



KOMMUNIKATION FÖR ENGAGEMANG I ARBETET MED HÅLLBAR UTVECKLING

En kvalitativ studie om hur miljöbästa kommuner engagerar invånare genom hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida

COMMUNICATION FOR ENGAGING CITIZENS IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

A qualitative study on how environmentally friendly municipalities engage through their sustainability report and section on the webpage

Examensarbete för kandidatexamen med
huvudområdet Företagsekonomi
Grundnivå 15 Högskolepoäng
Vårtermin 2021

Weronica Sahlén
Lisa Vilhelmsson

Handledare: Marina Grahovar
Examinator: Adina Popa

Kommunikation för engagemang i arbetet med hållbar utveckling

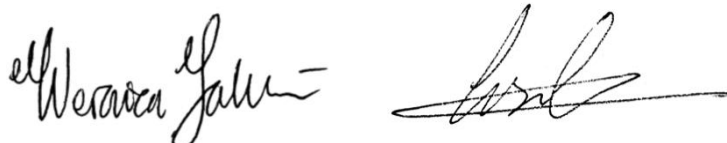
-En kvalitativ studie om hur miljöbästa kommuner engagerar invånare genom
hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida

Examensrapport inlämnad av Weronica Sahlén och Lisa Vilhelmsson till Högskolan i
Skövde, för Kandidatexamen (BSc) vid Institutionen för handel och företagande.

[2021-08-08]

Härmed intygas att allt material i denna rapport, vilket inte är vårt eget, har blivit tydligt
identifierat och att inget material är inkluderat som tidigare använts för erhållande av
annan examen.

Signerat:

The image shows two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is 'Weronica Sahlén' written in a cursive style. The signature on the right is 'Lisa Vilhelmsson', also in a cursive style, with a long horizontal stroke extending to the right.

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till samtliga respondenter som tagit sig tid för att delta i vår studie. Vi vill tacka vår handledare, Marina Grahovar som agerat stöttepelare under hela processen och våra studiekamrater för värdefulla kommentarer under studiens gång. Vi vill även tacka våra familjer som alltid finns där och stöttar. Slutligen vill vi också tacka varandra för ett gott samarbete och ett trevligt avslut på utbildningen.

Sammanfattning

Bakgrund: Klimatfrågan är ständigt aktuell och något som berör oss alla. Sverige har åtagit sig att genomföra Agenda 2030 och de 17 globala målen för hållbar utveckling men har i dagsläget svårigheter att uppfylla flertalet mål inom den utsatta tiden. Mål som Sveriges invånare många gånger har stor möjlighet att påverka. Kommuner är viktiga aktörer i genomförandet av Agenda 2030 då det många gånger är på lokal nivå som arbetet ska omsättas i praktiken. De anses ha ett stort ansvar vad gäller att främja hållbar utveckling i den egna verksamheten såväl som för kommunen som geografiskt område. Att förmå kommuninvånare att delta i hållbarhetsarbetet är därför viktigt.

Syfte: Syftet med studien är att bidra med en ökad förståelse för hur svenska kommuner som har ett framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling. Studien belyser hur fyra sådana kommuner väljer att utforma kommunikationen i syfte att engagera intressentgruppen invånare i organisationens hållbarhetsarbete genom dessa kanaler. Studien kan främst vara av intresse för kommuner som har för avsikt att engagera sina intressenter i hållbarhetsarbetet.

Metod: Genom dokumentstudier undersöktes uppmaningar till engagemang riktade till invånare i de fyra deltagande kommunernas hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida. För att få förståelse för hur invånarna engageras har även intervjuer genomförts. Morsing och Schultz (2006) kommunikationsstrategier för hållbarhet har använts för att undersöka vilken strategi kommunerna tillämpar.

Slutsats: Studien visar att när kommunerna uppmanar invånare att engagera sig i hållbarhetsarbetet handlar det i huvudsak om att informera snarare än att uppmana till respons- eller dialog. På hållbarhetssektionen informeras invånare om hur de själva kan bidra till en hållbar utveckling men studiens resultat indikerar att kommuner som önskar engagera invånare i hållbarhetsarbetet bör föra dialog med invånare i de kanaler som invånarna föredrar exempelvis sociala medier, då det skapar större engagemang.

Nyckelord: Hållbarhet, Agenda 2030, hållbarhetskommunikation, kommunikationsstrategier för hållbarhet, invånarengagemang, svenska kommuner.

Abstract

Background: Climate change is something that affects us all and climate action is urgent. The Swedish government has committed to Agenda 2030 and the 17 goals for sustainable development (SDGs) but faces difficulties in achieving several of these goals in time. Municipalities are important in the implementation of the SDGs and its citizens have a great impact on the country's possibility to reach the SDGs. Municipalities answer for the sustainable development within their own organization as well as for the municipality as a geographical region. It is therefore important that the citizens are encouraged by its municipality to engage in the work towards a sustainable development.

Purpose: The purpose of this study is to contribute with further understanding of how Swedish municipalities with successful environmental work, use their sustainability report and sustainability section on their website to engage their citizens to participate in the municipalities work towards a sustainable development. The study can be of interest for municipalities that intend to engage their citizens in this work.

Method: Content analysis of the sustainability reports and sustainability sections on the municipalities websites were conducted in order to study how these channels were used for different types of citizen engagement. Additionally, interviews have been conducted to gain a deeper understanding of how the municipalities in this study engage their citizens through these channels. Morsing and Schultz (2006) model of CSR communication strategies has been used as a framework to understand and describe which strategy the municipalities employ in these channels.

Conclusion: When the municipalities encourage citizens to engage in the work towards a sustainable development, they primarily inform rather than ask citizens to provide feedback or engage in dialog. The municipalities use the sustainability section to inform citizens on how they can contribute to a sustainable development, however, the study indicates that municipalities who want to engage citizens through two-way communication should focus on channels that citizens prefer, such as social media, as it creates more engagement.

Keywords: Sustainability reporting, sustainability, Agenda 2030, sustainability communication, CSR communication strategies, citizen engagement, Swedish municipalities.

Innehåll

1. Inledning.....	1
1.1 Problembakgrund	1
1.2 Problemdiskussion.....	3
1.3 Problemformulering	8
1.4 Syfte.....	8
2. Referensram	9
2.1 Hållbar utveckling och kommuninvånarnas påverkan	9
2.2 Kommunikationskanaler.....	10
2.3 Redovisning som kommunikation	10
2.4 Intressentengagemang i och genom redovisning.....	11
2.5 Intressent- och invånarengagemang på internet	13
2.6 Kommunikationsstrategier för redovisning av hållbarhet	16
2.6.1 Informationsstrategi	16
2.6.2 Responsstrategi	17
2.6.3 Engagemangsstrategi	17
2.7 Analysmodell.....	19
2.8 Sammanfattning.....	20
3. Metod	23
3.1 Forskningsmetod	23
3.2 Litteraturinsamling	23
3.3 Kvalitativ metod	24
3.4 Urval	25
3.4.1 Urval kommuner	25
3.4.2 Urval respondenter.....	27
3.5 Dokumentstudier	27
3.5.1 Kategorisering av uppmaningar.....	28
3.6 Genomförande av intervju	30
3.7 Bearbetning och analys.....	32
3.8 Forskningsetik	33
3.9 Metodkritik	33
3.9.1 Kritik mot dokumentstudier.....	34
3.9.2 Kritik mot intervjuer	34
3.10 Studiens trovärdighet.....	35
4. Empiri.....	37
4.1 Dokumentstudier	37
4.2 Intervjuer	39
4.2.1 Hållbarhetsredovisning- fristående rapport.....	40

4.2.2 Hållbarhetssektion på hemsidan	42
4.2.3 Sammanfattning empiri.....	49
5. Analys.....	51
5.1 Kommunikationsideal.....	51
5.2 Strategisk kommunikationsuppgift.....	53
5.3 Invånare och dess roll	56
5.4 Kommunikationsstrategier Morsing och Schultz	57
5.5 Sammanfattning analys.....	58
6. Slutsatser och diskussion.....	60
6.1 Slutsatser.....	60
6.2 Egna reflektioner om studiens slutsatser	62
6.3 Samhälleliga och etiska reflektioner.....	63
6.4 Studiens bidrag och förslag till vidare forskning.....	64
6.5 Kritik mot studien.....	65
Referenser.....	67
Bilagor	75
Bilaga 1. Inledande kontakt.....	75
Bilaga 2. Intervjuguide	76
Bilaga 3. Dokumentstudie	79
Bilaga 4. Kommunernas uppmaningar	80
Bilaga 4.1 Uppmaningar Västervik kommun	80
Bilaga 4.2 Uppmaningar Lidköping kommun	81
Bilaga 4.3 Uppmaningar Kalmar kommun	82
Bilaga 4.4 Uppmaningar Katrineholm kommun.....	83
Bilaga 5 Individuella reflektioner	84
Individuella reflektioner – Weronica Sahlén	84
Individuella reflektioner – Lisa Vilhelmsson	86

Definitionslista

Aktuell Hållbarhet: En e-tidning som innehåller granskningar, analyser och fördjupningar inom hållbarhetsområdet. Aktuell Hållbarhet ges ut av Bonnier Media Sweden AB.

ESV - Ekonomistyrningsverket (ESV) utvecklar den ekonomiska styrningen för statliga myndigheter samt gör analyser och prognoser för statens ekonomi.

EU - Europeiska unionen

FN - Förenta nationerna

Glokala Sverige - Samarbetsprojekt mellan det Svenska FN-förbundet, Sveriges kommuner och regioner (SKR) och Internationellt centrum för lokal demokrati (ICLD) vars mål är att öka kunskap och engagemang för Agenda 2030.

GRI - Global Reporting Initiative. Ett internationellt oberoende standardiseringsorgan som hjälper organisationer att förstå och kommunicera sin påverkan på den hållbara utvecklingen.

HBTQI - Samlingsnamn för homosexuella, bisexuella, transpersoner och personer som identifierar sig som queer eller intersexperson.

Hållbarhetsrapport - Upprättad i enlighet med årsredovisningslagen (SFS 1995:1554).

Hållbarhetsredovisning - Utgör frivillig information om organisationens hållbarhetsarbete för en specifik period och inga regler styr innehållet (Marténg, 2020). Begreppet kan även avse processen att framställa hållbarhetsredovisning.

Nudging - Ett verktyg att påverka människors beteenden genom att göra det enklare att göra vissa val.

NV - Naturvårdsverket (NV). Naturvårdsverket är en svensk statlig förvaltningsmyndighet med ansvar för miljöfrågor. Myndigheten verkar för att Sverige ska nå generationsmålet för miljöarbetet samt de miljökvalitetsmål som fastställts av riksdagen.

SKR - Sveriges Kommuner och Regioner (SKR). En medlems- och arbetsgivarorganisation som alla kommuner och regioner är medlemmar i.

RKA - Rådet för främjande av kommunala analyser, en ideell förening som är sprungen ur ett samarbete mellan staten och SKR.

RUS - Regional Utveckling och Samverkan i miljömålssystemet. Ett samverkansorgan som ska stödja, vägleda och samordna länsstyrelsernas arbete och det regionala arbetet i miljömålssystemet.

1. Inledning

I detta kapitel diskuteras kommunernas ansvar för den hållbara utvecklingen, hållbarhetskommunikation och vikten av invånarnas delaktighet. Inledningsvis presenteras problembakgrunden och en diskussion kring problemet förs. Tidigare forskning på området presenteras för att sedan mynna ut i uppsatsens problemformulering och syfte.

1.1 Problembakgrund

Klimatfrågan är något som berör oss alla. Sedan 1970-talet har forskare påtalat allvaret med klimathotet men detta till trots går omställningen mot en hållbar utveckling allt för långsamt och det är av vikt att samtliga parter tar ansvar. Organisationer inom både privat och offentlig sektor som har stor möjlighet att påverka den hållbara utvecklingen har också en stor roll att axla vad gäller att möjliggöra och främja en hållbar utveckling (Sachs, 2015).

Hållbar utveckling som begrepp myntades redan år 1981 av Lester Brown, amerikansk miljövetare och författare. Begreppet kom att få global spridning genom den så kallade Brundtlandrapporten "Vår gemensamma framtid" med följande definition: "*En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov*" (United Nations, 1987, s. 41). Under åren har begreppet utvecklats till att få en mer praktisk framtoning, att hållbar utveckling uppnås genom att se till de tre dimensionerna *ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet* (Sachs, 2015).

Offentlig sektor anses till följd av dess uppdrag ha ett stort ansvar vad gäller att främja samhällets hållbara utveckling (Kaur & Lodhia, 2019). Till skillnad mot företag inom privat sektor som drivs för ägarna i vinstmaximerande syfte verkar offentlig sektor för att tillgodose samhället med flera fundamentala verksamheter och funktioner. Organisationer inom offentlig sektor och de funktioner de fyller har en tydligare koppling till strävan mot en hållbar utveckling och förväntas därför också främja sådant arbete (Ball et al., 2014; Kaur & Lodhia, 2019).

För offentlig sektor i Sverige framgår av Regeringsformen (SFS 1974:152) 2 § 3 st. att “*Det allmänna ska främja en hållbar utveckling som leder till god miljö för nuvarande och kommande generationer*”. Härigenom åligger det landets kommuner ett ansvar att i sin verksamhet arbeta för samhällets hållbara utveckling. Ansvaret har fått än mer uppmärksamhet sedan Sverige år 2015 åtog sig att genomföra Agenda 2030 som innefattar de 17 globala mål för hållbar utveckling som FN:s medlemsländer enats om. I Regeringens handlingsplan för hur detta arbete ska utföras konstateras att kommuner och regioner är viktiga aktörer i genomförandet då det många gånger är på lokal och regional nivå som arbete med sådana frågor ska omsättas i praktiken (Finansdepartementet, 2018; SKR, 2021a). Trots att Agenda 2030 i grund och botten är ett frivilligt åtagande för kommunerna har det fått stort genomslag vilket synliggörs genom det faktum att 181 av Sveriges 290 kommuner vid utgången av år 2020 var med i *Glokala Sverige* (Svenska FN-förbundet, 2021).

Sveriges kommuner träffas inte av något lagkrav att kommunicera sitt hållbarhetsarbete via hållbarhetsrapport. Det förekommer dock att kommuner frivilligt redovisar för sitt hållbarhetsarbete genom att upprätta hållbarhetsredovisning eller på andra sätt kommunicera sitt arbete för hållbar utveckling (Franzén & Sandstedt, 2018). Till följd av att det inte finns några krav på hur den redovisningen ska utformas kommunicerar kommunerna om arbetet på olika sätt och i olika utsträckning (Franzén & Sandstedt, 2018).

I regel använder organisationer idag flera olika kanaler för att kommunicera hållbarhet med sina intressenter och för att engagera dem i hållbarhetsredovisningen (Bellucci et al., 2019; Nwagbara & Reid, 2013; Williams, 2015). Utifrån den hållbarhetsinformationen som kommuniceras kan intressenter utvärdera sina relationer till organisationen (Herremans et al., 2016) och fatta beslut om hur de vill att relationen ska se ut (Hess, 2008). Vilka som utgör en organisations *intressenter* eller *stakeholders* som begreppet benämns på engelska, förklaras ofta med Edward Freemans breda men numera välciterad definition (Laplume et al., 2008) som “*any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives.*” (Freeman, 1984, s 46). Att organisationer på olika, men strukturerade sätt, konsulterar intressenter och genom dialog engagerar dem i frågor som rör organisationens hållbarhetsarbete benämns i den vetenskapliga litteraturen som *stakeholder engagement* eller *intressentengagemang* (Thomson & Bebbington, 2005).

En intressentgrupp som onekligen har en stor påverkan på kommunens arbete med hållbar utvecklingen är invånarna. Sachs et al. (2021) menar att Sverige inte kommer att lyckas uppnå samtliga mål i Agenda 2030 inom utsatt tid om inte drastiska förändringar sker. Några av de mål som Sverige i dagsläget bedöms ha stora utmaningar med att nå inom utsatt tid är *Mål 12- hållbar konsumtion och produktion* och *Mål 13- bekämpa klimatförändringarna* (Sachs et al., 2021). Då invånarna exempelvis står för 60 procent av landets totala konsumtionsbaserade klimatpåverkande utsläpp (Naturvårdsverket, u.å.-a) och för cirka 70 procent av landets totala matavfall (Naturvårdsverket, u.å.-b) blir det tydligt att det är mål som kräver invånarnas engagemang.

Kommunen har möjlighet att styra den egna verksamheten i syfte att uppnå de globala målen och arbeta för att främja en hållbar utveckling i samhället, men det finns en gräns för vad de kan åstadkomma utan invånarnas delaktighet. Många mål och tillhörande delmål mäts med nyckeltal som inbegriper kommunen som geografiskt område (RKA, 2020) vilket medför att hållbarhetsfrågan blir större än kommunernas egen verksamhet.

Kommuner är centrala aktörer i arbetet med Agenda 2030 och förväntas genom sin verksamhet, myndighetsutövning och kunskapsspridning främja den hållbara utvecklingen men också kommunicera med invånare för att åstadkomma en beteendeförändring som bidrar till de globala målen (RUS, 2020). Det är således av vikt för uppfyllelsen av Agenda 2030 att kommuner engagerar invånare i arbetet med hållbar utveckling och att dialog förs mellan kommun och invånare kring vilket ansvar varje part har för den hållbara utvecklingen i kommunen som geografiskt område.

1.2 Problemdiskussion

Även inom den vetenskapliga litteraturen har det uppmärksammats att offentlig sektor har ett särskilt ansvar när det kommer till att främja samhällets hållbara utveckling (Kaur & Lodhia, 2019). Kommuner (eller motsvarande lokal förvaltningsnivå i andra länder) anses ha stor möjlighet att driva på en hållbar utveckling och en unik möjlighet att påverka individers beteende då de utgör den del av landets styrning som är närmast invånarna (Williams, 2015). När det kommer till hållbarhetsredovisning samt frågor och utmaningar kopplat till hållbarhet har invånare och andra intressenter i den lokala gemenskapen lyfts som några av de viktigaste intressentgrupperna att kommunicera med (Kaur & Lodhia,

2014). Vikten av att engagera dessa intressentgrupper är sedan länge uppmärksammat eftersom utmaningar och lösningar på miljöproblem ofta behöver angripas på lokal nivå (Kaur & Lodhia, 2014). Kaur och Lodhia (2014) menar därför att kommuner idag förväntas engagera lokala intressentgrupper i hållbarhetsarbetet men också redovisa hur intressenterna bidrar till den hållbara utvecklingen.

Diskussioner om hållbar utveckling på global nivå handlar ofta om att åtgärder som utförs av myndigheter inte är tillräckliga och diskussionerna lägger ofta särskild vikt vid invånardeltagande (Häikiö, 2007). I en metaanalys av studier gällande invånardeltagande i lokal styrning (Häikiö, 2012), lyfts vikten av invånarnas deltagande och ansvarstagande i det lokala hållbarhetsarbetet. Invånardeltagande finns främst till för att uppfylla de lokala myndigheternas mål, och storleken på ansvaret som tilldelas invånare bestäms av de lokala myndigheterna. Mot bakgrund av synen på invånare som aktiva och villiga att delta kan lokala myndigheter motivera och uppmuntra invånare att åta sig rollen som ansvarsfulla medborgare - som tar ansvar för sin påverkan på den hållbara utvecklingen och förändrar sitt levnadsmönster. För att det ska vara möjligt för invånarna att delta i hållbarhetsarbetet behöver de information om hur de kan bidra (Häikiö, 2012).

Royo et al. (2014) lyfter att kommuner, genom att öka medvetenheten och utbilda sina invånare, har en möjlighet att påverka individer att leva mer hållbart. Vidare menar Royo et al. (2014) att kommunikationen kring vissa frågor behöver inbegripa mer än att invånarna endast informeras eller konsulteras, som exempel behöver invånarna engageras för att förändra beteenden kopplat till energikonsumtion och bilresande. Royo et al. (2012) menar att invånare som är välinformerade om olika miljöpolicier och initiativ kan bli en del av miljöarbetet och på det sättet även den globala strävan mot en bättre miljö.

Utöver att invånare bör konsulteras gällande hur den offentliga sfärens bör agera, menar Royo et al. (2012) även att invånarna *själva* behöver bidra, och för det ändamålet kan e-deltagande spela en viktig roll när det kommer till att informera, utbilda och bemyndiga invånare. E-deltagande syftar till invånares användande av informations- och kommunikationsteknologi för att delta i demokratiska- och konsultativa processer och offentliga angelägenheter (Sæbø et al., 2008). Tai et al. (2020) lyfter i sin studie att e-deltagande även kan användas för att öka invånardeltagande offline och mobilisera invånare som tidigare inte deltagit. Detta då kommunikationen kan uppmuntra till

invånardeltagande och kommunicera värdet av att även engagera sig offline (Tai et al., 2020).

Kommunikation som syftar till att engagera snarare än att endast informera lyfts ofta som det mest eftersträvansvärda ur hållbarhetssynpunkt (Morsing & Schultz, 2006; Royo et al., 2014). Morsing och Schultz (2006) presenterar tre olika kommunikationsstrategier som organisationer tillämpar i sin redovisningskommunikation för hållbarhet, och som kan användas i syfte att involvera intressenter i hållbarhetsarbetet. De tre strategierna består av informations-, respons- respektive engagemangsstrategi. Medan den första av de tre strategierna utgörs av traditionell envägskommunikation från organisationen till dess intressenter baseras de övriga två istället på att intressenter involveras genom tvåvägskommunikation. Genom att tillämpa en av de strategier som bygger på dialog mellan parterna menar Morsing och Schultz (2006) att intressenter bjuds in att delta i organisationens hållbarhetsarbete.

Eftersom det inte finns några krav på hur hållbarhetsredovisningen ska utformas i svenska kommuner redovisas arbetet med hållbar utveckling på olika sätt och i olika utsträckning (Franzén & Sandstedt, 2018). I denna studie antas hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på kommunens hemsida utgöra viktiga kommunikationskanaler mellan kommun och invånare. Genom dessa kanaler har kommunerna både möjlighet att informera invånarna om deras ansvar och möjlighet att delta i kommunens hållbarhetsarbete, samt uppmana dem att engagera sig i frågor och utmaningar som kräver invånares delaktighet. Redogörelse eller redovisning på internet har i tidigare forskning lyfts som ett alternativt sätt för organisationer att sprida hållbarhetsinformation där de kan utnyttja möjligheten att skapa dialog och göra information mer lättillgängligt för intressenter (Herzig & Godemann, 2010). Genom de olika funktioner som kan implementeras på en hemsida är organisationer inte längre begränsade till att endast rapportera till sina intressenter utan kan även kommunicera med och engagera dem (Lodhia, 2010). Lodhia (2018) argumenterar för att organisationers möjligheter att kommunicera kring hållbarhet genom olika medier påverkat hållbarhetsredovisningen i sådan utsträckning att hållbarhetskommunikation snarare än hållbarhetsredovisning idag kan sägas utgöra normen. Vidare menar Lodhia (2018) att vissa studier som undersöker organisationers hållbarhetsredovisning kan kritiseras för att ha gjort antagandet att hållbarhetsredovisning är det primära kommunikationsmediet.

