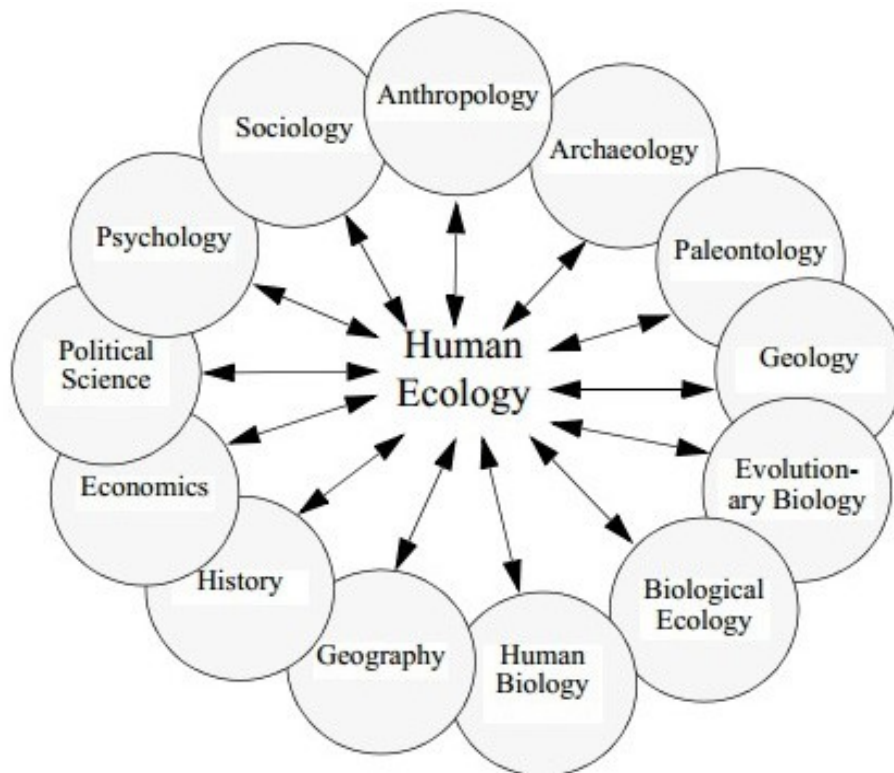


Bild 2. Humanekologin relation till traditionella akademiska discipliner (University of California).

Jag har närmat mig ämnet kollaborativ konsumtion genom ett flertal begrepp; Resiliens (systemteori), Prekariatet (sociologi) och Hållbar utveckling (interdisciplinär) med flera. Min humanekologiska ambition var att undersöka hur vida kollaborativ konsumtion kan göra interaktionen mellan människan och naturen mer ekologiskt hållbar.

4. Datainsamlingsmetod och analytisk metod

För att skapa en bred förståelse kring drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion har jag valt två kvalitativa metoder: litteraturstudie och semi-strukturerade djupintervjuer. Metoderna förväntas komplettera varandra och ge ett makroperspektiv och ett mikroperspektiv.

Mitt val av metoder baseras på mina frågeställningar och den kvalitativa ansatsen samt mitt forskningsperspektiv. Analysen av min empiri har skett genom en triangulering av olika teoretiska perspektiv (Davidsson, 2003 : 105) med målet att nå en bred tolkning av resultatet.

4.1 Litteraturstudie

Studien inleddes med en litteraturundersökning vars resultat styrde framtagningen av intervjuguiden (se bilaga 1 och 2). Ambitionen med litteraturstudien var att besvara den bärande frågeställningen och därmed identifiera drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion, ur ett makroperspektiv.

Materialet som ligger till grund för litteraturstudien och min förförståelse, baseras på svenska och engelska böcker, radioprogram, videoklipp och artiklar. Jag deltog även i den internationella konferensen *OuiShare Fest* 2014 och 2015, som är en tredagars konferens om kollaborativ ekonomi. På konferensen fick jag inspiration, kontakter och ytterligare förförståelse.

Urval

För att göra ett materialurval har jag använt mig av söktermerna: kollaborativ ekonomi, kollaborativ konsumtion, Collaborative Economy, Sharing Economy, Collaborative Consumption, delandets ekonomi, deltagarkultur, samverkanskonsumtion med flera. Sökningen har främst skett via Google, Google Scholar, GUNDA, Amazon och LIBRIS.

Följande verk har varit betydande för litteraturstudien: *What's Mine is Yours* (2010) av Rachel Botsman, *Makers – Den nya industriella revolutionen* (2013) av Chris Anderson, *Sharing is Good* (2013) av Beth Buczynski, *the Mesh* (2012) av Lisa Gansky, *State of the World 2014 - Governing for Sustainability* (2014) av The Worldwatch Institute, *Prekariatet – Den nya farliga underklassen* (2013) av Guy Standing, rapporten *Sharing is the New Buying* (2014) av Visioncritical och rapporten *the Sharing Economy* (2013) av Europa Kommissionen samt *Making Sense of the UK Economy* (2014) av NESTA och Collaborative Lab.

Analys litteraturundersökning

För att förenkla analysen av litteraturstudien har följande frågor använts:

1. **Vilka drivkrafter presenterar författaren?** (teknologiska, ekonomiska, sociala och/eller ekologiska) Både uttalade och underförstådda.
2. **Vilka vetenskapliga stöd eller argument har författaren för ovanstående?**
3. **Vilken kontext ingår verket inom?**
4. **Skulle författaren kunna vara tendensiös?**
5. **Hur definierar författaren begreppen kollaborativ konsumtion och kollaborativ ekonomi?**

Fråga 1 besvaras i studiens resultat medan fråga 2, 3, och 4 endast är en del av analysmetoden för att bedöma källans trovärdighet. Fråga 5 har haft betydelse för min förförståelse då det inte råder konsensus kring definitionen av begreppen.

4.2 Semi-strukturerade djupintervjuer

För att nå djupförståelse samt för att få en inblick i respondenternas tankevärld har jag genomfört en semi-strukturerad djupintervju med varje respondent. Detta för att kunna besvara den primära frågeställningens mikroperspektiv, alltså respondenternas drivkrafter att delta i kollaborativ konsumtion. Förhoppningen var att intervjuerna skulle identifiera ytterligare drivkrafter som litteraturstudien inte berör.

Intervjuguiden (se bilaga 1 - 2) består av öppna frågor där respondenterna med egna ord får beskriva vilka känslor, motiv, värderingar, mening, världsbild och faktorer deras deltagande drivs av. Intervjuguiden är tematisk indelad och följande teman har nyttjats: deltagande, yttre drivkrafter, inre drivkrafter, konsumtion och samhälle samt miljömedvetenhet. Dessa teman har som främsta avsikt att synliggöra hur respondenten ser på kollaborativ konsumtion i förhållande till sitt eget deltagande. Samtidigt vill jag också få en förståelse för vilken världsbild, människosyn och natursyn samt ekologiska medvetenhet som styr hens val. Målet är även att lyfta fram och förstå respondentens syn på den rådande konsumtionskulturen.

Urval

Valet av de fem respondenterna, har baserats på följande kriterier:

- Personen skall ha deltagit i minst två *olika* aktiviteter som ingår i kollaborativ konsumtion,

exempelvis bilpool där resursen ägs av ett företag (B2C) och boendebyte där resursen ägs av annan privatperson (P2P).

· Personen skall även ha *hyrt, lånat, bytt, delat eller skänkt* någon resurs och tagit del av någon annans resurs (se Bilaga 3).

Eftersom avsikten med uppsatsen inte varit att generalisera utan att förstå respondenternas drivkrafter så har urvalet påverkats av intervjupersonernas villighet att ställa upp samt av ovannämnda kriterier. Samtliga respondenter fick jag kontakt med via Facebook där jag gjorde en efterlysning av respondenter och redogjorde för studiens syfte. De fem första som kontaktade mig valde jag att intervjua och könsfördelningen är inte jämnt fördelad. De fem respondenterna är uppväxta i Sverige och bor i Göteborg samt har någon form av akademisk utbildning. Intervjupersonerna var för mig främlingar, få till antalet och räknas inte som ”subjektiva” experter och räknas inte som sakkunnig expert eller informanter utan istället som respondenter, vilket följer Grant McCrackens råd vid val av respondenter (McCracken. 1988 : 286).

Analys djupintervjuer

Analysen av djupintervjuerna har två inriktningar. Den första inriktningens mål är att se om respondenterna uttrycker liknande drivkrafter för vad som har förekommit i litteraturstudien. Den andra delen och huvudsakliga syftet var att identifiera och tolka respondentens personliga drivkrafter ur ett mikroperspektiv.

Följande frågor ligger till grund för min analys:

- 1. Vilka drivkrafter anser personen driva kollaborativ konsumtion ur ett makroperspektiv? (teknologiska, ekonomiska, sociala och/eller ekologiska).**
- 2. Vilka personliga drivkrafter uttrycker personen för sitt deltagande? (teknologiska, ekonomiska, sociala och/eller ekologiska).**
- 3. Vilken kontext tillhör personen?**

Fråga 1 och 2 redovisas i intervjuresultatet medan fråga 3 icke redovisas utan är ämnad att bidra till min förståelse om vilket sammanhang personen tillhör.

4.3 Metoddiskussion

Kvantitativa metoder kan inte ge mig den djupförståelsen jag eftersträvar och då syftet inte är att beskriva kollaborativ konsumtion utan att förstå, har kvantitativa metoder valts bort. I detta fall ses kvantitativa metoder inte leda till hög validitet då mitt syfte och frågeställning är av kvalitativ art. Kritiken till kvalitativa metoder är ofta att resultatet är subjektivt och inte går att generalisera då det vanligen ingår för få personer i studien, dock är det just detta jag vill åt, de fem personernas individuella drivkrafter. Dock bör den troliga dubbla hermeneutik som skett uppmärksammas då jag som forskare har tolkat författarnas och respondenternas tolkningar av verkligheten (Gilje. 2007 : 175-179).

Intervjuerna har låg reliabilitet eftersom det inte går att göra resultatet intersubjektivt testbart (Thorén. 2007 : 172). Jag ämnar inte utföra en positivistisk utan hermeneutisk undersökning där jag anser att förståelsen och värderingar inte går att isolera från mig som forskare. Viktigt är också att jag genomför en kvalitativ studie och där menas en annan typ av validitet. I

Forskningsmetodikens grunder menar Runa Patel och Bo Davidsson för att styrka validiteten av en kvalitativ studie innebär att forskaren noga redogör för forskningsprocessen (Davidsson. 2003 : 102-106) vilket jag haft avsikt att göra. Ytterligare ett sätt för att öka validiteten är via teoretisktriangulering, där jag använt olika perspektiv (kollaborativ ekonomi, prekariatet och hållbar utveckling) för att nå en bred bild av kollaborativ konsumtion.

Problem med intervjumetoden skulle kunna vara att det finns risk för styrning, missförstånd och feltolkningar av respondenternas svar. För att undvika dessa risker har jag spelat in intervjuerna och försökt att inte styra respondenternas svar. En viss styrning har dock varit nödvändig för att respondenterna skall svara på frågorna.

4.4 Forskningsetik

I dokumentet *Forskningsetiska principer* låter Vetenskapsrådet precisera fyra grundläggande krav som bör vägleda samhällsforskaren. Dessa fyra grundkrav är följande: informationskravet, samtyckskravet, nyttjandekravet och konfidentialitetskravet. Tillsammans värnar principerna om att respondenterna har blivit väl informerade om undersökningens syfte samt hur uppgifterna kommer att användas. Intervjupersonerna har deltagit i studien frivilligt vilket följer kravet om samtycke, de har även godkänt att intervjuerna har spelats in. Respondenterna är anonyma och har fått tagit del av rapporten innan den publicerats samt att de har fått ta del av det färdiga resultatet (Vetenskapsrådet).

5. Resultat litteraturgranskning

Nedan följer en redovisning av resultatet som framkommit av den litteraturgranskning som genomförts. Resultatet är ämnat att svara på den bärande frågeställningen, ”Vilka är drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion?” ur ett makroperspektiv. Resultatet presenteras enligt följand; teknologiska, sociala, ekonomiska, ekologiska aspekter och i relation till hypotesen om prekariatet.

5.1 Kollaborativ konsumtion - Teknologiska aspekter

Internet den stora underlättaren?

I slutet av 2014 förväntar Internationella teleunionen (ITU) att 3 miljarder människor, en siffra som motsvarar 40 % av världens befolkning, kommer att använda internet. Av dessa 3 miljarder människor tillhör ca 2 miljarder den icke ekonomiskt privilegierade delen av världsbefolkningen (ITU. 2014). Den ökade tillgången till internet förutspås i rapporten *State of the World 2014* (2014) vara en bidragande faktor till övergången till det ”digitala samhället” (Worthington. 2014 : 54).

Delandet av resurser och tillgångar har i alla tider varit beroende av nätverk men i och med internet har omfånget, meningen och möjligheterna förändrats hävdar Rachel Botsman, en av pionjärerna inom kollaborativ konsumtion (Botsman et al. 2010 : 55).

Vidare menar Tim O'Reilly, grundare till medieföretaget O'Reilly Media vars huvudområde är datateknik, att internet och mobilanvändningen har möjliggjort vad O'Reilly kallar en ”deltagararkitektur”. I denna deltagararkitektur bidrar människor med resurser utan ersättning, och ett exempel är den fria och öppna encyklopedin, **Wikipedia* (Anderson. 2013 : 143). Även Chris Anderson, den före detta chefredaktören för teknikmagasinet Wired, menar i sin bok *Makers* att internet har lett till en demokratisering och decentralisering av både finansieringsverktyg, produktion och konsumtion (Anderson. 2013 : 225).

Botsman för liknande resonemang då hon hävdar att internet och dess sociala nätverk, är vår tids största inkluderande och kulturella utveckling och kommer vara grunden till ett stundande maktskifte. Relationen mellan makt och pengar förändras då nätverken fördelar makten mer horisontellt (Botsman et al. 2010 : 56). Vidare förklarar Botsman att med internet har koordinering, expansion och förmågan att nå bortom fysiska gränser förenklats för deltagarna i en kollaborativ konsumtion (Botsman et al. 2010 : 73).

Förutom en ökad deltagararkitektur, decentralisering och demokratisering påstår Botsman att digitala P2P-plattformar både kräver tillit (Botsman. 2010 : kapitel 6) och skapar tillit mellan

* Se ordlista, Bilaga 6

användarna, med hjälp av olika digitala profiler, omdömespoäng och rekommendationssystem (Botsman. 2010 : kapitel 4). Exempelvis kan en **Airbnb-användare* läsa om olika hyresvärdar och deras omdömen och hyresvärdarna kan läsa om eventuella hyresgäster (tillit mellan deltagare berörs ytterligare under avsnittet *Mellanmänsklig tillit som valuta?* Sid. 28-29.).

Utöver tillit mellan användarna åsyftar Europeiska kommissionen på den ökade tilliten till onlinebetalning som en bidragande faktor till kollaborativ konsumtion. Människor blir mer vana vid onlineaktiviteter och tilltron till onlinebetalning, där användaren eller konsumenten behöver ge ut uppgifter om sitt kreditkort, har förändrats. Den tidigare skeptiska attityden till onlinebetalning har under de senaste tio åren ersatts med ett starkt förtroende (European Union. 2013 : 12).

Anderson (2013) menar att den kollaborativa konsumtionen även kan ses som ett möte mellan communities online och offline. Han beskriver de senaste tio åren med internet som en period med fokus på att finna nya sätt att skapa, uppfinna och samarbeta på internet. De kommande tio åren kommer att präglas av hur vi anammar denna kunskap i den verkliga världen (Anderson. 2013 : 29).

Många av aktiviteterna som inkluderas i kollaborativ konsumtion exempelvis **coworking*, **verktygspooler*, byteshandel och kollektivboende är gamla företeelser som tagit ny form i och med tillgången till internet. Aktiviteterna delar värden som; öppenhet, community, tillgänglighet, hållbarhet och framför allt samverkan, många värden direkt tagna från den digitala kulturen på internet (Botsman et al. 2010 : 180).

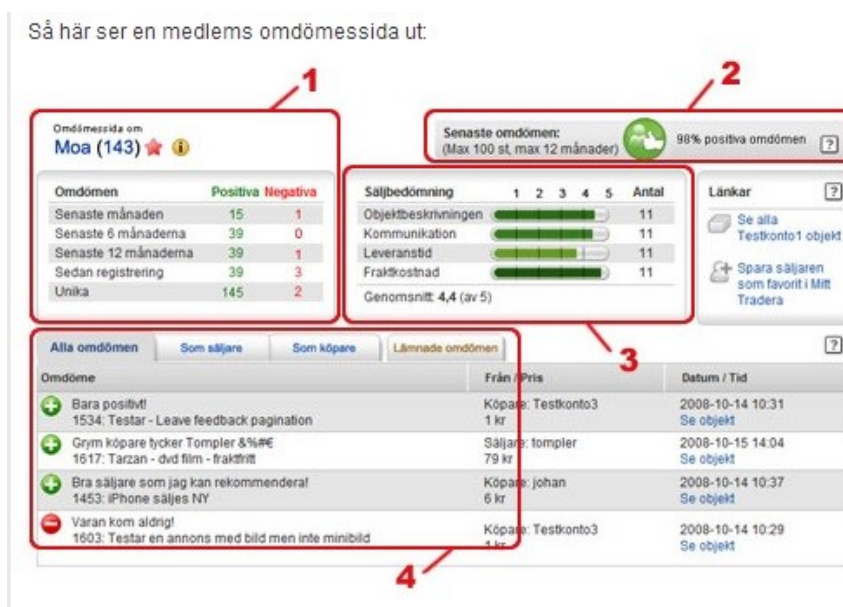


Bild 3 Exempel på omdömessystem, Traderas omdömessystem (Tradera)

* Se ordlista, Bilaga 6

5.2 Kollaborativ konsumtion - Sociala aspekter

Generation Millennium

Generation Millennium, även kallade Generation Y, är den hittills största generationen av unga, som existerat och som står för 3 miljarder av jordens befolkning, varav 90 % kommer från icke ekonomiskt privilegierade länder. Generationen beskrivs som den mest utbildade och lämpade att bilda rörelser och kommunicera via internet (Worthington. 2014 : 89). Förutom nämnda egenskaper beskriver Lisa Gansky, entreprenör och författare till boken *the Mesh* (2012), generationen som mer socialt medveten, miljömedveten, uppkopplad och mer krävande som konsument än tidigare generationer (Gansky. 2012 : 71).

