



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds-  
och växtproduktionsvetenskap

## Trädvandringar – för dig och mig

– en fallstudie av arbetet med trädvandringar i Malmö stad med fokus på kommunikationen mellan allmänhet och tjänstemän

Tree tours – for you and me

- a case study of the process of tree walks in the City of Malmö with a focus on communication between the public and City officials

*Janja Sallbring*



Självständigt arbete • 15 hp  
Landskapsingenjörsprogrammet  
Alnarp 2015

## **Trädvandringar – för dig och mig**

- en fallstudie av arbetet med trädvandringar i Malmö stad med fokus på kommunikationen mellan allmänhet och tjänstemän

## **Tree tours – for you and me**

- a case study of the process of tree walks in the City of Malmö with a focus on communication between the public and City officials

*Janja Sallbring*

**Handledare:** Johan Östberg, SLU, Institutionen för landskapsarkitektur, planering och förvaltning

**Examinator:** Tim Delshammar, SLU, Institutionen för landskapsarkitektur, planering och förvaltning

**Omfattning:** 15 hp

**Nivå och fördjupning:** G2E

**Kurstitel:** Examensarbete i landskapsarkitektur inom landskapsingenjörsprogrammet

**Kurskod:** EX0793

**Program/utbildning:** Landskapsingenjörsprogrammet

**Examen:** Landskapsingenjör, kandidatexamen i landskapsarkitektur

**Ämne:** Landskapsarkitektur

**Utgivningsort:** Alnarp

**Utgivningsmånad och -år:** april 2015

**Omslagsbild:** Janja Sallbring

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** trädтуриism, trädvandring, Veckans Park, kommunikation, tjänstemän, boende, Malmö stad

SLU, Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktionsvetenskap

Institutionen för landskapsarkitektur, planering och förvaltning

## Förord

Detta examensarbete är skrivet som en avslutande del inom landskapsingenjörsprogrammet vid Sveriges lantbruksuniversitet i Alnarp. Kursen omfattar 15 högskolepoäng som motsvarar 10 veckor. Genom intervjuer och litteratur har svar på frågor som "om" och "hur" man kan använda trädvandringar som kommunikationsmedel mellan tjänstemän och allmänhet sökts.

Idén till arbetet kom ur en vilja att arbeta med träd och kunskapsspridningen kring dem. Med erfarenhet från servicebranschen finns en underliggande medvetenhet kring vikten av ett gott bemötande och att det påverkar bilden av ett företag eller kommun. Genom att fokusera på trädvandringar som mötesplats för att utbyta kunskap kring träd har en studie utförts kring hur Malmö stad använder detta verktyg.

Syftet är att få en bild av hur arbetet med trädтуриem, främst trädvandringar, ser ut idag och vilka möjligheter som finns för framtiden. Syftet är också att se vilka ambitioner och tillvägagångssätt Malmö stad har för att öka intresset för träd och förståelsen mellan allmänheten och dem som, inom kommunen, arbetar med träd.

Ett stort tack riktas till de vänliga och flexibla intervjupersonerna på Gatukontoret i Malmö, Arne Mattsson, Camilla Anderson, Monika Nilsson, Ola Enqvist och Patrick Bellan. Tack för alla era spännande och intressanta svar. Ett stort tack ges också till arbetets tappra och tillgängliga handledare Johan Östberg som har bidragit med tips och råd samt gett feedback och engagemang under hela processen.

*Janja Sallbring*

Alnarp, mars 2015

## Sammanfattning

Grönstrukturen i en stad är på alla sätt viktig för dem som bor, besöker eller arbetar på platsen. En väl utvecklad och omhändertagen grönstruktur i staden kan påverka områden såsom hälsa, ekonomi, livskvalité, klimat och attraktivitet. Vid små orter finns naturen och grönområden nära till hands men desto större orten är desto större betydelse har en välplanerad och väl utformad grönstruktur i staden. Med detta i åtanke skapas hos många personer och regioner en vilja att lägga ner ett stort arbete på att bygga och förvalta en sund utemiljö. Träden är ett mycket betydande element i stadens och landets arkitektur. Med dessa skapas stora volymer samtidigt som de gamla träden även vittnar om en svunnen tid.

Frågan är om allmänheten förstår vikten av att det finns träd i deras närhet. Exempelvis ger en utsikt mot naturliga element mindre stress och lägre blodtryck. Kommunen har ett ansvar att sprida kunskap och att vara en mötesplats där kunskap kan föras vidare. I den följande texten berörs frågan kring träd turism med fokus på trädvandringar och om man genom dessa kan öka intresset för och kunskapen om träd och deras betydelse. Malmö stad används som utgångspunkt för studien då de under en längre tid har arbetat med trädvandringar på olika sätt. Arrangemanget Veckans Park används som utgångspunkt eftersom det under Veckans Park arrangerades trädvandringar och det finns dokumenterad information kring evenemanget.

Under arbetet har fem intervjuer genomförts med personer från Gatukontoret i Malmö som arbetar med trädvandringar och trädfrågor på olika sätt.

## Innehåll

<b>Förord</b> .....	<b>III</b>
<b>Sammanfattning</b> .....	<b>IV</b>
<b>1 Inledning</b> .....	<b>1</b>
1.1 Information och kommunikation .....	1
<b>2 Metod och material</b> .....	<b>3</b>
2.1 Syfte och mål .....	3
2.2 Frågeställning .....	3
2.3 Intervju .....	3
2.4 Begreppsförklaring .....	4
2.4.1 Trädvandring .....	4
2.4.2 Trädturism .....	5
2.4.3 Veckans Park.....	5
2.5 Litteraturstudie.....	5
2.6 Avgränsning .....	6
<b>3 Resultat</b> .....	<b>7</b>
3.1 Att marknadsföra en kommun .....	7
3.1.1 För malmöborna.....	8
3.2 Kommunikation med de boende.....	9
3.3 Uppföljningsverksamhet och samordning .....	11
3.3.1 Kommunens kunskap och kompetens .....	11
3.3.2 Förslag och synpunkter .....	12
3.4 Arbetet idag.....	13
<b>4 Diskussion</b> .....	<b>15</b>
4.1 Synpunkter .....	15
4.2 Sprida kunskap .....	15
4.3 Intervjupersonerna.....	16
4.4 Utvecklingsmöjligheter.....	17
4.4.1 Samordning .....	17
4.4.2 Intresse och nischer.....	17
4.5 Vidare studier .....	18
<b>5 Slutsats</b> .....	<b>19</b>
<b>6 Källförteckning</b> .....	<b>20</b>
6.1 Källor.....	20
6.2 Muntliga källor .....	22
<b>7 Bilaga 1: Intervjuguide</b> .....	<b>23</b>