Sverige har i dagsläget stora svårigheter att nå flera av de uppsatta målen i Agenda 2030 inom utsatt tid (Sachs et al., 2021), mål som Sveriges invånare har stor möjlighet att påverka. Då stor del av arbetet med Agenda 2030 ska genomföras på kommunal nivå är det av vikt att kommunerna engagerar sina invånare att delta i kommunens arbete med en hållbar utveckling. Tidigare forskning understryker vikten av att kommuner kommunicerar med lokala intressenter och engagera dem i hållbarhetsarbetet då många utmaningar behöver adresseras på lokal nivå (Kaur & Lodhia, 2014). Invånare som intressentgrupp behöver informeras om hållbarhetsarbetet som utförs i kommunen för att det ska vara möjligt för dem att delta (Häikiö, 2012; Royo et al., 2012). Kommunikationen mellan kommun och invånare bör också syfta till att förändra invånarnas beteende och förmå dem att delta i strävan mot en hållbar utveckling (Royo et al., 2012; Royo et al., 2014).

Mot bakgrund av Morsing och Schultz (2006) tre kommunikationsstrategier för hållbarhet, ämnar denna studie därför undersöka hur några svenska kommuner med framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetsredovisningen samt hållbarhetssektion på hemsidan i syfte att engagera invånare i hållbarhetsarbetet. För att identifiera kommuner med framgångsrikt miljöarbete har studien utgått från topplacerade kommuner på Aktuell Hållbarhets ranking (2020a) av miljöbästa kommuner. Kommunerna i studien kan därför anses utgöra ett föredöme vad gäller miljöarbete, så kallad *best practice*. Genom att undersöka hur kommuner med framgångsrikt miljöarbete genom hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida, kommunicerar med sina invånare i syfte att engagera dem i hållbarhetsarbetet, kan studien bidra med ny förståelse för hur invånardeltagande och engagemang skapas genom dessa kanaler idag. Kunskap som kan vara av värde för andra kommuner som inte har kommit lika långt i sitt miljöarbete och som önskar engagera invånare för att nå uppsatta mål.

I den litteraturöversikt som genomförts för att undersöka tidigare studier på området, har det uppmärksammats att det finns studier som undersöker hur kommuner utformar hållbarhetskommunikationen i syfte att engagera invånare. Uppmärksammade studier berör dock inte varför undersökta kommuner valt denna utformning. I en studie av Royo et al. (2014) i vilken hållbarhetskommunikation på europeiska stadskommuners hemsidor undersöktes uppmärksammades att det i huvudsak handlar om att informera invånare om hållbarhetsarbetet snarare än att konsultera och engagera dem. Liknande studier har utfört även på företags hemsidor och har då visat på liknande slutsatser, att företagen använde

kanalen för att informera snarare än engagera intressenter (Hetze et al., 2019). I en mer nyligen genomförd studie av Meschede (2019), undersöktes information kopplat till Agenda 2030 på tyska kommuners hemsidor. Det framkom att hälften av de undersökta kommunerna underströk vikten av invånarnas delaktighet för att nå målen. Bonsón et al. (2012) har i stället studerat hur europeiska kommuner använder olika internetfunktioner och sociala medier som ett sätt att bland annat uppnå en ökad transparens och ett ökat e-deltagande. I studien uppmärksammade Bonsón et al. (2012) att sådana verktyg visserligen användes i syfte att öka transparensen, men att förekomst av aktivt deltagande från kommunernas sida i sociala medier var lågt.

Då viss tid förflutit sedan genomförandet av de studier som delvis berör svenska kommuner (Bonsón et al., 2012; Royo et al., 2014), och användandet av kommunikation på internet kan antas ha förändrats sedan dess, kan vår studie bidra med en aktuell inblick. Likt studien utförd av Meschede (2019) ämnar vår studie undersöka hur kommunerna engagerar invånare i arbetet med hållbar utveckling genom hemsidan. Vår studie bidrar därför med hur kommunikation för invånarengagemang utformas i en svensk kontext. Till skillnad från tidigare studier som endast undersöker utformningen av kommunikation på internet ämnar vår studie även att undersöka kommunernas tanke bakom kommunikationen. Vidare undersöks även kommunikationen för invånarengagemang i kommunernas hållbarhetsredovisning. Det eftersom hållbarhetsredovisningen utgör en viktig kanal för att sprida information om kommunens hållbarhetsarbete.

1.3 Problemformulering

Hur använder kommunerna kommunikationskanalerna hållbarhetsredovisning i rapportform samt sektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling?

Studiens problemformulering besvaras med hjälp av följande två forskningsfrågor:

- Innehåller kommunikationskanalerna uppmaningar riktade till invånare i syfte att engagera dem och vilken typ av uppmaningar används?
- Vilken kommunikationsstrategi för hållbarhet tillämpar kommunerna i dessa kanaler?

1.4 Syfte

Syftet med studien är att bidra med en ökad förståelse för hur svenska kommuner med ett framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling. Det görs genom att se till hur kommunerna genom uppmaningar informerar invånare om hur de kan bidra till kommunens arbete med hållbar utveckling eller om invånare uppmanas till vidare dialog i någon form. Vidare ämnar studien att genom intervjuer med berörda kommuner även bidra med ny förståelse för hur kommunerna använder dessa kommunikationskanaler i syfte att skapa engagemang hos invånarna. Genom att undersöka hur fyra topplacerade kommuner i Aktuell Hållbarhets rankning (2020a) av miljöbästa kommuner väljer att engagera i dessa kanaler kan studien bidra med kunskap om hur kommuninvånare engageras i hållbarhetsarbetet. Då de undersökta kommunerna kan anses utgöra *best practice* vad gäller miljöarbete, kan studien bidra med kunskap som kan vara av intresse för kommuner som vill engagera sina invånare i hållbarhetsarbetet.

2. Referensram

I referensramen presenteras invånares möjlighet att bidra till kommunens hållbarhetsarbete följt av teori och tidigare forskning kopplat till kommunikationskanaler, redovisningskommunikation, intressentengagemang, invånarengagemang och kommunikationsstrategier för redovisning av hållbarhet. Vidare presenteras den analysmodell som tagits fram mot bakgrund av studiens referensram. Avslutningsvis följer en sammanfattning över referensramens centrala delar.

2.1 Hållbar utveckling och kommuninvånarnas påverkan

Agenda 2030 är den första utvecklingsagendan för global hållbarhet som omfattar samtliga FN:s medlemsländer. För att nå målen understryker FN vikten av samarbete. Agenda 2030 består av 17 globala mål som är uppdelade i 169 delmål vilka alla är viktiga för att nå hållbar utveckling. Målen är framtagna utifrån de tre hållbarhetsdimensionerna, *ekonomisk hållbarhet*, *social hållbarhet* och *miljömässig hållbarhet*. Flera av målen är korrelerade med varandra och genom att uppfylla ett av dem ger det således positiva effekter även på andra mål (Svenska FN-förbundet, u.å.). När respektive lands regering åtagit sig Agenda 2030 åligger det sedan varje medlemslands regering att genomföra målen (Sachs, 2015).

Ett sätt att följa upp kommunernas arbete med hållbar utveckling, samt ett sätt för kommunerna själva att göra aktuella omvärldsanalyser är genom databasen Kolada (<https://www.kolada.se>). Databasen är framtagen av RKA på uppdrag av regeringen och innefattar både nyckeltal kommunen som verksamhet direkt kan råda över såväl som nyckeltal som utvärderar kommunen som geografiskt område, vilket kräver samarbete med fler aktörer. (RKA, 2020).

De mål i Agenda 2030 som Sverige i nuläget bedöms ha betydande eller stora utmaningar med att nå inom utsatt tid och som är relevanta för kommuner är: *Mål 2- ingen hunger*, *Mål 12- hållbar konsumtion och produktion* samt, *Mål 13- bekämpa klimatförändringarna* och *Mål- 15 ekosystem och biologisk mångfald* (Sachs et al., 2021). Gemensamt för merparten av ovan presenterade mål menar vi är att kommuninvånare har stor betydelse för

måluppfyllelsen. Arbetet med delmålen mäts ofta med nyckeltal som utvärderar kommunen som geografiskt område eller sätter en nyckelfaktor i förhållande till totalt antal kommuninvånare. Exempel på sådana nyckeltal är, andel invånare med fetma, insamlat hushållsavfall per invånare, körsträcka med personbil per invånare och utsläpp av växthusgaser per invånare (RKA, 2020). Kommunernas möjlighet att nå vissa delmål är beroende av invånarnas delaktighet då Sveriges hushåll exempelvis står för merparten av både landets totala matavfall (Naturvårdsverket, u.å.-b) och konsumtionsbaserade klimatpåverkande utsläpp (Naturvårdsverket, u.å.-a).

När det kommer till kommuners kommunikering av arbetet med hållbar utveckling menar SKR (2020) att det är viktigt att kommuninvånare får förståelse för vad kommunen gör i frågan och hur de kan bidra eftersom det är något som stärker invånares beteendeförändring.

2.2 Kommunikationskanaler

Företag och offentliga verksamheter använder idag olika kanaler för att kommunicera hållbarhet med sina intressenter (Bellucci et al., 2019; Nwagbara & Reid, 2013; Williams, 2015). Kommunikationskanalerna kan utgöras av exempelvis officiella dokument såsom hållbarhetsrapporter eller liknande, en sektion på hemsidan tillägnad hållbarhetsarbete, pressmeddelanden eller annan plats i media (Du et al., 2010). Andra exempel är sociala medier, personliga möten, gruppdiskussioner eller andra projekt (Frostenson et al., 2012). Kommunikationen i dessa kanaler bör utgöras av kommunikation som engagerar intressenter i hållbarhetsarbetet snarare än att bara informera dem (Lim & Greenwood, 2017). I syfte att engagera intressenter i hållbarhetsarbetet har det visats att tvåvägskommunikation är bättre än envägskommunikation (Devin & Lane, 2014; Lim Greenwood, 2017).

2.3 Redovisning som kommunikation

Att studera redovisning utifrån ett kommunikationsperspektiv är ett koncept som först introducerades av Bedford och Baladouni på 60-talet (Merkl-Davies & Brennan, 2017). Bedford och Baladouni (1962) presenterade en modell vari redovisningskommunikation beskrivs som en linjär kommunikationsprocess där information överförs från redovisaren

till användaren av redovisningen. Bedford och Baladouni (1962) beskriver detta perspektiv som att redovisaren observerar en händelse i organisationen och med mottagarens informationsbehov i åtanke väljer ut vilken information som ska förmedlas. Användaren motar och tolkar sedan informationen och fattar utifrån detta beslut som i sin tur påverkar organisationen. Synen på redovisningskommunikation som en linjär kommunikationsprocess har i tidigare forskning medfört ett stort fokus på vilken information organisationer väljer att redovisa (Merkl-Davies & Brennan, 2017), ofta benämnt med den engelska termen *disclosure*. Sabelfeld (2013) lyfter ett alternativt perspektiv där redovisningskommunikation förstås som en kommunikationsprocess var i redovisningsinformation skapas i syfte att *övertyga* eller *övertala* (eng. persuade) användaren. Med det perspektivet läggs större vikt vid att även användaren utgör en viktig part i kommunikationsprocessen (Sabelfeld, 2013).

Det är utifrån perspektivet att redovisningsinformation kan skapas i syfte att övertyga användaren som vi undersöker hur kommunerna använder hållbarhetsredovisning för att engagera invånare och informera dem om deras betydelse för kommunens arbete med hållbar utveckling.

2.4 Intressentengagemang i och genom redovisning

Intressentengagemang förstås ofta som hur organisationer arbetar med att engagera intressenterna i *redovisningsprocessen*. Isenmann och Kim (2006) lyfter att det är möjligt att engagera intressenterna vid olika steg i redovisningsprocessen; vid början av redovisningsprocessen i syfte att undersöka vilka behov och förväntningar intressenterna har på redovisningen; under processens gång för feedback och kritik på redovisningen samt vid publicering av redovisningen för dialog kring framtida satsningar och hållbarhetsutmaningar. Intressenter kan då engageras i olika syfte och utsträckning (Morsing & Schultz, 2006).

För att försäkra sig om att redovisningen är relevant och förser intressenterna med nödvändig information måste intressenterna engageras i hållbarhetsredovisningen (Edgley et al., 2010; Thomson & Bebbington, 2005). Genom att kommunicera med intressenter kan organisationer producera hållbarhetsredovisning som möter intressenternas informationsbehov. Internationella riktlinjer såsom GRI lägger av den anledningen stor vikt vid att organisationer engagerar sina intressenter i sin redovisning (Kaur & Lodhia,

2014). Om organisationen kan identifiera och påverka intressenternas förväntningar kommer hållbarhetsarbetet och redovisningen därav uppfattas som mer rättvist och relevant (Sabelfeld, 2018). Vidare kan intressentengagemang även ses som ett sätt för organisationer att involvera intressenter i beslutsfattandet och genom det fördela organisationens ansvar (Bellucci et al, 2019; Manetti, 2011). Oavsett förstås att intressentengagemang kan hjälpa organisationer att identifiera viktiga hållbarhetsutmaningar och påverka organisationens hållbarhetsarbete. Thomson och Bebbington (2005) vars forskning diskuteras mer ingående nedan, lyfter särskilt att intressentens möjlighet att engagera sig i organisationens frågor förutsätter att denne *tillåts* delta, och således bjuds in av organisationen.

Tanken att kommuner kan engagera intressentgruppen invånare genom hållbarhetsredovisningen följer av att invånarnas medverkan är avgörande för att kommunen ska nå uppsatta hållbarhetsmål i större utsträckning än vad som kan sägas gälla för privata företag. Den nära kopplingen mellan kommuners hållbarhetsarbete och invånarnas påverkan på resultatet motiverar att även invånarna tillskrivs visst ansvar genom att uppmärksammas i redovisningen för arbetet med att nå vissa mål. Mot bakgrund av Freemans definition av begreppet stakeholders som "*any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives.*" (Freeman, 1984, s 46) blir det tydligt att invånare utgör en viktig intressentgrupp då de både påverkas av kommunernas verksamhet och målpuffyllelse likaväl som påverkar dem.

Thomson och Bebbington (2005) som undersöker hållbarhetsredovisning utifrån ett pedagogiskt perspektiv uppger att om hållbarhetsredovisning ska utgöra en form av dialog och en lärandeprocess som syftar till att skapa förändring måste även användarna av redovisningen uppmärksammas. Om redovisningen presenterar den förevarande situationen som ett problem menas att användaren utmanas på ett sätt som kräver en intellektuell respons och vidare handling, således bör redovisningen inte endast presentera användaren med organisationens syn på det aktuella läget utan snarare användas för att upprätta en dialog med användaren om deras egen situation. Thomson och Bebbington (2005) konstaterar vidare att en förutsättning för att redovisningen ska bidra till en förändringsprocess är att användaren förstår innehållet, kan relatera det till vardagliga problem och ser möjlighet till vidare meningsfull handling. Att endast presentera fakta utan att fundera över om intressenterna är intresserade av att läsa redovisningen och förstår

innehållet, menar Thomson och Bebbington (2005) inte är tillräckligt - om hållbarhetsredovisningen ämnar skapa förändring. De konstaterar dock att hållbarhetsredovisning vid tiden för studien inte lever upp till denna potential.

2.5 Intressent- och invånarengagemang på internet

Tidigare forskning lyfter hur internet har möjliggjort för tvåvägskommunikation på ett sätt som inte tidigare var möjligt (Herzig & Godemann, 2010; Lodhia, 2010). Genom olika funktioner som kan implementeras på en hemsida är organisationer inte längre begränsade till att endast rapportera till sina intressenter utan kan även kommunicera med och engagera dem. Exempel på sådana funktioner är maila-till funktioner och webbformulär vilka underlättar insamling av feedback. Chattrfunktioner, diskussionsforum och liknande möjliggör också fortlöpande dialog på hemsidan (Lodhia, 2010). För organisationer inom offentlig sektor möjliggör internet invånarengagemang genom e-deltagande. Invånare har möjlighet att involveras i olika processer och projekt genom exempelvis konsultation, forum, röstning och namninsamling på internet. Deltagande kan även ske på initiativ av invånare själva genom användning av exempelvis sociala medier där invånare både kan få information och föra offentlig dialog med den berörda organisationen (Tai et al., 2020). Tai et al. (2020) som i en amerikansk studie undersökt sambandet mellan e-deltagande och invånardeltagande offline, såg att e-deltagande kan användas för att öka invånardeltagande offline och mobilisera invånare som tidigare varit svåra att engagera. Detta då kommunikationen kan uppmuntra till invånardeltagande och kommunicera värdet av att även engagera sig offline (Tai et al., 2020). Med invånardeltagande offline avsågs i denna studie deltagande som krävde dialog, konkreta handlingar och samverkan med andra såsom att individer går samman för att lösa ett lokalt problem.

När europeiska kommuner kommunicerar hållbarhet med invånare via sina hemsidor har det däremot tidigare uppmärksammats att det i första hand handlar om att informera invånarna snarare än att inhämta deras åsikter (Royo et al., 2014). Royo et al. (2014) menar därför att påståenden om internets påverkan på kommunikationen inom den offentliga sfären ska tas med viss försiktighet.

Royo et al. (2014) undersökte hur stadskommuner i olika länder använde e-deltagande via sina hemsidor för att främja invånardeltagande i olika initiativ och demokratiska processer

relaterade till miljöskydd. Studien omfattade totalt 67 europeiska stadskommuner varav 8 av dem var svenska. Studien visade att möjligheten till e-deltagande främst användes i syfte att informera invånarna om politik och praxis, i viss utsträckning i syfte att skapa dialog och att möjligheten till verkligt deltagande var nästintill obefintlig. Studien belyser hur internet kan användas av kommuner för att synliggöra olika initiativ samt främja engagemang och samverkan kopplat till miljömässig hållbarhet. E-deltagandet klassificerades efter typerna information, konsultation samt aktivt deltagande. Det framkom att på en övergripande nivå förekom e-deltagande främst i form av information (Royo et al., 2014). Bonsón et al. (2012) har i stället studerat hur europeiska kommuner använder olika internetfunktioner såsom möjligheten för användare att dela och prenumerera på information, och sociala medier, som ett sätt att bland annat uppnå en ökad transparens och ett ökat e-deltagande. Vid tidpunkten för studien fann Bonsón et al. (2012) att de flesta kommunerna använde undersökta funktioner i syfte att öka transparensen men de fann endast en låg förekomst av aktivt deltagande från kommunernas sida i de sociala medier som invånare använde mest.

Vikten av invånarnas deltagande och ansvarstagande i det lokala hållbarhetsarbetet är sedan tidigare uppmärksammat. Häikiö (2012) lyfter att invånardeltagande i vetenskaplig litteratur ofta diskuteras utifrån perspektivet att det finns till för att uppfylla de lokala myndigheternas mål, och storleken på ansvaret som tilldelas invånare bestäms av de lokala myndigheterna. Mot bakgrund av synen på invånare som aktiva och villiga att delta kan lokala myndigheter motivera och uppmuntra invånare att åta sig rollen som ansvarsfulla medborgare - som tar ansvar för sin påverkan på den hållbara utvecklingen och förändrar sitt levnadsmönster. För att det ska vara möjligt för invånarna att delta i hållbarhetsarbetet behöver de information om hur de kan bidra (Häikiö, 2012). I en studie utförd av Meschede (2019) genomfördes en innehållsanalys av publicerad information kopplat till målen i Agenda 2030 på hemsidorna av de 15 största kommunerna i Tyskland. I studien undersöktes bland annat kommunernas syn på invånares deltagande och Meschede (2019) såg att hälften av kommunerna på sina hemsidor underströk vikten av invånarnas delaktighet för att nå målen. Som exempel informerade kommuner att vissa av målen inte kunde nås utan invånarnas delaktighet, kommunerna kunde bjuda in invånarna till projekt, att medverka för att arbeta fram nya visioner eller att arbeta fram nya projekt relaterade till målen i Agenda 2030.

I en longitudinell studie genomförd av Hetze et al. (2019) användes likt i vår studie Morsing och Schultz (2006) kommunikationsstrategier för hållbarhet vid undersökandet av företags hemsidor. Hetze et al. (2019) konstaterade att undersökta företag börsnoterade i Tyskland, Österrike och Schweiz (DACH-regionen) tillämpade en kommunikationsstrategi för hållbarhet som i huvudsak bestod i att tillhandahålla intressenterna med information snarare än att konsultera dem eller att engagera dem i processer. Under den tid som studien fortlöpte noterades marginell utveckling vad gäller användandet av respons och dialog möjligheter på hemsidorna (Hetze et al., 2019).

Niemann och Hoppe (2018) som i en studie undersökt hållbarhetsredovisningspraktiker i 6 europeiska stadskommuner uppmärksammade hur flera kommuner uttryckt svårigheter kring att uppbåda intresse hos invånare rörande upprättad hållbarhetsredovisning. Att det inte finns läsare som är intresserade av hållbarhetsredovisningen uppger även Thomson och Bebbington (2005) kan ses som ett problem om redovisningen ska användas för dialog och förändring. Möjligheten att till redovisningen bifoga formulär för feedback, som vissa företag använder sig av, inbringar sällan några svar enligt Thomson och Bebbington (2005). Det är något som Thomson och Bebbington (2005) menar eventuellt kan förklaras av bristande intresse. Då både i form av att ingen är intresserad av att läsa redovisningen men även att läsaren kanske inte är intresserad av att svara. Forskare inom det närliggande fältet hållbarhetsrevision har även där uppmärksammat vissa svårigheter kopplat till att företags försök att involvera intressenter i processer relaterade till hållbarhetsrevision då intressenters okunskap samt bristande och skilda intressen har visat sig inverka på organisationers möjlighet att föra dialog med intressenter (Edgley et al., 2010). Edgley et al. (2010) uppger även att intressenters extrema åsikter kan utgöra ett hinder för intressentengagemang. Dessa utmaningar bör rimligen kunna utgöra ett hinder för intressentengagemang i hållbarhetsredovisning och organisationers hållbarhetsarbete överlag.

2.6 Kommunikationsstrategier för redovisning av hållbarhet

I artikeln *Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies* presenterar Morsing och Schultz (2006) en modell innehållande tre strategier som företag använder för redovisningskommunikation av hållbarhet. Modellen har även kommit att tillämpas på offentlig verksamhet på lokal förvaltningsnivå i Australien och hur de ser på vikten av att engagera lokalsamhället i hållbarhetsredovisningens kommunikationsprocesser (Williams, 2015). Morsing och Schultz (2006) modell bygger på teori kring *meningsskapande* och då framförallt Gioia och Chittipeddis (1991) tolkning och utvidgning av konceptet till att omfatta *meningsgivande* processer (eng. sensemaking och sensegiving).

Meningsskapande som koncept handlar om att olika parter tillsammans skapar eller förhandlar fram mening kring någon gemensam aktivitet. Meningsgivande handlar istället om att förmedla meningen med de aktiviteter organisationen utför i syfte att påverka mottagarens förståelse och meningsskapande (Gioia & Chittipeddi, 1991). De tre kommunikationsstrategier som Morsing och Schultz (2006) presenterar är *informationsstrategi*, *responsstrategi* och *engagemangsstrategi*. Av dessa uppges den senare vara att eftersträva då “...external stakeholders may more strongly support and contribute to corporate CSR efforts if they engage in progressive iterations of sensemaking and sensegiving processes, as this enhances awareness of mutual expectations.” (Morsing & Schultz, 2006, s. 324). Nedan presenteras och illustreras (Tabell 1) de tre kommunikationsstrategierna.