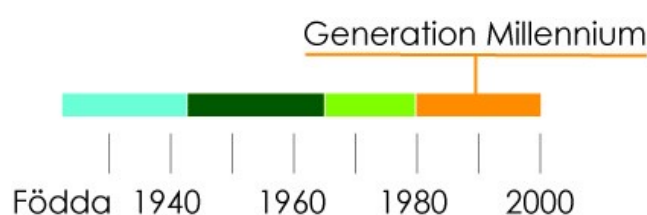


Bild 4 Generation Millennium, födda mellan år 1980 - 2000 (Baserad på Kämäräinen. 2014).

I rapporten *The New Consumer and The Sharing Economy* (2014), svarade 51 % av respondenterna mellan 16 – 34 år att de föredrar att dela resurser istället för att äga. Även av respondenterna i ålderskategorin 35 – 54, svarade 45 % att de föredrar kollaborativ konsumtion (Havas Worldwide. 2014 : 19).

I studien "*Sharing is the New Buying* (2014) har över 90 000 människor från USA, Kanada och Storbritannien svarat på frågor om deras relation till kollaborativ konsumtion. Studien synliggjorde tre olika typer av deltagare:

Neo-Sharer (Neo-delare) – Personer som använder den nyare typen av kollaborativa tjänster och appar så som **Airbnb*, **Kickstarter* och **Etsy*.

Re-Sharer (Åter-delare) – Personer som skänker, köper eller säljer begagnade varor online, exempelvis på **Freecycle* och **Blocket*.

Non-Sharer (Icke-delare) – Personer som ännu inte deltagit i kollaborativ konsumtion. Många av dessa uttrycker en vilja att prova att delta inom det närmsta året, då främst i Re-Sharer-aktiviteter (Owyang. 2014).

Studiens resultat visar att det finns ett samband mellan ålder och formen av deltagande. När det gäller Re-Sharers så är den största andelen (41 %) personer mellan 35- 54 år. Nästan hälften (48 %) av de så kallade Neo-Sharers är mellan 18 – 34 år (Owyang. 2014 : 13).

Studien tyder på ytterligare samband mellan ålder, urbanisering och internetanvändning. Storstäder där kollaborativ konsumtion hittills är som störst, har vanligtvis mer unga vuxna, samma unga vuxna är ofta vana internetanvändare (Owyang. 2014 : 17).

Även Botsman lyfter fram ålder som en viktig faktor, då många av entreprenörerna bakom några av de mest framgångsrika kollaborativa företagen och organisationerna är under 30 år (Botsman et al. 2010 : 55). Liknande resultat återkommer i Europeiska kommissionens rapport, då majoriteten av företagens anställda var under 35 år (European Union. 2013 : 8). Att den yngre generationen är majoritet menar Botsman beror på den alltmer samarbetsvilliga värld som generationen är uppväxt i (Botsman et al. 2010 : 55).

Ett stundande värdeskifte?

Tillgång framför ägande är kärnan i kollaborativ konsumtion anser Beth Buczynski, författare till boken *Sharing is Good* (2013), vilket leder till att den nuvarande centraliserade och toppstyrda konsumtionsmodellen ifrågasätts (Buczynski. 2013 : 19). I den toppstyrda konsumtionsmodellen som fick sitt fäste kring 1950-talet ingår ett starkt och utbrett privat ägande, som enligt Gansky beror på de statliga subventionerna av fossilt bränsle och billiga huslån (Gansky. 2012 : 69).

Följande tabell (bild 5) visar hur amerikanska förstaårsstudenter på college beskriver sina livsprioriteringar mellan åren 1971 till 2008. Studenterna fick gradera vikten av att ha en finansiellt välställd ekonomi och ett meningsfullt liv. Resultatet är inte unikt för USA utan liknande svar har framkommit i andra länder (ibid).

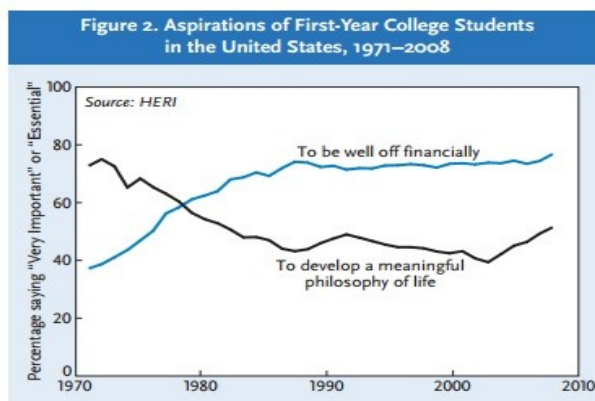


Bild 5 Resultatet av en undersökning där första års studenter på college fick gradera vikten av ekonomiskt välstånd och ett meningsfullt liv (Assadourian. 2010 : 10).

Trots ovanstående resultat, där finansiellt välstånd värderas högst, tyder tabellen på att ungdomarna värderar meningen med livet allt högre sedan början på 2000-talet, ett värdeskifte flertal av författarna som ingår i litteraturstudien argumenterar för (Botsman et al. 2010 : kapitel 3, Buczynski. 2013 : kapitel 3, Anderson. 2013 : kapitel 5, Gansky. 2012 : 71). Ungdomspsykologen Michael Bradley menar att ”unga människor idag vill undvika att bli förslavade av materiella mål som de upplever att deras föräldrar är fångslade av” [egen översättning].

Botsman anser att vi kan skönja tre värdeskipten kring vår konsumtion:

- **Community-baserade marknader**
- **Transparens och spårbarhet**
- **Deltagande**

Community-baserade marknader, kan ses som en önskan om äkta relationer och gemenskap men även ett försök till att hitta den ”saknaden länken” mellan producent och konsument.

Marknadsplatsen **Etsy* har en egen community där användarna så kallade ”Etsians” kan dela tips, gå med i grupper, delta i event med mera (Etsy). Även **Zipcar*, världens största bilpool och bilklubb, använder uttrycket ”Zipster” för att beskriva sina användare (Zipcar). Buczynski bedömer att communities skapar ett sammanhang och en känsla av att vara en del av något större, likt en rörelse. I sin bok *Sharing is Good* (2013), driver hon resonemanget vidare och menar att kollaborativ konsumtion, skapar nya konstruktiva relationer mellan människor. I en kollaborativ ekonomi hjälper människor varandra att möta behov och oftast kan både egenintresse och kollektivets intresse, förenas (Buczynski. 2013 : 17). Sammanfattningsvis står det första skiftet för önskan att skapa starka relationer och få kontakt med varandra inom communities och därmed synliggöra personen och historien bakom en tjänst eller en vara.

Det andra skiftet, **Transparens och spårbarhet**, syftar till att konsumenter vill veta vart och hur varorna är producerade.

Gansky hävdar att internet har gjort transparens och spårbarhet möjligt. Företagen och organisationerna som ingår i en kollaborativ konsumtion har en filosofi av öppenhet, vilket kan innebära transparent prissättning, transparent produktion och spårbarhet av varor och tjänster. Gansky menar att den toppstyrda konsumtionen och produktionen har avstått från transparens och saknat viljan av transparens (Gansky. 2012 : 98).

Med **Deltagande** syftar Botsman till den öppna strukturen och möjligheten att interagera i huvudsak

* Se ordlista, Bilaga 6

via internet. Deltagare kan delta i finansieringen av en produkt, ge feedback i designstadiet eller när denne använder produkten (Anderson. 2013 : 216).

Brienco och Stagl hävdar att den ökade konsumtionen de senaste decennierna delvis beror på ett allt mer individualiserat samhälle, där konsumtionen blir ett sätt att tillfredsställa människans behov av deltagande och affektion. Konsumtionen blir då ett substitut för deltagande och ett sätt att uppleva gemenskap (Scott. 2009 : 16).

Många av verksamheterna som Gansky ser som en del av kollaborativ konsumtion grundar sig i communities (se Community, sid. 11) och ett aktivt deltagande. Här möts enskilda människor med gemensamma intressen via olika sociala nätverk för att samarbeta (Gansky. 2012 : 179).

Botsman hävdar att övergången från ägande till tillgång, påverkar hur vi visar vår status, grupptillhörighet och anknytning (Botsman et al. 2010 : 97-99). Med kollaborativ konsumtion värderas interaktion och community, stöd, kunskap, lycka, nya vanor, utrymme och tid, istället för shopping som i rådande konsumtionskultur (Botsman et al. 2010 : 200). Människor går från att vara passiva konsumenter till aktiva deltagare (European Union. 2013 : 2). Ett exempel är fenomenet ”*Coworking*” som är en av de snabbast växande aktiviteterna som ingår i kollaborativ konsumtion, och innebär att privatpersoner eller medlemmar av ett **Coworking space* delar kontorslokal och utrustning samtidigt som det finns ett tillhörande community. Buczynski ser detta som en följd av att frilansare och egenanställda är det segment av arbetskraften som ökar mest och genom Coworking får användarna tillgång till resurser men även en gemenskap (Buczynski. 2013 : 44).

Enligt Botsman bidrar dessa tre värdeskillnader till en övergång, från den tidigare konsumtionsmodellen som styrs av *vad* vi konsumerar till att i framtiden fokusera på *hur* vi konsumerar och får tillgång till varor och tjänster (Botsman et al. 2010 : 51).

* Se ordlista,, Bilaga 6

Mellanmänsklig tillit som valuta?

Tillit anses vara en av de essentiella komponenterna för kollaborativ konsumtion (Botsman s.219). Flertalet undersökningar visar att sedan några år tillbaka har tillit mellan människor och förtroendet till banker och storföretag förändrats (Botsman et al. 2010 : 162-163, European Union. 2013 och Gansky. 2012 : 101). I Sverige har vi en stark mellanmänsklig tillit och endast 27 % saknar tillit till andra människor (Folkhälsomyndigheten), men förtroendet för de olika institutionerna i landet varierar (sammällsförtroende).

Av de 21 svenska institutioner SOM-Institutet undersöker i sin årliga förtroendeenkät, är sjukvården enligt balansmättet den institution som graderas högst (+48). Institutioner som hamnar längre ned i graderingen är bland annat banker (-9) och storföretag (-8)

Samhällsinstitution	Mycket stort	Ganska stort	Varken/ eller	Ganska litet	Mycket litet	Summa procent	Förtroende-balans
Sjukvården	12	51	22	11	4	100	+48
Universitet/högskolor	8	47	38	5	2	100	+48
Polisen	8	47	28	12	5	100	+38
Riksbanken	9	39	41	9	2	100	+37
Radio/TV	6	43	39	9	3	100	+37
Domstolarna	8	38	34	14	6	100	+26
Grundskolan	5	37	38	16	4	100	+22
FN	7	35	37	14	7	100	+21
Riksdagen	5	30	43	15	7	100	+13
Regeringen	7	33	31	18	11	100	+11
Svenska kyrkan	5	25	42	15	13	100	+2
Kungahuset	9	23	37	15	16	100	+1
Dagspressen	2	24	45	21	8	100	-3
De fackliga org	3	24	41	21	11	100	-5
Försvaret	4	19	47	20	10	100	-7
Storföretagen	2	20	48	22	8	100	-8
Bankerna	4	24	35	25	12	100	-9
De politiska partierna	1	17	50	23	9	100	-14
Kommunstyrelserna	1	18	47	25	9	100	-15
EU-kommissionen	2	15	47	22	14	100	-19
Europaparlamentet	2	15	47	21	15	100	-19

Kommentar: Antalet svarpersoner varierar mellan 4 795 och 4 875. Analysen bygger på de editioner av SOM 2013 (Riks-SOM 1, 2 och 3) där frågan ställdes i sin helhet. Personer som hoppat över hela frågan eller ej besvarat förtroendefrågan för någon särskild institution är inte medtagna i procentalen. Dylåka svar var sällsynta och lämnades av endast mellan fem och sju procent för de olika institutionerna. Förtroendebalansen kan gå mellan +100 (alla svarpersoner anger stort förtroende) och -100 (alla svarpersoner anger litet förtroende).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2013.

Bild 6 Förtroendet för samhällsinstitutioner 2013 (procent och balansmätt) (Weibull)

Lågt förtroende för banker har även visat sig i USA, där en studie visade att endast 16 % av de tillfrågade sa att de litar på traditionella banker (Botsman et al. 2010 : 62).

Europakommissionen menar att det låga förtroendet för företagsvärlden, sedan den ekonomiska krisen, är en av drivkrafterna till den ökade P2P-marknaden. Eftersom den användardrivna marknaden eliminerar företagets roll och öppnar upp för nya maktrelationer mellan privatpersoner (European Union. 2013 : 12).

Ytterligare en amerikansk studie visar att endast 14 % uttrycker tilltro till reklambudskap medans hela 78 % litar på personliga rekommendationer (Botsman et al. 2010 : 203), vilket Buczynski menar är väsentligt för att förstå tillit i relation till kollaborativ konsumtion. Dock kan samma tillit vara deltagandets största barriär. I en amerikansk studie svarade 67 % av respondenterna att tillit var det största hindret för att delta i kollaborativ konsumtion. Varav 30 % av amerikanerna sa att de var rädda att deras saker skulle bli stulna eller gå sönder, 23 % uttryckte en misstro till främlingar och 14 % svarade ”på grund av privata angelägenheter” (Buczynski. 2013 : 28).

Den kritiska massan finns i staden

Hälften av jordens befolkning bor i dagsläget i städer och inom 30 års tid förväntas siffran att öka till 75 % (Zimmerman. 2014 : 152).

Gansky menar att staden med sin densitet gör det enklare och mer kostnadseffektivt att bedriva företag och tjänster som bygger på delandet av resurser och tillgångar, så som klädbytardagar och bilpooler (Gansky. 2012 : 81). I rapporten *Sharing is the new Buying*, framkommer det att den kollaborativa konsumtionen är mer utbredd i USA:s största städer (Owyang. 2014 : 17).

Även Botsman menar att densiteten i staden är avgörande och gör det möjligt att nå den kritiska massan som är central för kollaborativ konsumtion. Denna kritiska massa av användare skapar ett brett urval av produkter eller tjänster så dess användare får liknade valmöjligheter som de är vana att få när de konsumerar. Exempelvis behövs ett visst antal plagg på en klädbytardag för att alla deltagare så de blir nöjda med sitt klädbyte (Botsman et al. 2010 : 75).

Förutom densitet finns vanligtvis en fungerande infrastruktur i staden som underlättar transport, utbyten och kontakt mellan människor påpekar Buczynski (Buczynski. 2013 : 27) och samtidigt visar sociologisk forskning att densitet är grundläggande för kreativitet, innovation och kunskapsdelning (ibid).

5.3 Kollaborativ konsumtion - Ekonomiska aspekter

Den ekonomiska krisen eller en rörelse?

Litteraturstudien tyder på att det finns olika meningar om hur finanskrisen 2008 har påverkat kollaborativ konsumtion. Europeiskakommissionens argumenterar för att den växande trenden med peerdrivna marknader är en direkt följd av den ekonomiska krisen, eftersom denna har bidragit till misstro mot banker och storföretag, ökad arbetslöshet, minskad köpkraft och ett större behov av sparkapital och extra inkomst. Kommissionen menar att dessa följder gör att människor blir mer mottagliga för de nya peerdrivna affärsmodellerna som är en del av den kollaborativa konsumtionen (European Union. 2013).

Botsman däremot menar att kollaborativ konsumtion inte är en effekt av finanskrisen utan en rörelse som startade tidigare, där vissa deltagare troligen inte vet att de är medlemmar av en större rörelse. Likt Europeiskakommissionen menar hon att finanskrisen gör människor mer öppna till andra sätt att få tillgång till det de behöver (Botsman et al. 2010 : xvi-xvii).

Att kollaborativ konsumtion skulle drivas av behovet av en extra inkomst motbevisas delvis av rapporten *Sharing is the New Buying* (2014), som visar att det är större chans att deltagarna i USA, Storbritannien och Kanada är välbemedlade än låginkomsttagare (Owyang. 2014 : 16). Trots att användarna är välbemedlade svarade majoriteten av respondenterna att ett bättre pris, är det näst vanligaste motivet att använda en Peer-2-Peer-plattform medan det främsta motivet var bekvämlighet alltså det är enkelt och en bekväm lösning till skillnad från den traditionella konsumtionen (Owyang. 2014 : 19) (se Bilaga 5, bild 10). I rapporten *The New Consumer and The Sharing Economy* (2014) svarade däremot 69 % av respondenterna att ”spara pengar” är det främsta motivet för deras deltagande (Havas Worldwide. 2014 : 22).

