



Vägen mot en hållbar verksamhet: att skapa  
miljöengagemang och forma nya normer - en fallstudie  
om Casino Cosmopol i Malmö

Towards a sustainable business: the creation of  
environmental commitments and new values - a case  
study about Casino Cosmopol in Malmö

Sören Anderberg

Nathalie Kallus

Miljövetenskap

Kandidatnivå

15 HP

2020

Handledare:

Johanna Nygren Spanne

Anders Edvik

Den här sidan har lämnats avsiktligt tom.

## **Tack!**

Vi vill först och främst tacka de medarbetare på Casino Cosmopol Malmö som tog sig tid att besvara vår enkätundersökning. Även tack till chefsassistenten och företagschefen för gott samarbete och hjälp med att få ut vår enkät till medarbetarna. Ett extra stort tack riktas till våra handledare Johanna Nygren Spanne och Anders Edvik för all konstruktiv feedback och värdefull hjälp under arbetets gång.

Malmö och Tyringe, 1 juni 2020

## **Abstract**

Most companies and organisations have realized the benefits of engaging in sustainable development and striving for an environmentally friendly workplace. Getting people involved in environmental issues in different ways has generally proven to be effective when it comes to influencing attitudes and encouraging environmentally friendly behaviour, and social standards have also been found to be important when it comes to creating environmental engagement in workplaces. The purpose of the study is to investigate how commitment and new values can be created for environmentally friendly actions in workplaces. The study is limited to Casino Cosmopol in Malmö, where an open survey has been conducted. The company had for some time worked on sustainability issues but felt that they needed support and advice when it came to create environmental commitment among the employees and taking their environmental actions to the next level. The survey was addressed to all employees within the company. The results of the survey show that employees believe that businesses and companies have a great responsibility when it comes to environmental issues, but that communication between employer and employees is not always sufficient to ensure that environmentally friendly behaviour permeates the entire business and that environmental commitment is created. The employees demand clarity, more knowledge about the environment and climate issues. The result also shows that employees are demanding the effects of the measures that have been established, employers who are loyal and show genuine commitment.

Keywords:

Environmental commitment, social norms, environmentally friendly workplaces, communication

## Sammanfattning

Många företag och organisationer har börjat inse de fördelar som erhålls genom att engagera sig i hållbar utveckling och sträva mot en miljövänlig arbetsplats. Att få människor engagerade i miljöfrågor på olika sätt har överlag visat sig vara effektivt när det kommer till att påverka attityder och uppmuntra till miljövänligt beteende, likaså har sociala normer visat sig vara betydande när det kommer till att skapa miljöengagemang på arbetsplatser. Syftet med studien är att undersöka hur engagemang och nya normer kan skapas för miljövänliga handlingar på arbetsplatser. Studien avgränsas till Casino Cosmopol i Malmö, där en öppen enkätundersökning har genomförts. Företaget har under en tid arbetat med hållbarhetsfrågor men upplevde att de behövde stöttning och råd när det kom till att skapa miljöengagemang bland medarbetarna och därmed också driva deras miljöarbete framåt. Undersökningen vände sig till samtliga medarbetare inom företaget. Resultatet från enkätundersökningen visar att medarbetare anser att verksamheter och företag har ett stort ansvar när det kommer till miljöfrågor. Undersökningen visade också att kommunikationen inte alltid är tillräcklig mellan arbetsgivare och medarbetare för att miljövänligt beteende ska genomsyra hela verksamheten och för att miljöengagemang ska skapas. Medarbetarna efterfrågar tydlighet, mer kunskap om miljö och klimatfrågor. Resultatet visar också att medarbetarna efterlyser redovisning av de åtgärder som införts, arbetsgivare som är lojala och visar ett genuint engagemang.

Nyckelord:

Miljöengagemang, sociala normer, miljövänliga arbetsplatser, kommunikation

# Innehållsförteckning

**Abstract**

**Sammanfattning**

<b>1. Inledning</b>	7
<b>2. Casino Cosmopol Malmö och miljöproblem</b>	9
2.4 Teoretisk ramverk: Sociala normer och miljövänligt beteende	11
2.5 Miljöengagemang och miljövänligt beteende på arbetsplatser	12
2.5.1 Kunskap, medvetenhet och prestation	13
2.5.2 Förståelse och uppmuntran	14
<b>3. Undersökningsmetoder</b>	16
3.3 Analysmetod	17
<b>4. Medarbetarnas röster</b>	18
4.1 Medarbetarnas tankar kring miljöåtgärder	18
4.2 Kunskap och åtgärdsresultat	21
4.3 Miljöengagemang	21
<b>5. Miljövänliga individer, verksamheter och samhällen</b>	23
5.1 Metoddiskussion	26
<b>6. Referenslista</b>	27
<b>7. Bilagor</b>	1
7.1 Informationsbrev	1
7.2 Enkäten	2

# 1. Inledning

Idag är det allmänt känt att människor påverkar miljön negativt (Steg, Van Den Berg & De Groot, 2013, s 4). Mot bakgrund av att Sverige har, enligt Miljöbalken kapitel två, utformat allmänna hänsynsregler (Miljöbalken, 1998:808), för att alla som bedriver verksamheter ska skaffa sig den kunskap som behövs med hänsyn till verksamhetens art och omfattning för att skydda människors hälsa och miljön mot skada eller olägenhet och därmed uppnå god hushållning, är det betydelsefullt att både enskilda individer, företag och verksamheter arbetar långsiktigt med att minska resursanvändningen och sitt klimatavtryck. Miljöbalken påverkar och gäller alla typer av åtgärder, vare sig det rör någon form av näringsverksamhet eller enskilda individer. Balkens syfte är att underlätta för en hållbar utveckling, vilket innebär att nuvarande och kommande generationer ska kunna leva i en hälsosam och god miljö (Naturvårdsverket, 2019b). Allt fler är också medvetna om verksamheter och företags roll när det kommer till att orsaka eller förhindra miljöproblem. Verksamheter kan på flera olika sätt och på flera olika plan aktivt bidra till att driva på miljöarbete och minska sin egen och andras påverkan på miljön. Många företag och organisationer har dessutom börjat inse de fördelar som erhålls med att engagera sig i hållbar utveckling och sträva mot en miljövänlig arbetsplats, och utåt sett tenderar verksamheterna även att bli mer attraktiva (Ryner & Morgan, 2018). Enligt Stoll-Kleemann och Schmidt (2016) är det nödvändigt att skapa nya sociala normer på arbetsplatser och andra grupper i samhället, för att uppmuntra till miljövänligt beteende. Studien utgår ifrån Kollmuss och Agyemans (2002) definition av miljövänligt beteende, "medvetna beteenden som försöker minimera den negativa påverkan av ens handlingar på den naturliga och byggda världen". Sociala normer kan förklaras som underförstådda regler och förhållningssätt inom diverse sociala grupper i samhället. Dessa regler vägleder oss i våra val och vårt beteende, och har också en möjlighet att förändra attityder, beteende och bidra till känsla av gemenskap.

För att verksamheter och företag ska kunna arbeta med miljöfrågor effektivt krävs det att man har förmågan att kommunicera ut fakta och forskning om miljöåtgärder och skapa miljöengagemang på arbetsplatser. Vår fallstudie baseras på Casino Cosmopol i Malmö, ett statligt företag inom besöksnäringen, som under en tid arbetat med diverse miljöförbättrande åtgärder på arbetsplatsen. Företaget tog kontakt med universitetet för att få hjälp med att driva deras miljöarbete framåt, då de upplevde ett visst motstånd bland medarbetare gällande de miljöåtgärder som vidtagits. Ledningen ville också skapa ett större miljöengagemang som genomsyrar hela verksamheten (personlig kommunikation, 29 januari 2020).

Vi utgick ifrån att andra stora företag har liknande utmaningar och därför kan vår fallstudie möjligtvis vara applicerbar på andra verksamheter och företag. Syftet med vår fallstudie är därför att undersöka hur engagemang och nya normer kan skapas för miljövänliga handlingar på arbetsplatser. Våra frågeställningar är: (1) Hur kan engagemang skapas för miljövänliga handlingar på arbetsplatser? (2) Hur skapas nya sociala normer på arbetsplatser för att uppmuntra till miljövänligt beteende? (3) Hur anser medarbetarna att deras arbetsgivare bör agera för att uppmuntra till miljövänliga handlingar och för att sträva efter en mer hållbar arbetsplats?