2.6.1 Informationsstrategi

Den första av de tre kommunikationsstrategierna är informationsstrategi. Det är en envägskommunikation som syftar till att sprida informationen om organisationens hållbarhetsarbete till intressenterna och samtidigt förmedla meningen med det. Hur organisationens hållbarhetsarbete ser ut och vart fokus ligger bestäms av organisationen. En organisation som tillämpar informationsstrategin är övertygad om att dess hållbarhetsarbete är välfungerande vill därför förmedla information om det till sina intressenter. Till följd av organisationens övertygelse förmedlas informationen till intressenterna på ett sätt som inte inbjuder till dialog utan istället utgörs av en

envägskommunikation, från organisationen till intressenterna. Utifrån informationen tar intressenterna ställning till om de vill stödja eller motsätta sig organisationen och det är därför viktigt i informationsstrategin att till intressenterna förmedla de gynnsamma hållbarhetsaktiviteter som organisationen utför (Morsing & Schultz, 2006).

2.6.2 Responsstrategi

Den andra kommunikationsstrategin responsstrategi, beskrivs som asymmetrisk tvåvägskommunikation mellan organisationen och dess intressenter. Med asymmetrisk tvåvägskommunikation menas att det råder en obalans mellan organisationen och intressenterna i den meningen att intressenternas möjlighet att påverka organisationen är begränsad.

När responsstrategin tillämpas använder organisationen sig av olika typer av opinionsundersökningar för att undersöka intressenternas åsikter och inställning till av organisationen förutbestämda frågor. I responsstrategin ligger tyngden på intressenternas respons snarare än att organisationen uppmuntrar till att intressenterna engagerar sig proaktivt. Organisationen styr agendan och inhämtar feedback från intressenter endast inom frågor och områden bestämda av organisationen. Via undersökningarna får organisationen förståelse för vilka frågor som intressenterna anser är viktigast och vad som accepteras och tolereras. Organisationen kan utifrån den efterfrågade feedbacken prioritera och arbeta vidare med frågor som intressenterna anser är viktiga vilket underlättar meningsgivande. Med en responsstrategi syftar organisationen till att påverka och övertyga intressenterna om att organisationen är attraktiv. Undersökningarna influerar visserligen organisationens hållbarhetsarbete men syftar snarare till att mäta graden av förståelse intressenter och organisationen emellan (Morsing & Schultz, 2006).

2.6.3 Engagemangsstrategi

Den tredje kommunikationsstrategin, engagemangsstrategin, innebär en symmetrisk tvåvägskommunikation mellan organisationen och dess intressenter där båda parter ämnar förändra varandra genom ömsesidig dialog. Organisationen eftersträvar intressenters proaktiva åsikter och influeras av dem. Meningsskapande och meningsgivande sker

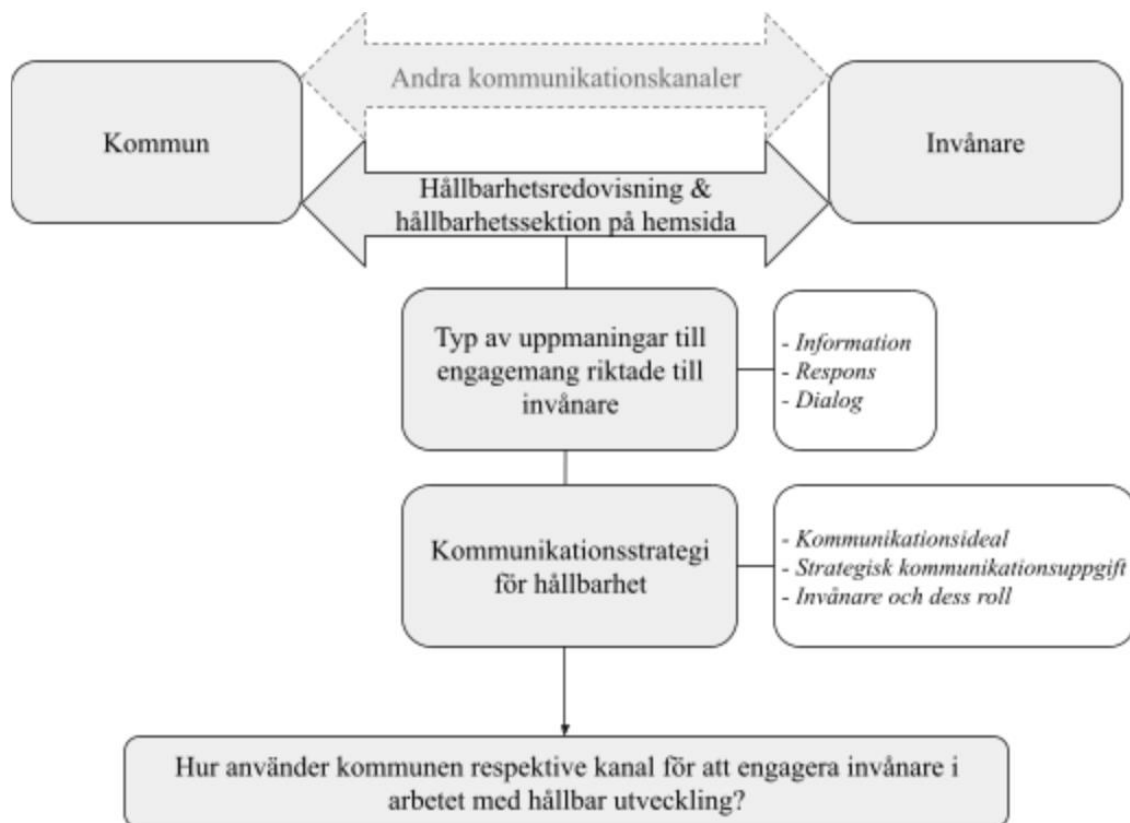
kontinuerligt i engagemangsstrategin och kommunikationsstrategin grundar sig i att båda parter är villiga att förändras när det är nödvändigt (Morsing & Schultz, 2006).

Tabell 1. Kommunikationsstrategier för hållbarhet

	Informationsstrategi	Responsstrategi	Engagemangsstrategi
Kommunikations ideal:	Envägskommunikation	Asymmetrisk	Symmetrisk
Typ av kommunikation		tvåvägskommunikation	tvåvägskommunikation
Kommunikations ideal:	Meningsgivande	Meningsskapande →	Meningsskapande
Syfte med kommunikation		Meningsgivande	↔ Meningsgivande
Strategisk kommunikationsuppgift	Informera om gynnsamma hållbarhetsaktiviteter	Visa hur intressenters förväntningar och farhågor beaktas	Bjuder in intressenter till systematisk och proaktiv dialog
Hållbarhetsfokus	Bestäms av organisationen	Bestäms av organisationen, men med hänsyn till insamlad (efterfrågad) feedback	Förhandlas kontinuerligt med intressenter
Organisationens syn på intressenterna	Begär mer information om hållbarhetsarbetet	Behöver påminnas om organisationens hållbarhetsarbete	Är med i konstruktionen av hållbarhetsarbetet
Intressenternas roll i organisationens hållbarhetsarbete	Stödjer eller motsätter sig	Svarar på organisationens agerande/ger efterfrågad feedback	Är involverade i hållbarhetsarbetet och kommer med förslag

(Källa: Morsing & Schultz, 2006)

2.7 Analysmodell



Figur 1. Analysmodell *Hur använder kommunerna hållbarhetsredovisningen samt sektion på hemsida för att engagera invånarna i arbetet med hållbar utveckling?*

För att undersöka hur kommunerna använder sin hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i hållbarhetsarbetet utgår vi från Morsing och Schultz (2006) idé om att organisationer kan tillämpa tre olika kommunikationsstrategier i hållbarhetsredovisningen. Både typ av uppmaningar riktade till invånare (Bilaga 3) samt kommunikationsstrategi för hållbarhet i respektive kanal undersöks mot bakgrund av de tre kommunikationsstrategierna. För att utröna vilken kommunikationsstrategi som tillämpas analyseras empiri utifrån följande teman, *kommunikationsideal*, *strategisk kommunikationsuppgift* samt *invånare och dess roll*.

Kommunikationsideal som tema innefattar de två aspekterna, typ av kommunikation och syfte med kommunikationen. Vilken typ av kommunikation en kommun väljer avspeglar hur meningsgivande och meningsskapande utspelar sig mellan kommunen och dess

invånare. Redovisning genom exempelvis formella rapporter är av sin natur envägskommunikation men att uppmana till vidare kontakt och dialog i redovisningen menar vi kan ses som en inbjudan till gemensamt meningsgivande och meningsskapande. Vidare kan en uppmaning till handling anses utgöra en sådan form av dialog som Thomson och Bebbington (2005) diskuterar där redovisningen blir en del i en lärande process och används för att skapa förändring. Vad gäller kommunikation via hållbarhetssektion på hemsida underlättar kanalen även tvåvägskommunikation genom olika kontaktmöjligheter placerade på hemsidan (Herzig & Godemann, 2010; Lodhia, 2010).

Strategisk kommunikationsuppgift som tema berör hur kommunen använder kommunikationskanalerna redovisningen och hållbarhetssektion på hemsidan för att kommunicera med invånarna. Hur invånare genom dessa kanaler informeras om hur de kan bidra, hur kanalerna används för att efterfråga feedback i frågor samt på annat sätt bjuda in till samarbete och dialog.

Invånare och dess roll som tema, berör hur kommunen ser på invånares roll i hållbarhetsarbetet samt hur de upplever att invånare förhåller sig till redovisningen och hållbarhetskommunikationen via hemsidan.

2.8 Sammanfattning

Invånare har stor påverkan på kommunernas möjlighet att nå målen för hållbar utveckling och det är viktigt att kommunerna kommunicerar vad som görs och hur invånare kan delta (Häikiö, 2012; Kaur & Lodhia, 2014; Royo et al., 2012; Royo et al., 2014; RUS, 2020; SKR, 2020). Vanliga kanaler att föra hållbarhetskommunikation genom är exempelvis genom officiella dokument som hållbarhetsredovisning och sektion på hemsidan (Du et al., 2010). Sabelfeld (2013) lyfter det perspektiv vari kommunikation i redovisningen ses som en möjlighet för organisationen att övertyga eller övertala användaren och att användaren utgör en viktig part i den kommunikationsprocessen. Att användaren förstår redovisningsinnehållet, kan relatera det till vardagliga problem och ser möjlighet till vidare meningsfull handling är en förutsättning för att redovisningen ska bidra till en förändringsprocess (Thomson & Bebbington, 2015). Samtidigt lyfter Thomson och Bebbington att intressentens möjlighet att engagera sig i organisationens frågor förutsätter att denne tillåts delta, och således bjuds in av organisationen. Genom att se redovisning

som en form av kommunikation vari det är möjligt att uppmana till vidare engagemang och delaktighet är det också möjligt att undersöka hur kommuner använder redovisningen för att engagera sina invånare.

Kommuners uttrycka svårigheter kring att skapa intresse hos invånarna för hållbarhetsredovisningen har dock uppmärksammats i tidigare forskning (Niemann & Hoppe, 2018). Vidare har intressenters extrema åsikter visat sig kunna utgöra ett hinder för intressentengagemang (Edgley et al., 2010). Svårigheter att involvera intressenter har även uppmärksammats inom det närliggande fältet hållbarhetsrevision, och då i form av att intressenters okunskap eller bristande intresse påverkar möjligheten att föra dialog (Edgley et al., 2010).

Internet har möjliggjort för tvåvägskommunikation i på ett sätt som inte tidigare var möjligt (Herzig & Godemann, 2010; Lodhia, 2010). För organisationer inom offentlig sektor möjliggör internet även invånarengagemang genom e-deltagande, både på initiativ av organisationen likaväl som invånare själva (Tai et al., 2020). Tidigare forskning har visat på att europeiska kommuner och företag främst använder sina hemsidor för att informera snarare än konsultera eller föra dialog (Hetze et al., 2019; Royo et al., 2014). Vikten av invånares delaktighet för att nå uppsatta mål i Agenda 2030 är dock något som uttryckligen kommunicerats via tyska kommunala hemsidor (Meschede, 2019).

För att få en inledande förståelse för hur några deltagande kommuner genom hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida valt att engagera sina invånare att delta i hållbarhetsarbetet genomförs dokumentstudier på dessa kanaler. Vår studie har likheter med studierna utförda av Meschede (2019) och Royo et al. (2014) som undersökte kommuners hållbarhetskommunikation med invånare via hemsida. Vidare har vår studie likt Hetze et al. (2014) utgått från Morsing och Schultz (2006) kommunikationsstrategier för redovisning av hållbarhet.

I våra dokumentstudier undersöks hur invånare engageras genom att se till uppmaningar i kanalerna som syftar till olika typer av handling. Genom att undersöka karaktären på uppmaningarna ges en indikation på vilken kommunikationsstrategi kommunen valt för kanalen. Uppmaningarna kategoriseras utifrån Morsing och Schultz (2006) olika kommunikationsstrategier för redovisning av hållbarhet. Den första kategorin utgör en *uppmaning i form av information*, då kommunen informerar om hur invånarna kan agera

för att bidra till kommunens hållbarhetsarbete. Den andra i form av *uppmaning till respons*, då kommunen uppmanar invånarna att tycka till om kommunens hållbarhetsarbete i en specifik fråga och visar att de önskar kontakt. Den tredje kategorin är *uppmaning till dialog*, då kommunen uppmanar invånarna att fritt komma med egna förslag, agera proaktivt eller ingå i projekt kring frågor som rör hållbarhet och visar att de önskar kontakt. Under semistrukturerade intervjuer med respondenter från respektive kommun får vi sedan en djupare förståelse för resultatet av dokumentstudierna och får ta del av hur kommunerna ser på att engagera invånarna i hållbarhetsarbetet genom kommunikationskanalerna.

3. Metod

I denna del av uppsatsen presenteras och motiveras studiens metodval och hur de tillämpats. Särskilt beskrivs tillvägagångssätt vid urval av kommuner och respondenter, datainsamling genom dokumentstudier och intervjuer samt bearbetning av data. Avslutningsvis diskuteras forskningsetik, metodkritik samt studiens trovärdighet.

3.1 Forskningsmetod

Då syftet med studien är att förstå och beskriva hur kommunerna använder hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida för att engagera sina invånare i arbetet med hållbar utveckling har studien en hermeneutisk ansats. Med ett hermeneutiskt vetenskapsteoretiskt perspektiv är syftet att skapa förståelse för det fenomen som undersöks (Lind, 2019).

Studien inleddes med en litteraturöversikt i syfte att sammanställa tidigare forskning kring hur organisationer använder hållbarhetsredovisning och hemsida för att både kommunicera och engagera intressenter i organisationens hållbarhetsarbete. Vi har under studiens gång varit öppna för eventualiteten att oväntad information eller avsaknad av den information som vi förväntat oss leder oss till nya insikter. När så skett har ytterligare forskning lyfts in i referensramen för att hantera denna händelse. Det är något som är kännetecknande för en abduktiv analysstrategi i den bemärkelsen att teori använts integrerat vid arbetet med empirin (Lind, 2019). Vidare har empirin som insamlats både genom dokumentstudier och intervjuer påverkat efterföljande intervjuer i syfte att fånga upp för oss nyupptäckta aspekter av hur kommunerna väljer att kommunicera med sina invånare.

3.2 Litteraturinsamling

För att finna vetenskapliga artiklar användes främst sökmotorer såsom Emerald web insight och Google Scholar. I litteraturinsamlingen användes även facklitteratur som behandlar hållbarhetsredovisning sett utifrån ett kommunikationsperspektiv och hållbar utveckling samt en avhandling av Sabelfeld (2013) som stöd för utformningen av arbetets referensram. Vid litteratursökningen användes olika kombinationer av sökord som: "Agenda 2030",

“Citizen participation”, “Citizen engagement”, “CSR communication”, “E-communication”, “E-government”, “E-participation”, “Local”, “Local councils”, “Local government”, “Municipalities”, “Stakeholder engagement”, “Sustainability accounting and reporting” och “Sustainability communication”.

Information har även inhämtats från hemsidor till olika styrande organ, myndigheter och organisationer när det handlat om att beskriva andra förhållanden kopplade till studieområdet såsom kommuners arbete med Agenda 2030 samt kommuner och invånares roll. Information har då hämtats från: ESV, NV, SKR, Svenska FN-förbundet, RKA samt Svenska FN-förbundet.

3.3 Kvalitativ metod

I denna studie har en kvalitativ metod använts då studiens syfte är att bidra med en ökad förståelse för hur kommuner använder hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida för att engagera sina invånare i arbetet med hållbar utveckling. Enligt Lind (2019) är kvalitativ metod ett lämpligt metodval för en studie vars syfte är att beskriva och öka förståelsen för det fenomen som undersöks.

Både dokumentstudier av kommunernas hållbarhetskommunikation i nämnda kanaler såväl som semistrukturerade intervjuer genomfördes för att uppfylla studiens syfte. Då semistrukturerade intervjuer möjliggör för respondenten att utforma svaren på sitt eget sätt och då det underlättar ställandet av följdfrågor (Bryman & Bell, 2015/2017) ansågs datainsamlingsmetoden vara lämplig för studien. Respondenterna var till följd av metodvalet inte begränsade till att endast besvara på förhand formulerade intervjufrågor och vi fick således möjlighet att fånga oförutsedda aspekter av det undersökta fenomenet. Datainsamlingen genomfördes under april månad år 2021.

I dokumentstudierna identifierades och kategoriserades uppmaningar riktade till invånare. Under intervjuerna kunde såväl förekomsten som avsaknaden av uppmaningar sedan diskuteras. Att kombinera olika metoder, datakällor eller teorier för att studera sociala företeelser benämns *triangulering* (Bryman & Bell, 2015/2017). Genom triangulering kan ett fenomen studeras från olika perspektiv vilket kan vara fördelaktigt även inom kvalitativ forskning när syftet är att skapa ökad förståelse eftersom det möjliggör att olika aspekter av ett fenomen kan analyseras (Ahrne & Svensson, 2015).

3.4 Urval

Studien berör hur kommuner kommunicerar hållbarhet med sina invånare genom hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida i syfte att engagera dem i hållbarhetsarbetet. I denna studie förstås hållbarhetsredovisning som både fristående rapport för en eller flera hållbarhetsdimensioner, och hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen. Utöver kommunernas hållbarhetsredovisning har dess hållbarhetssektion på hemsidan undersökts. Detta eftersom kommunernas hållbarhetsredovisning är oreglerad och därför kan skilja sig åt kommuner emellan (Franzén & Sandstedt, 2018), för att redogörelse på internet kan ses som redovisning (Herzig & Godemann, 2010) samt för att tidigare forskning kritiserats för antagandet att årsredovisningar och hållbarhetsredovisningar utgör organisationers primära kommunikationsmedier (Lodhia, 2018).

För att på bästa sätt förstå hur kommunerna använder sin hållbarhetskommunikation för att engagera önskade vi därför få kontakt med kommuner med en genomtänkt strategi för hur kommunikationen utformats. Således genomfördes ett målstyrt urval vilket enligt Bryman och Bell (2015/2017) kan förstås som att urvalet görs på ett strategiskt sätt, där individer och organisationer väljs utifrån målet med forskningen och således är relevanta för studiens forskningsfrågor. Nedan beskrivs tillvägagångssättet för studiens urval vilket skedde i två steg, det första ett urval av lämpliga kommuner följt av valet av lämpliga respondenter inom varje kommun.

3.4.1 Urval kommuner

Urval av kommuner gjordes utifrån antagandet att kommuner som kommit längre med sitt hållbarhetsarbete även antogs ha en mer medveten kommunikationsstrategi. Enligt devisen *sopa rent framför egen dörr* antogs kommuner som inte kommit lika långt med hållbarhetsarbetet i sin egen verksamhet således inte vara lika benägna att kommunicera detta arbete och inte heller uppmana invånare att engagera sig i det.

För att hitta kommuner med ett etablerat hållbarhetsarbete valde vi att utgå från Aktuell Hållbarhets (2020a) årliga rankning av Sveriges miljöbästa kommun, kommungrupp – *mindre städer och landsbygdskommuner*. Kommuner rankas där utifrån ett miljöperspektiv

och således *inte* med hänsyn till samtliga dimensioner i begreppet hållbarhet. Den valdes ändå då den på ett tydligt sätt rangordnade kommuners arbete inom detta område och vi inte funnit någon sådan information kopplat till övriga dimensioner. Aktuell Hållbarhets ranking för år 2020 genomfördes utifrån en sammanställning av olika typer av data som innefattar en enkätundersökning som kommunerna själva svarat på samt statistiska data från relevanta källor (Aktuell Hållbarhet, 2020b).

Kommungruppen *mindre städer och landsbygdskommuner* valdes då den utgör den största av de tre kommungrupperna i rankningen. Av kommunerna i kategorin valdes inledningsvis de högst placerade kommunerna. Då placering 1 till 6 på listan bestod av kommuner vilka klassas som *mindre stad/tätort* (SKR, 2021b), valde vi att fortsättningsvis endast kontakta bäst rankade kommuner inom denna klassificering. Totalt kontaktades nio kommuner via e-mail eller telefon varav fyra kom att delta i studien. Av de övriga kommunerna avböjde tre stycken till medverkan och två stycken föll på grund av sen kontakt utanför tidsramen för studien. Deltagande kommuner resulterade i Västervik, Kalmar, Lidköping och Katrineholm kommun.

3.4.2 Urval respondenter

I det inledande e-målet (Bilaga 1) eftersöktes den person inom kommunen som kunde svara på frågor gällande upprättandet och utformningen av hållbarhetskommunikationen i syfte att engagera intressenter i hållbarhetsarbetet. E-målet skickades i första hand till den person som vi kunde utläsa var hållbarhetsstrateg, miljöstrateg eller liknande eftersom deras kunskap och erfarenhet inom ämnet ansågs passa studiens syfte. I de fall vi från hemsidan inte kunde utläsa vem som var lämpligast att kontakta rådfrågade vi kommunens växel via telefon eller e-mail. Därifrån hänvisades vi till den person som de ansåg vara mest lämpad att svara på denna typ av frågor. Under den första intervjun framkom att frågorna som relaterade till hemsidan bäst skulle kunna besvaras av en kommunikatör, varför vi även kom att utöka valet av respondenter till att omfatta även kommunikatörer på respektive kommun. Att på det här sättet handplocka respondenterna utifrån deras relevans, kunskap och erfarenhet inom ämnet och syftet med studien utgör ett strategiskt urval (Denscome, 2017/2018).

3.5 Dokumentstudier

Sveriges kommuner omfattas inte av någon lagstadgad skyldighet att hållbarhetsredovisa vilket medför att sådan redovisningsinformation förekommer i olika utsträckning och i olika form kommuner emellan (Franzén & Sandstedt, 2018). För att få förståelse för hur en kommun via dess hållbarhetskommunikation väljer att engagera invånarna att delta i hållbarhetsarbetet var det således naturligt att inför intervjuerna genomföra en dokumentstudie av hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida.