De nyare affärsmodellerna

Den konventionella affärsmodellen, traditionell produktion och försäljning, håller på att förändras enligt Europeiska kommissionen och menar att de senaste trenderna pekar åt att företag blir en mellanhand som underlättar handel eller utbyten av konsumentägda produkter (European Union. 2013 : 2). Liknande trender förutspås i rapporten *Sharing is the New Buying* (2014) som menar att affärsmodeller som bygger på hyra, on-demand, medlemskap och prova-och-köp kommer att öka i framtiden (Owyang. 2014 : 11).

Botsman stödjer dessa resonemang och hävdar att ett flertal av de stora företagen går mot en tjänsteekonomi, även så kallad funktionsekonomi, vilket innebär att verksamheter går från att sälja produkter till att sälja tjänster. Ett exempel är företaget Xerox som hyr ut en stor del av sina skrivare

istället för att sälja skrivare. Företaget säljer då tjänsten och funktionen ”att skriva ut” och inte skrivaren som produkt (Botsman et al. 2010 : 118-119).

Botsman hävdar att dessa nya affärsmodeller växer med anledning att de nyare affärsmodellerna erbjuder högre vinstmarginaler, (ibid) eftersom vinsten baseras på antalet användningar istället för sålda produkter (Botsman et al. 2010 : 194). Samtidigt hävdar Jeremiah Owyang grundare av Crowd Companies att de ökade produktionskostnaderna kan påskynda nya affärsmodeller (Owyang. 2014 : 8) vilket stöds av Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) som påvisar att råvarorna utgör 50% av kostnaden för tillverkande företag i Sverige. IVA förespråkar därför en ökad resurseffektivitet för att kunna behålla företagets konkurrenskraft (Skåneberg. 2015 : 16).

Till mikroentreprenörernas förtjänst eller björntjänst?

Ett flertal av exemplen som tidigare har nämnts, **Etsy*, **Airbnb* och **Tradera*, gör användarna till så kallade ”mikroentreprenörer”. Användarna av dessa plattformar har vanligtvis någon önskad, oanvänd resurs eller överflöd och väljer då att sälja eller hyra ut sin resurs. Ett svenskt exempel är verksamheten **Tikitut* som finns i nordöstra Göteborg. Med Tikitut kan turister och besökare bo inneboende hos en familj som bor i området, Bergsjön. Förutom att besökaren kan hyra ett boende kan hen även delta i lokala aktiviteter eller dela en middag med sina hyresvärdar (Tikitut). Hyresvärdarna blir lokala ambassadörer och får en extra inkomst då de hyr ut delar av sitt hem och därmed bildas en form av mikroentreprenörskap.

Europakommissionen menar i sin rapport att hög arbetslöshet och minskade köpkraft till följd av den ekonomiska krisen är den drivande motorn till denna typ av affärsverksamhet. Att sälja tjänster och talanger blir ett sätt att få en inkomst, oberoende ett lönearbete (European Union. 2013).

*

* Se ordlista, Bilaga 6

5.4 Kollaborativ konsumtion - Ekologiska aspekter

Nedan följer resultatet vars ambition är att undersöka drivkrafterna samt besvara den sekundära frågeställningen, hur kan kollaborativ konsumtion bidra till en hållbar ekologisk konsumtion?

Ekologiskt hållbar konsumtion och kollaborativ konsumtion

Enligt P2P-foundation är den ökade miljömedvetenheten och konsekvenserna av naturresurser som sänker en bidragande faktor bakom den kollaborativa konsumtionen (P2P s.137).

I undersökningen *Sharing is the new Buying* (2014) svarade nästan en tredjedel av både gruppen "Re-Sharer" och "Neo-Sharer" att deras motiv för deltagandet, var att uppnå en hållbar livsstil (Owyang. 2014 :19). Resultat i rapporten *The New Consumer and The Sharing Economy* (2014), visar dock att valet av svar varierar beroende hur frågan ställs. När respondenterna fick gradera vilken aspekt av kollaborativ konsumtion som tilltalar dem, svarade 50 % "minska min konsumtion/förminska mitt koldioxidutsläpp" men när respondenterna fick värdera vilken aspekt som tilltalade dem *mest* svarade endast 13 % miljöaspekten, istället svarade majoriteten (32 %) "spara pengar" (Havas Worldwide. 2014 : 23-24).

Botsman argumenterar för att kollaborativ konsumtion kan bli ett sätt att nå balans mellan samhällets behov och planetens gränser (Botsman et al. 2010 : 63). Dock menar hon att de hållbara effekterna av kollaborativ konsumtion oftast är oavsiktliga och inte den primära drivkraften (Botsman et al. 2010 : 74).

Miljönytta och kollaborativ konsumtion

Enligt Botsman kan kollaborativ konsumtion, med övergången till konsumtion av tjänster komma att förändra hur vi ser på ägande då tillgången till funktionen blir viktigare än själva ägandet. Vilket kan förändra hur vi i framtiden konsumerar och minska länders ekologiska fotavtryck (Botsman et al. 2010 : kapitel 5). Botsman problematiserar den linjära modellen (från produktion, konsumtion och till avfall) och hänvisar till data som visar att den linjära konsumtionsmodellen leder till att 80 % av produkterna som produceras är envägsprodukter. I den linjära konsumtionsmodellen är produkter designade för att bli till avfall, samt att 99 % av råmaterial som krävs att göra produkten, blir till avfall inom ett halvår (Botsman et al. 2010 : 195).

För att stödja sitt argument att kollaborativ konsumtion leder till ett minskat ekologiskt fotavtryck, belyser Botsman konsumtionen av musik. Genom att få tillgång till digital musik framför att köpa musik på CD-skiva kan det ekologiska fotavtrycket och energianvändningen minska med 40 - 80 % (Botsman et al. 2010 : 98). Vidare visar en rapport från Waste Resource Action Program att om en

femtedel av de studerade hushållens köp skulle ersättas med att hyra, skulle koldioxidutsläpp minska med 2 % vilket motsvarar 13 miljoner ton koldioxid per år (Botsman et al. 2010 : 107).

IVL Svenska Miljöinstitutet presenterar liknade resultat där de har undersökt Sveriges största onlinemarknad för begagnade objekt, **Blocket*. Under åren mellan 2011 – 2012 ”sparade” Blocket med sin andrahandshandel 1,6 miljoner ton koldioxid per år (IVL Svenska Miljöinstitutet. 2013), jämförelsevis om samma objekt skulle produceras på nytt.

Trots att det finns resultat som tyder på att kollaborativ konsumtion kan leda till en hållbar konsumtion kan också den ekologiska aspekten problematiseras och i värsta fall leda till hyperkonsumtion. En problematisering har gjorts i studien *The Sharing Economy: Make it Sustainable* (2014) som undersöker den kollaborativa konsumtionen i Frankrike, och påvisar att det krävs ett flertal faktorer för att kollaborativ konsumtion skall bli hållbar (Demailly et al. 2014).

Kollaborativ konsumtion kan bli hållbar om aktören dels sätter ett tydligt mål att tjänsten skall vara hållbar och designar tjänsten efter det med hänsyn för transporter och kvaliteten på produkterna, om tjänsten ersätter att nya produkter produceras eller säljs, alltså minskar konsumtionsvolymen och avfallet det genererar. Samtidigt kan kollaborativ konsumtion leda till en negativ reboundeffekt för miljön, då kvaliteten på många produkter inte är producerade att hålla för hög användning, därför kan produkterna gå sönder fortare och som konsekvens behövs fler produkter produceras och transporteras för att ersätta de trasiga produkterna. Dock kan en relativt positiv reboundeffekt ske för den sociala delen och ekonomin då tjänster blir fler och den ekonomiska aktiviteten ökar. Att produkters livslängd och kvalitet skall hålla för maximerad tillgång och användning är essentiellt enligt Demailly et al. (2014) för en framtida hållbar kollaborativ konsumtion och att produkter transporteras korta sträckor, gärna lokalt. Studien visar att det finns stor potential att minska både avfall, naturresursanvändning och energikonsumtion om nämnda faktorer tas i beaktning (Demailly et al. 2014).

5.5 Prekariatet och kollaborativ ekonomi

Länderna som utvecklingsekonomen Guy Standing nämner som utmärkande för sitt växande prekariat (se Prekariatet, sid.14 -15), är i mångt och mycket de samma länder som ses som föregångare för den kollaborativa ekonomin; Skandinavien (European Union. 2013), Frankrike (L'Atelier – Paris. 2013), Sydkorea (Shareable. 2014), USA (Botsman. 2010), och Storbritannien (Anderson et al. 2014).

Sydkorea med sin megastad, Seoul, meddelade hösten 2012 om sin ambition är att bli en ”Sharing City”, som en del i deras arbete för att lösa sociala-, miljö- och ekonomiska problem. Målet är att

skapa jobb, öka inkomster, hantera miljöutmaningar, minska onödig konsumtion och avfall, samt återskapa tillitsbaserade relationer mellan människor (Shareable. 2014). Samma land beskriver Standing som ett av de länder där prekariatet är som störst. 2008 befann sig 57 % av kvinnorna i Sydkorea i prekära jobb, på grund av korttidskontrakt (Standing. 2013 : 95-96).

USA som nämnts tidigare i uppsatsen som ett av länderna där den kollaborativa ekonomin är utbredd, har även ett utbrett prekariat. Kostnaderna för att studera vid universitet har ökat i större takt än inkomsterna (Standing. 2013 : 109) och som en följd av detta menar Standing att det blir vanligare med ”öppna utbildningar” ett exempel är Massachusetts Institute of Technology (MIT) med sitt **Open Courseware Consortium*. Där tillhandahåller världens universitet kurser, anteckningar och tentor tillgängliga för alla utan kostnad. Han belyser även **Peer-to-Peer-utbildning*, vilket han hävdar att ”kommersialisterna” säljer in som att makten ges till de som konsumerar utbildningen (Standing. 2013 : 107), vilket Standing kritiserar eftersom utbildningen ses som en investering men sällan leder till avkastning, alltså arbete eller högre lön.

Även Standing berör en form av värdeskifte och belyser den tilltagande önskan om socialt meningsfulla aktiviteter, som nämns i avsnittet *Ett stundande värdeskifte?* . Efter krisen i USA ökade arbetet som inte räknas till lönearbete och tusentals människor anmälde sig för frivillighetsarbete i New York. Dock menar han att det troligtvis kan vara ett svar på Obamas uppmaning till samhällsnyttigt arbete men samtidigt ett återupptäckt intresse för gemenskap (Standing. 2013 : 243).

Standing belyser den tidigare nämnda Generation Millennium och bekräftar en stor del av bilden som tidigare presenterats i uppsatsen. Ungdomarna vill inte ha tillbaka den ”labouristiska” modellen (fasta jobb med långsiktig anställningstrygghet och tillhörande förmåner), en modell tidigare generationer anammade. I en undersökning svarade två tredjedelar av de unga, att de helst skulle vilja ”driva eget” och vara självständiga än att vara anställda. Samtidigt argumenterar Standing för att det är allt svårare att få en trygg och fast anställning som ung, speciellt för de unga högutbildade som är en stor del av prekariatet. Ett exempel är Frankrike där 75 % av alla unga arbetare börjar med tillfälliga avtal, och majoriteten stannar i dessa anställningar och provanställningarna blir allt längre (Standing. 2013 : 102).

Globalt beskriver Standing en nedmontering av det sociala skyddsnätet, avvecklingen av skattesystem (Standing. 2013 : 45), löner som sjunker och den tredubbla bördan, att ta hand om både barn och äldre släktingar samt egen försörjning, blir allt vanligare. Vilket tvingar människor att

* Se ordlista, Bilaga 6

ta fler jobb som inkomstförsäkring och riskspridning (Standing. 2013 : 179).

5.6 Diskussion resultat litteraturgranskning

Nedan följer en diskussion kring resultatet av litteraturgranskningen i förhållande till de två frågeställningarna ”Vilka är drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion?” och ”Hur kan kollaborativ konsumtion leda till en ekologisk hållbar konsumtion?”.

5.6.1 Vilka är drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion?

Genom litteraturgranskningen tycks jag kunna urskilja fyra viktiga drivkrafter bakom kollaborativ konsumtion:

- Teknikutveckling och internet
- Ett värdeskifte
- Ekologisk medvetenhet
- Ekonomisk nödvändighet

Teknikutvecklingen tycks ha underlättat för privatpersoner att nå och utföra utbyten med andra privatpersoner i en annan utsträckning än vad som var möjligt innan internet (Botsman. 2010). Internet tycks även ha vart betydande för den kollaborativa konsumtionen då det underlättar och främjar de värderingar som är grunden i en kollaborativ konsumtion; öppenhet, deltagande, transparens, community och interaktion med flera (ibid).

Utan internet har jag svårt att se hur kollaborativ konsumtion skulle kunna växa utanför de mindre nätverken, så som grannskap och vänskapskretsar. Samtidigt skulle internet kunna vara en barriär för deltagande och exkludera den äldre generationen som inte är uppväxta med internet eller mobiltelefoner. Dock tyder resultatet på att den yngre generationen har varit viktig då deltagarkulturen de är uppväxta med är essentiell för en fungerande kollaborativ konsumtion (ibid). Det tycks också finnas ett flertal förstadier som har varit betydande för att internet och teknikutvecklingen skulle bli en drivkraft för kollaborativ konsumtion och det är det ökade förtroendet för onlinebetalning (Europeiska Kommissionen. 2013).

Huruvida internet skapar tillit går att diskutera, då det kan vara tänkbart att tilliten samtidigt blir beroende av omdömessystem och rekommendationer och hämmar en tillit mellan deltagare som

exempelvis saknar tidigare omdöme.

Det finns mycket som tyder på att det är ett **värdeskifte** som pågår (Botsman et al. 2010, Gansky. 2012, Standing. 2013). Ett värdeskifte som påverkar så väl hur vi konsumerar och våra relationer till varandra och planeten. Den rådande konsumtionskulturen som beskrivs som toppstyrd, centraliserad, passiv och individualistisk samt resursintensiv, tycks ersättas med en efterfrågan av gemenskap, nära relationer, deltagande och hållbara val (Botsman et al. 2010).

Detta tar sig i uttryck att fler människor efterfrågar en hållbar livsstil och därmed en mer hållbar konsumtion och vill vara aktiva deltagare snarare än passiva konsumenter. Förutom en önskan om deltagande tycks kollaborativ konsumtion också drivas av en längtan av samhörighet och att få vara en del av ett community. Detta tror jag är en naturlig reaktion på de senaste decenniernas starka fokus på individen i kombination med en yngre generation som är vana att umgås i communities online och därför anammar detta sätt att organisera sig och skapa relationer, utanför internet.

Ett av förstadierna till denna önskan om personliga och nära relationer kan vara det allt mer minskade förtroendet för storföretag och banker vilket resulterar i att privatpersoner litar i större utsträckning på andra privatpersoner (European Union. 2013). Det hade varit av intresse för framtida forskning att titta närmare på relationen kring olika länders samhällsförtroende och mellanmänsklig tillit i relation till kollaborativ konsumtion.

Den **ekologiska medvetenheten** tycks vara en drivande kraft globalt till varför människor väljer kollaborativ konsumtion. Dock visar resultatet på en komplex relation mellan motiven bakom deltagandet. Ett högt antal av de tillfrågade svarar att de deltar för att uppnå en hållbar livsstil eller för att minska sin konsumtion men när de får värdera olika faktorer hamnar ”spara pengar” och bekvämlighet överst i prioriteringen (Owyang. 2014, Havas Worldwide. 2014). Detta är ett viktigt resultat som påvisar att svaret blir olika beroende på vilka kringliggande faktorer som tas med och i vilken kontext frågan ställs.

Det råder som resultatet visar skilda meningar hur vida **den ekonomiska krisen** har varit en stark drivkraft eller inte för kollaborativ konsumtion, dock tycks resultatet peka på att den ekonomiska krisen har haft betydelse på följande sätt; fler människor är behov av en extra inkomst, förtroendet för banker och storföretag är lågt, ekonomisk nödvändighet kan öppna upp för viljan att prova nya lösningar och tjänster, minskad köpkraft och ett större behov av sparkapital. Dock finns det resultat

som talar emot att deltagarna skulle vara behov av extra inkomst då rapporten *Sharing is the New Buying* (2014) visar att majoriteten av deltagarna tillhör de mer välbemedlade grupperna (Owyang, 2014). Botsman et al. hävdar å andra sidan att den ekonomiska krisen snarare var ett förstadium än en drivkraft och att kollaborativ konsumtion snarare är en rörelse än ett resultat av ekonomisk nödvändighet (Botsman et al. 2010).

Ett ökat **prekariat** kan indirekt ses som en drivkraft då prekariatet liksom kollaborativ konsumtion båda kan ses som en konsekvens av högre arbetslöshet, globalisering och en flexibel arbetsmarknad. Det är svårt att säga om prekariatets situation delvis är frivillig eller ofrivillig, här syftar jag främst på att den yngre generationens efterfrågan på arbeten som inte följer den "labouristiska modellen". Exempelvis är "coworking" en del av kollaborativ konsumtion som växer, hur vida det är påtvingat eller självvalt är osäkert. Det viktiga blir att inte låta kollaborativ konsumtion leda till ett ännu större prekariat och därför kommer det i framtiden exempelvis vara viktigt att utforska vilka rättigheter arbetare inom kollaborativ ekonomi bör ha och hur de kan få inflytande och makt över sin arbetssituation.

5. 6 .2 Hur kan kollaborativ konsumtion leda till en ekologiskt hållbar konsumtion?