## 2. Casino Cosmopol Malmö och miljöproblem

Globalt sett är förbränningen av fossila bränslen en stor bidragande faktor till växthuseffekten vilket i sin tur leder till klimatförändringar och att jordens medeltemperatur stiger (Saleem, Eagle & Low, 2018; Wallman, Berglund & Cederberg, 2013). Dagens utsläpp av växthusgaser bidrar kraftigt till den globala uppvärmningen och klimatförändringar (Saleem, Eagle & Low, 2018). Den globala uppvärmningen och klimatförändringar påverkar i sin tur världens ekosystem (Steg, Berg & Groot, 2013, s.4) och leder till långvariga konsekvenser både för människor och natur (Böhm & Tanner, 2013, s.16). Enligt Wang et al. (2017) står elektrisk belysning för 19% av den globalt totala energiförbrukningen och 6% av växthusgasutsläppen. I Sverige domineras energiförbrukningen av elektricitet. Majoriteten av elektriciteten används inom boende- och servicesektorn vilket totalt står för 40% av energiförbrukningen i landet (Energimyndigheten, 2018). För att effektivisera användandet och konsumera mindre elektricitet finns det olika möjligheter, till exempel att byta ut elektriska apparater mot mindre energikrävande motsvarigheter. Studier har även påvisat vikten av att byta ut manuella strömbrytare mot automatiska sensorer för att minska energiförbrukningen för belysning (Riyanto, Margatama, Suparmoko, Martini & Hindarto, 2018; Wang et al., 2017; Azni, Hakim, Bachmann & Sukri, 2014). En annan industri som bidrar till utsläpp av växthusgaser är köttindustrin, industrin bidrar även till avskogning och till att jord och vatten förorenas på grund av gödsel som kan innehålla både växtnäring, läkemedel och fodertillsatser (Wallman, Berglund & Cederberg, 2013; Sedová, Slovák & Ježková, 2016). Vi behöver värna om vårt vatten och även minska vattenförbrukningen då vatten är en av grundstenarna för liv på jorden. Vatten täcker ungefär 75% av jordens yta. 97,5% är dock saltvatten och därför inte tjänligt som dricksvatten. Av resterande 2,5% finns endast 0,77% i sjöar, våtmarker, floder, grundvatten, jord och atmosfären, varav det är viktigt att hushålla med våra vattenresurser (Wright & Boorse, 2014, s. 256). Minskad biodiversitet på grund av avskogning för att odla mat åt djur är också en konsekvens av den industriella köttindustrin (Stoll-Kleemann & Schmidt, 2016). Utsläppen som nämns kommer bland annat från djurens fodermältning, gödsel och foderproduktion och det är nötkreatur och får som genom sin idissling bidrar mest på grund av den stora mängd metangas som frigörs vid fodermältningen. Vidare kan import och export av kött ses som ett dilemma, transportererna får stora konsekvenser för miljön och klimatet. Det finns det en rad punkter och åtgärder som verksamheter kan arbeta med för att sträva mot hållbar utveckling och för att begränsa sin

klimatpåverkan. Sveriges miljömål - begränsad klimatpåverkan som definieras av Riksdagen lyder:

Halten av växthusgaser i atmosfären ska i enlighet med FN:s ramkonvention för klimatförändringar stabiliseras på en nivå som innebär att människans påverkan på klimatsystemet inte blir farlig. Målet ska uppnås på ett sådant sätt och i en sådan takt att den biologiska mångfalden bevaras, livsmedelsproduktionen säkerställs och andra mål för hållbar utveckling inte äventyras. Sverige har tillsammans med andra länder ett ansvar för att det globala målet kan uppnås. (Naturvårdsverket, 2019a s.7)

Sveriges miljömål lyfter också att företag och verksamheter bör se över hela företagets affärsidé och implementera sådana åtgärder som gör störst nytta. Vidare nämner de att man dels bör underlätta för distansarbete, för att medarbetarna ska kunna ställa bilen hemma, men också dra ner på möten som kräver resor. Likaså anser Sveriges miljömål att verksamheter bör se över sin resursförbrukning, dels när det gäller el, att sträva mot att öka effektiviteten och att ställa krav på leverantörer. Verksamheter bör även se över sitt eventuella matsvinn, och att det matavfall som uppkommer ska behandlas biologiskt för att på så sätt ta hand om växtnäringen. Här nämns även att verksamheter uppmanas att minska mängden kött som köps in (Sveriges miljömål, 2018).

Företaget som vår studie bygger på är Casino Cosmopol i Malmö vilket är ett statligt bolag som tillhör Svenska Spel. Företaget har, utöver i Malmö, etablerade verksamheter i Sundsvall, Göteborg och Stockholm och tillhör kategorien besöksnäringen, vilket innebär att största delen av verksamheten inriktar sig på turister och affärsresenärer. Casino Cosmopol som koncern använder sig av Brundtlandkommissionens definition av hållbar utveckling vilket vi även använde oss av för att presentera vår enkät för respondenterna.

Brundtlandkommissionen definierar hållbar utveckling som ”en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter till att tillfredsställa sina behov” (World Commission on Environment and Development, 1987, s.41). Företaget har inrättat olika råd där ett av dem är ett miljöråd som arbetar under ledning av hållbarhetsavdelningens representanter från de olika verksamheter som bolaget har.

Hållbarhetsavdelningen arbetar med att stödja implementeringen av hållbarhetsmål samt följa upp hållbarhetsarbetet. För att regelbundet följa upp intressenters syn på bolagets verksamhet analyseras deras åsikter. Enligt Svenska Spels hållbarhetsplan (Granath & Medvall, 2017) definierar dem intressenterna som kunder, ägare, intresseorganisationer och medarbetare med

störst inflytande över och störst intresse för bolagets verksamhet och hållbarhetsarbete. Det som intressenterna anser är viktigast är spelansvar. Detta gör att områden som arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljö ges lägre prioritet vilket kan ses i följande diagram (Granath & Medvall, 2017).



Figur. 1. Svenska Spels väsentlighetsanalys (Granath & Medvall, 2017).

Rörande miljöarbete fokuserar Casino Cosmopol på FN:s mål om Miljömässig hållbarhet och att företaget i hela sin verksamhet bidrar till en hållbar användning av jordens ändliga resurser och minskat utsläpp av växthusgaser. Detta sker genom att “integrera frågor om klimat och resurseffektivisering i våra affärsbeslut”. Företaget har identifierat tre områden där de påverkar miljön mest: resor, transporter samt energi och material och där fokus ligger på att sänka utsläppen av koldioxid (CO<sub>2</sub>) (Granath & Medvall, 2017). Som tidigare nämnts är det viktigt att hushålla med våra vattenresurser, likaså att effektivisera användandet och konsumera mindre elektricitet. Som ett steg i deras miljöarbete har Casino Cosmopol i Malmö gått över till automatiska kranar, för att på så sätt minska vattenförbrukningen, samt automatiska strömbrytare för att minska energiförbrukningen. Utöver tidigare åtgärder strävar Casino Cosmopol Malmö även att minska sitt utsläpp av CO<sub>2</sub> genom att minska företagets köttkonsumtion. Detta har dem gjort genom att införa en vegetarisk dag i personalmatsalen.

## 2.4 Teoretiskt ramverk: Sociala normer och miljövänligt beteende

Stoll-Kleemann och Schmidt (2016) anser att det är nödvändigt att skapa nya sociala normer för att uppmuntra till en hållbar utveckling och ett miljövänligt beteende, både på arbetsplatser, universitet och inom andra grupper i samhället. *Norm Activation Model* (NAM) är en teori för att studera personers miljönormer. Teorin förklarar att personliga normer

aktiveras med hjälp av fyra variabler: medvetenhet om miljöproblem och vad som sker om man inte agerar miljövänligt, att känna ansvar för eventuella negativa konsekvenser om man inte agerar miljövänligt, resultatets effektivitet vilket innebär hur tydligt man kan se att något har gett resultat när det kommer till miljöproblem och själveffektivitet som syftar till hur vi ser på vår egen förmåga att agera miljövänligt (Steg & Nordlund, 2013, s.189).

Majoriteten av individer följer sociala normer för att de både tror och anser att de beteenden som finns inom gruppen är det allmänt accepterade sättet att bete sig på (Anderson, Bernauer & Huber, 2018). Personliga och sociala normer är centrala komponenter i beslutsprocesser när det handlar om motivation och engagemang till specifika handlingar och beteenden. Sociala normer återspeglar hur vi uppfattar att vi ska bete oss tillsammans med andra, oftast i specifika grupper eller sammanhang (Albulescu & Pandur, 2016). Precis som Huber et. al (2018) styrker Wesselink, Vincent och Ringersma (2017) att individer tar till sig sociala normer från nyckelpersoner inom olika grupper genom observationer. De menar även att individer imiterar och uppvisar liknande beteendemönster som andra inom samma grupp och att chefers miljövänliga eller icke miljövänliga beteende har en stor inverkan på medarbetarnas attityder till miljövänligt beteende. Chefer som har förståelse för miljöarbetets betydelse är mer benägna att implementera åtgärder som förstärker miljöarbetet (Wesselink, et al., 2017). Aktiva och framstående medarbetare som brinner för miljöarbetet är även viktiga för att framgångsrikt implementera miljövänliga strategier (Hsiao, Chuang & Huang, 2018).