# 1 Inledning

Att man kan gå ut och sätta sig på en bänk i en park eller att gå genom en allé är egentligen ingen självklarhet. Det kräver god planering och mycket kunskap från dem som arbetar med att forma staden. Idag anses det av många vara en självklarhet att träden finns i stadsrummet. Alla människor i Sverige har någon relation till träd. Drygt hälften av Sveriges yta är täckt med produktionsskog (Skogsstyrelsen 2015) och utöver denna finns det karaktärsfulla träd i villaträdgårdar, kolonilotter och i staden såsom park- och gatuträd. Dessa tillsammans skapar en karaktär och en rumslighet till det svenska landskapet. Under lång tid har städerna förtätats med allt fler hårdgjorda ytor. Detta leder till att mängden natur som finns nära människor minskar. Detta leder i sin tur till att den vegetation som finns i städerna blir särskilt betydelsefull (Boverket 1994). På grund av att vegetationen får ett stort värde för människor är det också många som värnar om de träd som växer i bebyggda områden. En stads trädbestånd är i många fall avgörande för att människor ska trivas på platsen. En stad eller plats blir attraktiv för boende och företag genom att det är en plats där människor trivs och mår bra (Gulsrud et al. 2013). Det är sällan som allmänheten tänker på vilken effekt det skulle få om träden inte fanns där. Den effekt som först skulle märkas är att platsen skulle få ett helt annat arkitektoniskt uttryck. En effekt som inte är lika omedelbar är att hälsotillståndet skulle förändras bland dem som verkar i staden (Jansson et al. 2013). Att det finns god kunskap och hög kompetens är alltså viktigt bland dem som planerar och förvaltar staden.

Genom att visa för allmänheten vilken kunskap och kompetens som finns bland dem som arbetar i kommunen kan man öka förtroendet och förståelsen mellan boende och tjänstemän. Detta kan göras på olika sätt, exempelvis genom trädvandringar då tjänstemän och boende möts för att prata om något som de båda uppskattar. Genom att mötas kring en fråga för att ta lärdom av varandra får man helt andra möjligheter till ömsesidig förståelse än om man möts i olika typer av tvister.

## 1.1 Information och kommunikation

Ibland kan man som kommun behöva tala om för allmänheten hur bra kommunen är. Detta kallas i många fall information eller marknadsföring. För en kommun handlar det i stor utsträckning om att tala om vad man gör inom kommunen. Detta medför att allmänheten får upp ögonen för vilka kvalifikationer som personerna har som arbetar i kommunen.

I somliga fall kan det uppstå konflikter då tjänstemän och privatpersoner är oense om hur träden bör skötas och vilka åtgärder som är nödvändiga. Ett exempel är demonstrationerna som uppstod i samband med att NK-trädet i Malmö eller den så kallade TV-eken i Stockholm skulle fällas (Ekedahl 2012). Dessa protester tyder på att det finns ett stort engagemang bland privatpersoner kring vad som är värdefullt i utemiljön och vad som behöver prioriteras. Det är betydelsefullt att det finns ett engagemang och att frågor som handlar om träd berör människor. På områden som berör många människor är det också lätt att olika handlingssätt kan uppröra många människor. Det är angenämt att undvika att denna typ av konflikter uppstår då det är möjligt.

Ett sätt att informera allmänheten om vad som händer i kommunen och vilket arbete som bedrivs är att gå ut och möta människor. Detta gör Malmö stad genom olika projekt, exempelvis Veckans Park och Hej Stadsdel. Dessa projekt har som syfte att tjänstemän ska möta de boende i olika områden för att ta del av deras tankar och idéer kring platsen. Ett annat sätt att möta allmänheten på är genom trädvandringar (vilket kommer att förklaras närmare under rubrik 2.4) som

kan skapa dialoger kring stadens träd och deras betydelse. Samtidigt kan denna typ av vandringar sprida kunskap och skapa en nyfikenhet hos besökaren. Genom en ökad kunskap och genom möten mellan tjänstemän och boende i en kommun kan ett förtroende byggas upp som ger en ömsesidig förståelse mellan parterna. I de flesta kommuner finns redan ett förtroende mellan de båda parterna men det finns också ett behov av att upprätthålla och fördjupa detta.

## 2 Metod och material

I detta arbete kommer frågan kring trädvandringar att diskuteras tillsammans med kommunikation och marknadsföring.

Genom att bedriva trädtureturism, och i det arbetet vara medveten om trädens betydelse för samhället och enskilda individer, kan man utföra ett strukturerat arbete för att höja kunskapen och intresset kring stadens träd. En beprövad metod inom trädtureturismen är att använda sig av trädvandringar. I Malmö stad har det under flera år pågått trädvandringar i olika delar av staden. Dessa trädvandringar har bland annat arrangerats av Malmö stad under Veckans Park under en period för att öppna för medborgardialog. Undersökningen kring kommunens arbete med trädtureturism och deras arbete med att kommunicera trädfrågor kommer att både ha sin utgångspunkt i trädvandringar i allmänhet och det arbete som utfördes under Veckans Park. I resultatet kommer bland annat de åsikter som kom in under arrangemanget Veckans Park och reflektioner från några av de medverkande tjänstemännen att presenteras. Ett resonemang kring dem finns att läsa under den slutliga diskussionen.

### 2.1 Syfte och mål

Målet med arbetet är att beskriva hur Malmö stad går tillväga för att kommunicera trädfrågor med hjälp av trädtureturism. Syftet är även att undersöka vilka tillvägagångssätt kommunen använder sig av för att höja intresset och kunskapen kring deras träd. Målet är att undersöka hur Malmö stads kommunikationsprocess kring träd kan utvecklas. Syftet med intervjuerna i studien är att få veta hur Malmö stad arbetar med trädfrågor och hur de förmedlar dem till de boende i kommunen. Målet med intervjuerna är att kunna ta lärdom av kommunens framgångar och erfarenheter.

Arbetet riktar sig till personer som arbetar, eller kommer att arbeta, i situationer då det finns ett behov av att upprätta en kontakt mellan tjänstemän, boende och besökare på platsen.

### 2.2 Frågeställning

Arbetet tar upp frågan kring trädtureturism i Malmö stad och hur de använder trädtureturism som ett kommunikationsmedel. Det tar även upp frågan kring hur de bygger upp ett förtroende bland allmänheten för det arbete som de bedriver. Arbetet berör även vilka åtgärder som görs för att komplicerade konflikter inte ska behöva uppstå samt hur man bemöter dem. Arbetet beskriver hur Malmö stad arbetar idag.