Resultatet tyder på att det krävs ytterligare forskning vad gäller effekterna av kollaborativ konsumtion och relationen till en framtida hållbar konsumtion. Forskningen som hittills gjorts tyder på stor potential till resurseffektivitet och en eventuell beteendeförändring men samtidigt att det är komplext (Botsman et al. 2010, Demailly et al. 2014). Det är tänkbart att miljövinster i en del av systemet, kan "ätas upp" i en annan del av systemet och leda till en rekyleffekt. Om kollaborativ konsumtion skall bli hållbar krävs det att de olika affärsmodellerna, tjänsterna och aktiviteterna inte leder till en fortsatt hyperkonsumtion och designas för att motverka detta. Ett annat exempel skulle kunna vara "smart design" där produkter håller för en hög användningsgrad och därmed motverka en slit-och-slängmentalitet (Demailly et al. 2014). Om övergången till ett tjänstesamhälle leder till en mer ekologiskt hållbar konsumtion tycks relativt utforskat och bör vara ett studieobjekt för framtida forskning.

6. Resultat djupintervjuer

Nedan följer en redovisning av de fem djupintervjuer vars mål är att besvara den primära frågeställningens mikroperspektiv. Intervjuguiden som använts finns som bilaga 1 och 2. Observera att begreppet ”delandets ekonomi” i denna del av uppsatsen motsvarar kollaborativ konsumtion.

6.1 Intervju Malin

Malin är 45 + och är utbildad beteendevetare och driver eget företag. Hon beskriver sig själv som en person som älskar internet och människor. Ideellt skapar hon mötesplatser mellan människor både på och utanför internet och det är en stor del av hennes fritid.

Tema: Deltagande

Hon deltar i ett flertal aktiviteter som räknas till den kollaborativa ekonomin, öppen utbildning i form av en **MOOC-kurs* och hon har startat en **knytkonferens* för dem som älskar webben. Hon är även en aktiv användare av tjänsten **Kiva* (mikrolån), där hon lånar ut sina pengar till olika personer hon vill stödja runt om i världen. Förutom nämnda aktiviteter bloggar hon och filmar och delar gärna med sig av sin kunskap. Hon har också använt både **Blocket* och **Tradera* där hon köpt möbler och tyger. När Malin har rest har hon även varit en av användarna på reseplattformen **Tripadvisor*.

Malin tänker att ”delandets ekonomi” är som ett ekonomiskt system där en delar och hushåller med resurser, och det handlar om mycket mer än pengar, nästan som en ekologi. Hon tänker att systemet är ett sätt att dela värden utan att tjäna pengar på det.

Malin tror det är naturligt för människan att dela med sig till andra av sina tillgångar och sin kunskap. Samtidigt har hon varit med om att det kan bli ett ojämnt utbyte om någon av parterna inte vill dela med sig, utan bara vill ta del av kunskapen eller resursen. Ett flertal gånger har hon blivit ifrågasatt eftersom hon ofta delar med sig av sin kunskap gratis till andra. Hon ser att denna inställning har förändrats de senaste, då det har blivit mer accepterat att dela med sig.

När hon har underlättat och skapat event och mötesplatser har hon upplevt en del negativa konsekvenser, dels tar det väldigt mycket tid och många människor ser henne som en kunskapsbank vars kunskap och kontakter de gärna vill förvärva.

Malin uttrycker en tilltro till både människor och onlinebetalning. Hon handlar och betalar varor och tjänster online, hon ser inte att det finns några andra alternativ. Hon känner heller ingen rädsla för att möta främlingar utan ser det som en chans att utöka sitt nätverk.

* Se ordlista, Bilaga 6

Tema: Yttre drivkrafter

Om kollaborativ konsumtion har vuxit så tror hon att den bakomliggande yttre drivkraften är att fler får tillgång till tekniken. Här vill hon poängtera att de som deltar ofta är privilegierade, och människor som inte har resurser eller tillgång till tekniken inte har möjligheten att delta på samma sätt som någon som är privilegierad. Samtidigt menar hon att alla har något att dela eller bidra med och då kan det snarare vara okunskap eller utsatthet som hindrar dessa människor att delta.

Tema: Inre drivkrafter

Malin är mycket positiv till kollaborativ konsumtion och ser det som ett sätt för människan att utvecklas och som en möjlighet att förbättra världen. Hon tror det gör människor smartare, gladare och det hjälper människor att göra medvetna och aktiva val. I och med framväxten av delandet av resurser, så tror hon att det förändrar människosynen och människan ses som mer givmild och generös.

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Ja, vi ser väll till oss själva och familjen men sen så har vi ganska mycket kvar. Blir det krig eller något sådant så blir det andra regler och då tror jag att en del bara bryr sig om andra (...) medan andra kommer bara bry sig om sig själv eller sin familj, för vi reagerar olika. Människor är nog sig själv närmast när det kommer till hårdtagna miljöer och situationer (...). I det vanliga livet tror jag att alla har mer eller mindre känsla för att dela med sig och tänka på andra.

Tema: Konsumtion och samhälle

Dagens konsumtion ser hon som väldigt uppdelad, där en grupp köper sig en status, image och det livet de vill ha och den andra gruppen köper begagnat och lägger sina pengar på upplevelser. Malin anser att hon själv har tillhört de båda grupperna men beskriver att hon själv spenderar mycket pengar på mat och köper sällan kläder. Hon tror att dagens konsumtion drivs av att bygga personliga varumärken och statusjakt. Hon ser konsumtionen som en del av vår vardag oavsett vilken grupp en tillhör, bara att konsumtionen ser olika ut beroende på vilken grupp en syftar på. När en köper begagnat så tänker Malin att försäljningen förflyttas eftersom det sker mellan människa och människa och inte från stora kedjor till privatpersoner. Hon ser den kollaborativa ekonomin som något som finns sidan av vid den kapitalistiska ekonomin, eftersom den kapitalistiska ekonomin främst handlar om att betala och tjäna pengar vilket hon inte tycker kollaborativ ekonomi handlar om.

Ett bra företag tycker hon ska vara ärligt, öppet och rättvist mot kunderna. Relationen mellan företag och konsumenter ser väldigt olika ut beroende på företagets storlek, då exempelvis mindre företag är mer beroende av relationen till kunden. En bra relation mellan företag och konsument ska vara jämlik och öppen. Kunderna ska kunna ställa frågor och företaget skall vilja besvara dessa

frågor. På frågan om hon känner ett generellt förtroende för företag svarar hon att, hon känner ett förtroende för företag tills motsatsen har bevisats.

Tema: Miljömedvetenhet

Malins natursyn tycks vara biocentrisk då hon ser människan som en del av naturen och tror att fler kommer börja tänka så. På frågan vilka miljöproblem hon tycker är mest akuta idag svarar hon, bomullshanteringen och dess vattenanvändning men hon nämner även bilanvändningen och dess utsläpp. Malin menar att det finns flera anledningar till dagens miljöproblem och nämner två av dessa. Den ena anledningen är det ohållbara sättet att tillverka och konsumera har fungerat och konsekvenserna inte har blivit tillräckligt kraftfulla för att förhindra det, inte heller ser hon att lagstiftningen tar hänsyn till naturens gränser.

Den andra anledningen är den statusjakt hon tidigare nämnde när vi diskuterade dagens konsumtion. Malin tycker att fler människor borde fundera och diskutera vad som är viktigt i livet utöver konsumtion. Hennes erfarenhet är att det finns både människor och företag som inte bryr sig om miljön och därför kan lösningen vara att staten lagstiftar om strängare lagar för att skydda miljön.

6.2 Intervju Mia

Mia är 25 + och studerar en master inom kulturgeografi vid Göteborgs universitet, och i framtiden planerar hon att doktorera. Hon bor i utkanten av Göteborg, och på sin fritid brukar hon gå på bio, gymma och hänga med vänner. Snabbt kommer vi in på konsumtion och hon berättar att hon tidigare brukade shoppa väldigt mycket på sin fritid men att det har minskat, eftersom hon numera väljer att leta på Facebooks andrahandsidor efter det hon behöver.

Tema: Deltagande

Mia är en aktiv användare av marknadsplatserna **Tradera* och **Blocket* samt diverse Facebookgrupper där användarna skänker eller byter objekt med varandra. Hon prenumerera även på tjänsten **Spotify*.

När Mia berättar vad det första hon tänker på när jag säger ordet ”delandets ekonomi” tänkte hon först på pengar men efter att ha bekantat sig med ämnet började hon associera begreppet med socialt kapital och överflöd av saker. Vi fortsätter pratat om kollaborativ konsumtion och kommer snabbt in på de negativa följderna av att denna ekonomi växer. Hon upplever att utbudet på exempelvis Tradera har försämrats då fler kan få tillgång till saker via Facebook, men samtidigt uttrycker hon en positiv inställning till att det växer. Samtalet fortsätter och vi pratar om de andra aktiviteterna som hon deltar i och hon berättar om varför hon använder **Spotify* ”att ha tillgång till all slags musik utan att behöva köpa tusen skivor, det älskar jag! ”. Hon vill inte köpa cd-skivor eftersom det dels tar plats och att hon planerar att resa i framtiden och då vill hon inte ta med sig massa grejer, men vill fortfarande ha tillgång till musiken.

Vidare berättar hon att hon gärna byter eller skänker bort saker eftersom hon inte tycker om att slänga saker som fortfarande är användbara. Vid dessa tillfällen har hon valt Facebook eftersom hon slipper betala annonskostnad, det sparar tid och oftast blir hon av med sakerna snabbt.

Motiven bakom hennes deltagande tycks vara att få tillgång till saker utan att behöver äga, undvika att äga saker som tar fysisk plats och spara pengar. Här återkommer hon igen om vikten av att ta till vara på överflödet och med sitt deltagande kan hon förhindra att saker slängs.

Sammantaget tycker hon att vinsterna är större än riskerna med att delta och tydliggör att det oftast går bra. När jag sedan frågar henne ur hon ser på onlinebetalning förklarar hon att jag tog upp en öm punkt, hon tycker inte om onlinebetalning. Hon vill helst inte koppla sitt kreditkort till **Spotify*, då hon inte vill ge för mycket information om sig själv. Betalning mellan användare blir ännu mer

* Se ordlista, Bilaga 6

* Se ordlista, Bilaga 6

komplex än överföringen till företag och därför föredrar hon kontantbetalning och att få träffa den andra användaren. Mia uttrycker en försiktighet och låg tillit till andra människor. Mia berättar att hon nästintill har slutat med *Tradera på grund av att det känns osäkert och när hon använder tjänsten trivs hon bättre som säljare än köpare.

Tema: Yttre drivkrafter

Mia tror framförallt att det är unga människor som deltar i kollaborativ konsumtion eftersom de enligt henne har ett resurstänk som den äldre generationen saknar. Vidare förklarar hon ”Det växer fram en ny medvetenhet om jorden och om dess resurser och det blir ett annat sätt att spendera resurserna på”. Återigen kommer vi in på möjligheten att ta vara på resurser mer effektivt, men samtidigt problematiserar hon förflyttningen av överflödiga resurser då det leder till frakt och transporter, som kan motverka den positiva miljöeffekten.

Mycket tyder på att delandets ekonomi växer globalt, vilka drivkrafter tror du ligger bakom?

Smartphonen tror jag. Ja, för att i takt med att vi når varandra (...) och därför tror jag delandets ekonomi växer för att man blir tillgänglig för varandra. Delandets ekonomi hade funnits även utan tekniken men då hade den vart mer lokal.

Tema: Inre drivkrafter

Mia menar att hennes attityd till kollaborativ konsumtion är mestadels positiv, eftersom hennes erfarenheter har varit bra. Hon medger att hon är beroende av andra människors välvilja för att utbytet ska vara lyckat. Vi kommer då in på säkerhet och hon ser hemmabesök som en potentiell risk. Om hon tycker att personen är pålitlig så möter hon personen utanför sitt hem, men låter dem inte komma upp utan möter dem utanför huset. När hon själv har besökt andra beskriver hon dem som väldigt gästvänliga vilket hon är lite överraskad över.

Vilka möjligheter har du upplevt med ditt deltagande?

Påverkan. Man känner sig inte så liten, asså det pratas ju mycket om att konsumenten är den elaka jäveln som shoppar alltför mycket, slänger alltför mycket, äter fel och äter alltför mycket kött. Det här är ju en större rörelse (...). Det är en massiv möjlighet att påverka mot en bättre miljö så då känner man sig inte lika elak och ond och liten.

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Både ja och nej. (...). Jag tänker inte så mycket på mig själv, jag tänker mer på andra. Det är bara att gå in och titta på de här grupperna (...). Folk låter mig komma hem, till och med komma in, folk ställer ändå upp och tar bild och lägger ut istället för att bara åka till soptippen.

Tema: Konsumtion och samhälle

I början av intervjun berättade Mia att hon hade förändrat sitt konsumtionsbeteende, från att ha vart en som shoppar mycket till att inte ha köpt nya kläder på minst ett år och inte heller skor på två år. Ett beslut hon tog när hon insåg hur mycket överflöd det finns. Hon förklarar att det kändes idiotiskt och onödigt och pengarna använder hon gärna till något annat (restaurangbesök, gå på bio och

Spotifyabonnemang).

Mia avslöjar att hon blir väldigt irriterad av dagens konsumtion och hur människor samlar på sig saker och kan inte se något direkt positivt med dagens konsumtion. När jag frågar henne vad hon tror driver den här typen av konsumtion så svarar hon, friheten att välja. Samtidigt påpekar hon att vi också har mer pengar och hon belyser att förr gick en större del av budgeten till mat, vilket det inte gör idag och därför kan en större del av inkomsten gå till shopping.

När hon beskriver hur det känns att delta i den kollaborativa konsumtionen säger hon att det känns bra och att hon får tid till annat som hon hellre prioriterar än shopping. Naturligt kommer vi in på företagets roll och Mia skulle vilja se att företagen hade ett mer långsiktigt tänk och inte var så inriktade på ekologisk modernisering. Dagens relation mellan företag och konsument ser hon som obefintlig och tycker att en känner sig maktlöst som konsument. Hon känner inget direkt förtroende för företag generellt eftersom de för det mesta bara vill tjäna pengar.

Tema: Miljömedvetenhet

Jag frågar henne hur hon ser på naturen och får då en motfråga som svar, Vad är natur? och med det vill hon påvisa att människan har bestämt bilden av naturen. Hon anser att vi borde vara mer sams med naturen och för att lösa dagens miljöproblem menar hon att vi skulle kunna åka mer kollektivt, använd bilpooler, äta mindre kött och använda begagnade kläder. Konsumtionen ser hon som den bidragande anledningen till att vi har de miljöproblem som vi har.

6.3 Intervju Tim

Tim är 35 + och arbetar inom vården. Han brukar tillbringa mycket av sin fritid i naturen och har ett intresse för träning, geocaching, odling, saltvattenakvarier. Tillsammans med en vän äger han en båt.

Tema: Deltagande

Tim har använt sig av ett flertal tjänster som inkluderas i kollaborativ konsumtion. Han har hyrt cykel i London och han byter koraller med andra korallentusiaster. Han har även använt sig av **Crowdfunding* då han har donerat pengar till utvecklingen av datorspel. Som flertalet av de andra respondenterna har han även köpt och sålt objekt på de digitala marknadsplatserna **Blocket* och **Tradera*.

När han hör ordet ”delandets ekonomi” så tänker han på hållbarhet och solidaritet. Resurserna utnyttjas bättre och det ger människor möjlighet att få tillgång till saker som de annars inte hade haft. Som exempel lyfter han medlemskapet i en bilpool, vilket leder till en mindre kostnad för en privatperson än om personen skulle köpa och äga en bil. Han tänker inte på monetära utbyten när det gäller kollaborativ konsumtion utan snarare byteshandel.

Tim upplever definitivt att aktiviteterna som inkluderas i kollaborativ konsumtion blir fler och fler vilket han tror beror på att företagen vill få ”Good will”. Den andra stora drivkraften bakom kollaborativ konsumtion menar han är Internet som har skapat fler arenor som underlättar för delandet och gör det möjligt för människor att träffa varandra.

Några negativa konsekvenser med sitt deltagande har han inte upplevt, inte heller uppfattar han något problem med onlinebetalning utan ser det snarare som ett sätt att förenkla deltagandet. På frågan vad han tycker om att få kontakt med främlingar så svarar han att han älskar att träffa nya människor och ser det som något positivt och givande för alla inblandade.

Tema: Yttre drivkrafter

Att kollaborativ ekonomi växer globalt tror Tim beroende på att mindre utvecklade länder som inte har samma monetära resurser, som de andra rika länderna behöver andra alternativ, som mikrolån och byteshandel. Dock kan detta leda till ytterligare en snedfördelning av resurser då det lånas ut pengar till människor som kanske inte har möjlighet att betala och försätter sig därmed i skuld, menar han.

Han tror också att den ökade miljömedvetenheten kan vara en drivkraft och att kollaborativ

* Se ordlista, Bilaga 6

konsumtion kan vara ett alternativ till att fortsätta konsumera men med ett lättare samvete och samtidigt ett sätt att göra världen lite bättre, eller i alla fall lite mindre dålig.

Tema: Inre drivkrafter

Varför han själv har valt att delta och använda nämnda tjänster motiverar han som sätt att spara pengar och dela kostnader, tidsbesparing, utnyttja resurser effektivare och möjligheten att få tag på unika saker så som retroprylar och speciella koraller. I korallgrupperna har han hittat en mötesplats och där får han ta del av en stark gemenskap. Drivkraften bakom hans deltagande i korallgrupperna är inte att tjäna pengar utan att träffa andra likasinnade. Tim är tydlig med att poängtera att miljötänket är en av anledningarna till varför han ofta väljer kollaborativ konsumtion, han berättar att han får en bra känsla eftersom det känns som han gör miljön en tjänst.

Kan du beskriva din attityd till Delandets ekonomi?