Begreppet *hållbarhetsredovisning* omfattar i denna studie fristående rapport samt hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen. Det som ryms i benämningen *fristående rapport* är hållbarhetsredovisning i form av fristående dokument som upprättas årligen. Den senaste fritt tillgängliga versionen användes för respektive kommun. Dokument som upprättas mer sällan än så eller som är av framåtblickande karaktär såsom "planer", "visioner" eller liknande har inte beaktats då de inte utgör redovisning. *Hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen* är årsredovisning som innehåller redovisning av hållbarhet. Till följd av tidsramen för studien kom undersökningen av kommunens hemsida endast att omfatta vad vi benämner som *hållbarhetssektion på*

hemsidan. Det är något som skiljer sig från studierna utförda av Royo et al. (2014) och Hetze et al. (2019) som istället undersökte organisationers hemsidor till fullo.

I bedömningen av vilken sektion som skulle anses utgöra *hållbarhetssektion på hemsidan* var utgångspunkten den sektion av hemsidan där fristående rapport påträffats eftersom de sidorna antogs vara de sidor kommunen valt att föra sin hållbarhetskommunikation genom. I de fall fristående rapport inte fanns att tillgå ansågs den sektion av hemsidan som uppfattades vara tillägnad hållbarhet utgöra kommunens hållbarhetssektion. Information kopplat till hållbar utveckling som publicerats på andra sektioner eller sidor på hemsidan har därför i denna studie inte kommit att beaktas. Vid intervjuerna bekräftades att valet kunde anses utgöra kommunens primära hållbarhetssektion. För samtliga kommuner gäller dock att information som kan kopplas till hållbarhet även förekommer på andra delar av hemsidorna i olika utsträckning.

Det sätt som invånare involveras i kommunens hållbarhetsarbete kan tyda på vilken typ av kommunikationsstrategi som valts för kommunikationskanalen. Därför noterades och sorterades uppmaningar till engagemang in i kategorier utifrån Morsing och Schultz (2006) kommunikationsstrategier för hållbarhet. Dokumentstudierna kom även att möjliggöra individuellt utformade intervjufrågor anpassade utifrån respektive kommuns hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida.

Det praktiska tillvägagångssättet vid dokumentstudierna innebar att den hållbarhetsredovisning som upprättats av deltagande kommuner laddades ner för att sedan granskas ingående vid minst två tillfällen. Inga uppmaningar noterades varför kategorisering i dessa dokument inte var aktuell. Hållbarhetssektionen på hemsidan dokumenterades i form av att samtliga sidor noterades och undersöktes efter uppmaningar. Sidor där olika typer av uppmaningar till engagemang noterades sparades sedan på dator och kategoriserades därefter.

3.5.1 Kategorisering av uppmaningar

Med uppmaning menas i studien att kommunen genom text som är direkt riktad till invånare uppmanar denne att agera på ett sätt som bidrar till kommunens arbete mot en hållbar utveckling. Det kan dels handla om att invånare påverkar genom att förändra sin

egen livsstil likaväl som att de är med och påverkar hållbarhetsarbetet som bedrivs av kommunen.

Kommunikationen i informationsstrategin utgörs av envägskommunikation och syftet med den är att ge mening till de aktiviteter som utförs eller ska utföras. Den strategiska kommunikationsuppgiften och hållbarhetsfokuset i informationsstrategin är att informera om gynnsamma hållbarhetsaktiviteter bestämda av organisationen. Intressenterna kan därefter stödja, motsätta sig eller själva be om att få mer information för att kunna göra ta ställning till organisationens handlande (Morsing & Schultz, 2006).

Uppmaning i form av information

Eftersom vår studie tar sikte på kommunernas uppmaningar till engagemang riktade till invånare har Morsing och Schultz (2006) informationsstrategi kommit att anpassas för att även kunna tillämpas på uppmaningar i kommuners redovisning. Till följd av det unika förhållandet mellan kommun och invånare där kommunens hållbarhetsarbete för det geografiska området är avhängig invånarna har informationsstrategin i denna studie därför kommit att inbegripa uppmaningar där invånare uppmanas bidra till kommunens hållbara utveckling. Thomson och Bebbington (2005) konstaterar att om hållbarhetsredovisningen ska användas för att skapa förändring är det avgörande att användaren förstår innehållet, kan relatera det till vardagliga problem samt ser möjlighet till vidare meningsfull handling. Uppmaningar i kommunens redovisning som var direkt riktade till invånare om vad och hur de kan göra för att bidra till en hållbar utveckling ansågs därför tillhöra informationsstrategi om de utgjordes av uppmaningar inom ett specifikt ämne som inte uppmuntrade till vidare kontakt med kommunen.

Uppmaning till respons

I responsstrategin råder en asymmetrisk tvåvägskommunikation där organisationen samlar in intressenters åsikter i specifika frågor. Intressenterna anses i responsstrategin behövas påminnas om organisationens hållbarhetsarbete och deras roll är att ge organisationen feedback i av organisationen bestämda frågor. Syftet med denna kommunikation är för organisationen att få förståelse för intressenternas åsikter och vilka av de givna frågorna som intressenterna anser är av högst prioritet. På så sätt kan organisationen skapa och ge mening kring hållbarhetsarbetet till intressenterna. Hållbarhetsfokuset är bestämt av

organisationen men hänsyn har tagits till den efterfrågade feedbacken och den strategiska kommunikationsuppgiften är att visa intressenterna hur deras åsikter beaktats (Morsing & Schultz, 2006). Uppmaningar i kommunens redovisning som var direkt riktade till invånare och som uppmanade dem att ge feedback i specifika frågor ansågs därför tillhöra responsstrategin.

Uppmaning till dialog

I engagemangsstrategin råder en symmetrisk tvåvägskommunikation mellan organisationen och intressenter där syftet är att uppnå kontinuerligt meningsskapande och meningsgivande. Den strategiska kommunikationsuppgiften i engagemangsstrategin kännetecknas av att intressenter bjuds in av organisationen till en systematisk och proaktiv dialog där organisationens hållbarhetsfokus förhandlas kontinuerligt. Intressenterna är med i konstruktionen av hållbarhetsarbetet, är involverade och kommer med förslag (Morsing & Schultz, 2006). Uppmaningar till dialog, som var direkt riktade till invånare och som uppmanade till att fritt komma med egna förslag, agera proaktivt eller ingå i projekt kring frågor som rör hållbarhet ansågs därför tillhöra engagemangsstrategin.

Kontaktmöjligheter på hemsidan kan tyda på vilken kommunikationsstrategi organisationen valt (Hetze et al., 2019). Kontaktuppgifter i anslutning till uppmaningar till respons eller dialog noterades därför eftersom det kan styrka det faktum att kommunen önskar att ha en tvåvägskommunikation i de fall kommunen uppmanat invånaren till sådan. Kontaktuppgifter noterades inte vid undersökandet av uppmaningar i form av information eftersom de i sin natur utgörs av envägskommunikation (Bilaga 3).

3.6 Genomförande av intervju

Genom ett inledande e-mail (Bilaga 1) fick respondenterna ta del av information om studiens syfte, varför vi önskade kontakt med den specifika kommunen, uppskattad tidsåtgång, frivilligt deltagande och erbjudande av anonymitet. Vid tidpunkten för intervjun upprepades informationen för att även beskrivas mer ingående. Den här typen av information är viktigt att förmedla till respondenterna i enlighet med god forskningsetik (Bryman & Bell, 2015/2017).

Det inledande e-målet till respektive kommun kom att skilja sig åt vad gäller vilken hållbarhetskommunikation vi ville prata om och tidsåtgång. I de kommuner som vi identifierat en fristående rapport önskade vi få kontakt med innehållsansvarig för rapporten. I de kommuner som vi identifierat en hållbarhetssektion på hemsidan önskade vi få kontakt med kommunikatör. Anledningen till varför vi önskade att intervjua dessa respondenter var för att vi önskade ta del av tanken bakom kommunikationen i hållbarhetsredovisningen samt på hållbarhetssektionen på hemsidan i syfte att engagera invånare i hållbarhetsarbetet. Vad gäller tidsåtgången noterades att den tid vi först uppskattat, 45–60 minuter var väl tilltagen (Tabell 2) och vi kom därför senare att minska den uppskattade tiden i kommande inledande e-mail. Det för att öka chansen att för kontakt och inte ta mer tid i besittning än nödvändigt. Intervjuerna med hållbarhetsstrateger varade i 15 respektive 35 minuter och intervjuerna med kommunikatörer varade i 60 respektive 35 minuter.

Till följd av rådande Covid-19 pandemi genomfördes intervjuerna med hjälp av digitala verktyg såsom Zoom och Teams. Samtliga respondenter hade tidigare erfarenhet av videomöten och de erbjöds möjligheten att välja digitalt verktyg för att de skulle uppleva intervjun så bekväm som möjligt. Respondenter som bad om att få ta del av frågorna på förhand fick möjlighet ta del av exempelfrågor. Videointervjuer möjliggjorde att urval och datainsamling i studien inte kom att begränsas av geografiskt avstånd. Då respondenterna hade vana av videointervjuer sedan tidigare kunde telefonintervjuer, som annars hade varit aktuellt undvikas. Det finns fördelar i att kunna se respondenten under intervjun bland annat eftersom risken minskar för att respondenten avbryts när tystnad uppstår. Genom att se på den som intervjuas kan fullständiga svar inväntas och intervjupersonen lämnas tid till eftertanke (Trost, 2010).

Intervjuerna spelades in efter respondentens samtycke, antingen med video och ljud, eller endast med ljud. Detta för att underlätta det efterföljande arbetet med intervjumaterialet. Intervjuerna transkriberades och mediafilerna makulerades samma dag som de genomfördes.

De semistrukturerade intervjuerna möjliggjorde flexibilitet rörande frågornas följd samt att respondenterna fritt kunde svara på de frågor som ställdes med utgångspunkt i intervjuguiden (Bilaga 2). En Intervjuguide underlättar följsamheten gentemot respondenten eftersom frågorna kan ställas i den ordning som upplevdes som mest naturlig utifrån respondentens svar (Blomkvist et al., 2018). Avslutningsvis ställdes frågan till

samtliga respondenter om det var något som de ville tillägga eller ansåg att vi borde frågat i ett sista försök att fånga upp någon för oss oväntad aspekt. Något som Justesen och Mik-Meyer (2011) menar är viktigt i intervjuens slutskede.

3.7 Bearbetning och analys

Bearbetningen av data från dokumentstudierna för respektive kommuns hållbarhetssektion på hemsida genomfördes i enlighet med vad som presenterats under rubrik 3.5.1. *Kategorisering av uppmaningar.*

Vid bearbetning och analys av intervjumaterialet följdes de steg Braun och Clarke (2006) presenterar för genomförande av en tematisk analys. Efter att samtliga intervjuer genomförts och transkriberats lästes materialet igenom flera gånger i syfte att bekanta oss med materialet. I nästa steg kodades transkriberingarna initialt efter mönster i respondenternas svar som ansågs vara återkommande och relevanta för studien. Kodade data grupperades därefter utifrån teman i Morsing och Schultz (2006) modell vilka utgjordes av: *typ av kommunikation, syfte med kommunikation, strategisk kommunikationsuppgift, hållbarhetsfokus, organisationens syn på intressenterna, intressenternas roll i organisationens hållbarhetsarbete.* I nästa steg som enligt Braun och Clarke (2006) inbegriper att revidera framtagna teman, grupperades de redan framtagna temana till tre övergripande teman, *kommunikationsideal, strategisk kommunikationsuppgift* samt *invånare och dess roll.* Även de hade sin utgångspunkt i Morsing och Schultz (2006) modell. Det var nödvändigt eftersom modellens egenskaper medföljde att respondenternas svar kunde relateras till flera teman beroende på vilket perspektiv som valdes. Genom den reviderade indelningen ansåg vi att osäkerheten kunde hanteras på ett sätt som gav tillräckligt precisa teman utan att för den delen misstolka innebörden i respondenternas svar. Respondenterna har vid tillfället för återkoppling även tagit del av presentationen av empirin utifrån denna indelning. I de sista två stegen kontrollerades att rubrikerna var aktuella för att sedan övergå till att analysera *den samlade empirin.* Analysen gjordes sedan utifrån dessa teman, och resultatet ställdes mot tidigare forskning för att på så sätt uppfylla studiens syfte.

3.8 Forskningsetik

Vid genomförande av vetenskapliga studier finns enligt Bryman och Bell (2015/2017) flertalet forskningsetiska aspekter att beakta vilka utgörs av: *informationskravet, konfidentialitet- och anonymitetskravet, nyttjandekravet och falska förespeglingar.*

Information- och samtyckeskravet uppfylldes genom att vi i det inledande e-målet förmedlade information om studiens syfte. Vidare förmedlades information om att deltagandet i studien var frivilligt och att deltagandet när som helst kunde avbrytas utan närmare förklaring. Vid tiden för intervjun försäkrade vi oss om att respondenten var införstådd med vad det innebar att delta i studien genom att upprepa ovanstående information. *Konfidentialitets- och anonymitetskravet* uppfylldes genom följande. Respondenten och kommunen erbjöds anonymitet. Efter respondentens samtycke spelades intervjun in med antingen video och ljud, eller bara med ljud. Intervjun transkriberades samma dag som genomförandet och mediafilerna makulerades därefter. Ingen information utöver den som ansågs vara nödvändig för studiens ändamål samlades in. *Nyttjandekravet* uppfylldes genom att den information som insamlats endast användes i det utlovade syftet och *falska förespeglingar* undveks genom att tydligt informera respondenterna om studiens syfte eftersom vi inte på något sätt ville vilseleda respondenterna. Deltagarna informerades om studiens syfte och valde att delta under givna premisser. Vi var därför noga med att under studiens gång respektera och inte avvika från det som avtalats med respondenterna och att i övrigt följa de forskningsetiska aspekterna för att inte riskera att *åsamka deltagarna skada.*

3.9 Metodkritik

Kvalitativ forskning kan kritiserars för att resultaten inte kan generaliseras i samma utsträckning som kvantitativ forskning. Det behöver dock inte nödvändigtvis ses som en nackdel då generalisering av resultatet inte är det primära målet i kvalitativ forskning (Polit & Tatano Beck, 2010). Vår studies syfte är att skapa ökad förståelse och resultatet av studien är inte ämnat att generaliseras till att beskriva hur svenska kommuner engagerar invånare generellt.

3.9.1 Kritik mot dokumentstudier

Som en del i att uppfylla studiens syfte genomfördes dokumentstudier i form av innehållsanalys av undersökta kanaler. Innehållsanalys kan kritiseras för att det är näst intill omöjligt att utforma en kodningsmanual som inte inrymmer viss tolkning från kodarens sida (Bryman & Bell, 2015/2017). Vi har tagit hänsyn till denna problematik genom att utförligt beskriva kategoriseringen av uppmaningarna och grunden till den. Vi har vidare strävat efter systematik och objektivitet genom att utförligt redogöra för vilket material som analyserats, syfte samt tillvägagångssätt avseende dokumentstudierna.

Till följd av studiens tidsram undersöktes inte kommunernas hemsidor till fullo. En avgränsning gjordes för dokumentstudierna som innebar att endast den del av kommunernas hemsidor som ansågs utgöra hållbarhetssektionen kom att undersökas. Avgränsningen har inneburit att information- och uppmaningar som är kopplade till hållbarhet som finns tillgängliga på andra sidor än på hållbarhetssektionen fallit utanför studiens upptagningsområde. Avgränsningen har även inneburit att resterande delar av hemsidan kommit att beaktas som en annan kommunikationskanal. Det kan ha medfört att resultatet av dokumentstudierna hade blivit annorlunda om hemsidorna undersökts i sin helhet eftersom kommunerna inte begränsas till att uppmana invånare till engagemang endast på vissa sidor. I syfte att öka studiens trovärdighet bekräftades valet av sektion vid intervjuerna. För samtliga kommuner gäller dock att information som kan kopplas till hållbarhet även förekommer på andra delar av hemsidorna i olika utsträckning. Respondenten hade därför under intervjun möjlighet att kommentera vad som noterats i dokumentstudien samt beskriva hur kommunens hållbarhetskommunikation ser ut.

3.9.2 Kritik mot intervjuer

Vid intervjuer som sker på distans finns alltid en risk att tekniska problem ska komma att påverka intervjusituationen negativt. Vid en av intervjuerna hörde respondenten sin egen röst i hörlurarna vilket såklart upplevdes som obehagligt. Respondenten tog sig trots det igenom intervjun utan alltför stora problem och svarade utförligt på de ställda frågorna.

Något som kan kritiseras i vår studie är att vi för samtliga kommuner inte hade tillgång till intervjuer med både hållbarhetsstrateger och kommunikatörer, något som hade varit

eftersträvansvärt för att få en tydligare bild av hållbarhetskommunikationen. Kommunikatör för Kalmar kommun hade inte möjlighet att medverka vilket innebar att empirin från intervju gällande kommunens hållbarhetssektion inte uppnår samma fyllnad som de övriga kommunerna som medverkade i studien. Vidare kan studien kritiseras för att hållbarhetsredovisning integrerad i kommunens årsredovisning inte kommit att diskuteras vid intervjutillfällena. Detta eftersom inga uppmaningar noterades i den hållbarhetsredovisningen och fokuset primärt har varit på fristående rapporter samt hållbarhetssektion på kommunernas hemsidor- de kanaler som respondenterna varit mest insatta i.

3.10 Studiens trovärdighet

Kvalitativ forskning kan utvärderas och bedömas efter olika kriterier i syfte att skapa en bild av en studiens trovärdighet. Bryman och Bell (2015/2017) presenterar fyra kvalitetskriterier som kan tillämpas i detta syfte, dessa utgörs av: *tillförlitlighet*, *överförbarhet*, *pålitlighet* och *konfirmering*.

Med *tillförlitlighet* menas hur trovärdiga eller sannolika resultaten av studien är. Ett sätt för forskare att öka tillförlitligheten i kvalitativa studier är genom så kallad respondentvalidering. Med det avses att forskaren rapporterar resultat till personer som varit en del av studien i syfte att bekräfta att förhållanden uppfattats och beskrivits på ett riktigt sätt. Vidare är triangulering en teknik som kan användas för att öka en studies tillförlitlighet (Bryman & Bell, 2015/2017).

Vid intervjuerna erbjöd sig samtliga respondenter att svara på eventuella kompletterande frågor. För att öka studiens tillförlitlighet skickades sedan den färdigställda empirin till respondenterna för respektive kommun via e-mail. Samtliga respondenter uppgav att de blivit återgivna korrekt. En respondent föreslog vissa tillägg till den befintliga empirin och dessa tillägg kom att beaktas. I studien genomfördes triangulering, då i form av datainsamling genom både intervjuer och dokumentstudier vilket är ett ytterligare sätt att öka studiens tillförlitlighet.

Överförbarhet syftar till om resultaten av studien kan tillämpas i andra situationer. Inom kvalitativ forskning eftersträvas i regel djup snarare än bredd då forskaren oftast studerar en mindre grupp individer, organisationer eller liknande med vissa gemensamma

egenskaper. För att det ska vara möjligt för andra personer att bedöma hur överförbara resultaten är bör forskaren redogöra för detaljer avseende det som studeras eftersom läsaren då förses med en typ av databas mot vilken sådana bedömningar kan göras (Bryman & Bell, 2015/2017).

Vi har i studien valt att inte presentera någon ingående beskrivning av deltagande kommuner eftersom sådan information finns allmänt tillgänglig, det är dock ett val som kan ifrågasättas. Information i form av sådana detaljer som avses ovan framgår främst av empirin och respondenternas beskrivningar och förklaringar till olika val.

Med *pålitlighet* menas om liknande resultat hade erhållits om studien genomförs vid ett annat tillfälle. Bryman och Bell (2015/2017) menar att studiens pålitlighet är beroende av att forskaren tydligt redogör för samtliga steg i forskningsprocessen.

Vi har under studiens gång strävat efter att på ett ingående sätt redogöra för samtliga val och moment som genomförts. Exempel på sådana val och moment är urvalsprocessen för både kommuner och respondenter, genomförandet av dokumentstudierna och sammanställandet av empirin från både dokumentstudier och intervjuer. Material har även bifogats för att öka studiens transparens.

Konfirmering eller bekräftelse handlar om huruvida forskarens handlat i god tro eller om dennes värderingar kan ha påverkat studien på ett sätt som resulterar i ett missvisande resultat. Studien ämnar beskriva hur kommunerna engagerar invånare i hållbarhetsarbetet genom hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsidan för att skapa en ökad förståelse kring fenomenet. Avsikten har därför inte varit att värdera varken kommunernas hållbarhetsarbete eller kommunikationen som förs genom dessa kanaler. Indelningen av empirin till olika teman har syftat till att beskriva kommunernas rådande hållbarhetskommunikation i nämnda kanaler snarare än att värdera den.

4. Empiri

I denna del av uppsatsen presenteras resultatet från dels dokumentstudierna såväl som intervjuerna. Inledningsvis presenteras resultatet från dokumentstudierna för att sedan övergå till resultatet av intervjuerna. Upplägget för presentationen av intervjuerna är som sådant att empirin presenteras utifrån framtagna teman. Först presenteras empiri från hållbarhetsredovisningen, för att sedan följas av empiri kring hållbarhetssektionen på hemsidan. Avslutningsvis följer sammanfattningar för respektive delar.

4.1 Dokumentstudier

Inga uppmaningar återfanns i kommunernas hållbarhetsredovisning. I stället återfanns samtliga uppmaningar på kommunernas hållbarhetssektion på hemsidorna i Västervik, Lidköping, Kalmar och Katrineholms kommun.

Västerviks kommun

På Västervik kommuns hemsida har sektionen som heter *Samhällsutveckling och hållbarhet* ansetts utgöra hållbarhetssektionen på hemsidan. I hållbarhetssektionen på hemsidan återfanns totalt tre uppmaningar. Två av dem var av informativ karaktär då de utgjordes av information som var direkt riktade till invånare om vad de kan göra för att bidra till en bättre vattenmiljö i Östersjön. Såsom att tömma båtlattrin på anvisad plats och att tvätta båtbotten stället för att måla den med giftig båtbottenfärg. En uppmaning till dialog återfanns. Det var en uppmaning till invånare att engagera sig i de vattenråd som arbetar inom kommunen för att förbättra vattenmiljön genom olika projekt. Kontakt till berörda personer i form av e-mail länkar fanns i anslutning till uppmaningen (Bilaga 4.1).

Lidköpings kommun

På Lidköping kommuns hemsida har sektionen som heter *Miljö, hälsoskydd och hållbarhet* ansetts utgöra hållbarhetssektionen på hemsidan. Antalet uppmaningar i hållbarhetssektionen på hemsidan uppgick till 18 varav en var en uppmaning till dialog och de resterande uppmaningarna var av informativ karaktär. De uppmaningar som var av informativ karaktär utgjordes av information som var direkt riktad till invånare om vad de kan göra för att leva ett mer hållbart liv. Uppmaningarna kunde beröra ämnen såsom

hållbart resande, cirkulär ekonomi, energieffektivisering av byggnad och solenergi. Uppmaningen till dialog var en uppmaning till invånare att förbättra klimatet i kommunen genom att komma med egna initiativ och idéer. Invånare informerades i samband med uppmaningen om möjligheten att ansöka om klimatinvesteringsstöd för att förverkliga dessa idéer. Kontaktinformation till berörd instans fanns i anslutning till uppmaningen, då i form av en länk (Bilaga 4.2).