Frågeställningen som arbetet besvarar är:

- *Hur använder Malmö stad trädtureturism som kommunikationsmedel mellan tjänstemän och boende i kommunen samt vilket resultat har man sett?*
- *Vilka metoder använder Malmö stad sig av för att kommunicera träd till allmänheten?*
- *Finns det andra vägar som skulle vara effektiva att ta?*

### 2.3 Intervju

Under arbetets gång har fem personer från Gatukontoret i Malmö stad intervjuats. Dessa arbetar på olika sätt med att kommunicera trädfrågor med boende och besökare i kommunen. I enlighet med litteraturen tillfrågades fyra av intervjupersonerna genom ett mail där syftet med intervjun presenterades (Patel et al. 2003). Senare ledde dessa konversationer till att ett möte bokades in. Den femte intervjun skedde spontant då denne rekommenderades av en av de tidigare



intervjupersonerna. Inför de inbokade intervjuerna skickades intervjufrågorna ut till intervjupersonerna någon dag i förväg så att de skulle ha möjlighet att vara förberedda. Vid samtalen gjordes en ljudupptagning för att sedan kunna citera personerna korrekt.

Intervjun var uppdelad i tre delar utifrån teman. Intervjuguiden finns i Bilaga 1. Beroende på intervjupersonernas arbetsområden lades det olika stor vikt vid olika teman. Intervjun var semistrukturerad vilket innebär att intervjun utgår från ett antal fasta frågor men att det även kan tillkomma frågor under intervjuns gång (Kvale 1997). Vid någon enstaka intervju gjordes även en löpande analys (Patel et al. 2003) av intervjun men på grund av praktiska omständigheter var det inte möjligt i samtliga fall. Den löpande analysen gjordes enskilt av intervjuaren direkt efter intervjun för att då anteckna tankar och iakttagelser som gjorts under mötet. När det är möjligt är denna sorts analys som sker direkt efter intervjutillfället till stor hjälp då den typ av iakttagelser som då nedtecknas annars lätt glöms bort (Patel et al. 2003). I enlighet med Kvale (1997) eftersträvades det att frågorna skulle vara korta och enkla. Till viss del praktiserades också teorin utifrån Kvale (1997) om att ställa frågor som "vad" och "varför" innan frågor som "hur" ställdes. Samtliga intervjupersoner arbetar som tjänstemän på Gatukontoret i Malmö.

En sammanfattning av intervjun skickades sedan till de berörda personerna för att få bekräftat att det inte har skett några missuppfattningar samt för att kunna förtydliga eventuella oklarheter. Nedan följer en kort presentation av de olika intervjupersonerna.

**Arne Mattsson** – landskapsingenjör. Mattsson har varit anställd på Gatukontoret i Malmö sedan 1980 och har under stora delar av tiden arbetat med trädfrågor. Han har lett många trädvandringar för Malmö stad och var med under arrangemanget Veckans Park.

**Camilla Anderson** – landskapsarkitekt. Anderson var med och bemannade under Veckans Park. Hon har även arbetat med trädvandringar och guidningar i Limhamns kalkbrott i Malmö i flera år.

**Monika Nilsson** – kommunikatör. Nilsson är en av nyckelpersonerna på Gatukontoret när det gäller att kommunicera deras verksamhet med allmänheten. Hon ger även råd och tips till sina medarbetare inför intervjuer med media.

**Ola Enqvist** – naturvårdare. Enqvist har under många år guidat vid olika trädvandringar. Han har undervisat via ABF och har ett eget företag. Han har under många år arbetat med trädfrågor på olika sätt.

**Patrick Bellan** – växttekniker. Bellan har guidat ett fåtal vandringar för Malmö stad men desto fler som egen företagare. Han undervisar på Sveriges Lantbruksuniversitet och håller i många trädvandringar även för studenter. Han driver under sin fritid en välkänd trädblogg och instagramkonto över Malmös träd.

## 2.4 Begreppsförklaring

Nedan följer en kort förklaring av ett antal begrepp som kommer att användas genom hela arbetet. Tanken med denna är att ge alla läsare samma utgångspunkt kring de olika orden. Detta för att undvika eventuella missförstånd.

### 2.4.1 Trädvandring

Under en trädvandring får besökarna veta mer om träden och platsen som man besöker. Alla vandringar har en guide som förmedlar informationen. Ofta är guiden en fysisk person men det finns

även intalade vandringar som man kan lyssna på via en telefon eller mp3 (Tekniska förvaltningen Lund 2013; Malmö stad u.å.) eller som ett kartblad med information om träden (Stockholms stad 2014). Olika vandringar ser olika ut beroende på guide och målgrupp men de brukar sträcka sig mellan en till två timmar. Varje vandring är naturligtvis individuell utifrån den plats som besöks. Vanliga inslag under vandringarna är fakta kring träden och deras egenskaper samt historia kring platsen. Kostnaden för en besökare att gå en vandring som arrangeras av kommunen kan variera från helt kostnadsfria guidningar till en avgift på 140 kronor (Eklund 2014). På en del vandringar ingår det även någon form av material (ibid).

#### 2.4.2 TrädTurism

TrädTurism kan innebära arrangerade trädvandringar då besökarna får titta på träd under en guides ledning. TrädTurism är det som bedrivs då det kommer besökare för att titta på olika träd, i Malmö gärna på exoter (Gatukontoret Malmö stad 2005). Det går ut på att träden framhävs som intressanta turistmål. Det kan innebära att man lyfter fram träd genom olika sociala medier såsom instagram, facebook och bloggar för att uppmuntra boende att titta på träden. Man kan också använda sig av tillfälliga installationer såsom speciella ljud- eller ljussättningar (Steph 2012) för att hjälpa människor att se träd på ett nytt sätt.

#### 2.4.3 Veckans Park

Under Veckans Park samlade Malmö stads gatukontor in synpunkter angående parkernas skötsel och underhåll från de boende i stadens olika stadsdelar. Arrangemanget ägde rum under vår och höst mellan år 2006 och 2012 (Nilsson, 2015, muntligen). Under arrangemanget bjöds det på kaffe i ett tält och Lasse Berggrensson (lokal artist) bjöd på underhållning. På Mattssons (2015, muntligen) initiativ började man i ett tidigt stadium hålla en trädvandring i varje park som besöktes. Dessa vandringar blev mycket uppskattade och enligt Nilsson (2015, muntligen) delades det ut ett kartmaterial till dem som gick trädvandringen så att de kunde följa med på kartan. Vid varje tillfälle lottades det även ut en bok *Träd i Malmö* till en av besökarna.

Målet med Veckans Park var att tjänstemännen på Gatukontoret i Malmö skulle komma ut i Malmö stadsdelsparker för att diskutera skötseln av parken med de boende i området. Ett av målen var även att man skulle kunna ge en snabb respons på förslagen som kommit in samt snabbt vidta åtgärder som var rimliga och önskvärda (Nilsson, 2015, muntligen). Genom att göra en 10-i-topplista bland de vanligaste förslagen för varje plats som sedan publicerades på hemsidan med motivering uppger Nilsson (2015, muntligen) att det blev en tydlig respons till de boende. Projektet handlade inte enbart om träd utan gällde all skötsel i parken men det kom in många synpunkter kring träden då de är ett betydande element i en park.