Det ger mig en trevlig känsla och jag tycker om att dela saker med folk, så en mycket stark positiv attityd.

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Jo, men människan är nog ganska egoistisk men sen så kan man träna sig och försöka att inte vara egoistisk. Egenintresset behöver inte handla om pengar, utan det kan handla om den värmande känslan av att jag gör något bra för miljön. I grunden är nog människan ganska egoistisk men det förhindrar inte delandet.

Tema: Konsumtion och samhälle

Tim tycker att det börjar infinna sig någon form av medvetenhet kring dagens konsumtion men anser att fler borde ställa sig frågan kring hur det kan vara så billigt, och tänka efter hur många steg produktionen kräver. Många människor som är en del av produktionen, tar skada och fler människor i väst börjar inse detta. Att konsumtionen bidrar till sysselsättning ser han som både positivt och negativt, det beror på vilket perspektiv en ser det från menar han. När han själv ser det ur sitt helhetsperspektiv har han svårt att se några positiva effekter med dagens konsumtion.

Jag frågar honom vad han tror driver konsumtionen och han svarar att det är vinsten för dem globala företagen. Men också någon form av normskapande som är möjlig med Public Relation-strategier och reklambudgetar. Samtidigt nämner han att han själv kan bli väldigt glad när han får nya saker men dessa behöver inte vara nyproducerad för att skänka honom glädje, utan det kan lika väl vara begagnade prylar. Han tycker själv att han konsumerar allt för mycket men han försöker tänka på hur han konsumerar, han väljer oftast ekologiskt och äter inte kött. När han köper elektroniska prylar eller kläder är han noga med kvalitén och letar information om prylarna innan han köper dem. Han skulle beskriva sig som en medveten konsument som tar hänsyn till ekologiska och sociala aspekter när han konsumerar.

Hur ser relationen mellan företag och konsument ut idag?

Konsumenterna börjar få större makt på grund av en bättre kommunikation mellan konsumenter. Det avslöjas numera när företagen fuskar (...) de kommer inte undan.

Tim anser att företag ska ta ett långsiktigt miljöansvar samt socialt ansvar för det företagen producerar och där produktionen sker. Det han önskar beskriver han som en motsatt till riskkapitalismen och betonar långsiktiga relationer och ett genuint intresse av företaget och dess anställda för tjänsten eller varan de säljer. Han känner inget förtroende för de flesta företagen eftersom företagen drivs av pengar och vinstintresse. Däremot känner han ett förtroende för mindre företag som han märker har ett genuint intresse för sina tjänster eller varor och företag som är transparenta, där han som konsument kan påverka och få en insyn i företagets processer eller produktion.

Vilket intresse det är som styr är den största skillnaden mellan den kapitalistiska ekonomin och kollaborativ ekonomi hävdar han. Konsumenten blir inte passiv i en kollaborativ ekonomi, utan snarare en aktiv ”slutanvändare” vars åsikter värderas av företagen.

Tema: Miljömedvetenhet

Slutligen diskuterar vi Tims natursyn och hur han ser på dagens miljöproblem.

Hur ser du på relationen mellan människa och natur?

Jag älskar naturen och vill vara ute i naturen så mycket som möjligt. Vi borde ta hand om naturen bättre än vad vi gör eftersom vi överutnyttjar naturens resurser.

De största miljöproblemen idag anser han är klimatförändringarna och att exploateringen av sköra naturområden blir allt vanligare, så som oljeborrning på Arktis. Tim tror att kollaborativ konsumtion kan vara en väg till att nå en lösning, tillsammans med en sänkt levnadsstandard och att komma bort ifrån riskkapitalistiska värden. För det skulle kräva ”att topproducenten bryr sig om hela kedjan (...) så det handlar mer om långsiktigt ägande och förvaltande av sina egna och naturens resurser”.

6.4 Intervju Lisa

Lisa är 20 + och bor i Göteborg, hon pluggar och jobbar deltid inom ett forskningsprojekt. På fritiden brukar hon springa, besöka musikfestivaler, umgås med vännerna och pojkvännen.

Tema: Deltagande

Hon har själv deltagit i ett flertal aktiviteter och förklarar att hon tycker om att ”jaga grejer på Tradera”. Genom **Blocket* har hon köpt möbler och hon har bytt saker på olika Facebooksidor. Hon har också ett **Spotify*-abonnemang och brukade hyra cykel när hon bodde i London.

När hon hör ”delandets ekonomi” tänker hon att det finns två olika ekonomier, en ekonomi som är pengarnas ekonomi och den andra som är delandets ekonomi, och att delandets ekonomi upplevs som mer hållbart. Delandets ekonomi menar hon inte är ett ensidigt utbyte som pengarnas ekonomi utan istället så delas resurser och det blir ett jämnt utbyte.

Lisa upplever att aktiviteterna inom kollaborativ ekonomi växer och att det numera är lättvindigt att delta i aktiviteter till följd av teknikutveckling, internet och Facebook. Samtidigt ser hon att vissa av tjänsterna som **Netflix* och **Spotify* skapar ett beroende av till exempel film då allt blir så lätt tillgängligt. Hon tänker att det kan finnas en risk med att allt blir lättåtkomligt och leder till att vi vänjer oss att ha tillgång till allt.

Vi diskuterar de negativa konsekvenserna med hennes deltagande och hon nämner att det tar tid att till exempel skänka istället för att åka och slänga sakerna hon inte vill ha eller behöver, men Lisa anser att de positiva effekterna överväger de negativa effekterna.

Samtalet övergår till en diskussion om hennes attityd till onlinebetalning. Lisa har en blandad inställning till onlinebetalning beroende på vem som är avsändaren och hon känner sig relativt otrygg och tänker en del på att hon kan bli lurad. Hon tycker det kan vara svårt att veta vad avsändarens agenda är men hon använder fortfarande många onlinebetalningstjänster.

På frågan om vad hon tycker om att komma i kontakt med främlingar tycker hon det mestadels är kul att möta nya människor men lite ovant. Hon ser sig själv som ganska naiv och menar att hon tror på människor, vilket hon själv tror kan vara en del av hennes positiva människosyn.

Tema: Yttre drivkrafter

Intervjun berör det tredje temat och Lisa får svara på frågor som rör hennes uppfattning om drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion ur ett makroperspektiv.

* Se ordlista, Bilaga 6

Mycket tyder på att delandets ekonomi växer globalt, vilka drivkrafter tror du ligger bakom?

Jag tänker att det finns olika drivkrafter (...) och vissa som går emot det också för att förhindra det. Jag tänker att en stor drivkraft är människor! Att det är den här folkrörelsen som tycker om att shoppa secondhand och dela saker, men samtidigt är det en innegrej (...). Om det finns en vilja bland folket så kan de som driver delarplattformar dra nytta av det och det blir deras drivkraft att tjäna pengar. Jag tror inte att Tradera och Blocket i sig har stadgar som säger att de vill främja miljön och delandet (...). En annan drivkraft är miljöorganisationer och andra organisationer som till exempel Amnesty och Röda Korset som har egna affärer där man kan skänka saker. Den största drivkraften är trots allt samhället och det är grunden och sen blir det spinoffar på det.

Lisa tror också att en av drivkrafterna är en längtan tillbaka till hur det var innan dagens konsumtion, en tid då människor lagade allt och delade på resurser. Skiftet tror hon beror på att vi har insett att det inte är hållbart med den konsumtionen vi har idag och det har blivit mer accepterat och vanligt att dela resurser och köpa begagnade saker. Jag frågar henne vilka människor hon tror deltar i kollaborativ konsumtion och hon svarar att hon tror det finns olika grupper. Dels dem som inte har ett val och har det svårt ekonomiskt då det oftast blir billigare att delta eller ”Trendjagarna” dem som gör det för att det är en trend, sist nämner hon dem som drivs av medvetenhet och som oftast väljer rättvist producerade varor eller liknande.

Vi diskuterar för- och nackdelar på en globalnivå och Lisa tycker att kollaborativ konsumtion leder till en positiv mötesplats för människor. En negativ konsekvens skulle kunna vara att den rådande ekonomin kan hotas men samtidigt ser hon det som något positivt då det skulle kunna förändra ekonomin.

Tema: Inre drivkrafter

Lisa beskriver sin attityd till kollaborativ konsumtion som väldigt positiv och hon tycker det är bra att fler vågar sig in i det, då det främjar kontakt mellan människor och ett sundare kretslopp. Vi pratar om riskerna och möjligheterna hon har upplevt och hon påpekar att när hon gör utbyten med andra människor finns det inga garantier. Möjligheterna upplever hon är flera än riskerna och hon tänker främst då på miljöaspekten, möten med människor och tillgång till saker.

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Ja, det gör man ju, man tänker att man gör det för miljön (...) fast samtidigt så i grund och botten för att jag ska må bra och då är det ju egoistiskt igen (...) och folk tycker man är duktig.

Motivationen till hennes Spotify-prenumerationen menar hon är mest för hennes egenvinning, då hon annars borde ha köpt skivorna för att stödja artisterna. Hon fördrar Spotify för då slipper hon göra cd-skivorna till digitala ljudfiler på datorn men samtidigt älskar hon att köpa vinylskivor. Tradera föredrar hon eftersom hon gillar retrosaker, som hon tycker det är lätt att få tag på där. Hon tror att mycket beror på bekvämlighet att hon väljer vissa alternativ framför andra.

Lisa vill också stödja secondhand för att det är bättre för miljön och därför köper hon och skänker

gärna saker så att secondhand-marknaden lever vidare. Vi pratar om de olika aktiviteterna hon har nämnt och varför hon deltar och hon berättar att hon känner mer glädje och att ”det känns bra i magen” när hon väljer att köpa något som inte är nyproducerat. Hon för resonemanget vidare och förklarar att det känns bra när hon kan ta hand om något som någon annan vill bli av med, samtidigt som hon gillar nya (för henne) och unika saker.

Tema: Konsumtion och samhälle

Lisa ser dagens konsumtion som överdriven. Hon tänker att konsumtionen har vart samhällets mål och att konsumtionen förvärrar klasskillnader och leder till att en del blir exkluderade. Trots allt finns det en del positiva effekter så som att konsumtionen skapar jobb men parallellt kommer hon in på att de jobb som skapas ofta är orättvisa och utnyttjar människor ibland annat Asien.

Vad tror du driver den här konsumtionen?

Det drivs ändå av individer som vill ha nya saker (...) men det kan också vara mycket för att visa det för folk runt omkring (...) man ska ha en ny telefon exempelvis, eller i alla fall inte för gammal. Men allt det här drivs också på av företagen, det är reklam överallt och de pushar verkligen på, köpa, köpa och köpa grejer (...). De vet vad de ska trycka på.

Samtalet övergår till att vi pratar om hennes syn på företag. Helst hade Lisa önskat att företagen inte drevs av överdrivna vinstmål eftersom det leder till miljöförstöring och orättvisa förhållanden samt sämre kvalitet. Istället önskar hon att företag ska vara miljömedvetna och att de har konsumenternas bästa i åtanke och inte bara sina egna lönekonton, som hon uttrycker det.

Lisa tycker det är svårt för konsumenten att påverka något, fast att företagen utger sig för att konsumenten har makt, ”de känns som att de vill göra sken av det men när det väl gäller så bryr dem sig inte så mycket om vad kunderna tycker om dem först måste det blir ett mededrev”.

Tema: Miljömedvetenhet

Relationen mellan naturen och människan anser hon har förändrats mycket genom tiden. Förr var människor mer beroende av naturen än nu. Själv försöker hon noga välja vilka företag hon köper från. Lisa menar att vi fortfarande är beroende av naturen men många vill inte att det ska vara synligt att vi är det.

Lisa tycker att det är allas ansvar att verka för en hållbar utveckling men detta bör ske via information till medborgarna. Hon hade gärna sett strängare regler från staten så både samhället och företagen tog ett större ansvar och tvingades göra rätt. Hon tror inte att företag hade förändrat sin verksamhet frivilligt.

6.5 Intervju Rosanna

Rosanna är 20 + och läser ett kandidatprogram med inriktning på miljö vid Göteborgs universitet. Hon bor i Göteborg i en studentkorridor där hon delar kök med andra studenter.

Tema: Deltagande

Rosanna har använt ondemand-tjänster som **Spotify* och **Netflix* men hon tycker att det är roligare med tjänster som är mellan människa och människa (P2P). Hon skänker bort mycket saker och har bland annat gräsrotsfinansierat ett projekt där en person bygger Sveriges första jordskepp (ett hus gjort av återvinningsmaterial och som till stor del är självförsörjande).

Spontant tänker hon på ”Sharing is Caring” och Pirate Bay när hon hör ordet ”delandets ekonomi” och att det är mer fördomslöst. Om hon skulle kalla delandets ekonomi för något annat skulle hon välja ”Rättvis ekonomi” då hon associerar den rådande ekonomin med provision, vinstmaximering och tjäna pengar genom att producera billigt i Asien.

Rosanna upplever att kollaborativ konsumtion växer, både medvetet och omedvetet. Hon tror det finns två typer av människor som deltar. Den medvetna sidan består av människor som bryr sig om samhällsfrågor och som gör det av etiska skäl och den andra sidan består av mer omedvetna människor som är snåla och som föredrar att få saker billigare eller gratis.

Rosanna tycker onlinebetalning är en bra uppfinning men upplever att hon har bättre garantier när hon betalar till företag än om hon betalar till en privatperson. Trots vissa osäkerheter är hon väldigt nöjd med digitala överföringar, hon hade inte deltagit på samma sätt om hon var tvungen att använda kontantbetalning. När jag frågar henne vad hon tycker om att möta främlingar svarar hon att det är denna del hon tror är viktigast i kollaborativ konsumtion, mötet mellan människor och hon tycker det är roligt med nya möten.

Hon ser människorna i dagens samhälle som fränkopplade från varandra och därför kan möten mellan människor motverka rädslan hon tror många känner inför att möta nya människor. Hon var själv osäker i början men efter några möten blev det till en vana.

Tema: Yttre drivkrafter

Rosanna tror att medvetenheten kring de ändliga resurserna och att människor börjat tröttna på företag vars tillverkning leder till kemikalier, naturresursutnyttjande och smältande isar, är några av anledningarna till att kollaborativ konsumtion har ökat. Internet ser hon som en stor kunskapsspridare och som gör information om världen tillgänglig för människor och skapa globala

* Se ordlista, Bilaga 6

nätverk. Hon beskriver att internet ”spräcker bubblan lite grann, att här går vi runt och har det bra och konsumerar”.

Vi diskuterar fördelarna och nackdelarna ur ett globalt perspektiv och Rosanna tror att vi med kollaborativ konsumtion förhoppningsvis kan lösa en del av problemen som den rådande ekonomin har skapat. Samtidigt ser hon en risk att det kan finnas aktörer som vill utnyttja kollaborativ konsumtion och kommersialisera det, och då känner hon att det inte skulle vara lika tilltalande att delta längre.

Tema: Inre drivkrafter

Rosanna har en positiv attityd till kollaborativ konsumtion eftersom hon upplever att makten i nätverken omfördelas till det bättre. Hon vet att det kan finnas en del risker med att delta men dessa är främst teoretiska enligt henne.

Kollaborativ konsumtion ser hon som ett sätt att leva ett hållbart liv och som ett sätt att ta vara på naturresurserna.

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Det är klart att människan kan vara egoistiska och vill ha så mycket som möjligt. Jag tror att man kan vara egoistiskt för att man inte ser alternativen och man förstår inte vad det är att inte vara egoistisk (...) dem har fastnat i ett tankesätt. Jag tror inte att vår natur är egoistisk utan det är samhället som har format oss (...). Det kanske kan kopplas till företagens vinstmaximering att företagen driver samhället och vinstmaximering är överallt, så det är klart att det vi också tänker i termer av vinstmaximering.

Hennes personliga avsikt att delta är olika beroende på vilken tjänst det gäller. Spotify gillar hon för att hon enkelt kan lyssna på musik i mobilen och när det gäller att skänka bort saker är det oftast på grund av att hon har tröttnat på sakerna men inte vill slänga dem eftersom de består av naturresurser.

När hon gräsrotsfinansierade jordskeppet berättar hon om att hon fick en insikt, att hon själv inte behöver pengar, hon annonserade ut sin TV på Blocket och skänkte pengarna till jordskeppsprojektet. Hon skulle själv vilja vara en del av ett liknande projekt och med donationen blev hon en del av jordskepps ”familjen”, som är en grupp människor som är involverade i projektet. Hon möttes av en stor tacksamhet för hennes donation och det betydde mycket för henne, vilket gjorde henne väldigt glad och gav henne bra känslor.

Tema: Konsumtion och samhälle

Rosanna tycker att dagens konsumtion är mycket negativ och många av sakerna som konsumeras behövs inte. Konsumtionen kan vara underhållande men frågan är vart kommer prylarna ifrån?

Trots allt ser hon några positiva följder av konsumtionssamhället då det leder till att vi lever i ett

mer globalt samhälle, om en bortser från en sned fördelning av resurser. Genom konsumtionen anser hon att vi har fått en global relation som kan påverka att vi ser världen ur andra perspektiv. De negativa effekterna av konsumtionen anser hon är miljöförstöring och att människorna distraheras och tappar syftet med att leva. Drivkraften bakom den förtärande konsumtionen anser hon är PR, reklam och marknadsföring som manipulerar konsumenterna.