## ***2.5 Miljöengagemang och miljövänligt beteende på arbetsplatser***

Ryner och Morgan (2018) menar att medarbetare bär med sig sina miljömässiga attityder, värden och övertygelser till arbetsplatsen. Likaså bär individer med sig dessa miljömässiga värden, övertygelser och attityder etablerade på arbetsplatsen och integrerar dem i sitt privatliv, vilket Albulescu och Pandurs (2016) forskning också styrker. De diskuterar det faktum att medarbetare som praktiserar miljövänligt beteende bidrar med individuella initiativ på sina arbetsplatser. Genom att dela kunskap kan medarbetare införa hållbara lösningar som i sin tur utvecklas till viktiga drivkrafter inom verksamheten (Pandur & Albulescus, 2016).

Miljövänligt beteende bland medarbetare på arbetsplatser kan innefatta sådana konkreta saker som att skriva ut dubbelsidigt, källsortera, släcka lampor när man lämnar ett rum, hålla inomhusmiljön ren men även miljön precis utanför arbetsplatsen. Andersson,

Hylander och Nylén (2019) hävdar att många små insatser, som exempelvis att källsortera och åka kollektivt istället för bil, bidrar till en helhets känsla och en upplevelse av att utföra väldigt mycket för miljön. Dock kan en enda handling som inte är miljövänlig underminera arbetet som personen utfört och bidra till minskat miljöengagemang, detta för att helhets känslan då försvinner. Detta medför att en människa kan göra flera små miljömedvetna förändringar och få en känsla av att vara miljövänlig utan att det egentligen gör skillnad för till exempel hur mycket koldioxid som släpps ut. Detta beskrivs även av Csturora (2012) och benämns som *the behaviour impact gap* eller *effektglappet* på svenska.

### **2.5.1 Kunskap, medvetenhet och prestation**

Chakraborty, Singh och Roy (2017) diskuterar det faktum att individers miljövänliga beteende ökar vid utbildning oavsett nivå, så även motivationen till att intressera sig för olika typer av miljövänliga aktiviteter. Miljövänligt beteende inom verksamheter kan delas upp i tre dimensioner, en innefattar miljövänliga beteenden som stöder både individer och organisationens hälsa och välfärd samtidigt. Den andra handlar om att låta anställda delta i miljövänliga aktiviteter som inte är tvingande och den tredje dimensionen lyfter att en organisations miljöarbete inte nödvändigtvis måste uttryckas i arbetsbeskrivningen, utan att anställda gör det på frivillig basis för att organisationen som helhet har en så kallad grön inriktning och denna vill man som anställd vara en del av (Afsar & Umrani, 2019). När det kommer till att stimulera motivation och ha förståelse för element som driver prestation inom företag och verksamheter kan *AMO*-teorin vara behjälplig. *AMO*-teorin, som står för *Ability - Motivation - Opportunity theory*, pekar på att medarbetare kommer att prestera när de har rätt förutsättningar, det vill säga när de har fått tillgång till rätt redskap och kunskap. När de är motiverade, vilket innebär att de vill och belönas för sitt beteende, och när deras arbetsmiljö ger dem möjlighet till att prestera genom till exempel support från arbetsgivare och nödvändiga resurser (Ryner & Morgan, 2018). Enligt Boxall och Purcell (2011) är alla tre faktorer närvarande när det kommer till att skapa motivation och prestation bland medarbetare. För att löpande underhålla den motivation som skapats menar Boxall och Purcell (2011) att *AMO*-teorin bör vara närvarande. Saknas det nödvändiga verktyg och en stödjande miljö blir det svårt för även den mest motiverade individen att prestera. Teorin bygger även på vikten av att ha förståelse för hur medarbetare identifierar sig med sin arbetsplats, där teorin pekar på att det bör finnas en rättvis balans mellan prestation och belöning (Boxall & Purcell, 2011). Tidigare forskning av Stern, Dietz och Kalof (1993) har

även visat att miljövänligt beteende hos individer är mer sannolikt när individen är medveten om att naturens tillstånd kan ha en negativ påverkan på andra än en själv i kombination med att individen känner ansvar för hur det egna beteendet påverkar naturen (Stern et al., 1993). Att få människor engagerade i diverse miljöfrågor på olika sätt har överlag visat sig vara effektivt när det kommer till att ändra på attityder och beteende och uppmuntra till miljövänligt beteende (Parant, Pascual, Jugel, Kerroume, Felonneau, & Gueguen, 2016).

## 2.5.2 Förståelse och uppmuntran

Wan, Chan och Huang (2017) betonar att en tydlig miljöpolicy kan vara viktigt för att skapa god miljöhantering på arbetsplatser. Å andra sidan menar de att det inte räcker att enbart etablera en miljöpolicy utan att det är viktigt att nya direktiv mottas av medarbetare och att de förstår dem. För att förstå hur ett beslut uppfattas kan *sense-making* användas. Begreppet kan användas för att förklara nya rutiner inom verksamheter, för att på så vis underlätta för medarbetare att ta till sig dessa (Cheuk, 2008). Begreppet *sense-making* går att koppla till det som Abrahamse och Graham (2017) lyfter, nämligen om man vill få till en förändring när det kommer till konsumtion av kött är ett viktigt steg att först få människor medvetna om hur deras matvanor påverkar miljön och klimatet. Weicks (1995) var en av de första som utvecklade och sammanfattade ett teoretiskt ramverk kring begreppet *sense-making*. Begreppet syftar till att undersöka hur mening skapas inom verksamheter (Rouleau, 2005). Implementering av miljöarbetet inom verksamheter menar Alonso-Almeida, Robin, Celemín Pedroche och Santander Astorga (2017) kan mötas med visst motstånd främst för att många medarbetare redan är medvetna om problemen. Detta innebär att när verksamheter genomför miljöarbete har å andra sidan åtgärden oftast en positiv effekt på medarbetarnas engagemang och tillfredsställelse. Vidare menar Li, Kim och Zhao (2017) att när medarbetare upplever att deras chefer stödjer dem uttrycks oftare en större tillfredsställelse till arbetet och ett större engagemang för organisationen.

Vi människor söker gärna någon form av drivkraft eller uppmuntran för att motivera oss själva att genomföra något. Vi motiverar oss själva att göra saker för det som sker efteråt, antingen för att uppnå positiva resultat eller för att slippa negativa konsekvenser. En modell som handlar om att förbättra miljömässiga beteenden är konflikttriangeln även kallad attitude, behaviour och conflict-modellen (*ABC-modellen*), vilken genom att använda positiva effekter och belöningar syftar till att uppmuntra miljövänligt beteende med hjälp av just belöningar

och negativa konsekvenser för beteende som skadar miljön. Incitament är något som lovar någon form av belöning för önskvärt beteende (Keizer, Sargisson, Zomeren & Steg, 2019).

När det kommer till att etablera en plan för att skapa medvetenhet kring miljöfrågor eller för att minska resursanvändningen är det betydelsefullt att utse medarbetare eller grupper som ansvarar för miljöarbetet, detta kan vara betydande åtgärder för att uppmuntra till miljövänligt beteende på arbetsplatser. Ytterligare åtgärder är att etablera samarbeten med andra företag som kan förse verksamheten med miljövänligt material, delta i aktiviteter i lokalsamhället och eventuellt donera produkter som har tjänat ut inom verksamheten (Wan et al., 2017). Likaså menar Tian och Robertson (2017) att när medarbetare uppfattar verksamheten som socialt och miljömässigt ansvarsfulla är de mer benägna att identifiera sig med verksamheten.

### 3. Undersökningsmetoder

Syftet med vår forskning var att undersöka hur miljöengagemang och nya normer för miljövänliga handlingar kan skapas på arbetsplatser. Syftet var även att undersöka hur medarbetarna anser att deras arbetsgivare bör agera för att uppmuntra till miljövänliga handlingar för att på så sätt sträva efter en mer hållbar arbetsplats. Vi valde en öppen enkätundersökning i enlighet med Brymans (2016, s.315) metodbeskrivning på grund av begränsningar uppsatta av Casino Cosmopol Malmö, vilket gjorde att intervjuer med medarbetarna inte var möjligt. Med hjälp av chefsassistenten delades enkäten ut digitalt till 260 medarbetare vilket resulterade i 94 enkätsvar. Vi hade ingen påverkan på vilka anställda som svarade på enkätundersökningen utan vårt önskemål till chefsassistenten var ett så stort och brett antal respondenter som möjligt. Samtliga 94 enkätsvar har analyserats.