### 2.5 Litteraturstudie

Valet av litteratur har delvis skett genom tips från erfarna personer i branschen samt genom att studera litteratur som andra utbildningar tillämpar. Delvis har även annan litteratur använts under arbetets gång då det uppstått behov av en fördjupad kunskap inom ett specifikt område. Till viss del har även material från olika företag använts. Fokus har legat på det material och den information som beskriver servicen och kundbemötandet inom IKEA. Materialet är publicerat av IKEA som under en lång tid har arbetat med att få en effektiv och kundvänlig service.

## 2.6 Avgränsning

Arbetet är begränsat till att undersöka hur Malmö stad kommunicerar trädfrågor till privatpersoner. Fokus ligger på hur de använder sig av trädture i form av exempelvis trädvandringar på stadens gator och i stadens parker för att möta och bemöta den intresserade allmänheten. Arbetets tyngdpunkt ligger på de vandringar som leds av en fysisk person. Detta leder till att arbetet inte i någon större utsträckning kommer att diskutera digitala vandringar.

På grund av den begränsade tid som avsatts för arbetet avgränsades det till att innefatta undersökningar genom intervjuer som gjordes med tjänstemän på Malmö stad samt en litteraturstudie. Övriga kommuner och yrkesgrupper har utelämnats.

### 3 Resultat

*Malmö – Parkernas stad*, så lyder Malmö slogan. Gatukontorets vision är att skapa "ett Malmö där man hellre är ute än inne" (Gatukontoret Malmö stad u.å.). Malmö har all anledning att profilera sig som en stad full av grönska och frodiga parker. Frågan angående om och hur Malmö förstärker sitt varumärke genom att använda trädurism kommer att tas upp under kommande avsnitt. I den följande texten redovisas resultaten från de semistrukturerade intervjuerna och litteraturstudien. Texten tar sin utgångspunkt i vad det innebär att marknadsföra en kommun vilket därefter följs av hur Malmö stad kommunicerar med de boende. Slutligen kommer uppföljningsarbetet och samordningen kring trädurismen i Malmö stad att beröras.

#### 3.1 Att marknadsföra en kommun

Malmö stad är mån om att nå ut till de boende för att få ta del av deras åsikter i olika frågor. Denna typ av medborgardialoger kan också fungera som en form av marknadsföring då Malmö stad får visa vad som händer i kommunen. När det handlar om marknadsföring är en kommuns eller ett företags varumärke viktigt. Men hur gör man för att varumärket ska bidra till att skapa ett värde för kommunen eller företaget? Kan man marknadsföra en stad på samma sätt som man marknadsför en produkt? Jansson et al. (2006) menar att man måste använda sig av olika tillvägagångssätt om man ska marknadsföra en stad jämfört med en produkt. I dagens samhälle när både människor och företag har lätt för att flytta eller kommunicera via internet behöver kommuner istället lyfta fram styrkor såsom en god blandning av företag, restauranger och teatrar för att profilera sig (Glaeser et al. 2000). Det finns ett antal punkter då marknadsföringen av en stad respektive en produkt skiljer sig åt (Jensen 2005 i Jansson et al. 2006). Först och främst finns det en mycket större målgrupp med många fler intressen när man ska marknadsföra en stad eller region jämfört med en produkt (ibid). En produkt kan i många fall vara riktad till en viss grupp människor (ibid). Det innebär att det finns mycket stora skillnader mellan intressenterna. En annan punkt som han tar upp är att en stad behöver förhålla sig till sin historia vilket en produkt inte behöver göra i samma utsträckning (ibid). Detta är något som Malmö stad har arbetat mycket med för att ändra uttrycken som man associerar Malmö med – från en smutsig varvsstad till en mångkulturell parkernas stad (Malmö stad 2011; Kommunikationspolicy Malmö 2000). Hur man i framtiden kommer att förhålla sig till sin historia i Malmö är ovisst men då tiden som industristad idag inte ligger så långt tillbaka i tiden kan det hända att man i framtiden kommer att se det som något man vill poängtera. Om man ser tillbaka på historien är det ofta så att man underskattar den tid som just har varit men att man med nyfikenhet ser på tidigare epoker. Som ett välkänt exempel kan man ta det faktum att renässansen på många sätt återspeglar antikens formspråk och tankesätt. Ett annat exempel som ligger närmare i tiden är alla landets miljonprogramsområden som under en tid ofta har beskrivits i negativa termer men där man nu har börjat värna om dess kvalitéer och olika värden (Nilsson 2015).

Vad man associerar ett märke eller kommun med kallas för märkesassociation (Melin 2007). En av de viktigaste märkesassociationerna är att man kopplar samman märket med en upplevd kvalité. Den upplevda kvalitén kan påverkas av flera olika faktorer såsom produktens eller arrangemangets namn, servicegrad och reklamens utformning. De nu nämnda faktorerna beskriver produktens funktionella värden men det är i många fall lika viktigt att skapa märkesassociationer som är kopplade till emotionella och immateriella värden (Jansson et al. 2006). De emotionella värdena kopplas bland annat till livsstil eller kändisskap medan de immateriella värdena främst är kopplade till varumärke och identitet (ibid). Melin (2007) poängterar dock att det är mycket viktigt att produkten lever upp till den förväntade kvalitén. Som kommun eller företag kan man påverka bilden

som allmänheten har av platsen. Mattsson (2015, muntligen) menar att det är viktigt att man som kommun själv syns och hörs. Han menar att det ofta är tidningarna som sätter agendan men att det som kommun är bra att vid olika tillfällen själv sätta agendan. Det är fördelaktigt att skapa kontakter med journalister som är positiva till och nyfikna på det arbete man bedriver som kommun (Mattsson, 2015, muntligen). Enqvist (2015, muntligen) trycker på att det är viktigt att tjänstemännen kommer ut och möter och bemöter invånarna på ett sunt sätt för att bygga upp ett förtroende mellan de båda parterna.

Om man har dessa övergripande förhållningssätt med sig i arbetet med att kommunicera stadens fördelar i stort och smått, som till exempel deras trädvandringar, kan man på många sätt även applicera klassisk kommunikation och marknadsföring på dessa verksamhetsområden, då de är en av produkterna som kommunen bistår med. Hur man hanterar de aspekter som Jansson et al. (2006) tar upp påverkar hela marknadsförings- och kommunikationskedjan, från massmedial kommunikation till den som sker vid trädvandringar. Både den externa och interna kommunikationen påverkas av vilken verksamhetsanda som råder på arbetsplatsen (IKEA Konceptet 2011).