Samtalet kommer in på hur Rosanna ser på relationen mellan konsument och företag men också vilka egenskaper företag borde ha. När hon konsumerar och utbytet sker mellan människor, inte mellan konsument och företag resulterar det i att hon mår bättre, hon beskriver sig själv som mycket skeptisk och ogillar stora multinationella företag. Företag i enlighet med hennes vision skall ta ansvar för hela sin verksamhet, vilket hon anser de flesta företag inte gör i dagens konsumtionssamhälle. Idag är företagen beroende av att konsumenterna fortsätter handla och därför vill de att vi fortsätter konsumera, så därför är relationen mellan konsument och företag idag ett form av beroendeförhållande.

Hon känner inte ett förtroende för majoriteten av företag då de inte tar ansvar för verksamheten och är vinstmaximerande framför vinstdrivande. När företagets mål är vinst känner hon inget förtroende för företaget men när vinst är ett medel så har hon en mer positiv inställning. Vinstmaximering är främst det hon tycker skiljer dagens kapitalistiska ekonomi från en kollaborativ ekonomi. Hon ser inte att kollaborativ konsumtion handlar om pengar och ofta glömmer människor av, att pengar är ett mänskligt påfund.

Tema: Miljömedvetenhet

Respondenten tycker överlag att människorna är frånkopplade från naturen. Hon beskriver sin egen natursyn som att vi, människan, är en del av naturen eftersom vi är ett ekosystem. Det största miljöproblemet är att vi bekymmerslöst fortsätter utnyttja naturresurser fast att dessa är ändliga, med det enda syftet att tjäna pengar.

För att det ska ske en förändring tror hon det måste ske en inre förändring i individerna eftersom företagen inte kommer förändra sig om de inte får påtryckningar att göra det. Den falska trygghet banker och företag vill sälja anser hon är en av anledningarna till dagens miljöproblem.

Rosanna tycker att det är allas ansvar att minska miljöproblemen, trots att hon vet att det är stor skillnad mellan människor och deras förutsättningar och kunskap. Hon ser sig själv ha ett stort ansvar eftersom hon är privilegierad och har god kunskap om den ohållbara situationen.

6.6 Diskussion resultat djupintervjuer

Nedan följer en diskussion kring resultatet vars ambition var att förstå de fem individernas känslor, motiv, värderingar, mening, världsbild och drivkrafter i förhållande till kollaborativ konsumtion.

De fem respondenterna är alla aktiva deltagare i en kollaborativ konsumtion men deras deltagande ser olika ut. Malin, Tim och Rosanna skulle kunna räknas till vad Jeremiah Owang kallar ”Neo-sharer” medan Lisa och Mia kan räknas till gruppen ”Re-sharer” (Owyang, 2014). De två sistnämnda respondenterna tycks ha en svagare tillit till människor och också ett lägre förtroende till onlinebetalning än de andra respondenterna, vilket kan vara en bidragande faktor att de båda inte tillhör gruppen Neo-sharer, då det oftast kräver nära kontakt med främlingar och hög användning av plattformar med onlinebetalning (exempelvis Crowdfunding och Airbnb). De andra tre respondenterna uttrycker en mycket stark tilltro till onlinebetalning och stor entusiasm att träffa nya människor. Trots en viss skepsis och försiktighet samt upplevda risker instämmer alla att de positiva erfarenheterna med deras deltagande överväger de negativa.

Alla menar att de har en stark positiv attityd till kollaborativ konsumtion och ser det som ett sätt att konsumera mer ekologiskt hållbart. Flertalet av dem uttryckte att kollaborativ konsumtion ger dem ”en bra känsla” och att det känns som om de genom att dela resurser bidrar till en bättre värld. Andra motiv som nämndes var; bekvämlighet, spara pengar, spara tid, vara del av ett community, tillgång framför ägande, få mer konsumentmakt och få tillgång till nya eller unika prylar. Motiven tycks variera beroende på vilken typ av aktivitet eller tjänst det gäller.

Trots att det finns en stark positiv attityd så nämner flera av de tillfrågade risker eller negativa konsekvenser antingen för dem som person eller för världen. Malin har erfarenhet av ojämna utbyten där andra deltagare snarare vill förvärva än bidra. Mia däremot ser snarare personliga risker som att möta främlingar som hon inte känner men också att förflyttningen av resurser kan leda till en negativ konsekvens för miljön i och med ökade transporter. Lisa lyfter en annan aspekt av tillgång framför ägande, desto lättillgängligt något blir exempelvis film kan det leda till att vi vänjer oss vid att ha tillgång till allt hela tiden och skapar ett form av beroende. Medan Rosanna uttrycker en oro att den kollaborativa konsumtion kan komma att kommersialiseras.

På frågan vilka positiva konsekvenser kollaborativ konsumtion får för dem och för världen nämner de att det främjar; möten mellan människor, mer rättvisa utbyten, hållbar livsstil, resurseffektivitet,

miljölösningar, konsumentmakt, förändrad människosyn, bygger tillit, känsla av gemenskap och att olika typer av kompetenser och resurser värdesätts och därmed har alla något att bidra med.

Internet och användningen av smartphones är den drivkraft som starkast framkommer som en global drivkraft, tillsammans med ekologisk medvetenhet där kunskapen om planetens gränser leder till att fler efterfrågar en ekologisk hållbar livsstil. Övriga yttre drivkrafter som nämns är; de icke-ekonomiskt privilegierade ländernas nöd, en trend, en rörelse, tjäna pengar och en längtan tillbaka till när människor lagade och reparerade sina prylar, alla nämnda motiv framkommer även i studiens litteraturundersökning. Dock uttrycker ingen den ekonomisk nödvändighet som en betydande drivkraft, vilket kan bero på att de fem dels bor i Sverige, som inte drabbades av krisen på samma sätt som USA och Spanien och de alla tillhör en privilegierad grupp i samhället.

Det finns skilda meningar respondenterna mellan vilka typ av människor som deltar i en kollaborativ konsumtion. Å ena sidan påpekar Tim att en grupp består av de icke-ekonomiskt privilegierade som på grund av nödvändighet måste delta för att få tillgång till saker som de behöver utan att nödvändigtvis ha tillgång till monetärt kapital. Malin i sin tur tror att deltagarna främst kommer från den privilegierade delen av världsbefolkningen, de som har tillgång till teknik och är resursstarka. Denna grupp kan i sin tur delas in i två mindre grupper, den ena som drivs av image och att bygga sitt egna varumärke till den andra gruppen som gärna köper begagnat och lägger sina pengar på upplevelser. Liknande resonemang för Lisa, som menar att den ena gruppen består av de som inte har något val, den andra gruppen som hon beskriver som ”trendjägare” och till sist den tredje gruppen som består av medvetna konsumenter. Rosanna delar åsikten om att den ena gruppen består av medvetna konsumenter men istället för behövande anser hon den andra gruppen består av människor som är snåla och gärna vill få tillgång till saker billigt eller gratis. Även Mia tänker att en stor del av användarna tillhör den medvetna gruppen och är unga, då hon menar att de yngre har en annan förståelse för att ta tillvara på resurser och är ekologiskt medvetna.

Alla respondenter tycks dela meningen att dagens konsumtion är överdriven och ohållbar ur flera aspekter. Det finns framförallt några motiv som återkommer och ses driva denna konsumtion. Den ena är statusjakt och en annan att människan gillar nya saker. Vad som i sin tur driver statusjakten råder det delade meningar om, där Lisa, Tim och Rosanna båda anser att det är en konsumtion som påverkas av reklam och PR, där företag vill att det skall konsumeras men både Tim och Lisa anser även att konsumtionen drivs av att människan har ett form av inneboende begär och vill ha nya prylar.

Förtroendet för storföretag beskrivs vara lågt förutom för Malin som påvisar en neutral attityd. Varför övriga respondenter har ett lågt förtroende tycks vara att de anser att storföretag idag är endast inriktade på vinstmaximering och pengar, hellre än hållbarhet och kundens välmående. Flera av respondenterna tror inte att företag förändrar sig åt en mer hållbar riktning om inte dess konsumenter eller lagstiftningen tvingar dem till det. Sammantaget tycks både Mia, Tim, Lisa och Rosanna ha en mörk syn och ett svagt förtroende för storföretag. Tim förklarar att han känner ett starkare förtroende för mindre företag som är transparenta, där han kan få en insyn i företagets processer och produktion.

De fem respondenterna anser inte att målet med kollaborativ konsumtion är att tjäna pengar. Malin beskriver kollaborativ konsumtion som ett sätt att dela värden utan att tjäna pengar på det eller Tim som snarare associerar delandets ekonomi till byteshandel. Både Malin och Lisa ser delandets ekonomi som ett form av en egen ekonomi som existerar vid sidan av den traditionella ekonomin. Mia och Tim upplever att i en kollaborativ konsumtion finns det en större chans att påverka och få konsumentmakt då utbyten sker mer mellan jämlika parter, än i den rådande toppstyrda konsumtionen. Tim anser att någon som deltar i en kollaborativ aktivitet snarare blir en aktiv ”slutanvändare” än en passiv konsument.

Jag tolkar dem fem som medvetna konsumenter som har god kunskap om konsumtionens baksidor och jag upplever även att samtliga känner en viss konsumtionsströtthet och har en stark önskan om att förändra sitt konsumtionsbeteende till mer ekologiskt hållbart. Flera av de tillfrågade anser även att företagen skall tänka mer långsiktigt och ta ansvar för miljön och människorna som berörs av deras produktion och försäljning.

Deras syn på naturen kan liknas vid en ”biocentrisk natursyn”, vilket innebär att naturen har ett egenvärde och att människan är beroende av naturen och därmed skall leva i harmoni med den. Dagens konsumtion ses vara en av huvudorsakerna till de miljöproblem vi idag möter och därmed är det intressant att notera är att samtliga anser att kollaborativ konsumtion är mer ekologisk hållbart än dagens konsumtionskultur. Detta tycks främst grunda sig i positiva konsekvenser kring att ta tillvara på överflöd och att de ser ett värde i begagnade prylar och att dessa används igen.

6.7 Materialdiskussion

Materialet som ligger till grund för uppsatsen är det som anses mest aktuellt ur ett tidsperspektiv och mest citerat. Dock har begreppsförvirringen internationellt och nationellt försvårat studien avsevärt, eftersom ”Sharing Economy”, ”Collaborative Economy”, ”Delandets ekonomi” och ”Kollaborativ ekonomi” samt ”Kollaborativ konsumtion” tolkas olika. Därför har stor del av tiden gått till att försöka identifiera och tolka vad respektive författare och verk menar med begreppen, vilket kan vara en svaghet då detta är en subjektiv tolkning. När jag först började skriva uppsatsen, januari 2014 fanns det ett fåtal aktuella rapporter i ämnet och under arbetets gång publicerades ett antal studier, vilket gjorde att jag fick bearbeta uppsatsen ständigt.

7. Slutdiskussion

Att förstå och kartlägga drivkrafterna bakom kollaborativ konsumtion är mycket komplext. Det går inte att urskilja vilken drivkraft som är mest betydande eller om det var en eller om det är en kombination av drivkrafter, förstadier och konsekvenser samt aktörer som driver en kollaborativ konsumtion. Jag anser dock att det är viktigare att skapa en djup förståelse kring sambanden mellan dessa element snarare än att identifiera drivkrafterna då de sällan går att separera från de andra elementen.

Samtliga författare i litteraturstudien är överens om att internet och dess nätverk har varit en betydande drivkraft i kombination med en ökad ekologisk medvetenhet och ett pågående värdeskifte, där fler människor efterlängtar community, deltagande och transparens.

Vad gäller den ekonomiska krisen, går det att ursköna två läger, det ena som menar att de ekonomiska drivkrafterna är den stora katalysatorn, hit hör bland annat Europeiska kommissionen (European Union. 2013). Det andra lägret ser kollaborativ konsumtion som en rörelse och en fundamental förändring som påskyndades av ekonomiska drivkrafter men som egentligen drivs av sociala drivkrafter som en önskan om gemenskap (Botsman. 2010).

Alla nämnda drivkrafter som berörts i litteraturstudien stämmer väl överens med de motiv och drivkrafter som framkom genom djupintervjuerna, dock tycks ekonomisk nödvändighet inte vara en betydande drivkraft för de fem respondenterna.

Om kollaborativ konsumtion kommer förändra synen på konsumtion och privat ägande är ännu för tidigt att förutspå. Inte heller går det att finna belägg för att kollaborativ konsumtion nödvändigtvis leder till en ekologiskt hållbar konsumtion.

Förhoppningsvis kan kollaborativ konsumtion underlätta för att skapa mellanmännisklig tillit, community och bidra med en mångfald av både relationer, roller och lösningar på att möta behov. Vilket i förlängningen kan leda till ett mer resilient samhälle både vad gäller det ekologiska systemet som det sociokulturella systemet.

En annan förhoppning är även att kollaborativ konsumtion kan motverka ett växande prekariat och en hyperkonsumtion men, vilket resultatet visar, beror detta på intentionerna bakom aktiviteterna och behöver således inte per automatik leda till positiva konsekvenser för samhället och naturen.

Referenslista

Tryckta källor

- Anderson**, Chris. 2013. *Makers : Den nya industriella revolutionen*. Stockholm: Modernista.
- Assadourian**, Erik. 2010. *The Rise and Fall of Consumer Cultures*. i *State of the World 2010: Transforming Cultures From Consumerism to Sustainability*. The Worldwatch Insitute.
- Backman**, Jarl. 2010. *Rapporter och uppsatser*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Barkman**, Henric. 2014. *Barriärer och broar för hållbar konsumtion : fyra typer av medborgarkonsumenter och möjligheterna för deras engagemang*. Vulkan.
- Boud**, D., Cohen, R., & Sampson, J. 1999. *Peer learning and assessment*. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 24(4), 413-426
- Botsman**, Rachel. Rogers, Roo. 2010. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York : HarperBusiness.
- Bratt**, Leif. Larsson, Markus. Sandahl, Johanna. 2011. *Hållbar utveckling och ekonomi – inom planetens gränser*. Lund: Studentlitteratur AB
- Braungart**, Michael. McDonough, William. 2009. *Cradle to cradle: remaking the way we make things*. London : Vintage.
- Buczynski**, Beth. 2013. *Sharing is good: how to save money, time and resources through collaborative consumption*. Gabriola : New Society Publishers
- Böhler**, Tom. 2004. *Vindkraft, landskap och mening – En studie om vindkraft och människans rumsliga preferenser*. Göteborg Universitet.
- Emmelin**, Lars. 2005. *Att synas utan att verka – miljömålen som symbolpolitik?* i Lars J. Lundgren & Johan Edman (red.) *Konflikter, samarbete, resultat*. Perspektiv på svensk miljöpolitik. Festskrift till Valfrid Paulsson Brotby: Kassandra
- Fischer**, D. Michelsen, G. Blättel-Mink, B. Och Di Guilio, A. 2012, *Sustainable Consumption: how to evaluate sustainability in consumption acts*. I Defila et al 2012.
- Folke**, Carl. 2006. *Resilience: The emergence of a perspective for social–ecological systems analyses*. *Global Environmental Change* 16: 253-267
- Gansky**, Lisa. 2012. *the Mesh : Why the Future of Business is Sharing*. London: Portfolio / Penguin.
- Gilje**, Nils., Grimen, Harald. 2007. *Samhällsvetenskapernas förutsättningar*. 3 uppl. Göteborg : Daidalos.
- Harris**, J.M. 2003. *Sustainability and Sustainable Development*, International Society for Ecological Economics, Internet Encyclopaedia of Ecological Economics.
- Hornborg**, Alf. 1997. *Towards an ecological theory of unequal exchange: articulating world system theory and ecological economics*. *Ecological Economics* 25 (1998) 127–136
- Hornborg**, Alf. 2009. *Zero-sum world: Challenges in conceptualizing environmental load displacement and ecologically unequal exchange in a world system*. *Internat. Journal of Comparative Sociology* 50: 237-262
- Jackson**, Tim. 2011. *Välfärd utan tillväxt : Så skapar vi ett hållbart samhälle*. Stockholm: Ordfront Förlag.
- Kämäräinen**, Daniel. 2014. *Så funkar det : Peak Bil*. Camino Magasin. nr.37.
- McCracken**, Grant. 1988. *The Long Interview : Qualitative Research Methods*. SAGE
- Patel**. Runa. Davidsson, Bo. 2003. *Forskningsmetodikens grunder – att planera, genomföra & rapportera en*

undersökning. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur.

Standing, Guy. 2013. *Prekariatet : den nya farliga klassen*. Göteborg: Daidalos.

Steiner, Frederick. 2004. *Urban human ecology*. Urban Ecosystems, 7: 179-197.

Thurén, Torsten. 2007 *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2 uppl. Malmö: Liber.

Worthington, Richard. 2014. *Digitization and Sustainability*. I *State of the World 2014: Governing for Sustainability*. The Worldwatch Institute. Island Press. WW Norton & Co

Zimmerman, Monika. 2014. *How Local Governments Have Become a Factor in Global Sustainability*. I *State of the World 2014: Governing for Sustainability*. The Worldwatch Institute. Island Press.

Elektroniska källor

Anderson, Lauren. Clarence, Emma. Rinne, April. Stoles, Kathleen. 2014. *Making Sense of the UK Collaborative Economy* (pdf). Nesta. Collaborative Lab. Tillgänglig: <http://www.nesta.org.uk/publications/making-sense-uk-collaborative-economy>

Andrén, Sabina. Jensen Lisberg, Ebba. Johansson, Peter. 2006. *Att skriva uppsats i Humanekologi*.

Airbnb 1. *About*. Tillgänglig: (Airbnb 1). <https://www.airbnb.se/about/about-us> (hämtad: 2015-01-06)

Assadourian, Erik. 2010. *The Rise and Fall of Consumer Cultures*. i *State of the World 2010: Transforming Cultures From Consumerism to Sustainability*. The Worldwatch Insitute.