Respondenterna fick information om enkätens syfte i ett informationsbrev. Där definierades kort begreppet hållbar utveckling utifrån rapporten ”Our common future” eller på svenska ”Vår gemensamma framtid” från 1987 mer känd som Brundtlandrapporten (World Commission on Environment and Development, 1987). Värderingar undveks vid frågeformuleringen, allt för att få respondentens egna svar med minsta möjliga påverkan. För att undvika svar som berörde arbetsmiljö vid konstruktionen av frågorna strävade vi mot att vara tydliga vid formulering, och använde därför ord som hållbar utveckling, miljö och klimat i samma fråga. En av frågorna konstruerades enbart efter företagets intresse och har inte behandlats i vår analys. Denna fråga valde vi därför att plocka bort. Se bilaga.

De frågor som ställdes i enkäten var ”Upplever du din arbetsplats som en miljövänlig arbetsplats?” med följdfrågor beroende på om respondenten svarade ja eller nej. Följdfrågorna löd ”Om nej, förklara varför du inte upplever din arbetsplats som miljövänlig?” och ”Om ja, förklara fritt på vilket sätt du upplever din arbetsplats som miljövänlig”. Vidare löd frågorna ”Vilka tankar har du kring bytet till automatisk belysning, installation av automatiska kranar och borttagandet av engångsmuggar på din arbetsplats?”, ”Vad tänker du kring att din arbetsplats infört specifika vegetariska dagar i personalmatsalen? Ge uttryck för dina känslor och förklara”, ”Hur upplever du att källsorteringen fungerar på din arbetsplats? Ge gärna några konkreta exempel”.

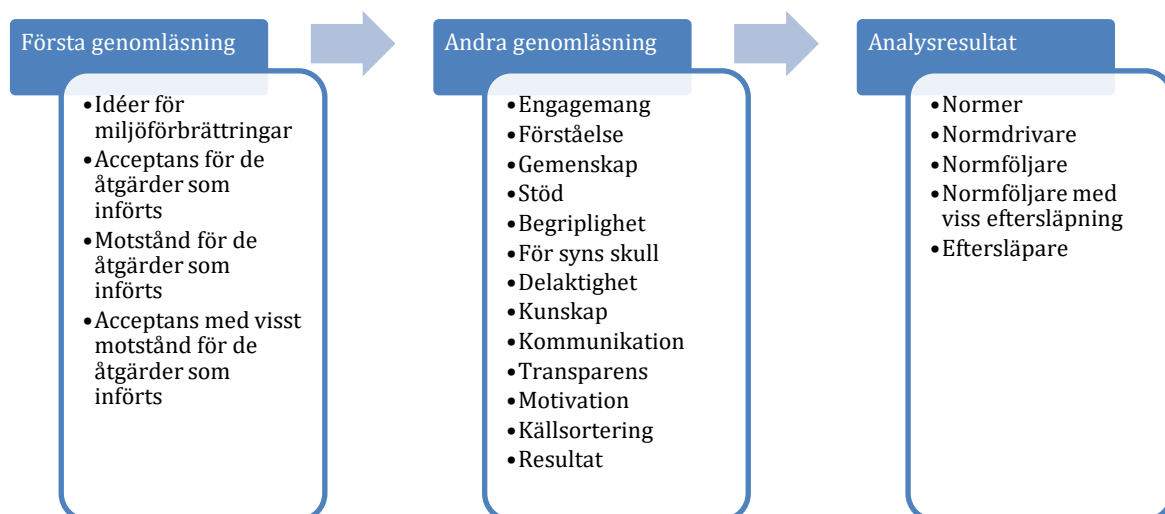
Följande frågor är skapade med vår frågeställning i åtanke och är inte direkt kopplade till det berörda företagets önskemål, ”Vilka åtgärder anser du är viktiga på din arbetsplats när det kommer till att sträva efter hållbar utveckling, miljö - och klimatarbete? Ge gärna konkreta exempel på vad som kan göras på just din arbetsplats”, ”På vilket sätt anser du att



arbetsplatser kan arbeta för att öka engagemang bland anställda när det kommer till frågor som rör hållbar utveckling, klimat och miljö?”, “Hur kan din arbetsgivare bidra till att skapa ett intresse för dig kring miljö - och klimatfrågor både på och utanför din arbetsplats?”, “Hur mycket ansvar anser du att företag, verksamheter och statliga bolag har för att driva miljö- och klimatarbete”, “Vad innebär miljövänligt beteende för dig?”. Vid konstruktionen av enkäten var chefsassistenten på företaget delaktig och hade möjlighet att lämna synpunkter på val av frågor. Detta eftersom företaget hanterar sekretessbelagt material. En del av frågorna är därför konstruerade efter deras önskemål och rör specifikt deras verksamhet. De frågor som konstruerats efter deras önskemål har ändå fungerat väl som en grund för vår undersökning.

### 3.3 Analysmetod

För att skapa en viss ordning och tydlighet i vårt material, för att sedan analyseras, har svaren från enkätundersökningen kodats och kategoriserats i enlighet med Hjerm, Lindgren och Nilsson (2014). Kategorierna och koderna tog form och skapades efter två genomläsningar där vi gick igenom en respondents svar i taget. Efter första genomgången av vårt material skapade vi ett antal olika kategorier utifrån hur respondenterna uttryckte sig angående miljöarbetet och miljöåtgärder. Efter andra genomgången skapades kategorier utifrån det som respondenterna nämnde flera gånger och där vi såg mönster, som vi ansåg kunde knytas till våra frågeställningar. Resultatet av detta blev att vi identifierade olika typer av medarbetare som vi ansåg antingen kan bidra till att skapa eller motverka nya normer på arbetsplatsen.



Figur 2. Arbetsprocessen för analysen

## 4. Medarbetarnas röster

Studien visar att medarbetare anser att verksamheter och företag har ett stort ansvar när det kommer till miljöfrågor. Medarbetarna efterfrågar tydlighet, mer kunskap om miljö och klimatfrågor vilket är i linje med det som Chakraborty, Singh och Roy (2017) diskuterar, nämligen att individers miljövänliga beteende och motivation tenderar att öka vid utbildning oavsett nivå. De nämner seminarium, workshops och föreläsningar för att skapa engagemang för miljövänligt beteende. Medarbetarna uttryckte sig med citat som “Information om hur man kan bidra. Små men konkreta exempel”, “Information om vad som är på gång kring miljöarbetet”, “Inspirationsföreläsare [...]”, “Genom mer information”, “Genom att påpeka hur viktigt det är för miljön”, “info and education then all can do their bit” och kort och gott “information”. AMO- teorin lyfter liknande aspekter, nämligen att medarbetare kommer att prestera när de har rätt förutsättningar, det vill säga när de har fått tillgång till rätt redskap och kunskap (Ryner & Morgan, 2018).

En miljövänlig arbetsplats kan beskrivas på flera olika sätt. Det kan till exempel handla om att dra ner på möten som kräver resor, att verksamheter ser över sin resursförbrukning, dels när det gäller el men också att sträva mot att öka effektiviteten och att ställa krav på leverantörer (Sveriges miljömål, 2018). Men för de medarbetare som besvarat vår enkätundersökning innebär en miljövänlig arbetsplats att miljöarbete genomsyrar hela verksamheten. De vill känna att det arbete som genomförs och de åtgärder som utförs är genuina och inte enbart för syns skull. Medarbetare lyfte det faktum att företaget till exempel källsorterar, vilket många anser är viktigt och starkt förknippat med att vara miljövänlig och som flera medarbetare uttryckte sig med att “vi [företaget] källsorterar. Har tagit bort mycket plastglas och plasticsugrör och att vi [företaget] källsorterar och går ifrån plast och engångsmaterial mer och mer”.

### 4.1 Medarbetarnas tankar kring miljöåtgärder

Rörande miljöåtgärder på arbetsplatser efterfrågar merparten av medarbetarna miljöåtgärder som ger stora effekter och som höjer nivån på miljöarbetet “[som att] kompensera för energiåtgången som maskinerna förbrukar. Köp in ekologiska o lokalproducerade råvaror. Ha en egen grönsaksodling på området eller samarbeta med urban farmers”, “se över leverantörer, få varuleveranser mer sällan och beställa från mer lokala producenter. Se över matsvinnet. Köpa mindre råvaror men lägga pengarna på mer miljömärkta produkter. Minska på utskriftena [...]” eller kort och gott spara energi genom att “stänga av maskiner som inte

används [...]”, som en respondent uttryckte sig, ”energibesparingsåtgärder är det mest konkreta [företaget] kan göra [...]”. Det fanns några respondenter som ansåg att företaget inte ska lägga energi på det som de främst anser vara “politiska hållbarhetsmål som att spara in plastmuggar och plastsugrör” då det anses vara åtgärder som enbart förväntas av samhället. Källsortering, som medarbetarna nämnde ofta i vår enkätundersökning och som förmedlas som en viktig del av miljöarbetet, går att koppla till det som benämns som effektglappet, att många små insatser, som exempelvis att källsortera och åka kollektivt istället för bil, bidrar till en helhets känsla och upplevelsen av att utföra väldigt mycket för klimatet (Csturora, 2012).