Kalmar kommun

På Kalmar kommuns hemsida har sektionen som heter *Ett grönare Kalmar* ansetts utgöra hållbarhetssektionen på hemsidan. Antalet uppmaningar i hållbarhetssektionen på hemsidan uppgick till tjugo. En uppmaning till dialog återfanns och resterande uppmaningar var av informativ karaktär. De uppmaningar som var av informativ karaktär utgjordes av information som var direkt riktad till invånare om vad de kan göra för att leva ett mer hållbart liv. Uppmaningarna kunde beröra ämnen såsom cirkulärt samhälle, ökat friluftsliv, hushållning med vatten och minskad klimatpåverkan. Uppmaningen till dialog var en uppmaning till invånare att förbättra klimatet i kommunen genom att komma med egna initiativ och idéer för vilka de sedan kunde bli uppmärksammade för och vara med och tävla om ett klimatpris. Kontaktinformation till berörd part fanns i anslutning till uppmaningen, då i form av ett webbformulär (Bilaga 4.3).

Katrineholms kommun

På Katrineholm kommuns hemsida har sektionen som heter *Miljö & Klimat* har ansetts utgöra hållbarhetssektionen på hemsidan. Antalet uppmaningar uppgick till sex. En uppmaning till respons återfanns och resterande uppmaningar var av informativ karaktär. De uppmaningar som var av informativ karaktär utgjordes av information som var direkt riktad till invånare om vad de kan göra för att leva ett mer hållbart liv. Uppmaningarna kunde beröra ämnen såsom hur man eldar på ett korrekt sätt, skötsel av hästgödsel, cirkulär ekonomi och energieffektivisering. Uppmaningen till respons var en uppmaning till invånare att ge kommunen feedback på arbetet kring HBTQI-frågor. I löpande text uppmanades invånaren att kontakta kommunen eller kommunstrateg, vars namn inte framgick. Kontaktuppgifterna till kommunen fanns att tillgå längst ned på sidan, då i form av uppgifter som följer av hemsidans design (Bilaga 4.4).

4.2 Intervjuer

Kommun	Hållbarhetskommunikation	Respondent	Tid
Västervik	Hållbarhetsbokslut 2019,	Gun Lindberg, Hållbarhetsstrateg	15 min
	Sektion på hemsida	Johan Jensen, Kommunikationsstrateg	60 min
Kalmar	Integrerad i ÅR 2020, Miljöbokslut 2020, Sektion på hemsida	Karin Löfström, Strateg för ekologisk hållbarhet	15 min
Lidköping	Integrerad i ÅR 2019, Sektion på hemsida	Yvonne Träff, Miljöstrateg	35 min
Katrineholm	Integrerad i ÅR 2020, Sektion på hemsidan	Josefin Lundin, Kommunikatör - samhällsbyggnadsförval tningen	35 min
		Josefine Karlsson, Kommunikatör - socialförvaltningen och teknikförvaltningen	

Tabell 2. Information intervjuer

Av samtliga fyra deltagande kommuner har Västervik och Kalmar fristående rapport. Västervik i form av hållbarhetsbokslut och Kalmar i form av miljöbokslut. Hållbarhetsstrateger i dessa kommuner svarade på frågor gällande den fristående rapporten och hänvisade sedan vidare till kommunens kommunikationsavdelning för frågor kring hemsidan. I Västervik fick vi möjlighet att även genomföra intervju med en respondent från kommunikationsavdelningen. Kalmar som upprättade miljöbokslut upprättade även hållbarhetsredovisning som var integrerad i årsredovisningen. Kontakten med Kalmar kommun resulterade dock endast i en respondent innehållsansvarig för miljöbokslutet varför kommunikation i denna kanal främst kom att diskuteras.

Av de två kommuner som inte upprättar fristående rapport redovisar både Lidköping och Katrineholm hållbarhetsarbetet integrerat i årsredovisningen och via sektion på hemsidan. Med Katrineholm skedde kontakten initialt med hållbarhetsstrateg som sedan hänvisade vidare till kommunens kommunikatörer. I Lidköping intervjuades en hållbarhetsstrateg som även var insatt i kommunikationen gällande hållbarhet på hemsidan.

Totalt intervjuades sex respondenter från de fyra kommunerna, se *Tabell 2. Information intervjuer*.

4.2.1 Hållbarhetsredovisning- fristående rapport

Kommunikationsideal

Västerviks kommun

Under intervjun med Gun Lindberg som är hållbarhetsstrateg i Västervik kommun, konstaterades relativt snabbt att hållbarhetsbokslutet är framtaget för politiken och inte för allmänheten. Lindberg instämmer i att hållbarhetsbokslutet kan vara intressant även för invånare då den visar vad kommunen arbetar med och vad invånare kan ta del av varför den också finns tillgänglig på hemsidan för de invånare som är intresserade. Hållbarhetsbokslutet används inte som en informations- eller kommunikationskanal till invånare annat än att den innehåller information som invånare kan ta del av uppger Lindberg. Vidare understryker hon att informationen i hållbarhetsbokslutet endast är fakta och inte innehåller information om vad man själv kan göra för att bidra.

Kalmar kommun

Karin Löfström, strateg för ekologisk hållbarhet i Kalmar kommun berättar att nuvarande miljöbokslut utvecklats från att tidigare ha haft ett större fokus på hur kommunen ligger till i förhållande till uppsatta mål till ett större fokus på att kommunicera vad kommunen gör för miljön och vad som hänt sedan föregående bokslut. Vidare förklarar Löfström att miljöbokslutet är en populärversion av årsredovisningen där kommunen har möjlighet att fördjupa sig i miljöfrågorna. Miljöbokslutet är riktat mycket till allmänheten och den gör det möjligt att på ett enkelt sätt visa vad Kalmar kommun gör för miljön vilket även uppskattas av många kommunalpolitiker som har vanliga jobb vid sidan om.

Strategisk kommunikationsuppgift

Västerviks kommun

På frågan om det finns någon tanke om att hållbarhetsbokslutet kan användas för att inspirera kommuninvånare att delta i hållbarhetsarbetet svarar Lindberg att det inte är det som är ambitionen. Hon berättar att utöver att hållbarhetsbokslutet finns tillgängligt på hemsidan sprids information om den genom andra kanaler såsom kommunfullmäktige, tidningarna och liknande:

“...det är ju inte så att vi skickar ut det till kommuninvånarna, utan vi kan hänvisa till den sidan och det är många som frågar: “hur jobbar ni med de här frågorna i Västervik” och då skickar man bara en länk till den sidan.”

Kalmar kommun

På frågan om det finns någon tanke om att miljöbokslutet ska engagera mottagaren att vara delaktig i kommunens hållbarhetsarbete svarar Löfström att det inte är det som är tanken eller syftet med miljöbokslutet, utan att det bara är en bonus om det sker. Vad gäller vikten av att få med sig olika intressentgrupper i hållbarhetsarbetet för att nå målsättningar lyfter Löfström att det naturligtvis är viktigt men att det sker mer på specifik nivå:

“till exempel vårt vattenarbete, då är vi helt beroende av att markägare är med till exempel, och ja naturligtvis när man pratar om framtiden så är ju vår utbildning det viktigaste, att vi får med elever osv - men det blir mer i specifika frågor, så om du menar i miljöbokslutet som helhet så nej - där är vi inte så intresserade av feedback mer än att man förstår den och att den är lätt att ta till sig - utan det blir mer i sakfrågor”

Invånare och dess roll

Västerviks kommun

På frågor kopplade till hur invånare påverkar och förhåller sig till kommunens hållbarhetsbokslut berättar Lindberg att invånare inte har möjlighet att påverka innehållet. Som hållbarhetsstrateg samordnar hon ett hållbarhetsnätverk internt i kommunen med representanter från samtliga förvaltningar och kommunala bolag vilka sedan är med och tar fram materialet till hållbarhetsbokslutet. Statistiska uppgifter sammanställs från olika källor såsom Kolada, SCB och så vidare, vilka sedan presenteras utifrån indelningen av Agenda 2030-målen för att det ska vara systematiskt och lika under alla år. Invånare har

inte möjlighet att påverka innehållet i hållbarhetsbokslutet eftersom det är kommunkoncernens hållbarhetsredovisning till politiken vilken sedan ligger till grund för nya politiska beslut.

Kalmar kommun

På frågor kopplade till hur invånare påverkar och förhåller sig till kommunens miljöbokslut berättar Löfström att det är väldigt sällan invånare efterfrågar något specifikt innehåll i miljöbokslutet. Invånare engageras i kommunens hållbarhetsarbete genom olika projekt men kommunen är inte så intresserad av invånares feedback när det kommer till miljöbokslutet som helhet:

“...det blir alltid en politisk diskussion varje gång vi lägger fram den politiskt. Naturligtvis, de som är i opposition tycker ju att någonting borde ändras, men reellt eller vad man ska säga - när det inte kommer som politiskt slagträ så skulle jag säga att det inte är så mycket reella ändringsförslag som vi får. “

Arbete med att engagera sker oftast i projektform och för att nå specifika grupper använder sig kommunen för det mesta av andra kanaler än redovisningen. Löfström lyfter bland annat projektet *på egna ben* som går ut på att skolelever ska ta cykeln till skolan i stället för att åka bil och bildandet av vattenråd där markägare och företagare samarbetar:

“...då blir det ju att vi är ute på skolorna och så pratar vi med föräldragrupper och sådär... på vatten har vi ju bildat vattenråd där det är markägare och företagare i ett avrinningsområde, alltså längs med en å till exempel, vill vi få, vad ska man säga - reellt engagemang så är det mer knacka dörr än att gå ut via hemsidor eller publikationer och så. “

4.2.2 Hållbarhetssektion på hemsidan

Kommunikationsideal

Västerviks kommun

Under intervjun med Johan Jensen som är kommunikationsstrateg för Västervik kommun, förklarar han att Västerviks kommuns officiella kommunikationskanaler utgörs av hemsidan och Facebooksidan för vilka de har olika strategier. Ett stort område är också att hantera press och massmedia. Det största krutet har de senaste åren lagts på Facebooksidan

just med att föra dialoger med medborgarna eftersom de vill möta medborgarna i sina egna flöden.

Jensen berättar att Västerviks kommun länge haft ett internt fokus men att kommunikationsavdelningen har som uppgift att prata mer med sina externa målgrupper. Jensen förklarar att Västerviks kommun med hjälp av tvåvägskommunikation vill bygga en relation med medborgarna för att det ska fungera bättre i verksamheternas arbete. Det fanns tidigare en uppfattning om att kommunen bara skulle informera medborgarna men Jensen menar att det riskerar att skapa en hård mur mellan medborgare och kommunen och säger:

“Om det inte finns någon dialog eller att medborgarna upplever att ingen lyssnar så förstärker man känslan av distans. Det blir väldigt svårt att bygga relation och förtroende då. Med dialog/tvåvägskommunikation kan man bryta upp det gamla och byråkratiska för att istället jobba mer modernt och serviceinriktat. Men det tar tid att förändra en stor organisation.”

Lidköpings kommun

Yvonne Träff, Lidköping kommuns miljöstrateg uppgav att kommunens hemsida var under omarbetning och skulle komma att genomgå fler större förändringar i närtid. Träff berättar att kommunen håller på att bygga upp en ny sektion av hemsidan utifrån Agenda 2030 och det hållbarhetsprogram som är ute på remiss. Det pågående arbetet med hemsidan har även inneburit att viss information som tidigare funnits tillgänglig försvunnit. Exempelvis försvann miljöplanen tillfälligt från hemsidan, ett dokument som Träff lyfter som stommen för hela miljöarbetet. Hon nämner att invånare generellt inte är intresserade av dessa typer av dokument men att det är viktigt att sådana dokument finns tillgängliga för den som är intresserad. Hon såg därför till att miljöplanen lades upp på hemsidan igen redan samma dag.

Träff berättar att de generellt ska arbeta för att bli bättre på att redovisa allt kommunen faktiskt gör och att redovisa det på ett pedagogiskt sätt på den nya hemsidan. Redovisning om hur det går för kommunen vad gäller arbete med hållbar utveckling anser hon att invånare har rätt till varför sådan mer sammanfattande och redovisande information ska tas fram för hemsidan. Samtidigt behöver även detaljerade dokument såsom miljöplanen och liknande finnas på hemsidan för de invånare som är intresserade av den typen av

information. Träff poängterar att kommunen gör så mycket mer för hållbarhet än vad som i nuläget förmedlas ut till invånare, från att tidigare ha redovisat mycket resultat av arbetet ska den nya hemsidan därför innehålla fler projektbeskrivningar som tydliggör detta arbete. Vidare bekräftades under intervjun att Lidköping kommun inte upprättar någon fristående rapport utan istället redogör för sitt arbete med sociala och miljömässiga dimensioner via andra kanaler såsom miljöbarometern.

Katrineholms kommun

Under intervjun med Josefine Karlsson, kommunikatör för samhällsbyggnadsförvaltningen och Josefin Lundin, kommunikatör för socialförvaltningen och teknikförvaltningen i Katrineholms kommun framkom följande vad gäller kommunikationsideal. Karlsson berättar att de nyligen börjat tydliggöra kommunens arbete med hållbar utveckling och Agenda 2030 för att det önskats så från politiskt håll. Den ökade kommunikeringen sker genom att dels informera om det på hemsidan, som är kommunens primära digitala kanal, dels genom att kommunicera via sociala medier. Lundin tillägger att de i inläggen på de sociala medierna ofta hänvisar till informationen på hemsidan som utgör basen i kommunikationen. Det är lättare att engagera, interagera och föra en dialog med invånare via sociala medier jämfört med hemsidan som fungerar som någon slags envägskommunikation, menar Karlsson. Lundin lyfter att när sociala medier används för att engagera invånare i olika insatser är det lättare för kommunen att uppmärksamma och sprida initiativ från invånare. På frågan om det finns någon funktion på hemsidan som invånare kan höra av sig genom om de har synpunkter på hemsidans innehåll, upplägg eller någon annan åsikt som rör hållbarhet svarar de båda kommunikatörerna att det inte finns i anslutning till någon specifik sida utan att sådan dialog i så fall sker genom e-tjänstportalen.

Karlsson berättar senare under intervjun att de även är med och arbetar fram kommunens första hållbarhetsrapport som kommer att vara riktad till kommunens invånare och politiker. Vid tidpunkten för vår studies datainsamling är hållbarhetsrapporten dock ännu inte publicerad.

Strategisk kommunikationsuppgift

Västerviks kommun

Jensen berättar att det finns mycket information publicerad på Västervik kommuns hemsida och den utgör basen för en stor del av kommunens kommunikation. Det är dock inte genom

hemsidan som de når ut till medborgarna. I stället ska informationen kunna hittas vid aktiv sökning. För att aktivt nå ut till medborgarna måste medborgarna mötas i kanalerna de befinner sig i menar Jensen:

“Det är ingen som sitter och surfar på kommunens hemsida en fredagseftermiddag direkt, utan man är i sina flöden. “

Jensen berättar att informationen på kommunens hemsida inriktar sig på att informera om vad som gäller och vilka beslut som kommunen fattat. När det gäller att uppmana folk att agera på olika sätt så används i stället annonsering och sociala medier.

Samtliga kommunens inlägg på Facebook har som syfte att skapa engagemang och det länkas ofta till specifika sidor på hemsidan för att invånare ska kunna läsa mer, berättar Jensen. Vad gäller användandet av uppmaningar i hållbarhetssektionen på hemsidan lyfter Jensen att kommunen är väldigt bra på miljöarbete men att de är sämre på att kommunicera ut arbetet till invånare vilket han menar beror på flera faktorer men att den främsta anledningen är att kommuniceringen av hållbarhetsarbetet inte är prioriterat av kommunens tjänstemän som arbetar med frågorna. Politiken har inte heller drivit frågorna något vidare, menar Jensen. Det är även något han menar kan ha en inverkan på mängden kommunikation och förekomsten av uppmaningar på hållbarhetssektionen på hemsidan.

Lidköpings kommun

Vad gäller den kommande hemsidan uppger Träff att den kommer att innehålla ett område tillägnat hållbarhet där information kan samlas vilket kan underlätta för kommuninvånare. Som exempel lyfts att kommuninvånare inte ska behöva leta sig fram till “vatten och avlopp” för att upptäcka att det investeras i ett nytt reningsverk, även om det såklart är något som kommunen även kommunicerar i andra kanaler. Hon lyfter även att invånare inte bryr sig om vad kommunen har för indelning i olika förvaltningar utan att hemsidan får länkas så att information finns tillgänglig på flera ställen. Träff lyfter att transparens i en kommun är viktigt eftersom de finansieras med skattemedel.

På frågor om de uppmaningar som finns på hållbarhetssektionen på kommunens hemsida vid tidpunkten för studien berättar Träff att de som identifierats är något av en kvarleva från hemsidans tidigare upplägg:

“...vi hade en period där vi gjorde såhär: om alla lidköpingsbor gjorde det här då skulle vi vinna så här mycket, ni vet typ om alla lidköpingsbor återvann sina kapsyler så skulle vi få 500 nya bilar - sånt där, sådana mått hade vi under en period och det kan hända att de ligger kvar där men vi har väl lite grann lämnat det”

Vidare berättar Träff att hur kommunen kan åstadkomma förändring med kommunikation är något som de ständigt funderar på. Hon lyfter också att samtidigt som kommunen anstränger sig mycket för att åstadkomma förändring genom mångmiljonprojekt och kommunikation kan staten åstadkomma samma förändring omedelbart genom att skruva lite på sina styrmedel.

På frågan om den nya hemsidan kommer att innehålla uppmaningar till delaktighet berättar Träff att de länge har kommunicerat i termer av *“du är viktig, det spelar roll vad du gör”*, dock menar hon att det viktigaste är att visa det genom konkret handling. Hon är exempelvis del av projekt där kommunala bolag och förvaltningar, akademien och företag samarbetar och hon lyfter att projekt och den typen av arbete är det som gör den stora skillnaden:

“Vi måste skapa en dialog och en samverkan, det är ju det agenda 2030 bygger mycket på att verkligen ha ett medskapande så vi måste hitta nya arbetsformer där.”

Katrineholms kommun

Lundin berättar att när kommunen informerar om ett projekt informerar de även om vilka globala mål de är med och bidrar till. På frågan om det upplägget har med engagemang att göra svarar Karlsson att det mer handlar om att det i dagens samhälle är högre krav på organisationer, företag och kommuner när det kommer till att vara tydliga med sitt hållbarhetsarbete vilket gör att kommunikatörens roll i mångt och mycket blir att hjälpa till med att synliggöra kommunens hållbarhetsarbete. Hon understryker att kommunen tidigare arbetat med hållbarhet men att det först är på senare tid som arbetet kommit att synliggöras vilket hon menar Agenda 2030 underlättat.

Lundin menar att uppmaningar till engagemang för att delta i kommunens hållbarhetsarbete mot målen i Agenda 2030 snarare sker genom sociala medier än via hållbarhetssektionen på hemsidan. Lundin instämmer med Karlssons uttalande om att det är lättare att engagera, interagera och föra en dialog med invånare via sociala medier än via hållbarhetssektionen på hemsidan.

Vad gäller den kommande hållbarhetsrapporten nämner Karlsson att rapporten kommer att belysa kommunens utmaningar i hållbarhetsarbetet eftersom det är något som framkommit i dialoger som förts med specifika grupper i samhället.

Invånare och dess roll

Västerviks kommun

På frågan om invånare kontaktar kommunen via hemsidan eller om det är Facebooksidan som den huvudsakliga kontakten sker genom svarar Jensen att merparten av kontakten sker via Facebook men att fler kontaktvägar finns in till kommunen. Officiellt har hemsidan fortfarande en viktig roll och Västerviks kommun har relativt nyligen lanserat en e-tjänst för medborgarförslag. Jensen berättar att kommunikationsenheten under Coronapandemin inte haft resurser att jobba så mycket med hållbarhetskommunikation som de velat men att de hoppas att det ska få ett nytt uppsving längre fram.

På frågan om kommunen vill att invånare hör av sig via hemsidan med åsikter och idéer svarar Jensen att det är välkommet och nämner att de haft olika kampanjer på hemsidan i syfte att få en dialog med medborgarna inför vissa beslut. Ett exempel som Jensen lyfter är den pågående kommunikation kring en ny energi- och klimatstrategi som ska upp i kommunfullmäktige under sommaren (belägen utanför hållbarhetssektionen). Den har föregåtts genom olika dialoger och medborgarna har kunnat ta del av förslaget och haft möjlighet att komma med synpunkter innan politikerna ska fatta beslut. Medborgarnas synpunkter tas då med i beslutsunderlaget. När beslutet sedan är fattat är det kommunikationsavdelningens uppgift att informera om beslutet. Jensen förtydligar den typ av dialog kommunen önskar att ha när det kommer till dialog inför vissa planer och beslut:

“Är man intresserad så ska det vara tillgängligt och enkelt att kunna ta till sig och vara med och tycka till. Men det är inte det steget att vi går ut till medborgare och involverar dem i processen, “vad tycker du är viktigt att tänka på?” Förstår ni? Så det är någon slags mellanväg här mellan att bjuda in och ha en dialog till att bara tala om att “nu gör vi det här”. Man tänker att medborgarna behöver känna till att det finns en energi och klimatstrategi som kommunen jobbar efter, som ses över och som det finns möjlighet att tycka till om.”

Kalmar kommun

På frågan om invånare kontaktar kommunen genom hemsidan berättar Lofström att invånare som önskar att ha en dialog med kommunen hör av sig direkt till berörd person via e-mail som finns på hemsidan. Hon berättar vidare att funktionen som finns på hemsidan för besökare att kommentera sidan mest blivit använd av personer som ifrågasätter själva faktaunderlaget till klimatfrågan. Hon konstaterar att det inte är genom den funktionen som kommunen mottar den mest konstruktiva kritiken.

Vidare berättar Lofström att det är mindre trafik på sidor på hemsidan som berör hållbarhet exempelvis *Hållbar livsstil* än vad det är på de sidor som berör information om olika tillstånd, förbud och regler eller liknande. Hon förklarar att det inte är på kommunens hemsida som en invånare letar sig in för att få tips på hur denne kan leva mer hållbart, utan att sådana sidor fångar de som redan har ett intresse för hållbarhet.

Lidköpings kommun

Träff berättar att arbete med att engagera invånarna för att nå uppsatta mål är någonting som kommunen ägnar mycket tid åt, men lyfter också att det är en av de svåraste frågorna då det är svårt att få till en beteendeförändring genom att informera:

“Det är så otroligt komplext och det krävs så otroligt mycket från att man informerar om något till att man får till en beteendeförändring”.

Som exempel lyfter hon att kommunen istället för att endast fokusera på den egna bilflotta på 270 bilar också behöver prata om de 30 000 bilar som rullar på kommunens gator. Kommunen har en kollektivtrafik som går på el och fina cykelvägar men det är få som nyttjar kollektivtrafiken och fortfarande en stor utmaning att få det korta resandet att övergå från bil till cykel. Kommunen arbetar på många olika sätt för att förändra dessa beteenden varav några är tidigare anordnade cykeltävlingar och ett kommande försök att använda så kallad *nudging*. Att just använda redovisningen för att förändra beteenden är hon dock kluven till och menar att de skulle kunna kommunicera mål, men det inte är det som får invånarna att ändra beteende.