Bauwens, Michel., Iacomella, Franco. & Mendoza, Nicolas, et al. 2012. *A Synthetic Overview of the Collaborative Economy* (pdf). Orange Labs, P2P Foundation. Tillgänglig: http://p2pfoundation.net/Synthetic_Overview_of_the_Collaborative_Economy

Bilpool 1. *Bilpool.nu* Tillgänglig: <http://www.bilpool.nu/> (hämtad: 2015-06-01)

Blocket 1. *Om Blocket*. Tillgänglig: <http://www.blocket.se/omblocket.htm> (hämtad: 2015-01-06)

Botsman, Rachel. (2013). *THE SHARING ECONOMY LACKS A SHARED DEFINITION* (webb). collaborativeconsumption.com. Tillgänglig: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/> (hämtad: 2014-03-23)

Broberg, Thomas. 2011. *Rekyleffekten : Är energieffektivisering effektiv miljöpolitik eller långdistans i ett ekorrhjul?*. Konjunkturinsitutet. Tillgänglig: <http://www.konj.se/download/18.7b7173c2134634aef768000153/Specialstudie+nr+28.pdf> (hämtad: 2015-01-01)

Collaborative Lab. 2013. *THE SHARING ECONOMY LACKS A SHARED DEFINITION: GIVING MEANING TO THE TERMS* (webb). Slideshare.net. Tillgänglig: http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf?from_search=1# (hämtad: 2014-03-23)

Couchsurfing 1. *About Us*. Tillgänglig: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (hämtad: 2015-01-06)

Cykelköket startside (webb). 2015. Tillgänglig: <http://www.cykelkoket.org/> (hämtad: 2014-06-26)

Demailly, D., Novel, A.-S. .2014. *The sharing economy: make it sustainable*, Studies N°03/14, IDDRI, Paris, France, 30 p. Tillgänglig: <http://www.iddri.org/Publications/Economie-du-partage-enjeux-et-opportunités-pour-la-transition-ecologique> (hämtad: 2015-05-29)

De Grave, Arthur. 2014. *The Sharing Economy : Capitalism's last stand?* (webb). OuiShare Magazine. Tillgänglig: <http://magazine.ouishare.net/2014/03/the-sharing-economy-capitalisms-last-stand/> (hämtad: 2014-04-01)

Delaeko.se. 2015. *Vad är Peer-2-Peer?* Tillgänglig: <http://delaeko.se/vad-ar/vad-ar-peer-2-peer/> (hämtad: 2015-05-29)

EatWith 1. *About*. Tillgänglig: <http://www.eatwith.com/brand/about/> (hämtad: 2015-06-01)

Educause. 2013. *7 things you should know about Makerspaces* (pdf). EDUCAUSE Learning Initiative (ELI) .

- Tillgänglig: <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7095.pdf> (hämtad 2014-12-31)
- Etsy**. 2014. Community. Tillgänglig: <https://www.etsy.com/community> (hämtad: 2014-05-26)
- Etsy 1. About**. Tillgänglig: <https://www.etsy.com/uk/about/> (hämtad: 2015-06-01)
- European Union**. 2013. *The Sharing Economy - Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets* (pdf). Tillgänglig: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/business-innovation-observatory/files/case-studies/12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets_en.pdf (hämtad 2014-03-25)
- Fixura 1**. Tillgänglig: https://fixura.se/?locale=sv_SE (hämtad: 2015-06-01)
- Freecycle 1**. Tillgänglig: <https://www.freecycle.org/> (hämtad:2015-06-01)
- Fritidsbanken 1**. Tillgänglig: <http://www.fritidsbanken.se/om-oss/> (hämtad: 2015-06-01)
- Folkbildningsrådet**. 2014. *Vad är folkbildning?*(webb). Tillgänglig: <http://www.folkbildning.se/Folkbildning/Vad-ar-folkbildning/> (hämtad 2015-01-04)
- Folkhälsomyndigheten**. (Sökkriterier: 00 Riket, 2010 -2013, totalt, andel) Tillgänglig: http://fohm-app.folkhalsomyndigheten.se/Folkhalsodata/pxweb/sv/A_Folkhalsodata/A_Folkhalsodata_1Delaktighet_cDeltagande/lita.px/chart/chartViewColumn/?rxid=f031ea95-07b3-43da-a327-94741b95b1ee (hämtad: 2014-06-03)
- FundedByMe 1**. Tillgänglig: <https://www.fundedbyme.com/> (hämtad.2015-06-01)
- Havas Worldwide**. 2014. *The New Consumer and The Sharing Economy*. Volym 18. Tillgänglig: <http://www.havas.com/insights/studies/actualites/the-new-consumer-and-the-sharing-economy> (hämtad: 2015-01-05)
- Hoffice 1. Vad är Hoffice?** Tillgänglig: <http://hoffice.nu/sv/vad-ar-hoffice/> (hämtad:2015-06-01)
- Holmberg**, Sören. Weibull, Lennart. 2013. *Förtroendet för samhällets institutioner : Utvecklingen i Sverige 1986–2012*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Holmberg**, Sören. Weibull, Lennart. 2012. *Förtroendet för staten* i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Hornborg**, Alf, red. Andrén, Sabina. Ardrerup, Madeleine. 2004. *Humanekologiska perspektiv på hållbar produktion och konsumtion : Helhetssyn på integrerad produktpolicy (IPP)* (pdf). Naturvårdsverket. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Om-Naturvardsverket/Publikationer/ISBN/5300/91-620-5354-X/>
- International Telecommunication Union (ITU)**. 2014. *ITU releases 2014 ICT figures : Mobile-broadband penetration approaching 32 per cent Three billion Internet users by end of this year*. Tillgänglig: http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2014/23.aspx#.VKmbUyuG_at (hämtat: 2015-01-04)
- IVL Svenska Miljöinstitutet**. 2013. *Ny studie visar klimatnyttan av second hand*. Tillgänglig: <http://www.ivl.se/press/nyheter/nyheter/nystudievisarklimatnyttanavsecondhand.5.3d71f8313d6a4ffc79319a.html> (hämtad: 2015-01-05)
- Kickstarter 1**. Tillgänglig: <https://www.kickstarter.com/hello?ref=footer> (hämtad: 2015-06-01)
- Kiva 1. About**. Tillgänglig: <http://www.kiva.org/about/how> (hämtad:2015-06-01)
- Kungliga Tekniska Högskolan**. 2014. *Ekonomisk hållbarhet*. Tillgänglig: <https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktygslada/sustainable-development/ekonomisk-hallbarhet-1.431976> (hämtad: 2015-0514)
- Larsson**, Peter. 2014. *Hyrshamhället är här* (webb). Kungliga Tekniska Högskolan. <https://www.kth.se/aktuellt/nyheter/hyrshamhallet-ar-har-1.528947> (hämtad: 2015-01-01)
- L'Atelier – Paris** .2013. *Collaborative Economy Making Uneven Progress in France*. L'Atelier BNP Paribas .Tillgänglig: http://www.atelier.net/en/trends/articles/collaborative-economy-making-uneven-progress-france_421185

(hämtad: 2015-01-05)

Lending Club 1 *About us*. Tillgänglig: <https://www.lendingclub.com/public/about-us.action> (hämtad:2015-06-01)

Lunds universitet Reviderad version. Humanekologiska avd. Tillgänglig: http://www4.lu.se/upload/Humanekologi/att_skriva_uppsats_i_humanekologi.pdf (hämtad: 2015 -01-01)

Marten, G Gerald. 2001. *Human Ecology : Basic Concepts for Sustainable Development*. Earthscan Publications
Tillgänglig: <http://gerrymarten.com/human-ecology/tableofcontents.html>

Open Source Ecology (webb) Tillgänglig: <http://opensourceecology.org/> (hämtad 2014- 06-26)

OuiShare. 2015. *The Collaborative Economy* (webb). Tillgänglig: http://ouishare.net/en/about/collaborative_economy (hämtad 2014-08-26)

Owyang, Jeremiah. 2014. *Sharing is the New Buying : How to win in the Collaborative Economy*. Crowd Copanies. Vision Critical.

PricewaterhouseCoopers (PwC). 2014. *Five key sharing economy sectors could generate £9 billion of UK revenues by 2025* (webb). Tillgänglig: http://pwc.blogs.com/press_room/2014/08/five-key-sharing-economy-sectors-could-generate-9-billion-of-uk-revenues-by-2025.html (hämtad: 2014-11-10)

Sambil 1. *Vanliga frågor* Tillgänglig: <http://www.sambil.se/vanliga-fraagor> (hämtad: 2015-06-01)

Scott, Kate. 2009. *A Literature Review on Sustainable Lifestyles and Recommendations for Further Research* (pdf). Stockholm Environment Institute. Tillgänglig: http://www.sei-international.org/mediamanager/documents/Publications/Future/sei_sustainable_lifestyles_evidence_report.pdf

Shareable. 2011. *Organizing the Precariat* (webb). Tillgänglig: <http://www.shareable.net/blog/organizing-the-precariat> (hämtad: 2015-01-05)

Shareable. 2014. *Is Seoul the Next Great Sharing City?* Tillgänglig: <http://www.shareable.net/blog/is-seoul-the-next-great-sharing-city> (hämtad: 2014-06-25)

Skillshare 1 *About* Tillgänglig: <https://www.skillshare.com/about> (hämtad:2015-06-01)

Skjutsgruppen 1 *Om oss* Tillgänglig: http://skjutsgruppen.nu/about_us (Hämtad:2015-06-01)

Skåneberg, Kristian, Wijkman, Anders. 2015. *The Circular Economy and Benefits for Society – Swedish Case Study Shows Jobs and Climate as Clear Winners*. Romklubben. Tillgänglig: <http://www.clubofrome.org/cms/wp-content/uploads/2015/04/Final-version-Swedish-Study-13-04-15-till-tryck-ny.pdf> (hämtad: 2015-05-15)

Spotify 1 *Contact* Tillgänglig: <https://www.spotify.com/se/about-us/contact/> (hämtad: 2015-06-01)

Sveriges Television (SVT). 2011. *Dataspelare hjälpte AIDS-forskare*. Tillgänglig: <http://www.svt.se/nyheter/vetenskap/dataspelare-hjalpte-aids-forskare> (hämtat 2014-06-26)

Swinga Bazaar 1 Tillgänglig: <http://signup.swingabazaar.se/> (hämtad:2015-06-01)

Tikitut. 2014. Tillgänglig: <http://tikitut.se/node/8> (hämtad: 2014-06-05)

Tikitut 1 Tillgänglig: <http://tikitut.se/en-till-sida/> (hämtad:2015-06-01)

ToolPool 1 Tillgänglig: http://malmojarnhandel.se/toolpool/face_app/ (hämtad:2015-06-01)

Tradera. 2014. *Omdömessystemet : en trygghet för våra medlemmar*.
Tillgänglig: <http://gamla.tradera.com/help/HelpPage.aspx?NodeID=1326> (hämtad: 2014-12-12)

Tradera 1 Tillgänglig: <http://valkommen.tradera.com/?tab=&featured=1> (hämtad: 2015-06-01)

TripAdvisor 1 Tillgänglig: <http://www.tripadvisor.se/> (hämtad:2015-06-01)

University of California. *What's Human Ecology?* (webb). Tillgänglig: <http://www.des.ucdavis.edu/faculty/Richerson/BooksOnline/He1-95.pdf> (hämtad: 2015-01-01)

Världsbanken. 2013. *Cohesive and connected communities I World Development Report 2014: Risk and Opportunity -*

Managing Risk for Development. Tillgänglig: http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1352909193861/8936935-1356011448215/8986901-1380046989056/04--Chapter_4.pdf (hämtad: 2014-08-26)

Världsnaturfonden WWF. 2014. *Så beräknar man ekologiska fotavtryck* (webb). Tillgänglig: <http://www.wwf.se/vrt-arbete/ekologiska-fotavtryck/s-berknar-man-ekologiska-fotavtryck/1157938-ekologiska-fotavtryck-s-berknar-man-ekologiska-fotavtryck> (hämtad 2015-01-04)

Vetenskapsrådet. *Forskningsetiska principer : inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning* (pdf). Tillgänglig: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> (hämtad: 2014-08-20)

Weibull, Lennart. u.å. *Förtroende för samhällsinstitutioner* (pdf). Göteborgs universitet: SOM-institutet. Tillgänglig: (http://som.gu.se/digitalAssets/1480/1480359_f--rtroende-f--r-samh--llsinstitutioner---lennart-weibull.pdf) (hämtad: 2015-01-01)

Wikipedia 1 *Crowdfunding* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding> (hämtad 2015-01-04)

Wikipedia 2 *Makerculture* Tillgänglig: http://en.wikipedia.org/wiki/Maker_culture (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 3 *Coworking*. Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Coworking> (hämtad: 2015-01-06)

Wikipedia 4. *Gräsrötsfinansiering*. Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%A4sr%C3%A4srotsfinansiering> (hämtad: 2015-01-06)

Wikipedia 5 *Crowdsourcing*. Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing> (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 6 *Bicycle Cooperative*. Tillgänglig: http://en.wikipedia.org/wiki/Bicycle_cooperative (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 7 *Foldit* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Foldit> (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 8 *Knytkonferens*. Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Knytkonferens> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 9 *Makerspaces* Tillgänglig: http://en.wikipedia.org/wiki/Maker_culture#Makerspaces (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 10 *Mikrolån* Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Mikrol%C3%A5n> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 11 *Mooc-kurs* Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Mooc-kurs> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 12 *Netflix* Tillgänglig: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Netflix> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 13 *Open Course Ware* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/OpenCourseWare> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 14 *Öppen källkod*. Tillgänglig: http://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%96ppen_k%C3%A4llkod (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 15 *List of tool-lending libraries* Tillgänglig: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tool-lending_libraries (hämtad: 2015-06-01)

Wikipedia 16 *About* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 17 *Zipcar* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Zipcar> (hämtad:2015-06-01)

Wikipedia 18 *Zopa* Tillgänglig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Zopa> (hämtad:2015-06-01)

Zipcar. 2014. *About*. Tillgänglig: <http://www.zipcar.com/about> (hämtad: 2015-05-26)

Stockholms Universitet <http://www.su.se/forskning/forskningsnyheter/fyra-av-nio-planet%C3%A4ra-gr%C3%A4nsers-%C3%B6verskrids-1.218028>

WWF 2. *Sammanfattning av Världsnaturfonden WWFs Living Planet Report 2014* Tillgänglig: http://www.wwf.se/source.php/1580065/Living_Planet_Report_2014_Svensk_sammanfattning_20141030.pdf (hämtad: 2015-05-31)

Muntliga källor

Föreläsning: **Eriksson. L**, *Hermeneutik, forts.*, 13 februari – 14 Göteborgs Universitet

Föreläsning: **Andersson. E**, *Vetenskapligt arbetssätt - att använda teori och empiri.*, 27 januari – 14 Göteborgs Uni.

Intervju Respondent 1 "Malin" 2/5 2014

Intervju Respondent 2 "Mia" 21/4 2014

Intervju Respondent 3 "Tim" 22/4 2014

Intervju Respondent 4 "Lisa" 28/4 2014

Intervju Respondent 5 "Rosanna" 30/4 2014

Bilaga 1 - Intervjuguide sida 1

Inledning och bakgrund

Berätta lite om dig själv. Ålder, bostad, hemstad, sysselsättning och din fritid.

Tema: Deltagande (P2P & B2C)

När jag säger delandets ekonomi, vad tänker du på då?

Upplever du att delandets ekonomi växer?

Kan du berätta för mig om ditt eget deltagande i delandets ekonomi.

Vilken avsikt har du haft med ditt deltagande?

Vilka positiva effekter och konsekvenser har delandets ekonomi haft för dig?

Vilka negativa effekter och konsekvenser har delandets ekonomi haft för dig?

En del av de aktiviteter du nämnde kräver betalning via internet, hur ser du på online-betalning?

Några av aktiviteterna kräver även ett utbyte och kontakt med en person som du inte känner, hur ser du på det?

Tema: Yttre drivkrafter (Makro)

Mycket tyder på att delandets ekonomi växer globalt, vilka drivkrafter tror du ligger bakom?

Att byta, köpa och låna saker med varandra är inga nya fenomen men varför tror du att fler människor väljer att göra det nu?

Vilka människor tror du deltar i delandets ekonomi?

Vilka positiva effekter och konsekvenser har delandets ekonomi för världen?

Vilka negativa effekter och konsekvenser har delandets ekonomi för världen?

Tema: Inre drivkrafter (Mikro)

Kan du beskriva din attityd till delandets ekonomi.

Varför valde du att delta i t.ex. (nämnd aktivitet)?

Vilka risker har du upplevt med ditt deltagande?

Vilka möjligheter har du upplevt med ditt deltagande?

Hur upplever du att människor i din omgivning ser på ditt deltagande och användandet av tjänster som ingår i delandets ekonomi?

En del påstår att människan är egoistisk och drivs av egenintresse, hur ser du på det?

Bilaga 2 - Intervjuguide sida 2

Tema: Konsumtion och samhället

Hur ser du på dagens konsumtion?

-Vilka positiva effekter har denna konsumtion?

-Vilka negativa effekter har denna konsumtion?

Vad tror du driver denna konsumtion?

Kan du beskriva för mig din egen konsumtion.

Vilka saker tycker du det är viktigt att äga?

Hur får delandets ekonomi att känna dig jämfört med dagens ”vanliga” konsumtion?

Vilka egenskaper tycker du att företag ska ha?

Hur ser relationen mellan företag och konsument ut idag?