Vid upprepade tillfällen var det dock medarbetare som lyfte att källsorteringen inte fungerar tillräckligt bra och att det såg olika ut på arbetsplatsen. De efterfrågar tydlig information om hur man sorterar och att det måste vara enkelt att utföra det, vilket går hand i hand med det som *AMO-teorin* pekar på, att när medarbetarnas arbetsmiljö ger dem möjlighet till att prestera genom till exempel support, kunskap och resurser så kommer medarbetarna att prestera (Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011). Vidare ansågs det vara “bra med flera kärl” för sorteringen men “hur det tas omhand vet jag inte” vilket kan tyda på ovisshet om hur avfallet omhändertas när det lämnar arbetsplatsen. Detta speciellt då ett fåtal ansåg att “den fungerar dåligt då samtliga sopsäckar ändå kastas i samma container [...]” och “vi har verkligen inte lyckats fullt ut med det, vi sorterar i våra kärl men allt hamnar i samma container utanför”. Detta tolkar vi som att det finns en efterfrågan på om att få information om hur avfallet tas om hand när det lämnat arbetsplatsen. Vissa medarbetare efterfrågar att se att det arbete som läggs ner på källsorteringen inte är förgäves, något som kan kopplas till det som *sense-making* diskuterar, att medarbetare behöver förståelse för det som pågår för att kunna ta till sig till exempel rutiner och åtgärder (Cheuk, 2008; Rouleau, 2005).

Miljöåtgärder på arbetsplatsen, som byte till automatisk belysning och automatiska kranar upplevs positiva och gav kommentarer som ”det minskar slöseri på el och vatten” och “[...] allt som automatiskt bidrar till en bättre miljö är bra”. Det blev dock tydligt att medarbetarna inte ansåg att åtgärderna var tillräckliga då vi fick svar som “det är bra steg i rätt riktning” och “bra men det räcker inte”. Även här lyfte våra respondenter att de inte upplevde att åtgärderna och arbetet såg likadant ut över hela verksamheten med svar som att “[...] i vissa område som fortfarande har manuell belysning borde man byta till automatisk. Det samma med kranarna och en mycket bra tanke och något som vi borde ha mer av”. Oavsett åtgärd för att minska företagets miljöpåverkan efterfrågar medarbetarna syfte med

åtgärderna, för att skapa en större förståelse för det miljöarbetet som pågår på arbetsplatsen. När det kommer till åtgärder som är mer tvingande, som till exempel införande av vegetarisk dag i personalmatsalen, går åsikterna tydligt isär. *Sense-making* teorin diskuterar att för att individer ska kunna ta till sig nya förhållningssätt och rutiner, behöver de förstå varför dessa har implementerats för att aktivt kunna delta i miljöarbetet (Cheuk, 2008). En del av medarbetarna menar att tvingande åtgärder kan vara nödvändig då det är “viktigt för framtiden, vi behöver ställa om vad vi äter på riktigt och även “ett måste för att vara med”. Den andra delen menar att tvingande miljöåtgärder kan skapa irritation på arbetsplatsen, speciellt om det handlar om att påverka personliga värden med uttryck som “[jag] tycker inte om det. Det är mitt val om jag vill äta vegetariskt eller inte. Jag ska inte bli påtvingad”. Just mat är en känslig fråga där valmöjlighet är viktig, vilket en av respondenterna uttrycker som att “[jag] tycker det är intressant men tror inte man ändrar folks vanor med påtvingade ändringar iaf inte gällande mat. Alternativ är bra”. Enligt Afsar och Umrani (2019) bör arbetsgivare implementera sådant miljöarbete som gagnar både individer och verksamhetens hälsa och välfärd samtidigt, samt inte tvinga medarbetarna till miljövänliga handlingar eller aktiviteter. Likt AMO - teorin (Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011) som betonar att när medarbetarna har rätt förutsättningar, vilket delvis syftar till tillgången på kunskap menar Abrahamse och Graham (2017) att om man vill få till en förändring när det kommer till konsumtion av kött är ett viktigt steg att först få människor medvetna om hur deras matvanor påverkar miljön och klimatet. Vidare går detta att förena med *sense-making* teorin, där förklaringar till nya rutiner är nödvändigt för att på så sätt skapa mening.

Respondenterna nämnde även företagets arbete med miljögrupper som positivt och att miljögruppen “arbetar seriöst”. Att utse medarbetare eller grupper som ansvarar för miljöarbetet och etablera en plan för att skapa medvetenhet kring miljöfrågor bland medarbetare är enligt Wan et al. (2017) väsentliga åtgärder för att skapa miljöengagemang och miljövänligt beteende på arbetsplatser. Huber, Anderson och Bernauer (2018) samt Wesselink et al. (2017) menar att individer tar till sig nya normer från nyckelpersoner inom olika grupper, som miljögrupper. Albulescu och Pandur (2016) pekar på att individer på arbetsplatser eller andra grupper i samhället tenderar att bete sig likadant, då detta blir det allmänt accepterade sättet att bete sig på.

Alla medarbetare var dock inte övertygade om att det miljöarbete som företaget utfört är tillräckligt eftersom, som några medarbetare uttryckte sig, “vi [företaget] försöker göra mycket bra saker som återvinna men om vi sedan skickar upp hela företaget till Stockholm

med flyg blir det något svårt att väga upp”. Detta medförde enligt medarbetarna att man tappade förtroendet för arbetsgivarna men även för miljöarbetet i stort, och därigenom också uppvisar mindre engagemang och intresse för miljöfrågor.

## **4.2 Kunskap och åtgärdsresultat**

Resursförbrukning är en viktig aspekt för medarbetarna, där elförbrukning, matsvinn och förbrukning av papper nämns ofta, med uttryck som ”vi bör förbruka mindre papper, det vill säga öka digitaliseringen”. Enligt medarbetarna bör fokus läggas där påverkan är som störst för respektive företag och medarbetarna ser gärna att de får möjlighet att påverka inom respektive arbetsområde. Enligt Hsiao, Chuang och Huang (2018) kan aktiva och framstående medarbetare som brinner för miljöarbete vara betydande när det handlar om att framgångsrikt implementera miljövänliga strategier. Medarbetarna lyfte även vikten av resultat av de åtgärder som införts, till exempel byte till automatisk belysning, automatiska kranar och borttagandet av engångsartiklar för att det ska bli så tydligt för medarbetarna som möjligt i vilken omfattning och hur de som företag bidrar. “[Det] hade varit bra att visa konkreta resultat av de åtgärder som införts. T.ex. hur mycket energi man sparar av automatisk belysning, eller hur man bidrar till minskade koldioxidutsläpp av genom att servera vegetarisk lunch. Även viktigt att ledningen föregår med gott exempel”. Enligt AMO-teorin (Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011) och *Sense-making* teorin (Cheuk, 2008) kan medarbetarna behöva kunskap om åtgärder och hur införandet av dessa åtgärder bidrar till något positivt ur ett miljöperspektiv, för att de ska ha möjlighet att ta till sig förändringar. Steg och Nordlund (2013, s.189) pekar på genom *NAM*, resultatets effektivitet vilket innebär hur tydligt man kan se att något har gett resultat när det kommer till miljöproblem och att detta i sin tur bidrar till att skapa nya normer för miljövänliga handlingar.

## **4.3 Miljöengagemang**

När det kommer till att skapa intresse och engagemang för miljöfrågor bland medarbetarna är det kunskap, information och inspiration som merparten av medarbetarna efterfrågar. AMO-teorin menar på att medarbetare kommer att handla miljövänligt om de har rätt förutsättningar, det vill säga när de har fått tillgång till rätt redskap och kunskap och när deras arbetsmiljö ger dem möjlighet till att prestera genom till exempel support och resurser (Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011). Belöning och tävlingar är något som nämns ofta

i enkätsvaren med svar som “tävling? vem kan panta mest, typ”, “[...] REWARDS”, “nominera och ge pris till månadens klokaste miljöåtgärdsförslag” och “ge ett pris” för att motivera sina medarbetare. *ABC*-modellen lyfter, likt *AMO*-teorin, att genom positiva effekter och belöningar är det möjligt att förbättra miljömässiga beteende. *ABC*-modellen nämner även negativa konsekvenser för icke miljövänligt beteende (Keizer, Sargisson, Zomeren & Steg, 2019; Ryner & Morgan, 2018). Några av de förslag som lyfts av medarbetarna är att kunskapen bör komma utifrån, i form av “[...] inspirationsföreläsningar” eller “föredrag” som hålls av “[...] konsulter i miljöfrågor” eller en “[...] expert”. För att motivera ytterligare nämns vikten av att “ledningen föregår med gott exempel” och att de bör “leva som de lär” för att skapa motivation för miljöarbetet, där medarbetarna vill uppleva ett genuint engagemang från arbetsgivarna och att “cheferna ska synas [...]”. Wesselink et al. (2017) menar att arbetsgivarnas miljövänliga eller icke miljövänliga beteende påverkar medarbetarnas attityder till miljövänligt beteende.