Utifrån Träffs egen erfarenhet av hur svårt det är att förändra individers beteenden genom att informera lyfter Träff också att det ibland krävs att man börjar i andra ändan:

“...att man vänder på det, vi gör nånting och sen så får man jobba för att förändra attityden i efterhand och sen så kanske man kan få fler med sig som ändrar beteendet då, men vi kommer ju fortsatt naturligtvis att jobba med kommunikation, så att jag är inte emot det haha”.

Katrineholms kommun

På frågor gällande den uppmaning i hållbarhetssektionen på Katrineholm kommuns hemsida där invånare uppmanas att kontakta kommunen för att ge feedback på arbetet kring HBTQI-frågor svarar Lundin att syftet med uppmaningen är att inkludera och öppna upp för en annan dialog för att ständigt kunna bli bättre.

Karlsson berättar att i rollen som kommunikatörer ser de den största delen av dialogen och engagemanget via kommunens sociala medier och Lundin tillägger att de även får indikationer från service och teknikförvaltningens växelenhet när specifika kommunikationsinsatser behövs. Det kan röra sig om när många invånare hör av sig till växeln och eftersöker information om exempelvis kajor, eller annan information som de inte lyckats hitta på hemsidan. På så vis kan invånare vara med och påverka utformningen på hemsidan. Lundin berättar vidare att kommunikationen för många år sedan i kommunen endast utgjordes av envägskommunikation både på hemsidan och i sociala medier men att kommunen har ändrat sitt arbetssätt och att det inte längre är så.

På frågan om den kommande hållbarhetsrapporten kommer att innehålla uppmaningar till engagemang svarar Karlsson att det inte är omöjligt, Lundin tillägger:

“...de frågor vi redan jobbar med idag, att uppmana och engagera det är ju det här med nedskräpningen och det är ju en utmaning som vi säkert kommer fortsatt ha- att folk skräpar ner. Så där behöver vi ju engagera invånarna och sen har vi ju en utmaning när det gäller social hållbarhet men också folkhälsa, och där tänker jag att stillasittandet ökar och att invånarna behöver äta bättre, det är ju också en utmaning som kommunen inte klarar på egen hand. Det spelar ingen roll hur fina vandringsleder eller hur fina idrottsplatser vi har om det inte är nån som är där och använder dem - och vill använda dem...”

4.2.3 Sammanfattning empiri

Dokumentstudier

På samtliga deltagande kommuners hållbarhetssektion återfanns uppmaningar som i huvudsak utgjordes av uppmaningar i form av information. Endast en av uppmaningarna för respektive kommun utgjordes av uppmaning som var av annan typ än information. För Västervik, Kalmar och Lidköpings kommun bestod den av uppmaning till dialog där kontaktinformation till berörd part eller instans fanns i anslutning till uppmaningen i form av olika typer av kontaktfunktioner. För Katrineholms kommun bestod den av uppmaning till feedback och kontaktuppgifter till kommunen fanns längst ner på sidan (Bilaga 4.).

Intervjuer - hållbarhetsredovisning

Inga uppmaningar till invånare att engagera sig i kommunens hållbarhetsarbete finns i de fristående rapporterna och kommunikationen i dem utgörs av envägskommunikation. Syftet med kommunikationen i rapporterna är att redovisa kommunernas miljö- eller hållbarhetsarbete, inte att engagera invånare till delaktighet i kommunens hållbarhetsarbete. Rapporterna är framtagna till följd av politiska beslut och syftet med dem är främst att informationen i dem ska kunna ligga till grund för framtida politiska beslut. I Västervik är rapporten framtagen för politiken och i Kalmar är rapporten framtagen för allmänheten. Rapporterna i båda kommuner finns tillgängliga för allmänheten men respondenterna uppger att intresset för rapporterna eller hållbarhetsarbetet överlag inte är så stort från gemene man även om det händer att intresserade invånare hör av sig för att begära mer information om hållbarhetsarbetet.

Intervjuer - hållbarhetssektion på hemsida

Samtliga kommuner uppger att hemsidan är basen i kommunens hållbarhetskommunikation. De uppger vidare att hemsidan jämfört med andra kommunikationskanaler såsom kommunens officiella Facebook-sida utgör mer av en envägskommunikation även om möjlighet för interaktion mellan kommun och invånare finns på hemsidan. Hållbarhetssektionen på hemsidan är mest till för att informera om kommunens hållbarhetsarbete och kommunen arbetar för att skapa engagemang i andra kanaler. Kommunerna försöker möta invånare i sociala medier och nyhetsflöden eftersom invånare inte är inne på kommunens hemsida samt att de som besöker hållbarhetssidorna i regel redan är intresserade. Slutligen mottar kommunerna sällan feedback eller åsikter via hemsidan och samtliga respondenter belyser svårigheten med att engagera invånare för att åstadkomma beteendeförändringar.

5. Analys

I denna del av uppsatsen förs en analys av hur kommunerna engagerar invånare i hållbarhetsarbetet genom fristående rapport samt genom hållbarhetssektion på hemsida. Den samlade empirin från dokumentstudierna och intervjuerna ligger till grund för analysen som tar avstamp i studiens referensram och den tidigare forskning som innefattas av den.

5.1 Kommunikationsideal

Hållbarhetsredovisning

Vad gäller kommunernas hållbarhetsredovisning återfanns inga uppmaningar, varken i den integrerade hållbarhetsredovisningen i årsredovisningen eller i de fristående rapporterna. För Kalmar- och Västervik kommun som upprättar fristående rapport hade vi möjlighet att intervjua ansvarig strateg vilket gjorde att vi fick en tydligare bild av hur hållbarhetsredovisningen används för att engagera invånare i hållbarhetsarbetet.

Av intervjuerna framgick det tydligt att de fristående rapporterna utgörs av envägskommunikation och att syftet med kommunikationen i dem inte är att engagera. Gemensamt meningsskapande i form av uppmaningar till invånare att engagera sig i kommunens hållbarhetsarbete genom någon fortsatt dialog gick inte heller att finna. Sett genom vår analysmodell är hållbarhetsredovisningen snarare en kanal för meningsgivande, där kommunkoncernen informerar om vad de arbetar med för de invånare som eventuellt är intresserade. Skillnaden däri ligger i att den meningsgivande processen syftar till att förmedla meningen med de aktiviteter organisationen utför i syfte att påverka mottagarens förståelse och meningsskapande, medans meningsskapande handlar om att skapa eller förhandla fram mening kring någon gemensam aktivitet (Gioia & Chittipeddi, 1991; Morsing & Schultz, 2006). Att redovisningen i kommunerna inte används för gemensamt meningsskapande framgår kanske bäst av respondenternas svar på om kanalen avses eller skulle kunna användas för att engagera invånare, varpå båda respondenter uppger att det inte är det som är ambitionen eller tanken. Löfström, Kalmar kommun förtydligar att *“det bara är en bonus om det sker”*.

Hållbarhetssektion på hemsida

Resultatet från dokumentstudierna visar att de undersökta kommunernas hållbarhetssektioner på hemsidorna innehåller uppmaningar riktade till invånare i syfte att engagera dem i hållbarhetsarbetet. Vidare visar dokumentstudierna att när sådana uppmaningar används handlar det i huvudsak om uppmaningar i form av information snarare än uppmaningar till respons -eller dialog. Inslag av uppmaningar av de senare typerna återfanns på samtliga kommuners hållbarhetssektion vilket visar att kanalen i viss mån används för gemensamt meningsskapande. I samband med uppmaningarna till tvåvägskommunikation fanns för samtliga kommuner även kontaktuppgifter till berörd part eller instans (Bilaga 4.). Det är något vi menar styrker att kommunerna önskar vidare dialog i de frågorna. De uppmaningar till respons och dialog som återfanns tyder vidare på att kanalen i viss mån används för mer än endast meningsgivande. Tidigare studier lyfter av att invånare behöver få information om hur de kan bidra för att de ska kunna delta i arbete för hållbar utveckling (Häikiö, 2012). Dokumentstudierna visar att samtliga kommuner använder olika typer av uppmaningar på hållbarhetssektionerna, uppmaningar riktade till invånare om hur de kan bidra - på egen hand eller genom att engagera sig genom feedback eller dialog med kommunen.

Under intervjuerna framkom att kommunikationen på hållbarhetssektionen främst utgörs av envägskommunikation och respondenterna uppgav att även om möjligheten för tvåvägskommunikation finns på hållbarhetssektionen underlättar sociala medier tvåvägskommunikation än mer. Det återspeglas i dokumentstudierna då majoriteten av de uppmaningar som noterats är uppmaningar i form av information och endast enstaka uppmaningar i varje kommun bestod av uppmaning till respons eller dialog. I motsats till Bonsón et al. (2012) studie vari det noterades att europeiska kommuners närvaro på sociala medier var låg, tyder vår studie snarare på att kommunikation med invånare i sociala medier är någonting som prioriteras och används av kommunerna. Denna slutsats bygger i vår studie dock på vad som framgån av intervjuer, närvaro på sociala medier har inte bekräftats eller undersökts vidare då det faller utanför ramen av vår studie.

5.2 Strategisk kommunikationsuppgift

Hållbarhetsredovisning

Kopplat till strategisk kommunikationsuppgift innehåller rapporterna information om kommunernas hållbarhetsarbete vilket finns fritt tillgängligt för kommunens invånare att ta del av. Detta i sig möjliggör för invånare att stödja eller motsätta sig arbetet men kanalen används inte för att efterfråga feedback eller för att bjuda in till samarbete och dialog. Att be intressenter om feedback och kritik på hållbarhetsredovisningen är ett möjligt sätt att engagera intressenter i hållbarhetsarbetet (Isenmann & Kim, 2006). Under intervjuerna framgick att kommunerna inte eftersträvar att upprätta feedback eller dialog kring rapporterna med invånare och att allmänheten inte heller är speciellt intresserade av dem. Intressentgruppen invånare engageras alltså inte på detta sätt i de undersökta kommunerna. Invånares bristande intresse av redovisningen överensstämmer med vad som tidigare lyfts i forskningen om svårigheten kring att uppbåda intresse hos intressenter för hållbarhetsredovisning och dess processer (Edgley et al., 2010; Niemann & Hoppe, 2018; Thomson & Bebbington, 2005). Thomson och Bebbington (2005) menar att en hållbarhetsredovisning som endast presenterar fakta, utan att ha intressenternas vilja att läsa och förmåga att förstå innehållet i åtanke, inte är tillräckligt om syftet är att skapa förändring. I Kalmar och Västervik uppges *syftet* med hållbarhetsredovisningen dock inte heller vara att skapa förändring hos eller med invånare och den används inte för att engagera. Det arbetet menar respondenterna i stället görs bäst genom andra kanaler såsom projekt i skolor eller med utvalda målgrupper.

När organisationer på olika, men strukturerade sätt, konsulterar intressenter och genom dialog engagerar dem i frågor som rör organisationens hållbarhetsarbete benämns det som tidigare nämnt som *intressentengagemang* (Thomson & Bebbington, 2005). Vad som framgår av vår studie är att kommunernas hållbarhetsredovisning inte används för att engagera intressentgruppen invånare i kommunens hållbarhetsarbete. Kanalen används således inte för att skapa invånarengagemang.

Hållbarhetssektion på hemsida

Thomson och Bebbington (2005) lyfter särskilt att intressentens möjlighet att engagera sig i organisationens frågor förutsätter att denne tillåts delta, och således bjuds in av

organisationen. Att uppmaningar återfanns på hållbarhetssektionen menar vi kan ses som ett uttryck för att kanalen används för att bjuda in invånare att delta i kommunens hållbarhetsarbete. Det kan jämföras med studien utförd av Meschede (2019) där det på ett liknande sätt undersöktes om tyska kommuner informerar invånare om målen i Agenda 2030 och hur de bjuder in sina invånare att delta i det arbetet.

Utöver att intressenter bjuds in (Thomson & Bebbington, 2005), lyfter studier kring invånardeltagande vikten av att invånare informeras om hur de kan bidra för att de ska vara möjligt för dem att delta (Häikiö, 2012). I vår studie har uppmaningarna alla varit sådana som informerar invånare om hur de kan bidra till kommunens hållbara utveckling. Vår studie visar att samtliga kommuners uppmaningar till största delen bestod av uppmaningar i form av information om hur invånare på egen hand kan vara med och bidra till en hållbar utveckling. Kommunerna uppmanar om sådant som invånare behöver förändra i sin egen vardag, som kommunen inte kan, eller har svårt att genomföra utan invånarnas deltagande. Exempel på sådana saker är att förmå invånarna att minska sitt bilåkande, vara sparsamma med vatten eller matvaror och att investera i solenergi på den egna byggnaden. Utöver att kommunen med uppmaningarna bjuder in invånarna menar vi att uppmaningarna även ger en indikation på storleken av ansvaret som kommunen tilldelar invånarna eftersom de visar på vilket sätt kommunen vill att invånarna ska vara med och bidra. Häikiö (2012) lyfter att storleken på ansvaret som tilldelas invånare bestäms av de lokala myndigheterna, och vi kan se att kommunerna genom hållbarhetssektionen främst tilldelat invånare ansvar för sina egna handlingar snarare är att vara med i dialog och utveckla kommunens hållbarhetsarbete.

Meschede (2019) uppmärksammade i sin studie att hälften av de 15 undersökta kommunerna använde hemsidan för att understryka vikten av invånarnas delaktighet. Då i form av att kommunerna kunde informera om att målen inte kunde nås utan invånarnas delaktighet men också att kommunerna kunde bjuda in invånarna till olika projekt. Vi har sett att kommunerna med framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetssektionen för att förmå invånare att bidra till kommunens hållbara utveckling. Däremot har endast en uppmaning till dialog där invånare bjuds in till att medverka i projekt noterats.

I samband med uppmaningar till respons och dialog användes funktioner som underlättar kontakt mellan kommun och invånare. De kommuner som uppmanade till dialog hade

implementerade kontaktfunktioner i form av webb-formulär, maila-till funktioner eller länk till berörd instans. Den kommun som i stället uppmanade till respons hade kontaktuppgifter till kommunen, beläget längst ned på sidan vilket följer av hemsidans layout. Kontaktfunktioner på hemsidor möjliggör och underlättar dialog och insamling av feedback (Lodhia, 2010). Möjligheten eller fördelarna av att använda sig av sådana implementerade funktioner i anslutning till uppmaningar eller hållbarhetssektionen var inte något som uttryckligen diskuterades under intervjuerna. Vid genomförandet av dokumentstudien upplevde vi dock att de implementerade funktionerna skulle underlätta kontakt till kommunen, och att det skulle vara ett längre steg att ta vid uppmaning till kontakt utan funktion. Värt att notera är dock att vår studie inte undersökt invånarnas upplevelse av kontakt med kommunen.

E-deltagande möjliggör invånardeltagande online men tidigare studier har även visat att det kan användas för att uppmuntra och motivera invånare att engagera sig och samverka med andra offline (Tai et al., 2020). Endast Västervik kommun utnyttjar hållbarhetssektionen för att uppmuntra till invånardeltagande offline i den mer samverkande bemärkelsen som Tai et al. (2020) studerat. Detta då uppmaningen till dialog som noterades på Västerviks hemsida syftar till att engagera invånare i vattenråd tillsammans med andra. Samtidigt kommunicerar samtliga kommuner genom sina uppmaningar att invånare kan ta ansvar för sin egen påverkan på den hållbara utveckling och Royo et al. (2012) menar att även arbete med att informera, utbilda och bemyndiga invånare är viktigt.

Nästan uteslutande bestod uppmaningarna på de undersökta kommunernas hållbarhetssektioner av uppmaningar i form av information. Vår studie ansluter sig därför till Royo et al. (2014) och Hetze et al. (2019) som sett att hållbarhetskommunikation på kommuner respektive företag hemsidor i första hand handlar om att informera invånare respektive intressenter, snarare än att inhämta deras åsikter och föra dialog om hållbarhet. Antalet uppmaningar skilde sig åt mellan kommunerna där Kalmar och Lidköping hade flest uppmaningar och Katrineholm och Västervik hade färre uppmaningar. Under intervjuerna uppgav kommunerna med färre uppmaningar att de i stället använde informationen från hållbarhetssektionen som en grund i arbetet med att engagera invånare genom andra kanaler, såsom sociala medier och lokaltidningen. Detta då de upplevde att invånare är lättare att engagera i sina egna flöden. Som tidigare nämnts tyder vår studie till

skillnad från Bonsón et al. (2012) på att kommuners närvaro på sociala medier används för att skapa invånarengagemang. Johan Jensen, kommunikationsstrateg på Västerviks kommun, lyfter att kommunen har en medveten strategi för kommunens sociala medier som går ut på att skapa engagemang. Josefin Lundin, kommunikatör på Katrineholms kommun, lyfter även att det genom sociala medier är lättare att uppmärksamma och sprida invånarens initiativ.

5.3 Invånare och dess roll

Hållbarhetsredovisning

Respondenten för Kalmar kommun lyfter att arbetet med att engagera invånare istället görs via andra kanaler såsom direkta projekt som involverar specifika intressentgrupper i syfte att uppnå vad hon benämner som reellt engagemang. Genomgående under intervjuerna lyfts vikten av att engagera invånarna i kommunens hållbarhetsarbete inom olika områden men också utmaningen som ligger i detta. Samtliga kommuner arbetar med att åstadkomma engagemang genom andra kanaler och anser att det krävs mer än att informera invånare. I den bemärkelsen utgör invånare en viktig roll i kommunernas hållbarhetsarbete men de upplever att svårigheten med att engagera invånare kräver att det arbetet främst görs via andra kanaler än genom redovisningen. Information om hur man som invånare kan delta i hållbarhetsarbetet, vilket tidigare forskning lyfter som en förutsättning för invånardeltagande (Häikiö, 2012), ser vi i vår studie att kommunerna föredrar att kommunicera till invånare genom andra kanaler än just hållbarhetsredovisningen.

Hållbarhetssektion på hemsida

Samtliga respondenter uppgav att de önskar dialog med sina invånare men att det är svårt att engagera invånare att delta i hållbarhetsarbetet via hemsidan. Det framgick från intervjuerna att respondenterna upplevde att invånare sällan delger kommunen vare sig feedback eller åsikter kring hållbarhet via hemsidan och att intresset överlag för hållbarhetssidorna inte är så stort. Kalmars respondents uppgav att kommentarsfunktionen på hemsidan (inte i samband med uppmaning) mer används av personer som ifrågasätter faktaunderlaget till klimatfrågan. Att intressenters extrema åsikter kan utgöra ett hinder för intressentengagemang har tidigare uppmärksammats av Edgley et al. (2010). Kommunikatörerna berättade om den dialog som förs med invånare i sociala medier och

hur invånarengagemang snarare uppmuntrades i sådana kanaler. E-deltagande som sker på initiativ av invånare genom exempelvis sociala medier (Tai et al., 2020) framstår mot bakgrund av intervjuerna som allt viktigare idag. Det är i dessa flöden invånare befinner sig och det är därför lättare att engagera, interagera och föra en dialog med invånare via sociala medier än via hållbarhetssektionen på kommunens hemsida. Invånare får där både information från kommunerna och kommun och invånare kan ha dialog kring olika frågor.

5.4 Kommunikationsstrategier Morsing och Schultz

Hållbarhetsredovisningen

Varken *uppmaningar i form av information, uppmaningar till respons* eller *uppmaningar till dialog* återfanns i kommunernas hållbarhetsredovisning. Därför kan inte heller dokumentstudien ge några indikationer för *hur* kommunerna använder hållbarhetsredovisning för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling, mer än att uppmaningar inte används för det ändamålet. Av respondenternas redogörelse för tanken bakom redovisningen och hur den används i syfte att engagera invånare är det däremot tydligt Morsing och Schultz (2006) informationsstrategi tillämpas i de fristående rapporterna. Detta eftersom kommunikationen i denna kanal utgörs av envägskommunikation, syftet med kommunikationen är meningsgivande och inte gemensamt meningsskapande, att kommunen inte eftersöker invånarnas åsikter kring rapporten och att invånare inte heller upplevs intresserade av den.

Att informationsstrategi (Morsing & Schultz, 2006) tillämpas i hållbarhetsredovisningen och dess processer innebär att organisationen inte använder sig av *intressentengagemang*. Intressentengagemang innebär att organisationer på olika, men strukturerade sätt, konsulterar intressenter och genom dialog engagerar dem i frågor som rör organisationens hållbarhetsarbete (Thomson & Bebbington, 2005) - de framgår tydligt av samtalen med respondenterna att kommunerna på många sätt engagerar sina invånare i kommunens hållbarhetsarbete i stort. Dock har vi i studien inte funnit något som tyder på att hållbarhetsredovisningen som kanal är en del av det arbetet.

Hållbarhetssektion på hemsida

Utifrån dokumentstudien kan konstateras att när kommunerna direkt uppmanar invånare att engagera sig sker det främst i form av information. Att uppmaningarna på kommunernas hållbarhetssektion nästan uteslutande bestod av *uppmaningar i form av information* indikerar vidare att kommunikationsstrategin för den kanalen är informationsstrategi. Av respondenternas redogörelse för tanken bakom hållbarhetssektionen och hur den används i syfte att engagera invånare blir det än tydligare att Morsing och Schultz (2006) informationsstrategi tillämpas. Detta eftersom respondenterna uppgav att kommunikationen i denna kanal utgörs mestadels av envägskommunikation och att den information som förmedlas i stället används som underlag för engagemang i andra kanaler. Vidare då respondenterna uppgav att kommunen i regel inte använder hållbarhetssektionen för att inhämta invånarnas åsikter kring hållbarhetsarbetet, i stället sker även det arbetet i andra kanaler. Avslutningsvis uppgav samtliga respondenter att de upplevde att invånare inte heller är intresserade av kanalen som sådan varför engagemanget skapas i andra kanaler såsom sociala medier.

5.5 Sammanfattning analys

Studien visar att undersökta kommuner med framgångsrikt miljöarbete anser att hållbarhetsredovisning inte är rätt forum för att engagera invånare i kommunens hållbarhetsarbete. Hållbarhetsredovisningen är framtagen för att informera om kommunens hållbarhetsarbete och är inte avsedd att engagera invånare. Invånare uppges inte heller vara intresserade av att läsa den. Att intressenter inte är intresserade av redovisningen är något som lyfts i tidigare forskning (Niemann & Hoppe, 2018; Thomson & Bebbington, 2005).

Vad gäller att via hållbarhetssektionen uppmana invånare att engagera sig i kommunens hållbarhetsarbete, visar vår studie att undersökta kommuner med framgångsrikt miljöarbete i huvudsak informerar invånare om hur de kan agera för att bidra till kommunens hållbara utveckling, snarare än att uppmana till respons eller vidare dialog. Vår studie ansluter sig således till tidigare forskning kring hållbarhetskommunikation på organisationers hemsidor, där det framgått att det i första hand handlar om att informera intressenter snarare än att inhämta deras åsikter (Hetze et al., 2019; Royo et al., 2014).

Lim och Greenwood (2017) menar att för att bäst engagera intressenter i organisationens hållbarhetsarbete bör kommunikationen utgöras av kommunikation som engagerar snarare än att bara informera dem. Samtidigt lyfts i tidigare forskning även vikten av att informera om hur invånare kan bidra (Royo et al., 2012; Häikiö, 2012). Av dokumentstudien framgick att samtliga kommuner, genom uppmaningar, uppmärksammar invånare om hur de kan bidra. Vilket kan jämföras med Meschedes (2019) studie där endast hälften av de undersökta tyska kommunerna underströk vikten av invånarens delaktighet.