Ur marknadsföringssynpunkt är det en fördel att man kommer överens om ett gemensamt mål och en politisk vision när man ska marknadsföra en kommun eller stad uttrycker Gulsrud et al. (2013). Detta understryks av Malmös kommunikationspolicy som uppger att det krävs tydliga mål för varje avdelning angående servicen för att upprätthålla en hög kvalitet (Kommunikationspolicy Malmö, 2000). Dessa mål skall kunna mätas och utvärderas (ibid). En gemensam vision skapar ett ramverk att arbeta inom där man gemensamt skapar den bild som man vill att de boende och besökarna ska ha av platsen. Denna process som sker inom de gemensamma ramarna behöver genomsyras av både politiska, historiska och kulturella samtal för att få en bredd och för att täcka in de många värdena på platsen (Gulsrud et al. 2013). Om man som kommun står enade kring vilken bild man vill ge till allmänheten är det lättare att ge ett samlat och ärligt helhetsintryck (ibid). Detta kan man uppnå genom tydlig och riktad information till samtliga yrkesgrupper. Informationen kan då innehålla den gemensamma visionen, gemensamma grundvärderingar och praktiska tillämpningssätt (ibid). Detta underlättar vardagen för dem som arbetar på platsen.

Resonemanget kring grönytor behöver ske på en strategisk nivå för att kunna föra in diskussionen på den politiska agendan (Gulsrud et al. 2013). Det är nödvändigt att det förs en dialog med politikerna för att prioritera stadens grönstruktur eftersom det är just dessa ytor som kommer att göra att den förtätade staden är bebolig även i framtiden (ibid.).

### 3.1.1 För malmöborna

Om man riktar blicken mot ett av Sveriges största företag, IKEA, ser man att de har ett stort fokus på hur deras kunder blir bemötta. Företaget skriver i sin publikation kring sitt koncept att mötena ska präglas av omtänksamhet och ärlighet (IKEA Konceptet, 2011). ”Det som är bra för kunder är på sikt också bra för oss.” uttrycker Ingvar Kamprad, grundaren av IKEA (IKEA Konceptet, 2011, s. 22). Det som är bra för de boende i en stad, kommun eller region är på sikt också bra för dem som planerar och förvaltar platsen samt för platsen själv. En stor del av arbetet på IKEA handlar om att ge människor service. Precis som när man arbetar i en kommun (Nilsson, 2015, muntligen). Liksom IKEA arbetar för de många människorna (IKEA Konceptet, 2011) arbetar man enligt Nilsson (2015, muntligen) för malmöborna. Hon menar att de som arbetar inom kommunen finns där för malmöborna för att det ska vara en ren och snygg, trevlig och trygg stad att verka i. Detta menar hon är en faktor som har bidragit till det förtroende som idag finns mellan boende och tjänstemän i kommunen. Ett tecken på att förtroendet har ökat är att det till kommunens kundtjänst tidigare kom in ca 10 000

samtal per år jämfört med de nuvarande 30-35 000 ärenden som når kommunen (Mattsson, 2015, muntligen), vilket tyder på att allmänheten anser att det fungerar att höra av sig till kommunen för att man får svar (Mattsson, 2015, muntligen).

Veckans Park annonserades via Sydsvenskan, tidningen *Vårt Malmö* och kommunens hemsida samt på platsen som gällde, ungefär en vecka i förväg genom "reklampelare" uppger Mattsson (2015, muntligen). Det verkade enligt honom som att det var trädvandringen som drog dit många av besökarna. Senare i processen sattes det fasta tider för att allmänheten skulle veta vilken tid som trädvandringen skulle börja och var de skulle infinna sig. Vid flera av de senare tillfällena var intresset för vandringarna så stort att det inte fanns några besökare kvar vid arrangemangets tält för att alla följde med på trädvandringen (Mattsson, 2015, muntligen).

Hur man ska bemöta de boende i kommunen är inte så lätt men som riktmärke uttrycker Mattsson (2015, muntligen) att man ska lägga fram meddelandet så att det uppfattas som positivt av mottagaren. Mattsson (ibid) uttrycker "Om man får ett 'nej' ska man nästan önska att man fick det där 'nejet'". Han lyfter även något som kan verka självklart men som ändå kan behöva sägas och det är att det är bättre att säga "nej", även om det inte är det som medborgaren önskar, istället för att gå med på saker som inte fungerar. Utöver allt detta ska man enligt intervjupersonerna hålla sig till fakta och visa på den kompetens som finns inom kommunen. För att bygga ett förtroende är det viktigt att man som tjänsteman svarar snabbt på mail, svarar eller ringer upp när man får samtal och att man inte gör sig svåråtkomlig (Enqvist, 2015, muntligen). Enqvist (2015, muntligen) uttrycker att själva guidningen är en kommunikation mellan de båda parterna och ger dem båda en förståelse för varandra. Det är ett sätt för kommunen att göra sig lättillgänglig (ibid). Under trädvandringarna möts medborgarna av ny information vilket leder till en ökad nyfikenhet menar Enqvist (ibid).

### 3.2 Kommunikation med de boende

I Malmö stad använder man sig av olika typer av projekt för att nå de boende i kommunen. Man stävar efter att ha en öppen och lyhörd dialog med de boende i kommunen för att politiker och tjänstemän ska kunna fatta underbyggda och förankrade beslut (Kommunikationspolicy Malmö 2000). Under Veckans Park riktade man sig till boende av alla åldrar och inte till någon specifik målgrupp. En målgrupp, pensionärer, var dock överrepresenterade menar Mattsson, Nilsson och Enqvist (2015, muntligen). På frågan varför fördelningen var så ojämn kom det fram ett antal olika förslag på anledningar till detta. En anledning till att det främst var pensionärer som besökte arrangemanget menar Nilsson (2015, muntligen) kan vara att de har mer tid att sätta sig in i frågan. Pensionärer är en av de åldersgrupper i samhället som har mest fritid (Molén 2012). Enqvist (2015, muntligen) har en tanke om att det delvis beror på under vilken tid Veckans Park arrangerades. Han poängterar att han upplevde att de täckte in en större målgrupp om aktiviteten var förlagd till en helgdag istället för en vardag. Detta baserar han på iakttagelsen att det kom personer från fler olika åldrar när arrangemanget var förlagt under en helg. Många av tillfällena var under vardagar vilket gjorde att det främst var daglediga pensionärer som hade möjlighet att komma enligt Enqvist (2015, muntligen). Bellan (2015, muntligen) tror däremot att det är en mognadsfråga. Han svarar att det nog beror på att man som äldre sätter sig in i ett större sammanhang. När man är ung menar han att man generellt sett är egoistisk och då inte har börjat intressera sig för saker som kretsar kring annat än en själv. När man blir äldre förstår man, att man som människa är en del av en större värld och ett större maskineri, "man förstår att man själv bara är en liten liten del och att maskineriet inte är byggt för en själv." (Bellan, 2015, muntligen). Bellan (2015, muntligen) uttrycker att det i många fall är en fråga om personlig utveckling snarare än en fråga om marknadsföring. Han menar att "det handlar

om en uppfattning om att man själv inte är i centrum hela tiden". Detta menar han kan vara en av orsakerna till att det är svårt att få unga intresserade av en traditionell trädvandring. Anderson (2015, muntligen) tror att det handlar om att arrangera mer riktade aktiviteter. Genom riktade aktiviteter kan man nå specifika grupper såsom studenter eller barn menar hon.