Som tidigare nämnts lyfte medarbetare att de miljöarbete som utförs på arbetsplatsen inte upplevs som tillräckligt när arbetsgivarna och ledningen flyger inrikes för möten. Här kan man tala om effektglappet, det vill säga att en enda handling som inte är miljövänlig kan försvaga och urholka det arbetet som utförts. Likaså leder det till att arbetsgivarna kan göra flera små miljömedvetna förändringar och få en känsla av att vara klimatsmart utan att det egentligen gör skillnad för till exempel hur mycket koldioxid som släpps ut (Andersson, Hylander och Nylén, 2019). Wesselink et al. (2017) diskuterar dessutom att chefer som har förståelse för miljöarbetets betydelse också är mer benägna att införa åtgärder som förstärker miljöarbetet i stort.

## 5. Miljövänliga individer, verksamheter och samhällen

Vi har genom enkätundersökning undersökt hur medarbetare på Casino Cosmopol i Malmö anser att deras arbetsgivare bör agera för att uppmuntra till miljövänliga handlingar för att sträva efter en mer hållbar arbetsplats. Vi har även undersökt hur engagemang och nya normer kan skapas för miljövänliga handlingar på arbetsplatser. Ett syfte med undersökningen var att förmedla kunskap till företaget i fråga gällande deras framtida miljöarbete, när det rör miljöengagemang och nya normer, men även att förmedla medarbetarnas röster gällande de miljöåtgärder som redan utförts för att ge arbetsgivaren redskap att förmedla och uppmuntra till fler miljövänliga handlingar.

Vid genomgång av Svenska Spels miljöpolicy framgick det att företaget har inrättat olika råd däribland ett miljøråd som arbetar under hållbarhetsavdelningens representanter. Miljøråd kan vara betydelsefulla när det kommer till att skapa nya miljövänliga normer och miljöengagemang på arbetsplatser då deras arbete kan innefatta sådant som att ta fram nya riktlinjer och förslag, samt sprida kunskap vilket går att koppla till *The norm activation model* som pekar på en medvetenhet om miljöproblem där en av variablerna är att aktivera normer (Steg & Nordlund, 2013, s.189). Enligt Stoll-Kleemann och Schmidt (2016) är det väsentligt att skapa nya sociala normer på bland annat arbetsplatser, för att på så sätt uppmuntra till miljövänligt beteende. Vidare diskuterar Wesselink et al. (2017) att individer imiterar och uppvisar liknande beteendemönster som andra inom samma grupp. Det är sannolikt att en arbetsplats som helhet men även specifika miljögrupper kan representera en sådan grupp.

Studien har visat på att det finns medarbetare inom företaget, som vi identifierat som normdrivare, och som skulle kunna agera som nyckelpersoner (Wesselink, et al., 2017), och därmed också spela en avgörande roll när det kommer till att skapa nya normer för miljövänligt beteende. Företag kan vinna på att identifiera dessa individer och ta del av deras kunskap och idéer. Det är sannolikt att arbetsgivare också kan agera som nyckelpersoner, varav det kan vara betydande att arbetsgivarna aktivt arbetar med att skapa förtroende mellan medarbetare och arbetsgivare för att på så sätt skapa legitimitet för olika miljöarbeten. Detta kan troligtvis även bidra till att lättare skapa miljöengagemang och nya normer på arbetsplatser.

Företagets miljöarbete baseras på FN:s mål om miljömässig hållbarhet, vilket innebär att företaget i hela sin verksamhet vill bidra till en hållbar användning av jordens ändliga resurser och minskat utsläpp av växthusgaser. Å andra sidan arbetar koncernen utifrån vad intressenter anser är de viktigaste fokusområdena och enligt Figur 1. har miljö fått lägst

prioritet. Det är troligt att även detta, som nämnts tidigare, kan vara en sådan aspekt som leder till att medarbetare tappar förtroendet för miljöarbetet i stort inom företaget. Det går dock inte att avgöra huruvida detta påverkar det allmänna engagemanget och intresset för miljöfrågor men kan vara något att reflektera över.

Medarbetarna efterlyste enhetliga miljöåtgärder som genomsyrar hela verksamheten. Det var även ett antal medarbetare som nämnde att de inte uppmärksammat eller fått information om de miljöåtgärder som utförts. Att alla medarbetare är informerade och upplysta om de miljöåtgärder som gjorts och varför, kan rimligtvis vara betydande för att nya normer och miljöengagemang ska kunna skapas på arbetsplatser. Alla medarbetare är dock inte övertygade om att det miljöarbete som Casino Cosmopol i Malmö utför är tillräckligt eftersom, som några medarbetare uttryckte sig, "vi [företaget] försöker göra mycket bra saker som återvinna men om vi sedan skickar upp hela företaget till Stockholm med flyg blir det något svårt att väga upp". Detta medförde enligt medarbetarna att man tappar förtroendet för arbetsgivarna men även för miljöarbetet i stort, och därigenom också uppvisar mindre engagemang och intresse för miljöfrågor. I likhet med effektglappet (Csturora, 2012) är det viktigt att det miljöarbete som medarbetarna utför inte förminskas genom att arbetsgivarna väljer att utföra eller delta i flertalet icke miljövänliga aktiviteter. Enligt *Norm Activation Model* (Steg & Nordlund, 2013, s 189) aktiveras personliga normer delvis av medvetenhet om vad som sker om man inte agerar miljövänligt och att individer tar ansvar för eventuella negativa konsekvenser av sitt icke miljövänliga beteende. För att skapa nya normer är det sannolikt så att arbetsgivare bör ta ansvar för och redovisa sina icke miljövänliga aktiviteter, för att bidra till transparens och på så sätt också minska risken för att medarbetarna tappar förtroendet för det miljöarbete som pågår eller utförts. Oavsett åtgärd för att minska företagets miljöpåverkan efterfrågar medarbetare syfte med åtgärderna, i likhet med *sense-making* (Cheuk, 2008; Rouleau, 2005), för att skapa en större förståelse för det miljöarbetet som pågår på arbetsplatsen. Vidare önskar medarbetarna återkoppling på de åtgärder som införts. Även information om hur till exempel företagets avfall tas om hand efter att det har lämnat verksamheten, för att medarbetarna inte ska uppleva deras källsortering som bortkastad tid. Vid upprepade tillfällen var det dock medarbetare som lyfte att källsorteringen inte fungerar tillräckligt bra och att det såg olika ut på arbetsplatsen. De önskar tydlig information om sortering och att det måste vara enkelt att utföra det. I detta fall handlar det om att medarbetarna inte anser sig ha varken tillräckligt med kunskap, förutsättningar eller redskap för att kunna sortera sitt avfall korrekt, i likhet med det som *AMO-teorin* diskuterar



(Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011). Att miljöarbetet är enhetligt över hela verksamheten är rimligen något som är viktigt för medarbetarna när det kommer till att skapa nya sociala normer och miljöengagemang på arbetsplatser. Detta för att underlätta när det kommer till att skapa gemenskap och en känsla av att alla strävar mot samma mål. Likaså finns det kopplingar att dra till *The norm activation model* (Steg & Nordlund, 2013, s.189) och det som Stoll-Kleemann och Schmidt (2016) argumenterar för, nämligen att genom sociala normer kan medarbetare uppmuntras till miljövänligt beteende på arbetsplatsen och därmed också möjliggöra för nya miljövänliga normer. Fokus borde rimligtvis, ligga på att källsorteringen, som är en viktig punkt för medarbetarna, och att även andra miljöåtgärder ser likadan ut på hela arbetsplatsen. Att som arbetsgivare tydligt informera om varför somliga åtgärder inrättats kan möjligtvis vara en god grund för att skapa acceptans och förståelse, det går inte att avgöra huruvida detta faktiskt påverkar skapandet av nya normer eller miljöengagemang men detta var något som våra respondenter lyfte.