Även om de undersökta kommunerna använder sig av olika kontaktfunktioner på hållbarhetssektionen, som enligt tidigare forskning (Herzig & Godemann, 2010; Lodhia 2010) underlättar för tvåvägskommunikation framkom under intervjuerna att kommunernas upplevda utmaning med att engagera invånare i hållbarhetsarbetet via dessa kanaler medför att det arbetet i huvudsak sker i andra kanaler. De kanalerna uppges vara främst projekt, sociala medier och annan media. Anledningen till varför kommunerna använder de kanalerna är för att de satsar på att möta invånare i de kanaler som enligt deras erfarenhet skapar störst engagemang. Under intervjuerna har det framgått att kommunikation med invånare i sociala medier är någonting som prioriteras och används. Det är något som skiljer sig från Bonsón et al. (2012) som vid tiden för deras studie uppmärksammade att europeiska kommuners närvaro på sociala medier var låg.

6. Slutsatser och diskussion

I uppsatsens avslutande del besvaras studiens problemformulering utifrån uppsatsens forskningsfrågor. Vidare redogörs för studiens samhälleliga och etiska reflektioner, studiens bidrag och förslag till vidare forskning samt kritik som kan riktas mot studien.

6.1 Slutsatser

Syftet med studien är att bidra med en ökad förståelse för hur svenska kommuner med ett framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling. Uppsatsens problemformulering besvarades genom två forskningsfrågor och således kunde syftet med studien uppfyllas.

- *Innehåller kommunikationskanalerna uppmaningar riktade till invånare i syfte att engagera dem och vilken typ av uppmaningar används?*

Vår studie visar att hållbarhetsredovisningen i dessa kommuner inte innehåller uppmaningar riktade till invånare i syfte att engagera dem i hållbarhetsarbetet. Detta gäller för hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen såväl som för fristående rapporter.

Vidare visar studien att hållbarhetssektionen på hemsidan för dessa kommuner innehåller uppmaningar riktade till invånare i syfte att engagera dem i hållbarhetsarbetet. När sådana uppmaningar används handlar det i huvudsak om uppmaningar i form av information, snarare än uppmaningar till respons- eller dialog, även om sådana enstaka inslag återfanns. Vår studie ansluter sig därmed till tidigare forskning kring hållbarhetskommunikation på organisationers hemsidor, där det framgått att det i första hand handlade om att informera intressenter snarare än att inhämta deras åsikter (Hetze et al., 2019; Royo et al., 2014).

Att samtliga kommuners uppmaningar till största delen bestod av uppmaningar i form av information innebär inte nödvändigtvis att det skulle vara sämre än att uppmana till respons eller dialog. Tidigare forskning lyfter vikten av att invånare informeras om hur de kan bidra för att det ska vara möjligt för dem att delta (Häikiö, 2012; Royo 2012). Det studien visar

är att kommunerna främst uppmanar invånare att bidra genom att be sina invånare om hjälp med sådant som invånare behöver förändra i sin egen vardag. Studien visar att kommunerna endast i enstaka fall engagerar invånare genom tvåvägskommunikation på hållbarhetssektionen, i form av att efterfråga feedback eller att be invånare delta i dialog eller projekt med kommunen. Samtliga undersökta kommuner uppmärksammar invånare på deras möjlighet att bidra till en hållbar utveckling. Uppmaning i form av information i vår studie, är en uppmaning till handling som i realiteten innebär att kommunerna uppmanar till invånardeltagande. Resultatet kan jämföras med studien av Meschede (2019) vari det konstaterades att endast hälften av de tyska kommuner som ingick i studien underströk vikten av invånarnas delaktighet för att nå målen i Agenda 2030.

- *Vilken kommunikationsstrategi för hållbarhet tillämpar kommunerna i dessa kanaler*

Respondenterna från de två kommuner som upprättar hållbarhetsredovisning i form av fristående rapport, uppgav att syftet med rapporten inte är att engagera invånare och att invånare inte heller är intresserade av rapporten, varför uppmaningar ej används. Kommunikationen i den hållbarhetsredovisningen utgörs av envägskommunikation. Kommunerna informerar via rapporterna om vad de arbetar med och informationen finns tillgänglig för de invånare som eventuellt är intresserade, syftet med kommunikationen är meningsgivande och inte gemensamt meningsskapande. Studien visar således att informationsstrategi (Morsing & Schultz, 2006) tillämpas av de undersökta kommunerna i de fristående rapporterna.

Samtliga kommuners hållbarhetssektioner innehåller uppmaningar till engagemang i form av information och enstaka uppmaningar till respons- eller dialog. Trots det framgick det av intervjuerna att Morsing och Schultz (2006) informationsstrategi tillämpas även för den kanalen. Kommunikationen utgörs mestadels av envägskommunikation och den information som förmedlas används i stället som underlag för det engagemang som skapas i andra kanaler såsom sociala medier och lokaltidningar. Kommunen använder i regel inte hållbarhetssektionen för att inhämta invånarnas åsikter kring hållbarhetsarbetet, invånare uppges inte heller vara intresserade av hållbarhetssektionen som sådan varför engagemanget skapas i andra kanaler.

- *Hur använder kommunerna kommunikationskanalerna hållbarhetsredovisning i rapportform samt sektion på hemsida för att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling?*

Studien visar att kommunernas hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida inte är de primära kommunikationskanalerna vari kommunerna engagerar sina invånare att delta i arbetet med hållbar utveckling. Den kommunikationsstrategi för hållbarhet (Morsing & Schultz, 2006) som förs i båda dessa kanaler är informationsstrategi. Hållbarhetsredovisning används inte av kommunerna i syfte att engagera kommuninvånarna i arbetet med hållbar utveckling och när kommunerna väl engagerar kommuninvånare i arbetet med hållbar utveckling via hållbarhetssektionen på hemsidan är det främst genom uppmaningar i form av information. Med det följer dock att hållbarhetssektionen faktiskt används för att informera invånare om hur de på egen hand kan bidra till en hållbar utveckling. Vidare används informationen på hållbarhetssektionen även som underlag för den kommunikation som förs i exempelvis sociala medier. Sociala medier utgör några av de kanaler som kommunerna uppger är bättre lämpade för att engagera invånare, dels är det enklare att föra en dialog med invånare där, dels är det även där invånarna befinner sig. I motsats till att Bonsón et al. (2012) fann låg förekomst av aktivt deltagande från europeiska kommuner i de sociala medier som invånare använder mest, tyder vår studie snarare på att kommuner med framgångsrikt miljöarbete är närvarande på de sociala medier som invånare använder mest.

Till skillnad från studierna av Meschede (2019) och Royo et al. (2014) som bygger på statistisk analys av innehållet på europeiska kommuners hemsidor, har vi i vår studie även kvalitativt studerat hur några svenska kommuner med framgångsrikt miljöarbete använder hållbarhetssektionen på hemsidan för att engagera invånare. Vår studie belyser därför även kommunernas resonemang kring hur hemsidan används som kommunikationskanal för engagemang i en svensk kontext.

6.2 Egna reflektioner om studiens slutsatser

Inga uppmaningar fanns i hållbarhetsredovisningen och vid intervjuerna lyfte strategerna att invånare bäst engageras i projektform. Vi hade en förhoppning snarare än en förväntan om att invånares möjlighet att bidra skulle uppmärksammas i den fristående

hållbarhetsredovisningen. Det eftersom hållbarhetsredovisningen trots allt är det primära mediet för att informera om kommuners hållbarhetsarbete och därför är det inte omöjligt att kommunerna skulle använda sig av uppmaningar, och då kanske främst uppmaningar i form av information. Detta då kommunerna är fria att utforma hållbarhetsredovisningen på valfritt sätt, att kommunerna inte på egen hand kan skapa en hållbar utveckling i kommunen och att även invånare behöver förändra sina beteenden. Det föll sig dock naturligt att uppmaningar inte används i hållbarhetsredovisningen eftersom det under intervjuerna framkom att invånare inte upplevs som intresserade av att läsa den. I Västerviks kommun var inte heller hållbarhetsredovisningen upprättad med invånare som avsedd målgrupp.

På hållbarhetssektionerna noterades endast enstaka uppmaningar till respons eller dialog och kommunikatörerna lyfte att sociala medier är bättre lämpat för dialog med invånare. Vi hade förväntat oss att kommunerna i större utsträckning skulle använda hållbarhetssektionen för att bjuda in, eller på annat sätt uppmärksamma invånare på möjligheten att komma med feedback, idéer eller engagera sig i projekt. Detta då alla invånare inte kan förväntas ha sociala medier eller följa sin kommun där, medans fler kan tänkas ha tillgång till hållbarhetssektionen på kommunhemsidan som finns till för att informera invånare om vad som sker i kommunen. Att studien inte innefattar ett invånarperspektiv innebär att vi inte kan uttala oss om anledningen till varför invånare inte upplevs besöka hemsidan vilket var en anledning till att sociala medier föredrogs. Det är möjligt att invånarnas upplevda ointresse av hållbarhetssektionen följer av hemsidornas layout snarare än att de inte är intresserade av kanalen som sådan.

6.3 Samhälleliga och etiska reflektioner

Kommuner är viktiga för Sveriges hållbara utveckling eftersom det många gånger är på lokal nivå som det praktiska hållbarhetsarbetet genomförs. Invånare har en stor påverkan på kommunernas möjlighet att nå de uppsatta målen och samtliga respondenter lyfter hållbarhetskommunikation med invånare, samt invånares deltagande som viktigt. Hur kommunerna använder kommunikationskanalerna hållbarhetsredovisning och hållbarhetssektion på hemsida i syfte att engagera har i denna studie undersökts utifrån Morsing och Schultz (2006) kommunikationsstrategier för hållbarhet. Studien belyser deltagande kommuners syn på den kommunikationen samt vilken roll invånare tilldelas genom de undersökta kanalerna.

Kommunerna som deltagit i studien är bra på miljöarbete och respondenterna uppgav att arbetet med att engagera invånare är ständigt pågående. Studien visar att hållbarhetsredovisningen inte används i syfte att engagera invånare i dessa kommuner och att hållbarhetssektionen främst används för att engagera i form av uppmaningar av informativ karaktär. Tidigare forskning lyfter vikten av att invånare informeras om hur de kan bidra till en hållbar utveckling vilket studien visar att de får genom hållbarhetssektionen i samtliga undersökta kommuner. Generellt förespråkas dock intressentengagemang som bygger på tvåvägskommunikation framför envägskommunikation. Av studien framgår att vikten av tvåvägskommunikation också är en av anledningarna till att informationsstrategi tillämpats i undersökta kanaler - kommunerna lägger sina resurser på att skapa engagemang i andra kanaler såsom projekt, sociala medier och genom lokaltidningen. Kanaler som kommunerna erfarit är bättre för det ändamålet.

6.4 Studiens bidrag och förslag till vidare forskning

Studien bidrar med kunskap om hur svenska kommuner engagerar invånare i hållbarhetsarbetet genom hållbarhetsredovisning samt hållbarhetssektion på hemsida. Kunskapen kan komma till nytta för andra kommuner som önskar engagera sina invånare i hållbarhetsarbetet. Det eftersom studien belyser hur några kommuner med framgångsrikt miljöarbete väljer att utforma kommunikation i syfte att engagera intressentgruppen invånare i kommunens hållbarhetsarbete genom dessa kanaler. Studien visar att kommuner med framgångsrikt miljöarbete tillämpar en informationsstrategi i både hållbarhetsredovisningen och på hållbarhetssektionen men att de genom hållbarhetssektionen även uppmanar invånare att delta i arbetet med hållbar utveckling. Det genom att informera om hur invånare kan bidra. Studiens resultat indikerar vidare att det är viktigt att skapa dialog med invånare i de kanaler som invånarna föredrar, såsom sociala medier. Mot bakgrund av detta är vår rekommendation att kommuner som önskar engagera invånare i hållbarhetsarbetet, på hållbarhetssektionen lyfter hur invånare kan bidra till en hållbar utveckling. Vidare bör kommuner även vara aktiva i de kanaler som invånare föredrar där det är enklare att skapa dialog kring hållbarhetsarbetet och interagera med kommuninvånare. Studien öppnar upp för tänkbar vidare forskning på området, vi rekommenderar att fallstudier genomförs på en eller fler kommuner där samtliga kommunikationskanaler undersöks och där invånarperspektivet beaktas. Det skulle ge en

helhetsbild av hur kommunerna engagerar sina invånare i hållbarhetsarbetet och belysa hur arbetet med att engagera invånare skulle kunna förbättras. Intressant vore också att följa kommuner under en längre tid i form av en longitudinell studie för att uppmärksamma förändringar i hur kommuner väljer att engagera invånare genom olika kanaler. Det eftersom tekniken ständigt utvecklas och hållbarhetsfrågor blir allt viktigare.

6.5 Kritik mot studien

Avgränsningen av kommunernas hemsidor som gjordes till följd av studiens tidsram har inneburit att hemsidorna inte undersökts till fullo. Till följd av kommunernas olika layout på sina respektive hemsidor har avgränsningen inneburit att resultatet av dokumentstudierna kan ha påverkats. Detta eftersom avgränsningen medfört att uppmaningar som funnits på andra sidor än på vad som kommit att benämnas som hållbarhetssektionen, inte kommit att innefattas i studien och sedermera sett som en annan kanal. Däremot har respondenterna under intervjuerna beskrivit hur hållbarhetskommunikationen på hemsidan ser ut och fynden från dokumentstudierna har diskuterats. Resultatet från intervjuerna har således inte påverkats av vår avgränsning av vilka sidor som kommit att ingå i hållbarhetssektionen.

De kommuner som deltagit i studien valdes utifrån deras höga placering på Aktuell Hållbarhets rankning av miljöbästa kommuner. Det kan ha inneburit att miljöaspekten av hållbarhetsbegreppet kommit att få ett större fokus i studien. Vi har inte upplevt det som ett problem eftersom denna studie undersöker *kommunikationen* mellan kommun och invånare oavsett hållbarhetsaspekt. Det kan dock diskuteras huruvida en hög placering på Aktuell Hållbarhets rankning är en bra indikator på framgångsrikt miljöarbete eller ej. Om framgångsrikt miljöarbete definierats på andra grunder hade studien kanske visat på ett annat resultat. Kanske hade ett annat resultat också erhållits om det varit möjligt att identifiera och välja ut kommuner som anses vara framstående vad gäller kommunikation med kommuninvånare och invånarengagemang. Vi fann dock inget genomförbart sätt göra ett urval på dessa premisser varför studiens resultat får ses mot bakgrund av det valet som gjorts.

Vad gäller hållbarhetsredovisningen har intervjuerna endast berört fristående rapporter och integrerad hållbarhetsredovisning i årsredovisningen har således inte kommit att

diskuteras. Dokumentstudierna för den sammantagna redovisningen visade dock på samma resultat: att inga uppmaningar fanns.

Eftersom denna studie endast berör hur några få kommuner med framgångsrikt miljöarbete engagerar sina invånare i hållbarhetsarbetet genom de undersökta kanalerna kan inte studiens resultat generaliseras till att beskriva hur svenska kommuner överlag engagerar invånare i dessa kanaler. Vidare måste tiden för studien beaktas, dokumentstudien samt intervjuerna speglar förhållandet vid tidpunkten för studien och kan tänkas förändras då innehåll och utformning för dessa kanaler är under ständig förändring.

Morsing och Schultz (2006) menar att intressentengagemang inte förekommer i de organisationer som genomgående tillämpar informationsstrategi. Viktigt att notera är att studien endast bidrar med kunskap om hur kommunerna kommunicerar i hållbarhetsredovisningen samt hållbarhetssektionen på hemsidan. Det innebär att de kommunikationsstrategier som tillämpas i dessa kanaler inte nödvändigtvis speglar den sammantagna kommunikationsstrategin för kommunen.

Ämnet som studien berör är inte av känslig natur och respondenterna ansåg sig inte behöva delta anonymt. En aspekt att beakta är möjligheten att anonyma respondenter skulle kunna lämna andra svar kring vikten av invånardeltagande än respondenter som företräder kommunen och förväntas upprätthålla kommunens varumärke. Det är tänkbart att det finns en förväntan på kommuner att de ska arbeta för att inkludera invånare i hållbarhetsarbetet och att det kan vara känsligt för respondenter att uppge något annat. Respondenterna som medverkade var dock införstådda med att möjligheten att ändra sig angående anonymiteten kvarstod. Vi anser därför denna risk vara marginell.

Referenser

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder* (2:a uppl.). Liber.

Aktuell Hållbarhet. (2020a, 14 maj). Här är Sveriges miljöbästa kommuner 2020. Mikael Salo. Hämtad 26 juni, 2021, från <https://www.aktuellhallbarhet.se/alla-nyheter/kommunrankning/har-ar-sveriges-miljobasta-kommuner-2020/>

Aktuell hållbarhet. (2020b, 14 maj). Så gjorde vi kommunrankningen 2020. Mikael Salo. Hämtad 26 juni, 2021, från <https://www.aktuellhallbarhet.se/alla-nyheter/kommunrankning/sa-gjorde-vi-kommunrankningen-2020/>

Ball, A., Grubnic, S. & Birchall, J. (2014). Sustainability accounting and accountability in the public sector. I J. Bebbington, J. Unerman & B. O'Dwyer (Eds.), *Sustainability accounting and accountability* (2nd ed., s. 176–196). Routledge.

Bedford, N. M. & Baladouni, V. (1962). A communication theory approach to accountancy. *The Accounting Review*, 37(4), 650–659.

Bellucci, M., Simoni, L., Acuti, D. & Manetti, G. (2019). Stakeholder engagement and dialogic accounting: Empirical evidence in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(5), 1467–1499. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-09-2017-3158>

Blomkvist, P., Hallin, A. & Lindell, E. (2018). *Metod för företagsekonomer, uppsats enligt 4-stegsmodellen*. Studentlitteratur.

Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123–132. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.10.001>

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi-org.libraryproxy.his.se/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (B. Nilsson, Övers.; 3:e uppl.). Liber. (Originalarbete publicerat 2015)
- Denscome, M. (2018). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (P. Larsson, Övers.; 4:e uppl.). Studentlitteratur. (Originalarbete publicerat 2017)
- Devin, B. L. & Lane, A. B. (2014). Communicating engagement in corporate social responsibility: A meta-level construal of engagement. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 436–454. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.956104>
- Du, S., Bhattacharya, C. B. & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8–19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>
- Edgley, C. R., Jones, M. J. & Solomon, J. F. (2010). Stakeholder inclusivity in social and environmental report assurance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(4), 532–557. <https://doi.org/10.1108/09513571011041615>
- Finansdepartementet. (2018). *Handlingsplan Agenda 2030*. Regeringskansliet. <https://www.regeringen.se/rapporter/2018/06/handlingsplan-agenda-2030/>
- Franzén, C. & Sandstedt, U. (2018). *Hållbarhetsredovisning - en omvärldsbevakning* (Rapport 2018:36). Ekonomistyrningsverket. <https://www.esv.se/contentassets/2dc5059435ea42518a48336effd2ffd6/esv-2018-36-hallbarhetsredovisning-en-omvarldsbevakning.pdf>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.

Frostenson, M., Helin, S. & Sandström, J. (2012). *Hållbarhetsredovisning: grunder, praktik och funktion*. Liber.

Gioia, A. D. & Chittipeddi, K. (1991). Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation. *Strategic Management Journal*, 12(6), 433–448.

<https://doi.org/10.1002/smj.4250120604>

Herremans, I. M., Nazari, J. A., & Mahmoudian, F. (2016). Stakeholder relationships, engagement, and sustainability reporting. *Journal of Business Ethics*, 138(3), 417–435.

<https://doi.org/10.1007/s10551-015-2634-0>

Herzig, C. & Godemann, J. (2010). Internet-supported sustainability reporting: developments in Germany. *Management Research Review*, 33(11), 1064–1082.

<https://doi.org/10.1108/01409171011085903>

Hess, D. (2008). The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: Disclosure, dialogue, and development. *Business Ethics Quarterly*, 18(4), 447–482. <https://doi.org/10.5840/beq200818434>

Hetze, K., Bögel, P. M., Emde, A., Bekmeier-Feuerhahn, S. & Glock, Y. (2019). Online stakeholder dialogue: quo vadis? - An empirical analysis in german-speaking countries. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(2), 248–268.

<https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2018-0012>

Häikiö, L. (2007). Expertise, representation and the common good: Grounds for legitimacy on the urban governance network. *Urban Studies*, 44(11), 2147–2162.

<https://doi.org/10.1080/00420980701518982>

Häikiö, L. (2012). From innovation to convention: Legitimate citizen participation in local governance. *Local Government Studies*, 38(4), 415–435.

<https://doi.org/10.1080/03003930.2012.698241>

Isenmann, R. & Kim, K.-C. (2006). Interactive sustainability reporting: Developing clear target group tailoring and stimulating stakeholder dialogue. I S. Schaltegger, M. Bennett & R. Burritt (Eds.), *Sustainability Accounting and Reporting*, (s. 533–555). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-1-4020-4974-3_24

Justesen, L. & Mik-Meyer, N. (2011). *Kvalitativa metoder: från vetenskapsteori till praktik*. Studentlitteratur.

Kaur, A. & Lodhia, S. K. (2014). The state of disclosures on stakeholder engagement in sustainability reporting in Australian local councils. *Pacific Accounting Review*, 26(1/2), 54–74. <https://doi.org/10.1108/PAR-07-2013-0064>

Kaur, A. & Lodhia, S. K. (2019). Sustainability accounting, accountability and reporting in the public sector: An overview and suggestions for future research. *Meditari Accountancy Research*, 27(4), 498–504. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2019-510>

Laplume, A. O., Sonpar, K. & Litz, R. A. (2008). Stakeholder theory: Reviewing a theory that moves us. *Journal of management*, 34(6), 1152–1189.
<https://doi.org/10.1177/0149206308324322>

Lim, J. S. & Greenwood, C. A. (2017). Communication corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768–776. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007>

Lind, R. (2019). *Vidga vetandet: Teori, metod och argumentation i samhällsvetenskapliga undersökningar*. (2:a uppl.). Studentlitteratur.

Lodhia, S. (2018). Is the medium the message?: Advancing the research agenda on the role of communication media in sustainability reporting. *Meditari Accountancy Research*, 26(1), 2–12. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2017-0197>

Lodhia, S. K. (2010). Research methods for analysing world wide web sustainability communication. *Social and Environmental Accountability Journal*, 30(1), 26–36.