Mattsson (2015, muntligen) lyfter fram att de oftast hade många besökare under Veckans Park, fler än han först hade förväntat sig, dock var det ibland något färre besökare. Detta tror han kan bero på andra konkurrerande arrangemang. De som var aktiva med projektet Veckans Park uppger att de ibland kunde få kontakt med barnfamiljer och studenter. Barnfamiljerna har ofta ett fokus på lekmiljöerna och ser på platsen med ett barns perspektiv (Nilsson, 2015, muntligen). Nilsson (2015, muntligen) medger att det var svårt att diskutera skötsel med personer i tonåren. Hon menar att man får se de mötena som ett arbete för framtiden, att på sikt bygga upp ett förtroende och visa att man bryr sig om dem. Detta är ett långsiktigt arbetssätt som är betydelsefullt eftersom det för företag och kommuner är viktigt att de personer som verkar på platsen är lojala (Nilsson, 2015, muntligen). Detta medför att man är villig att stanna på platsen där man arbetar eller bor. Samtidigt är man villig att tala gott om platsen. Detta kallas för märkeslojalitet (Melin 2007) och som kund kan det vara ett uttryck för förtroende då märket är förknippat med trygga val.

I och med att den största delen av besökarna var pensionärer menar Mattsson (2015, muntligen) att de inte fick en fullständig och korrekt bild av de boendes åsikter då endast en liten del av dem var representerade. Han menar också att det var när besökarantalet minskade och man endast nådde en åldersgrupp som man beslutade att lägga ner Veckans Park och gå över till att satsa på något annat. Veckans Park avslutades enligt Nilsson (2015, muntligen) på grund av att man hade gått igenom ganska många parker och man behövde se över syftet med projektet och blicka mot nya projekt. Nilsson (2015, muntligen) anger att det idag inte finns några planer på att ta upp projektet Veckans Park igen. Istället finns det planer på andra utåtriktade arbeten såsom Hej Vintercyklist och eventuellt kommer det att dyka upp Veckans Torg runt om i staden kommande år (Nilsson, 2015, muntligen). Kommunen har tidigare använt sig av Hej Stadsdel, då man likt Veckans Park har besökt olika stadsdelar, då var olika aktörer i kommunen aktiva och sökte efter de boendes åsikter och tankar i olika frågor (ibid). I projektet Hej Stadsdel var många olika verksamheter inblandade såsom skola och polis (Mattsson, 2015, muntligen). Detta tycker Mattsson (2015, muntligen) var en styrka och en anledning att på sikt återuppta Hej Stadsdel och då låta visionen från Veckans Park finnas med i även detta projekt.

Enligt Nilsson (2015, muntligen) var tanken med Veckans Park att ge en snabb återkoppling till de boende kring vad som hade kommit in och vilka åtgärder som skulle vidtas. Som tidigare har nämnts gjordes en 10-i-topplista bland de förslag som hade kommit in för varje plats och som sedan publicerades på hemsidan med motivering kring kommunens fortsatta handlande uppger Nilsson (2015, muntligen). På detta sätt menar hon att det blev en tydlig återkoppling till de boende samtidigt som de fick en anledning att besöka hemsidan. Mattsson (2015, muntligen) menar att det är viktigt att tala om hur man tar till sig förslagen, vilka man arbetar vidare med, vilka man kommer att se över senare samt vilka man inte kommer att arbeta utifrån. Han menar att detta skapar en förståelse från allmänheten vad kommunen väljer att lägga fokus på. Det är också viktigt att man sätter av pengar för denna typ av åtgärder så att de boende förstår att man tar dem på allvar (Mattsson, 2015, muntligen).

### 3.3 Uppföljningsverksamhet och samordning

Det finns ingen uppföljning eller dokumentation av trädvandringarna i Malmö stad. Då det inte är ett systematiskt arbete med trädvandringar så finns det ingen konkret statistik över dem (Anderson, 2015, muntligen). Detta gör att det inte heller finns någon form av systematisk uppföljning uppger Anderson (2015, muntligen). Uppföljningar gör man kring det som är historia för att man sedan ska kunna utveckla verksamheten utifrån de erfarenheter man har fått (Uhlin et al. 1991). Detta antyder att en verksamhet inte kan utvecklas om det inte sker någon utvärdering och uppföljning på området. Om man använder sig av löpande avstämningar, det vill säga att man kontinuerligt följer upp hur arbetet går, kan man också regelbundet revidera sitt arbetssätt (Mossberg et al. 2011). Med detta arbetssätt skulle trädvandringarna kunna utvecklas gemensamt mellan dem som guidar vandringarna.

Antalet vandringar påverkar hur Malmö stad lämpligast förlägger uppföljningsarbetet. Trots att kommunen idag inte bedriver någon uppföljning eller dokumentation tror ändå intervjupersonerna att trädvandringar bidrar till ett ökat intresse för träd i kommunen. Enqvist (2015, muntligen) lyfter fram att han har sett att personer får upp ögonen för träds värde när de lär sig att titta på träden på ett nytt sätt, exempelvis genom trädvandringar. Även han själv har ibland fått se på träden med nya perspektiv inför olika vandringar. När han skulle guida en blind grupp fick han beskriva träden på ett nytt sätt och även uppleva dem på ett sätt som han inte har gjort tidigare. Dessa vandringar som är riktade till en speciell målgrupp har kommit in som beställningar från exempelvis föreningar (Enqvist, 2015, muntligen).

Idag finns det ingen samordnad bokning av trädvandringar men Anderson (2015, muntligen) menar att det kanske kommer om trädvandringarna får en översyn efter den senaste omorganisationen. Intervjupersonerna är överens om att de som håller i guidningarna ska besitta kompetens kring träden samt ha ett intresse för att guida (Bellan, 2015, muntligen; Anderson, 2015, muntligen). Vad endast Bellan (2015, muntligen) lyfter upp är att personen också ska vara intressant att lyssna på för dem som går vandringen. När han håller i vandringar vill han gärna känna till hur många besökare vandringen förväntas få då detta påverkar vandringens upplägg. Intervjupersonerna är överens om att de flesta vandringarna är förlagda under växtsäsongen. Bellan (2015, muntligen) är den enda som lyfter fram att han även har guidat trädvandringar under vintertid. Han uppgav att det var mycket bra uppslutning på vandringen även under denna årstid.