Enligt Sveriges miljömål (2018) uppmanas verksamheter att minska mängden kött som köps in, vilket även företaget i studien gjort genom att införa en specifik vegetarisk dag i veckan. Å andra sidan skulle detta kunna vara en sådan sak som får motsatt effekt då det fanns medarbetare som menade att om arbetsgivarna är allt för påtryckande, kan detta istället leda till att de känner sig kränkta och pressade. Möjligtvis kan detta motverka skapande av nya miljövänliga normer och känslan av gemenskap. Afsar och Umrani (2019) talar om att låta medarbetare delta i aktiviteter som inte är tvingande utan istället sträva mot att anställda deltar i miljöaktiviteter på frivillig basis. Detta möjliggörs genom att verksamheten som helhet har en så kallad grön inriktning som genomsyrar hela organisationen. Då Casino Cosmopol i Malmö kontaktade oss för att få hjälp med att utveckla deras miljöarbete och för att ta del av medarbetarnas röster visar detta på att de är intresserade av medarbetarnas idéer och tankar. Å andra sidan visade vår studie på att arbetsgivare inte alltid har förståelse för sina medarbetare, det är sannolikt att detta är en viktig punkt för att miljövänligt beteende ska genomsyra hela verksamheten och möjliggöra skapandet av nya miljövänliga normer. Vår studie visar även att för att skapa miljöengagemang är det värdefullt med lyhörda arbetsgivare som dels tar till sig av medarbetarnas åsikter och uppmärksammar de åtgärder som presenteras av medarbetarna, samt belönar medarbetare för prestationer, men som AMO-teorin nämner bör det finnas en viss balans mellan prestation och belöning (Boxall & Purcell, 2011). Vidare uttryckte medarbetarna en önskan om att de miljöarbete som utövas både bland arbetsgivare och medarbetare inte får urholkas på grund av att företaget deltar i andra icke

miljövänliga aktiviteter, med andra ord upplever medarbetarna att pågående miljöarbete blir tillintetgjort. Tyngdpunkten bör ligga på sådana miljöåtgärder som gör störst nytta för respektive företag.

Studien visar på att företag och arbetsplatser kan vinna på att tänka utanför boxen och vara kreativa. Miljöarbete kan vara så mycket mer än att källsortera och införa vegetariska dagar, och genom att ta steget ut från arbetsplatsen för att till exempel likt det som Wan et al. (2017) nämner etablera samarbeten med andra företag, vilket kan kopplas till det som våra respondenter efterfrågade, nämligen föreläsningar och seminarier som drivs av individer utanför arbetsplatsen. Kreativt miljöarbete kan vara sådant som att andra företag förser verksamheten med miljövänligt material eller att företag tillsammans deltar i miljövänliga aktiviteter, som till exempel att plocka skräp eller att donera material som inte längre används inom verksamheten. Detta kan rimligtvis leda till ett större miljöengagemang på arbetsplatsen. Föreläsningar, seminarier och samarbete med andra verksamheter går delvis också att koppla till *AMO*-teorin (Ryner & Morgan, 2018; Boxall och Purcell, 2011) som pekar på att kunskap och resurser är viktiga byggstenar när det kommer till att generera medvetenhet gällande miljöfrågor. Företag och verksamheter bör prioritera miljöfrågor högre och sätta miljö på agendan oavsett bransch. Ryner och Morgan (2018) menar att medarbetare bär med sig sina miljömässiga attityder, värden och övertygelser till arbetsplatsen, och vice versa, vilket Albulescu och Pandurs (2016) forsknings också styrker. Vidare hade det varit intressant att applicera liknande forskning på andra företag då vår studie har begränsats till ett företag. Om arbetsgivare kan skapa nya normer och miljöengagemang som även spiller över på medarbetarnas privatliv är det sannolikt att det kan vara betydande för att skapa hållbara och miljövänliga samhällen.

## **5.1 Metoddiskussion**

Vid utformningen av vår enkät och de frågor som skulle ställas hade vi kontinuerlig kontakt med Casino Cosmopol Malmös chefsassistent. Från företagets sida fanns det en del önskemål om vilka frågor som skulle finnas med och även formuleringen av dessa frågor. På grund av detta har vi till viss del anpassat vår enkätundersökning för att det skulle passa företaget i fråga. Detta ser vi som en svaghet i vår metod och något som till viss del har begränsat oss. Det här förklarar också varför en del av frågorna i enkätundersökningen inte direkt går att koppla till vår frågeställning. En annan metod för att samla in empiri hade varit att utföra intervjuer med cheferna på Casino Cosmopol i Malmö, för att få en djupare inblick i hur

verksamheten är uppbyggd och även för att få deras synpunkter. Detta var tyvärr ej genomförbart på grund av sekretess inom företaget. I inledningen av denna studie arbetade vi med en annan typ av frågeställning där fokus inte låg fullt så mycket på miljöengagemang och sociala normer utan mer på fysiska och praktiska lösningar, förhållningssätt och åtgärder. Däremot har de frågor som varit direkt kopplade till det specifika företaget i vår studie, och som inte fullt ut går att koppla till vår nuvarande frågeställning, varit en god grund för vår analys då vi fick in breda och utförliga svar där vi fann tydliga kopplingar till normer och engagemang.

För att undersöka vad som engagerar medarbetare inom miljöfrågor konstruerade vi vårt teoretiska ramverk utifrån *The Norm Activation Model*, *Sense-making* och *AMO*-teorin. Dessa kom att fungera som teoretiskt stöd och analysverktyg. Teorierna och begreppet var applicerbara på våra frågeställningar och vårt insamlade material. Komplexiteten i människors beteende och ämnet som helhet fick oss att inse att det vi ville undersöka var för komplext för att studeras med hjälp av enbart en teori. Detta ledde oss till att kombinera *Norm-activation-model* (NAM), *AMO*-teorin och *sense-making* för att finna de bästa svaren på våra forskningsfrågor. Andra begrepp och modeller nämns i arbetet men dessa har inte utgjort någon grund.

## 6. Referenslista

- Abrahamse, W., & Graham, T. (2017) Communicating the climate impacts of meat consumption: The effect of values and message framing. *Global Environmental Change Part A: Human & Policy Dimensions*, Vol.44. 98–108. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2017.03.004.
- Afsar, B., & Umrani, A. W. (2019). Corporate social responsibility and pro-environmental behavior at workplace: The role of moral reflectiveness, coworker advocacy, and environmental commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 109-125. doi:org/10.1002/csr.1777
- Albulescu, P., & Pandur, V. (2016). How to promote pro-environmental behaviour in organizations: the message matters. *Psihologia Resurselor Umane*, 14, 69-82.
- Alonso-Almeida, M., Robin, C. F., Celemín Pedroche, M. S., & Santander Astorga, P. (2017). Revisiting green practices in the hotel industry: A comparison between mature and emerging destinations. *Journal of Cleaner Production*, 140, 1415-1428
- Anderson, B., Bernauer, T., & Huber. A. B. (2018). Can social norm interventions promote voluntary pro environmental action?. *Environmental Science and Policy*, 89, 231-246. doi.org/10.1016/j.envsci.2018.07.016
- Andersson, K., Hylander, F., & Nylén, K. (2019). *Klimatpsykologi (1:a uppl.)*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Azni, M. E., Hakim, A. B. A., Bachmann, R., & Sukri, M. S. (2014). Techno-economical feasibility study of UniKL MICET lighting fixture energy saving by using motion sensor. *4th International Conference on Engineering Technology & Technopreneurship (ICE2T)*. 121-124
- Boxall, P., & Purcell, J. (2011). *Strategy and human resource management*. Uppl. 3. New York: Palgrave Macmillan.
- Bryman, A. (2016). *Samhällsvetenskapliga metoder* (upplaga 3). Stockholm: Liber AB.
- Böhm, G., & Tanner, C. (2013). Environmental riskperception. I Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Red.), *Environmental Psychology – an introduction* (s. 16–25). West Sussex, UK: British Psychological Society and John Wiley & Sons, Ltd.
- Chakraborty, A., Singh, P. M., & Roy, M. (2017). A study of goal frames shaping pro-environmental behaviour in university students. *International Journal of*

- Sustainability in Higher Education*, 18(7), 1291–1310. doi: 10.1108/IJSHE-10-2016-0185
- Cheuk, W. B. (2008). Applying sense-Making Methodology to design Knowledge. *International Journal of Knowledge Management*, 4(3), 33-43. doi: 10.4018/jkm.2008070103
- Csturora, M. (2012). One More Awareness Gap? The Behaviour–Impact Gap Problem. *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 145-163.
- Energimyndigheten. (2018). *Energy in Sweden 2017*. (1404-3343)  
<https://www.energimyndigheten.se>
- Granath, K., & Medvall, M. (2017). Svenska Spels Hållbarhetsplan 2018-2020. Opublicerad rapport, Svenska Spel.
- Hsiao, T., Chuang, C., & Huang, L. (2018). The contents, determinants, and strategic procedure for implementing suitable green activities in star hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 1-13.
- Keizer, M., Sargisson, R.J., Zomeren. M., & Steg. L. (2019). When personal norms predict the acceptability of push and pull car-reduction policies: Testing the ABC model and low-cost hypothesis. *Transport Research Part F: Traffic Psychology and behavior*, 64, 413-423. doi.org/10.1016/j.trf.2019.06.005
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260. doi: 10.1080/1350462022014540 1
- Li, J., Kim, W. G., & Zhao, X. (2017). Multilevel model of management support and casino employee turnover intention. *Tourism Management*, 59, 193-204
- Miljöbalken* (SFS 1998:808) Hämtad från riksdagens webbplats:  
[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/miljobalk-1998808\\_sfs-1998-808](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/miljobalk-1998808_sfs-1998-808)
- Naturvårdsverket. (2019a). *Begränsad klimatpåverkan – underlagsrapport till den fördjupade utvärderingen av miljömålen 2019* (6859).  
<http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6859-2.pdf?pid=23953>
- Naturvårdsverket. (2019b). Hållbar utveckling med miljöbalken. Hämtad 2020-05-19 från <https://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Rattsinformation/Miljobalken/>