<https://doi.org/10.1080/0969160X.2010.9651819>

Manetti, G. (2011). The quality of stakeholder engagement in sustainability reporting: Empirical evidence and critical points. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(2), 110–122. <https://doi.org/10.1002/csr.255>

Marténg, C. (2020, 8 juni). Experten: 8 frågor och svar om hållbarhet i coronatider. *Tidningen Balans*. <https://www.tidningenbalans.se/nyheter/experten-8-fragor-och-svar-om-hallbarhet-i-coronatider/>

Merkel-Davies, D. M. & Brennan, N. M. (2017), A theoretical framework of external accounting communication: Research perspectives, traditions, and theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(2), 433–469. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2039>

Meschede, C. (2019). Information dissemination related to the sustainable development goals on german local governmental websites. *Aslib Journal of Information Management*, 71(3), 440–455. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2018-0195>

Morsing, M. & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x>

Naturvårdsverket. (u.å.-a). Konsumtionsbaserade växthusgasutsläpp per person och år. Hämtad 13 mars, 2021, från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Vaxthusgaser-konsumtionsbaserade-utslapp-per-person/>

Naturvårdsverket. (u.å.-b). Fakta om matavfall. Hämtad 13 mars, 2021, från <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Mark/Avfall/Matavfall/>

Niemann, L. & Hoppe, T. (2018). Sustainability reporting by local governments: a magic tool? Lessons on use and usefulness from European pioneers. *Public management review*, 20(1), 201–223. <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1293149>

Nwagbara, U. & Reid, P. (2013). Corporate social responsibility communication in the age of new media: Towards the logic of sustainability communication. *Review of international comparative management*, 14(3), 400–414.
<http://www.rmci.ase.ro/no14vol3/05.pdf>

Polit, D. F. & Tatano Beck, C. T. (2010). Generalization in quantitative and qualitative research: Myths and strategies. *International Journal of Nursing Studies*, 47(11), 1451–1458. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2010.06.004>

Royo, S., Yetano, A. & Acerete, B. (2012, january). *E-Participation and climate change: are local governments actively promoting responsible behaviors and offering opportunities for citizen involvement?* [Abstract presentation]. 2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences, Maui.
<http://doi.org/10.1109/HICSS.2012.248>

Royo, S., Yetano, A. & Acerete, B. (2014). E-participation and environmental protection: Are local governments really committed?. *Public Administration Review*, 74(1), 87–98.
<https://doi.org/10.1111/puar.12156>

RKA. (2020). *Agenda 2030: Nyckeltal för kommuner och regioner: Vägledning, september 2020*. (Version 1.2).
[https://rka.nu/download/18.7a1eccc51773f534e56292e3/1613053930798/RKA-Agenda-2030-vagledning-ver-1.2%20\(00000002\).pdf](https://rka.nu/download/18.7a1eccc51773f534e56292e3/1613053930798/RKA-Agenda-2030-vagledning-ver-1.2%20(00000002).pdf)

RUS. (2020). *Vägledning för lokalt arbete med miljömål och Agenda 2030* (2020:12). Länsstyrelsen Skåne genom RUS - Länsstyrelserna i samverkan.
<http://extra.lansstyrelsen.se/rus/Sv/stod-i-atgardsarbetet/Documents/Vagledning%20för%20lokalt%20arbete%20med%20miljömål%20och%20Agenda%202030.pdf>

Sabelfeld, S. (2013). *Investor relations on the web: interpretations across borders* [Doktorsavhandling, Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet]. GUPEA Göteborgs universitet. <http://hdl.handle.net/2077/34456>

Sabelfeld, S. (2018). Redovisningskommunikation för hållbarhet. I G. Rimmel (Red.), *Redovisning för hållbarhet* (s. 183–202). Sanoma utbildning.

Sachs, D. J. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.

Sachs, D. J., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. & Woelm, F. (2021). *Sustainable development report 2021: The decade of action for the sustainable development goals, Includes the SDG index and dashboards*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/9781009106559>

SFS 1974:152. *Kungörelse om beslutad ny regeringsform*. Justitiedepartementet L6. Hämtad 28 februari, 2021, från https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/kungorelse-1974152-om-beslutad-ny-regeringsform_sfs-1974-152

SFS 1995:1554. *Årsredovisningslag*. Justitiedepartement L1. Hämtad 28 februari, 2021, från https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554

SKR. (2020). *Öppna jämförelser Agenda 2030*. <https://rapporter.skr.se/oppna-jamforelser---agenda-2030.html>

SKR. (2021a, 21 juni). *Agenda 2030 - för hållbar utveckling*. Hämtad 25 juni, 2021, från <https://skr.se/skr/tjanster/omskr/agenda2030.19225.html>

SKR. (2021b, 11 mars). *Kommungruppsindelning*. Hämtad 10 mars, 2021 från <https://skr.se/skr/tjanster/kommunerochregioner/faktakommunerochregioner/kommungruppsindelning.2051.html>

Svenska FN-förbundet. (2021, 18 januari). *Över hälften av landets kommuner och regioner deltar i Glokala Sverige* [Pressmeddelande].

<https://fn.se/aktuellt/pressmeddelanden/over-halften-av-landets-kommuner-och-regioner-deltar-i-glokala-sverige/>

Svenska FN-förbundet. (u.å.). Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling. Hämtad 10 mars, 2021, från <https://fn.se/vi-gor/vi-utbildar-och-informerar/fn-info/vad-gor-fn/fns-arbete-for-utveckling-och-fattigdomsbekampning/agenda2030-och-de-globala-malen/>

Sæbø, Ø., Rose, J. & Flak, L. S. (2008). The shape of e-participation: Characterizing an emerging research area. *Government Information Quarterly*, 25(3), 400–428.

<https://doi.org/10.1016/j.giq.2007.04.007>

Tai, K.-T., Porumbescu, G. & Shon, Jongmin. (2020). Can e-participation stimulate offline citizen participation: an empirical test with practical implications. *Public Management Review*, 22(2), 278–296. <https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1584233>

Thomson, I. & Bebbington, J. (2005). Social and environmental reporting in the UK: a pedagogic evaluation. *Critical Perspectives on Accounting*, 16(5), 507–533.

<https://doi.org/10.1016/j.cpa.2003.06.003>

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer* (4:e uppl.). Studentlitteratur.

United Nations. (1987). Report of the world commission on environment and development: our common future. World Commission on Environment and Development. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Williams, B. R. (2015). Reporting on sustainability by Australian councils: a communication perspective. *Asian Review of Accounting*, 23(2), 186–203.

<https://doi.org/10.1108/ARA-12-2013-0079>

Bilagor

Bilaga 1. Inledande kontakt.

“Hej,

Vi är två studenter som studerar på Ekonomiprogrammet- redovisning & revision vid Högskolan i Skövde. Vi skriver ett examensarbete som behandlar hur kommuner genom hållbarhetskommunikation i redovisningen engagerar intressenter i arbetet med hållbar utveckling. Med redovisning menas i vårt arbete eventuell hållbarhets/miljörapport/bokslut samt hållbarhetskommunikation på hemsidan.

Kommuner är viktiga aktörer i strävan mot ett hållbart samhälle. I vårt urval har vi utgått från kommunrankingen 2020, och de kommuner vi önskar att få kontakt med är de inom kategorin mindre städer och landsbygdskommuner. Vi är därför intresserade av att komma i kontakt med just er kommun och söker den person i er verksamhet som kan svara på frågor som berör hur XXX kommun valt att kommunicera hållbarhet med sina intressenter genom dessa kanaler.

Det vi önskar att få veta mer om är syftet med upprättandet och utformningen av er hållbarhetskommunikation och om/hur den används i syfte att engagera intressenter i kommunens hållbarhetsarbete.

Intervjun kommer att genomföras via valfritt digitalt verktyg exempelvis Zoom eller Teams och den maximala tidsåtgången uppskattas till 45 minuter.

Vi vill redan i detta inledande e-mail underrätta om att deltagandet är helt frivilligt och att deltagandet när som helst går att avbryta utan vidare motivering från er sida. Anonymitet kan erbjudas på begäran, för respondenten såväl som kommunen.

Tveka inte att kontakta oss via nedanstående kontaktuppgifter vid frågor.

Tack på förhand!

Varma hälsningar, *Weronica Sahlén & Lisa Vilhelmsson* “

Bilaga 2. Intervjuguide

Information om uppsatsen

- Vi undersöker den externa hållbarhetskommunikationen i form av årlig hållbarhetsredovisning/miljörapport/bokslut men också hur kommuner redogör för sitt arbete med hållbar utveckling via sin hemsida. Det är vad vi menar när vi säger redovisning.
- Vi är intresserade av hur kommuner via redovisningen engagerar sina intressenter i kommunens hållbarhetsarbete, samt intressenternas möjlighet att delta utformningen av hållbarhetsarbetet och redovisningen därav. Med intressenter menar vi främst invånare.
- Inför intervjun har vi undersökt om/hur kommuner uppmanar intressenter att delta i arbetet med hållbar utveckling i sin redovisning.
- Vi är särskilt intresserade av att veta vilken roll kommunen anser att invånarna spelar för måluppfyllelsen i Agenda 2030 och hur kommunikationen ser ut mellan kommunen och dess invånare i syfte att öka engagemang i hållbarhetsarbetet.

Forskningsetiska aspekter

- Är det okej för dig om vi spelar in den här intervjun antingen med bild och ljud eller bara ljud? I sånt fall kommer vi att transkribera den direkt efter intervjun och radera filen direkt efter det.
- Är du okej med att vi använder ditt och kommunens namn i arbetet eller önskar ni vara anonyma?
- Deltagandet är helt frivilligt och går att avbryta när som helst om du känner för det utan att behöva förklara varför. Är det någon fråga som känns obekvämt kan du säga pass, men vi tror inte att vi har några känsliga frågor.
- Vi vill vara tydliga med att vi inte lägger någon vikt med hur långt kommunen kommit i sitt hållbarhetsarbete utan vi är intresserade av hur kommunikationen ser ut med invånarna.

Inledande frågor

- Kan du berätta lite om ditt jobb
- Hur ser din roll ut när det kommer till att kommunicera hållbarhet mellan kommunen och externa intressenter

Fristående rapport

Fristående rapport finns:

- Syfte kommun har valt att upprätta en sådan
- Vem riktar sig rapporten till
- Används redovisningen på något sätt för att engagera invånare
- Vad gör kommunen för att informationen i rapporten ska nå invånarna i kommunens hållbarhetsarbete
- Om inte, anledningen till det
- Utmaningar med att nå ut till invånarna via dokumentet
- Får ni eller efterfrågar ni synpunkter och feedback på hållbarhetsarbetet eller redovisningen, från vem/vilka-, hur

Noterade uppmaningar:

- Syfte, placering och formulering av uppmaning

Avslutande frågor:

- Övriga tankar, säkerställande av att respondenter upplever att ställda frågor varit relevanta

Fristående rapport finns inte:

- Stämmer det att kommunen inte upprättar en sådan
- Hur redovisar kommunen för arbetet med Agenda 2030
- Efterfrågas denna typ av redovisning av invånare

Hållbarhetssektion på hemsidan:

- Valet av placeringen av hållbarhetssektionen på hemsidan
- Är det på den sektionen kommunen i huvudsak kommunicerar hållbarhetsarbetet
- Vem riktas hållbarhets kommunikationen till
- Används kommunikationen på något sätt för att engagera invånare i kommunens hållbarhetsarbete
- Om inte, anledningen till det
- Vad gör kommunen för att informationen på hemsidan ska nå invånarna

- Får ni eller efterfrågar ni synpunkter och feedback på hållbarhetsarbetet eller redovisningen, från vem/vilka-, hur

Noterade uppmaningar

- Syfte, placering och formulering av uppmaning

Avslutande frågor:

- Övriga tankar, säkerställande av att respondenter upplever att ställda frågor varit relevanta

Bilaga 3. Dokumentstudie

Dokumentstudie	
Fristående rapport och hållbarhetsredovisning integrerat i årsredovisningen	
Olika typer av uppmaningar till engagemang	<p>Noterades,</p> <ul style="list-style-type: none">- Uppmaning i form av <u>information</u>, kommunen informerar om hur man som invånare kan agera för att bidra till kommunens hållbarhetsarbete.- Uppmaning till <u>respons</u>, kommunen uppmanar invånare att ge feedback inom specifika frågor relaterade till kommunens hållbarhetsarbete.- Uppmaning till <u>dialog</u>, kommunen uppmanar invånare att fritt komma med egna förslag eller agera proaktivt i frågor eller projekt som rör kommunens hållbarhetsarbete.
Kontaktuppgifter	Noterades
Hållbarhetssektion på kommunens hemsida	
Hållbarhetsredovisningens placering. Under vilken sektion är hållbarhetsredovisningen placerad på hemsidan	Noterades
Olika typer av uppmaningar till engagemang	<p>Noterades,</p> <ul style="list-style-type: none">- Uppmaning i form av <u>information</u>, kommunen informerar om hur man som invånare kan agera för att bidra till kommunens hållbarhetsarbete.- Uppmaning till <u>respons</u>, kommunen uppmanar invånare att ge feedback inom specifika frågor relaterade till kommunens hållbarhetsarbete.- Uppmaning till <u>dialog</u>, kommunen uppmanar invånare att fritt komma med egna förslag eller agera proaktivt i frågor eller projekt som rör kommunens hållbarhetsarbete.
Kontaktuppgifter	Noterades

Bilaga 4. Kommunernas uppmaningar

Bilaga 4.1 Uppmaningar Västervik kommun

Västervik kommuns hållbarhetsbokslut 2019	Sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	N/A	0 st	N/A	
Västervik kommuns hemsida	Sektion - Samhällsutveckling och hållbarhet			
	Namn på sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	God status i våra vattenmiljöer	1 st	1 st dialog	Berörd part, funktion
	Båtbottentvätt	1 st	1 st Information	
	Latrintömning för fritidsbåtar	1 st	1 st Information	
Totalt antal uppmaningar		3 st	2 st information 1 st dialog	
Antal sidor innehållande uppmaningar	3 st			
Antal sidor utan uppmaningar	46 st			

Bilaga 4.2 Uppmaningar Lidköping kommun

Lidköping kommuns hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen 2019	Sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	N/A	0 st	N/A	
Lidköping kommuns hemsida	Sektion - Miljö, hälsoskydd och hållbarhet			
	Namn på sida som innehåller uppmaning	Antal uppmaningar	Typ av uppmaning	Kontakt för respons/dialog:
	Hur fungerar solceller?	1 st	1 st Information	
	Skaffa laddstation för elbil	1 st	1 st Information	
	Solel	1 st	1 st Information	
	Styr din elförbrukning	1 st	1 st Information	
	Klimatklivet	1 st	1 st Dialog	Berörd instans, funktion
	Våra energi- och klimatrådgivare	1 st	1 st Information	
	En hållbar livsstil i Lidköping- vad kan du göra?	6 st	6 st Information	
	Några goda miljöexempel	6 st	6 st Information	
Totalt antal uppmaningar		18 st	17 st Information 1 st Dialog	
Antal sidor innehållande uppmaningar	8 st			
Antal sidor utan uppmaningar	19 st			

Bilaga 4.3 Uppmaningar Kalmar kommun

Kalmar kommuns hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen 2020	Sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	N/A	0 st	N/A	
Kalmar kommuns miljöbokslut 2020	Sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	N/A	0 st	N/A	
Kalmar kommuns hemsida	Sektion - Ett grönare Kalmar			
	Namn på sida som innehåller uppmaning	Antal uppmaningar	Typ av uppmaning	Kontakt för respons/dialog:
	Cirkulärt samhälle	2 st	2 st Information	
	God vattenstatus	1 st	1 st Information	
	Livskvalitet i ett grönt Kalmar	3 st	3 st Information	
	Ekopodden - klimatet, klotet och Kalmar	1 st	1 st Information	
	Hållbar livsstil	11 st	11 st Information	
	Kalmar refill	1 st	1 st Information	
	Klimatpriset	1 st	1 st Dialog	Berörd part, funktion
Totalt antal uppmaningar		20 st	19 st Information 1 st Dialog	
Antal sidor innehållande uppmaningar	7 st			
Antal sidor utan uppmaningar	4 st			

Bilaga 4.4 Uppmaningar Katrineholm kommun

Katrineholm kommuns hållbarhetsredovisning integrerad i årsredovisningen 2020	Sida som innehåller uppmaning:	Antal uppmaningar:	Typ av uppmaning:	Kontakt för respons/dialog:
	N/A	0 st	N/A	
Katrineholm kommuns hemsida	Sektion - Miljö & Klimat			
	Namn på sida som innehåller uppmaning	Antal uppmaningar	Typ av uppmaning	Kontakt för respons/dialog:
	Agenda 2030 och hållbar utveckling	2 st	1 st Information 1 st Respons	Berörd part
	Inventering av hästgårdar	1 st	1 st Information	
	Klimat & energirådgivning	1 st	1 st Information	
	Miljö & hälsa	2 st	2 st Information	
Totalt antal uppmaningar		6 st	5 st Information 1 st Respons	
Antal sidor innehållande uppmaningar	4 st			
Antal sidor utan uppmaningar	2 st			

Bilaga 5 Individuella reflektioner

Individuella reflektioner – Weronica Sahlén

Inledning och samarbete: Jag och Lisa har varit vänner sedan den första dagen på vår utbildning och vi insåg tidigt att vi ville skriva examensarbetet ihop. Vårt samarbete kännetecknas av många givande diskussioner där vi gärna tar oss an ett problem från olika vinklar och aspekter. Jag har lärt mig mycket genom att samarbeta med Lisa. Dels tar jag med mig hennes sätt att strukturera upp en tidsplan över ett akademiskt arbete som sträcker sig över en lång tidsperiod och dels har jag till följd av samarbetet blivit bättre på att underbygga mina argument med hjälp av teori och litteratur.

Ämnesval: Valet av ämne för uppsatsen var inte alls lika klart som valet av samarbetspartner. Vi kämpade inledningsvis med att komma på ett ämne som inte tidigare studerats och som vi båda kunde tycka var så pass intressant att det skulle gå att arbeta med det under den resterande tiden av utbildningen. Anledningen till varför vi inte valde att skriva om revision var att flertalet av våra studiekamrater hade problem med att få respondenter till följd av revisorernas höga arbetsbelastning under vårkanten.

Arbetsfördelning och lärande: Jag anser att arbetsfördelningen varit jämn fördelad mellan mig och Lisa. Vi har arbetat hårt båda två och vi har löpande gått tillbaka och förbättrat arbetet tillsammans. Vad gäller datainsamlingen har vi metodiskt skapat och genomfört dokumentstudierna ihop, vilket har underlättat vid ställandet av frågor och följdfrågor vid de senare intervjuerna. Under intervjuerna har vi turats om att vara den ledande personen vilket har varit lärorikt. Att få genomföra olika typer av metoder i studien har varit både roligt och lärorikt.

Under metodkursen lärde jag mig mycket om olika teoretiska perspektiv och forskningsmetoder som var nyttiga när vi senare skrev uppsatsen. De delinlämningar som kursen bestod av var ämnade att underlätta för studenterna, men i vårt fall blev det inte så eftersom vi var lite sena igång med ämnesvalet. Jag uppskattade de seminarier som kursen innehöll eftersom vi fick möjlighet att diskutera de olika gruppernas uppsatser och komma fram till lösningar tillsammans. Under denna underliga pandemitid har grupprummen på skolan ekat tomma vilket varit tacksamt för vårt skrivande och jag är tacksam för att vårt samarbete fungerat lika bra vid fysiska träffar såväl som när vi arbetat via Zoom. Till följd

av de otaliga vetenskapliga artiklarna vi plöjt igenom under arbetets gång har jag kommit att bli bättre på att sortera ut information, ta till mig kärnan av det jag läser för att sedan diskutera det vidare.

Det har varit roligt att få ha skapat en större akademisk uppsats från grunden med alla de delar som hör till. Att få möjlighet att möta respondenterna och att ta del av deras insikter har varit fantastiskt och att vi självständigt fått lösa de problem som uppstått längs vägen har varit givande. Erfarenheten av att få bolla idéer och att ta emot hjälp av en handledare har varit nyttigt för mig som annars gärna löser problem internt i gruppen och som ibland kanske lider mer än vad som är nödvändigt. Så tack Marina Grahovar, för konstruktiv feedback och uppmuntran under arbetets gång.

Min uppfattning om vad det innebär att skriva ett examensarbete har stämt ganska bra. Jag upplever att vi båda varit inställda på att det skulle vara en krävande period och jag är så tacksam för att vi lyft varandra under arbetets gång. Så tack Lisa, för en vänskap stark nog för att klara ett examensarbete! Slutligen vill jag tacka min fina familj. Tack Magnus för att du alltid finns där och stöttar mig i vad jag än tar mig an. Och tack till Astrid och Melker för er förståelse och ert tålamod under min studietid.

Individuella reflektioner – Lisa Vilhelmsson

Inledning och samarbete: Jag och Weronica visste sedan länge att vi ville skriva examensarbetet tillsammans då vi under vår utbildning arbetat ihop både i grupparbeten såväl som med studierna i övrigt. Jag gick därför in med vetskapen om att vi båda kompletterar varandra bra och att vi skulle kunna bolla många idéer och tankar med varandra. Även om examensarbetet i sig stundvis varit stressigt har samarbetet fungerat väl och gjort arbetet både roligare och mer lärorikt. Att vi inte sällan har olika idéer och resonemang tycker jag har bidragit till detta. Genom samarbetet med Weronica har jag lärt mig mycket, särskilt har jag dragit lärdom av hennes förmåga att arbeta sig igenom problem och ta arbetet vidare i stunder då det känns som att man kört fast.

Ämnesval: Vi hade inledningsvis problem med val av ämne, och har även fått göra justeringar under metodkursen och arbetets gång. Vi var båda intresserade av revision men valde till sist ett annat spår då vi från flera håll hört hur svårt det kunde vara att få kontakt med revisorer under deras högsäsong. Hållbarhetsredovisning var ett ämne som vi båda tyckte var intressant och som vi gärna ville läsa mer om varför valet föll på det. Att vi delade intresset gjorde arbetet mer givande och vi har haft många diskussioner om de artiklar vi läst genom hela processen.

Jag upplevde att den metodkurs som vi inledningsvis läste parallellt tog stort fokus från det egentliga examensarbetet och påverkade vilken del av arbetet vi var tvungen att skriva på. Detta blev särskilt påtagligt eftersom vi inledningsvis hade problem med att välja ämne och då behövde skriva klart avsnitt som vi egentligen visste att vi inte skulle använda. Men det sagt vill jag likväl lyfta att vi båda lärde oss mycket genom metodkursen om examensarbetets olika delar och struktur samt olika teorier och forskningsmetoder, kunskap som vi sen fick omsätta i praktiken i arbetet med uppsatsen. Seminarietillfällena med våra studiekamrater var också lärorika då presentationer och opponeringar ledde till insikter om både vårt eget arbete såväl som ett examensarbets uppbyggnad generellt.

Arbetsfördelning och lärande: Jag upplever att vi haft en jämn arbetsfördelning och att vi båda varit engagerade i samtliga delar av uppsatsen. Vi har arbetat mycket tillsammans och bearbetat varandras texter genom hela arbetets gång. Min inställning är att ingen text är helig i ett arbete man gör tillsammans och jag uppskattar att Weronica har samma inställning. Att för första gången arbeta med ett akademiskt projekt som löper under en

längre tid har varit utmanande. Någonting jag blivit bättre på och värdesätter är just att strukturera och genomföra ett större arbete. Jag vill också lyfta intervjuerna, som var särskilt roliga att genomföra och framför allt givande. Från de respondenter som medverkade har jag också lärt mig mer om kommuner och deras hållbarhetskommunikation än vad som kanske framgår av uppsatsen.

Det finns såklart många personer som bidragit till mitt lärande och motiverat mig under uppsatsskrivandet men några som jag vill rikta ett särskilt tack till. Vår handledare Marina Grahovar, för konstruktiv kritik, uppmuntran och stöd genom hela processen. Min sambo Anastasios och min vän Yasmine, som alltid finns där och stöttar. Och framför allt - Weronica, vad roligt vi haft! Tack för ett fantastiskt samarbete!