Under Veckans Park provade Gatukontoret lite olika upplägg. Någon gång testade de att varken ha Lasse Berggrensson eller kaffe men det blev inte lika bra (Mattsson, 2015, muntligen). Nilsson (2015, muntligen) meddelar att man ett fåtal gånger även bjöd på frukt och juice vilket gjorde att besökarnas fokus till viss del flyttades från parkens skötsel till vad förvaltningen bjöd på i sitt tält. Detta gjorde att de i fortsättningen främst valde att servera kaffe (ibid).

#### 3.3.1 Kommunens kunskap och kompetens

Det är flera av intervjupersonerna som menar att det är viktigt att man visar vilken kompetens som finns inom kommunen och att det krävs mycket god kompetens för att bygga en stad. Några av intervjupersonerna lyfte även fram vikten av att vara öppen med vad man inte vet, exempelvis när det kommer frågor. Vid dessa tillfällen brukar de be om att få återkomma via mail eller telefon. Detta handlingsätt har fullt stöd från Malmös kommunikationspolicy (Kommunikationspolicy Malmö 2000) som poängterar att det är viktigt att informationen som kommer från kommunen är sann vilket är ett krav inom kommunen. Intervjupersonerna uttryckte att det är betydelsefullt att man visar på vilken kunskap som finns inom kommunen men att det också är viktigt att man sprider denna kunskap. När



det handlar om träd gäller det främst att sprida kunskapen om trädens grundbehov, vad som orsakar skada och på vilka sätt skadan kan undvikas (Gatukontoret Malmö stad 2005).

### 3.3.2 Förslag och synpunkter

Antalet inlämnade synpunkter under Veckans Park varierade mellan 13 och 145 stycken per tillfälle (Sammanställning Veckans Park 2013). Av de förslag som kom in publicerades en 10-i-topplista på hemsidan med respons från Gatukontoret kring om och hur man skulle gå vidare med förslaget (Mattsson, 2015, muntligen; Nilsson, 2015, muntligen). Dessa följdes av en motivation. Det är värdefullt för dem som arbetar i kommunen som tjänstemän eller politiker att vara medvetna om vad de boende tycker om stadens miljö då detta kan påverka besluten som slås fast (Delshammar et al. 2015). Mattsson (2015, muntligen) menar att det är viktigt att tala om hur man tar till sig förslagen, vilka man arbetar vidare med, vilka man kommer att se över senare samt vilka man inte kommer att arbeta utifrån. Detta skapar en förståelse från allmänheten vad kommunen väljer att lägga fokus på (Mattsson, 2015, muntligen). Det är också viktigt att man sätter av pengar för denna typ av åtgärder så att de boende förstår att man tar dem på allvar (Mattsson, 2015, muntligen). Utöver 10-i-topplistan som publicerades gjordes också interna sammanställningar av Gatukontoret som innefattar samtliga förslag och synpunkter. Delar av dessa förslag går att känna igen från en pilotstudie där man jämförde vilka trädrelaterade klagomål som kom in i tre svenska städer (Delshammar et al. 2015). Pilotstudien undersöker endast klagomål medan arrangemanget Veckans Park har ett vidare grepp kring besökarnas åsikter vilket gör att dessa från Veckans Park inte enbart är problemfokuserade. Nedan lyfts några av de trädrelaterade förslagen fram som kom in under Veckans Park.

- bevara träden (Synpunkter Stationsparken u.å.)
- bevara specifika träd (Synpunkter Stationsparken u.å.)
- utöka trädbestånden (Synpunkter Vanåsparken 2011; Synpunkter Öresundsparken u.å.)
- ”rensa upp” i miljön runt om träden (Synpunkter Bulltofta u.å.; Synpunkter Husie mosse u.å.; Synpunkter Stationsparken u.å.; Synpunkter Vanåsparken 2011)
- ta bort döda träd och grenar (Synpunkter Husie mosse u.å.; Synpunkter Stationsparken u.å.)
- ta bort träd (Synpunkter Vanåsparken 2011)
- plantera fler träd (Synpunkter Persborgsparken2 u.å.)
- ersätta befintliga träd (Synpunkter Garnisonsplanteringen 2011)
- byta ut stora träd mot lite mindre (Synpunkter Persborgsparken2 u.å.)

Det kom även in uppskattande kommentarer kring trädvandringen (Synpunkter Bulltofta u.å.; Synpunkter Pildammsparken u.å.; Synpunkter Slottsparken u.å.; Synpunkter Öresundsparken u.å.) som anordnades under Veckans Park. Det fanns också ett antal som önskade att man skulle sätta en liten informationsskylt på de mer speciella träden (Synpunkter Bulltofta u.å.; Synpunkter Husie mosse u.å.; Synpunkter Pildammsparken u.å.; Synpunkter Slottsparken u.å.; Synpunkter Vanåsparken 2011). En del av de synpunkter som kom upp handlade om beskuggning, att det var för mycket eller för lite skugga (Synpunkter Ankarparken 2011; Enqvist, 2015, muntligen), och åsikter om att träden stod för nära tomtgränser (Enqvist, 2015, muntligen). Andra åsikter handlade om att träden fäller sina löv som sedan landar på boendes tomter så att de behöver kratta löv uppger Enqvist (2015,

muntligen). Tryggheten på platserna poängterades ofta och en ökad trygghet önskades, exempelvis genom en friare sikt på platsen (Enqvist, 2015, muntligen). I Pildammsparken (Synpunkter Pildammsparken u.å.) kom det in många synpunkter och därmed också många tankar kring träd. Dessa handlade om återplantering, önskemål om fler inhemska träd och önskemål om fler trädvandringar vilket var önskemål vid flera tillfällen under Veckans Park. Det fanns även personer i Pildammsparken (Synpunkter Pildammsparken u.å.) som lämnade in upplysningar om träd som hade skadats vid speciella tillfällen. Det kom in flera önskemål om fler fruktträd (Synpunkter Garnisonsplanteringen 2011; Synpunkter Persborgsparken 2 u.å.; Synpunkter Slottssparken u.å.; Synpunkter Vanåsparken 2011).