- Parant, A., Pascual, A., Jugel, M., Kerroume, M., Felonneau, M., & Gueguen., N. (2016). Raising Students Awareness to Climate Change: An Illustration With Binding Communication. *Environment and behavior*, 49(3), 339-353. doi: 10.1177/0013916516629191
- Riyanto, I., Margatama, L., Suparmoko, M., Martini, & Hindarto, D. E. (2018). University contribution in developing country on carbon emission reduction through motion sensor application pilot project on building lighting installation. *IEEE International Conference on Applied System Innovation ICASI*. 558-561
- Rouleau, L. (2005). "Micro-Practices of Strategic Sensemaking and Sensegiving: How Middle Managers Interpret and Sell Change Every Day". *Journal of Management Studies*, 42, (7). 1413-1441.
- Ryner, J., & Morgan, D. (2018). An empirical study of 'green' workplace behaviours: ability, motivation and opportunity. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56, 56–78. doi:10.1111/1744-7941.12151
- Saleem, A. M., Eagle. L., Low. D. (2018). Climate change behaviors related to purchase and use of personal cars: Development and validation of eco-socially conscious consumer behavior scale. *Transportation Research part D: Transport and Environment*, volume 59. s. 68-85. doi: 10.1016
- Sedová, I., Slovák, L. & Ježková, I. (2016). Coping with unpleasant knowledge: Meat eating among students of environmental studies. *Appetite*, vol.107. 415–424. DOI:10.1016/j.appet.2016.08.102
- Steg, L., & Nordlund, A. (2013). Models to explain environmental behaviour. I Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Red). *Environmental Psychology: An Introduction*. (s. 185-195). West Sussex: British Psychological Society and John Wiley & Sons, Ltd.
- Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (2013). *Environmental psychology: History, scope and methods*. I Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Red).
- Stern, P. C., Dietz, T. & Kalof, L. (1993). Value Orientations, Gender, and environmental concern *Environment and behavior*, 25(3), 322-348.
- Stoll-Kleemann, S., & Schmidt, J. (2016). Reducing meat consumption in developed and transition countries to counter climate change and biodiversity loss: a review of

influence factors. *Regional Environmental Change*, 17, 1261–1277. DOI: 10.1007/s10113-016-1057-5

- Sveriges miljömål. (2018). Begränsad klimatpåverkan - saker företag kan göra. Hämtad 2020-05-19 från <http://sverigesmiljomal.se/stod-och-rad-i-miljoarbetet/begransad-klimatpaverkan---saker-foretag-kan-gora/>
- Tian, Q., & Robertson, J. L. (2017). How and When Does Perceived CSR Affect Employees' Engagement in Voluntary Pro-environmental Behavior?. *Journal of Business Ethics*, 155, 399-412
- Wallman, M., Berglund, M., & Cederberg, C. (2013). *Miljöpåverkan från animalieprodukter kött mjölk och ägg* (17). Hämtad 2018-12-10 från [https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/rapporter/2013/2013\\_livsmedelsverket\\_17\\_animalieproduktionens\\_miljopaverkan.pdf](https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/rapporter/2013/2013_livsmedelsverket_17_animalieproduktionens_miljopaverkan.pdf)
- Wan, Y. K. P., Chan, S. H. J., & Huang, H. L. W. (2017). Environmental awareness, initiatives and performance in the hotel industry of Macau. *Tourism Review*, 72, 87-103
- Wang, X., Tjalkens, T., & Linnartz, J-P. (2017). Smart office lighting control using occupancy sensors. *2017 IEEE 14th International Conference on Networking, Sensing and Control (ICNSC) Networking, Sensing and Control (ICNSC)*. 453-458
- Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- Wesselink, R., Vincent, B., & Ringersma, J. (2017). Pro-environmental behaviour in the workplace and the role of managers and organisation. *Journal of Cleaner Production*, 168, 1679-1687.
- World Commission on Environment and Development (1987), *Our Common Future*. Hämtad från <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- Wright, R. T., & Boorse, D. F. (2014). *Environmental Science: Toward a Sustainable Future*. Harlow: Pearson Education Limited.

## 7. Bilagor

Bilagorna nedanför är det informationsbrev som skickades ut till respondenterna samt enkäten.

### 7.1 Informationsbrev

Du kommer delta i en enkätundersökning som utförs för att få svar på din uppfattning som anställd angående miljöarbetet på din arbetsplats. Syftet är att undersöka hur förändringsarbete med miljöinriktning tas emot för dig som anställd.

Då majoriteten av frågorna är av det öppna slaget, vilket innebär att du ges frihet att svara fritt, kommer vi be dig att svara så detaljerat som möjligt. Tidsåtgången kommer variera från person till person men vi uppskattar att det tar 5 till 15 minuter att besvara alla frågorna.

Ditt deltagande i studien är helt frivillig men genom att fortsätta godkänner du ditt deltagande i studien. Skulle du som deltagare önska att ångra dina svar ber vi dig kontakta oss.

Konfidentialitet eftersträvas i undersökningen genom att ingen obehörig får ta del av materialet. Materialet förvaras så att det bara är åtkomligt för oss som är undersökningsledare. Svaren kommer enbart att göras tillgängliga för oss som utför studien där citat kan komma att användas i uppsatsen men inte kopplas till någon person.

Arbetet kommer att publiceras på DiVA, Digitala Vetenskapliga Arkivet, som är ett offentligt arkiv för publicerat material från studenter och medarbetare på Malmö universitet.

Med miljö och klimatfrågor syftar vi till det som Brundtlandrapporten (1987) benämner som hållbar utveckling, och definieras utifrån rapporten som:

*En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.*



## 7.2 Enkäten

Vi som utför studien kommer att sträva efter konfidentialitet genom att ingen obehörig får ta del av materialet som samlas in. Insamlat material kommer att förvaras säkert och bara användas i denna studie för att sen destrueras när studien är publicerad.

Ditt deltagande i studien är helt frivilligt. Genom att fortsätta till nästa sida, samt skicka in enkäten, godkänner du ditt deltagande i studien.

**Inom vilket område arbetar du på Casino Cosmopol?**

- Gaming**
- Servering**
- Fastighet**
- Säkerhet**
- Köket**
- Kassa**
- Administration**
- Annat**

*Respondenten svarade Annat*

**Du valde alternativet "Annat". Vilket område?**

---

**Upplever du din arbetsplats som en miljövänlig arbetsplats?**

- Ja**
- Nej**

*Beroende på svar kommer olika följdfrågor upp.*

**Om nej**

Förklara varför du inte upplever din arbetsplats som miljövänlig?

**Om ja**

Förklara fritt på vilket sätt du upplever din arbetsplats som miljövänlig.

**Vilka tankar har du kring bytet till automatisk belysning, installation av automatiska kranar och borttagandet av engångsmuggar på din arbetsplats?**

---

**Vad tänker du kring att din arbetsplats infört specifika vegetariska dagar i personalmatsalen? Ge uttryck för dina känslor och förklara.**

---

**Hur upplever du att källsorteringen fungerar på din arbetsplats? Ge gärna några konkreta exempel.**

---

**Vilka åtgärder anser du är viktiga på din arbetsplats när det kommer till att sträva efter hållbar utveckling, miljö- och klimatarbete? Ge gärna konkreta exempel på vad som kan göras på just din arbetsplats.**

---

**På vilket sätt anser du att arbetsplatser kan arbeta för att öka engagemang bland anställda när det kommer till frågor som rör hållbar utveckling, klimat och miljö?**

---

**Hur kan din arbetsgivare bidra till att skapa ett intresse för dig kring miljö, - och klimatfrågor både på och utanför din arbetsplats?**

---

**Hur mycket ansvar anser du att företag, verksamheter och statliga bolag har för att driva miljö- och klimatarbete.**

**Mycket**

**Måttligt**

**Litet**

**Inget alls**



**Vad innebär miljövänligt beteende för dig?**

---

**Tack!**

Tack för att du har tagit dig tid att besvara våra frågor. Har du några frågor angående enkäten eller skulle du som deltagare ångra dina svar ber vi dig kontakta oss.

Nathalie Kallus      info.surveyrepport@gmail.com

Sören Anderberg      info.surveyrepport@gmail.com