Känner du ett förtroende för de flesta företagen?

· Varför?

Hur ska relationen mellan företag och konsument se ut, enligt dig?

Vilka är de största skillnaderna mellan den kapitalistiska ekonomin och delandets ekonomi, anser du?

Mycket tyder på att samhällsklyftorna har ökat, kan du berätta lite om hur du ser på det?

Hur skulle det ideala samhället se ut enligt dig?

Tema: Miljömedvetenhet

Hur ser du på relationen mellan människa och natur?

Vilka miljöproblem tycker du är mest akuta idag?

Hur skulle lösningar på dessa problem se ut?

Varför tror du vi har de miljöproblem som vi har idag?

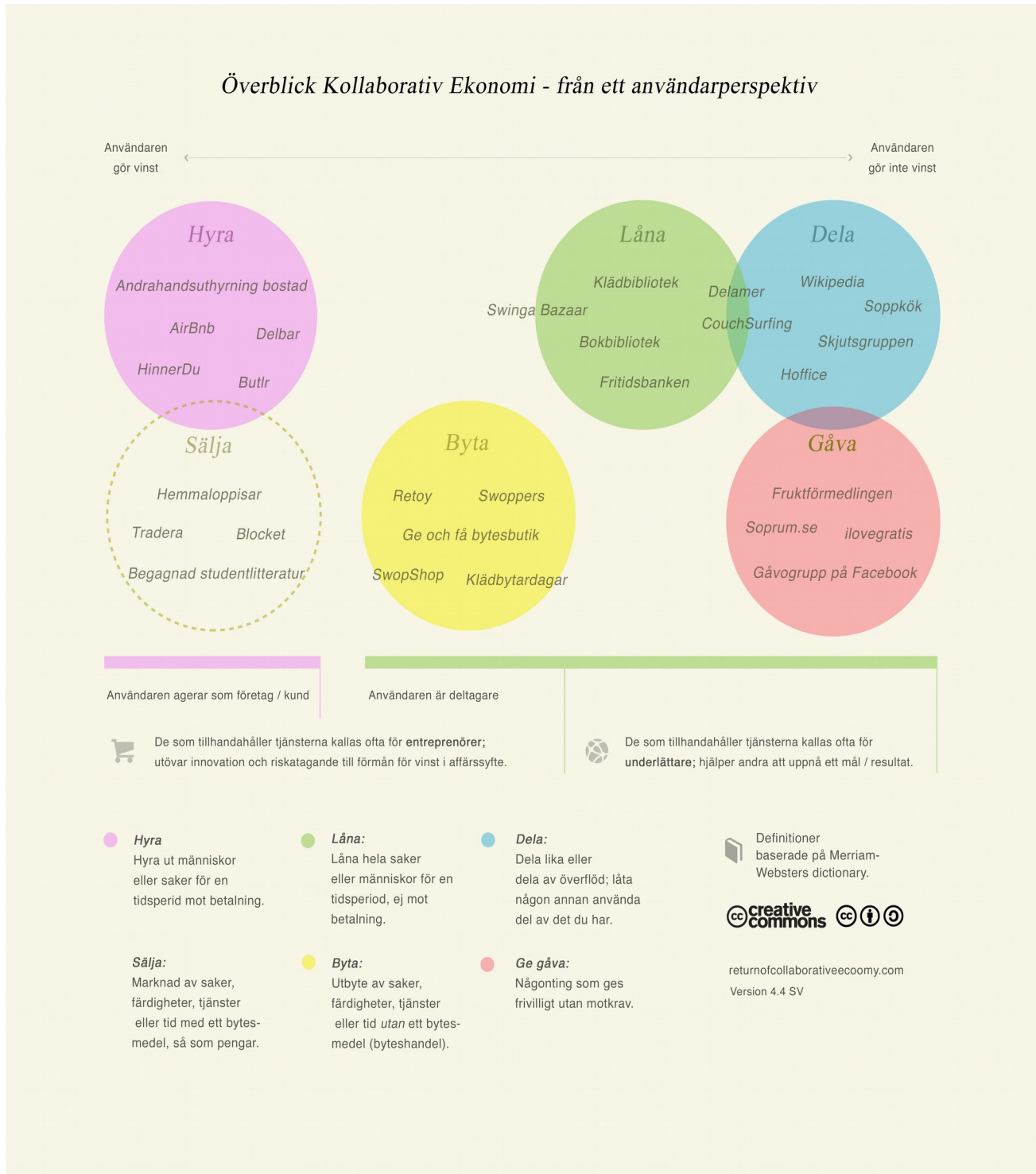
Vems är ansvaret att verka för en hållbar utveckling?

· Varför?

Bilaga 3

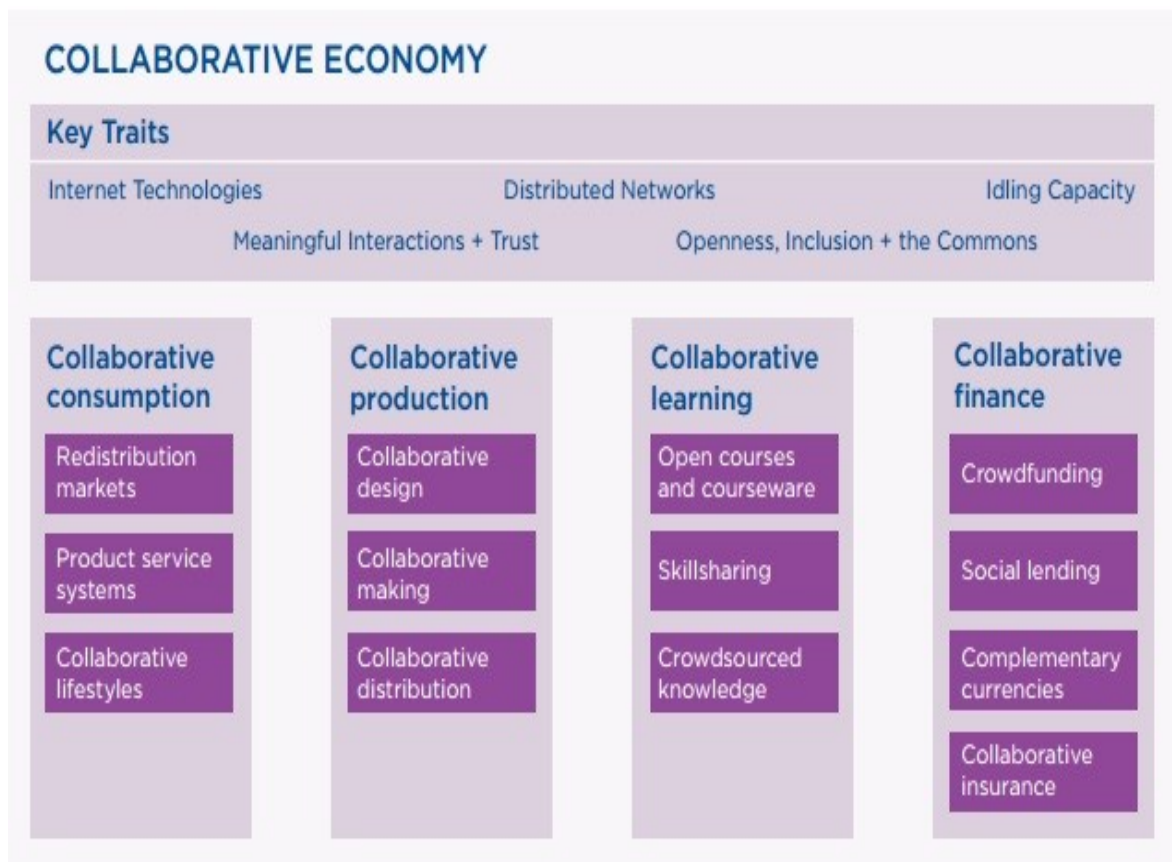
Bild 7 Överblick kollaborativ ekonomi - från ett användarperspektiv

Tillgänglig: <https://bit.ly/returnofthecollaborativeeconomy>



Bilaga 4

Bild 8 Konceptualisering av kollaborativ ekonomi (Anderson et al. 2014 : 13)

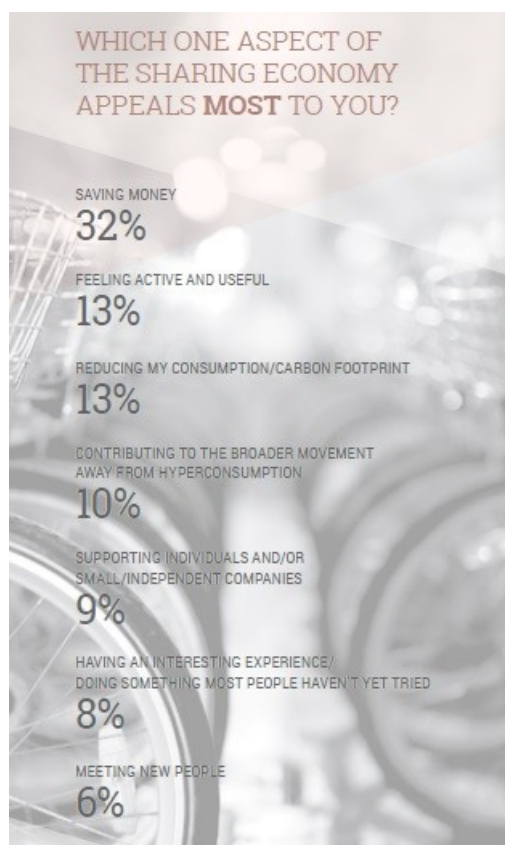


Bilaga 5

Bild 9 Varför respondenterna deltog i kollaborativ konsumtion, enligt rapporten *Sharing is the new buying* (Owyang, 2014).



Bild 10 Vilken aspekt tilltalar dig mest med kollaborativ ekonomi? Från rapporten *The New Consumer and The Sharing Economy* (Havas Worldwide, 2014).



Bilaga 6 - Ordlista A-Ö

Airbnb – En digital marknadsplats där privatpersoner kan hyra delar av eller hela boenden av andra privatpersoner. I dagsläget finns det tillgängliga boenden i över 34 000 städer (Airbnb 1).

Bilpool – En bilpool är ett sätt att få tillgång till en bil utan att behöva äga den. Bilarna kan exempelvis ägas av ett företag eller en förening och kan vara både vinstdrivande och ideella. Användarna eller medlemmarna kan via betalning få tillgång till fordon (Bilpool 1).

Blocket – En digital marknadsplats där användarna kan sälja och köpa prylar med andra användare (Blocket 1).

Bortskänkesgrupper på Facebook – Facebookgrupper där användarna via gruppen skänker prylar till andra användare.

Coworking – Är ett sätt att arbeta som dels betyder att deltagarna delar kontorsyta och kontorsrustning och samtidigt tillhör ett gemensamt community (Wikipedia 3).

Cochsurfing – Är en global community där dess medlemmar erbjuder och efterfrågar sovplatser i varandras hem, utan betalning. I dagsläget har Couchsurfing 10 miljoner medlemmar i 200.000 städer (Couchsurfing 1).

Crowdfunding - är en metod för att finansiera projekt eller idéer genom att vända sig till ett stort antal finansiärer. Detta sker numera ofta via internetbaserade system (Wikipedia 4).

Crowdsourcing - är en metod att lösa problem med, eller söka förslag till problemlösning från, många andra parter (Wikipedia 5).

Cykelkök – En form av öppen cykelverkstad som ofta drivs som en icke-vinstdrivande organisation där dess volontärer hjälper användare att laga sina cyklar eller ge användare cyklar som de kan reparera själva. (Wikipedia 6).

EatWith – En digital plattform där privatpersoner kan hitta andra privatpersoner och dela en måltid tillsammans med någon av användarnas hem, fenomenet kallas ibland för ”hemma-hos-restauranger” (EatWith 1).

Etsy – Är en marknadsplats som underlättar för dess användare att köpa och sälja egenproducerade hantverk så som; smycken, affischer och inredning med mera. Etsy har i dagsläget 20,8 miljoner aktiva köpare (Etsy 1).

Fixura – Är en tjänst för peerlån även kallat person-till-personlån, där privatpersoner lånar monetärt kapital av andra privatpersoner (Fixura 1).

Foldit – Är ett onlinepussel som går ut på att vika proteiner genom crowdsourcing. Resultatet används sedan i forskningssyfte för att förutspå proteiners strukturer (Wikipedia 7).

Freecycle – Är ett globalt nätverk där medlemmarna skänker saker till andra medlemmar (Freecycle 1).

Fritidsbanken – Är som ett bibliotek fast för fritids- och sportutrustning, där användarna kan låna utrustning utan

betalning (Fritidsbanken 1).

FundedByMe – En crowdfundingplattform där användarna kan finansiera olika projekt eller verksamheter de vill se förverkligas (FundedByMe 1).

Hoffice – Är ett nätverk och som är en sammanslagning av orden home och office. Deltagarna erbjuder frivilligt andra deltagare att arbeta hemma hos varandra tillsammans, kostnadsfritt (Hoffice 1).

Kickstarter – En crowdfundingplattform där användarna kan finansiera olika kreativa projekt eller verksamheter de vill se förverkligas (Kickstarter 1).

Kiva – En ideell organisation vars mål är att minska fattigdom. Kiva är en digital plattform som möjliggör mikrolån från privatpersoner till behövande privatpersoner. Utlånanen väljer själv vem denne vill låna ut pengarna till (Kiva 1).

Klädbytdag – En dag då människor byter kläder med varandra. Utbytet kan arrangeras av privatpersoner eller verksamheter.

Klädotek – En verksamhet som möjliggör det för användaren att få tillgång till kläder genom att hyra eller låna kläderna.

Knytkonferens - är ett deltagardrivet mötesformat. I kontrast till en traditionell konferens, fastställs dagordning och eventuella talare på plats av deltagare. Tanken är att främja kreativitet, möten mellan människor och utnyttja den samlad kunskap som finns i en grupp (Wikipedia 8).

Lending Club – En plattform där låntagare kan ansöka om lån från privatpersoner eller företag för bland annat vårdkostnader (Lending Club 1).

Makerspace – Är en form av teknisk verkstad där medlemmar kan få tillgång till lokal och utrustning så som; 3D-skrivare, laserskärare och verktyg med mera (Wikipedia 9).

Mikrolån - är monetära lån vilka är att betrakta som ringa till storleken. Ursprungligen har mikrolån använts för att stimulera småföretagsamhet i tredje världen (Wikipedia 10).

MOOC-kurs – MOOC står för *Massive Open Online Course* och är en storskalig öppen nätkurs, en avgiftsfri distanskurs som kan läsas av tusentals kursdeltagare till liten lärarinsats (Wikipedia 11).

Netflix - är ett amerikanskt företag som erbjuder uthyrning av filmer och TV-serier via postorder samt via video on demand till en fast månadskostnad (Wikipedia 12).

Open Courseware Consortium – Öppna och kostnadsfria universitetskurser som kan läsas via internet och som tillhandahålls av några av världens mest beryktade universitet bland annat Yale, MIT och Harvard (Wikipedia 13).

Open Source – Kallas på svenska “öppen källkod” och avser oftast datorprogram vars källkod inte är proprietär utan är

tillgänglig att använda, läsa, modifiera och vidare distribuera för den som vill (Wikipedia 14).

Open Source Ecology – En Open Source-plattform vars användare kan ladda upp eller ladda ner manualer och instruktioner för att bygga olika maskiner (Open Source Ecology).

Peerlån – Peerlån innebär att privatpersoner lånar ut monetärt kapital till andra Peers och deras projekt, produkter och tjänster vilka de vill se förverkligas (Botsman, 2010 : 166-167).

Peer-to-Peer-utbildning – Definieras enligt David Boud et al. (1999) som ”tillägnande av kunskap och färdigheter genom aktivt hjälpande och stödjande mellan jämbördiga” (Boud et al. 1999)

Sambil – En svensk förening där privatpersoner kan mot ett självkostnadspris hyra en annan privatpersonsbil eller samåga en bil med andra medlemmar (Sambil1).

Skillshare – Onlinekurser av privatpersoner eller företag för dess medlemmar, oftast andra privatpersoner. Vissa av kurserna är gratis medan för andra krävs ett abonnemang (Skillshare 1).

Skjutsgruppen – En ideell samåkningsrörelse vars deltagare samåker med varandra (Skjutsgruppen 1).

Spotify – En digital databas med musik vars gratisanvändare och prenumeranter får tillgång till digital musik (Spotify 1).

Swinga Bazaar – En svensk digital tjänst som underlättar för privatpersoner att låna eller hyra prylar med varandra (Swinga Bazaar 1).

Tikitut – En global plattform där besökare i Göteborg bland annat kan hyra en del av ett boende av lokalbor i Östra Göteborg. (Tikitut 1).

ToolPool – En järnhandel i Malmö som lånar ut (kostnadsfritt) verktyg till dem som behöver låna (Tool Pool 1).

Tradera – En shoppingsajt vars användare, oftast privatpersoner kan köpa och sälja prylar mellan varandra (Tradera 1).

TripAdvisor – Är en resesajt där användare bland annat kan läsa omdömmen, se bilder och kommentarer från andra användare och deras upplevelser och åsikter om bland annat restauranger, hotell och sevärdigheter (TripAdvisor 1).

Verktygspool – Här kan användarna låna eller hyra verktyg (Wikipedia 15).

Wikipedia – En öppen digital encyklopedi som samskapas frivilligt av dess användare och är kostnadsfri (Wikipedia 16).

Zipcar – Är ett amerikanskt företag vars prenumeranter och användare kan hyra fordon (Wikipedia 17).

Zopa – Europas största Peerlåns-plattform (Wikipedia 18).