### 3.4 Arbetet idag

“Det är inte så krångligt att hålla en guidad vandring”

Det är Anderson (2015, muntligen) som ger denna beskrivning kring hur man gör för att hålla en bra vandring. Detta är den allmänna uppfattningen bland intervjupersonerna angående att leda trädvandringar. Som det ser ut idag har de som håller i trädvandringarna i Malmö så stor erfarenhet av uppgiften så att de inte har några direkta förberedelser innan de ska hålla i en vandring. En av intervjupersonerna uppger att de går in i Malmös träd databas för att få en överblick över vilka träd som står på platsen och lite information kring de specifika träden (Enqvist, 2015, muntligen). I träd databasen är alla park- och gatuträd markerade och man kan lätt få mer information om exempelvis planteringsår eller vitalitet (ibid). Bellan (2015, muntligen) uttrycker dock att han undersöker platsen för att kontrollera vandringens sträckning och att den är tillgänglig för gruppens individer och gruppens storlek.

Att kontrollera så att trädens vitalitet och utseende är som man minns är betydelsefullt för att undvika överraskningar på plats (Bellan, 2015, muntligen). Samtliga intervjupersoner berättar att de förmedlar någon typ av historia under vandringen, kring det specifika trädet, arten och platsen. De flesta vandringarna i Malmö stad sker i Kungs- och Slottsparken enligt Enqvist (2015, muntligen). Anledningen till detta är att det är där stadens största artdiversitet finns (ibid).

Att det finns ett stort intresse för träd bland allmänheten råder det inga tvivel om. Enqvist (2015, muntligen) refererar till de ”rabalder” som ibland uppstår vid fällning av träd, såsom NK-trädet i Malmö eller TV-eken i Stockholm. Han tror att det i många fall är trädens ålder som gör dem så intressanta och att de ”alltid har stått på platsen”. Förutom denna typ av uppmärksamhet är intervjupersonerna överens om att det är en stor efterfrågan av trädvandringar då det ofta ringer personer som vill beställa en vandring eller undrar när nästa äger rum.

Under intervjuerna visar det sig att många har en egen struktur för sina vandringar som de har arbetat fram genom åren med tankar och idéer som präglar deras vandringar. Nedan följer en redogörelse kring tillvägagångssätt som kan vara av vikt vid en trädvandring.

När Enqvist (2015, muntligen) guidar under trädvandringar håller han dem på en populärvetenskaplig nivå för att fånga upp den stora skarans intressen. Under vandringarna berättar han gärna någon anekdot kring träden, vad det är för trädslag samt vad man kan göra med dem. Både Enqvist och Bellan (2015, muntligen) uppger att de är noggranna med att berätta om det är en inhemska art eller ett exotiskt träd. Vid trädvandringarna brukar Bellan (2015, muntligen) försöka få en bredd med både vanliga och ovanliga träd och på så sätt visa på trädens mångfald. Han trycker speciellt på att staden inte är landsbygden och därför krävs det träd som klarar stadens förutsättningar. Bellan (ibid) poängterar att Malmö Stad behöver träd från hela världen precis som Malmö Stad behöver kompetens och människor från hela världen.

I dagsläget pågår ett arbete med att ta fram en trädapp i Malmö där man ska kunna finna information om olika träd samt bilder på dem (Bellan, 2015, muntligen; Nilsson, 2015, muntligen). Sedan en tid har det också legat en intalad vandring på Malmö stads hemsida där man själv kan gå en vandring under tiden som man lyssnar till information om träden på platsen (Malmö stad u.å.). På grund av att Malmö Stad har många parker med relativt många trädarter finns det all anledning att utveckla arbetet med trädturism (Gatukontoret Malmö Stad 2005).

## 4 Diskussion

Malmö stad lägger resurser på olika typer av arrangemang såsom trädvandringar men utan att se vilka konkreta resultat som det ger. En fördel med att dokumentera vilka resultat man uppnår är att man då kan utvärdera det arbete som har gjorts för att kunna vidta förbättringar, gärna genom ett strukturerat utvecklingsarbete. Om man kan visa på att man har uppnått ett resultat med verksamheten är det också lättare att motivera, både ekonomiskt och politiskt, att göra det vid fler tillfällen.

### 4.1 Synpunkter

”Ett Malmö där man hellre är ute än inne” är som tidigare nämnts visionen för Gatukontoret i Malmö (Gatukontoret Malmö stad u.å.). Man strävar efter detta genom att man arbetar med blågröna element i stadsbilden, satsar på mötesplatser samt arbetar för en god kommunikation med boende och andra intressenter (ibid). Det står skrivet i Malmö stads kommunikationspolicy att det är viktigt att varje medarbetare har tagit del av den och förstår innebörden av policyn i förhållande till det arbete som medarbetaren utför (Kommunikationspolicy Malmö, 2000). Denna förståelse skulle man kunna skapa genom att göra olika enkla checklistor som är anpassade för de olika typerna av arbetsuppgifter som finns. Dessa listor bör naturligtvis baseras på den allmänna kommunikationspolicyn men det är också lämpligt att lägga till ytterligare punkter som är anpassade till uppgiften. Allt eftersom arbetet utvecklas kommer det också nya råd och tips. Denna typ av utvecklande tillvägagångssätt är extra viktigt då arbetet med trädvandringar sker oregelbundet och det kan förekomma att det går relativt lång tid mellan två guidningar. Dessa råd och förhållningssätt kan användas om man ska lämna över uppgiften till någon mindre erfaren person. De kan även komma till användning när man vill utveckla arbetet och låta det bibehålla en hög lägstanivå. I servicebranschen talar man ofta om ”det lilla extra” som är den där extra servicen som inte förväntades (Lundgren et al. 2013). ”Det lilla extra” kan vara att man möts av personal som är glada och lyhörda men kan också vara att man bjuds på någon typ av tillbehör (ibid). För att omsätta detta till trädvandringar kan ”det lilla extra” vara att man är öppen för att ta emot frågor och är lyhörd så att alla ser och hör längs med vandringen. Det kan också innebära att man får kartor att följa med på under vandringen där man kan anteckna för att komma ihåg vad som sägs.

### 4.2 Sprida kunskap

I den tidigare nämnda pilotstudien som undersöker hur allmänheten uppmärksammar de problem som kan uppstå på grund av träd, baseras på de klagomål och tips som kommer in från boende och besökare i tre svenska städer (Delshammar et al. 2015). Utifrån denna studie framkommer vilka problemområden som vanligtvis rapporteras. Med hjälp av denna typ av information skulle man under trädvandringar och med annan typ av trädturism kunna förmedla kunskap som förklarar träds värde trots att de stundtals kan anses vara i vägen. God kommunikation och information kan ge en större förståelse för besluten som tjänstemän och politiker fattar samt vilka följder det får för de boende (Kommunikationspolicy Malmö 2000). Anderson (2015, muntligen) trycker på att det är en av kommunens uppgifter att verka som en mötesplats för kunskaps spridning för att höja kunskapsnivån i kommunen. Även i Malmös trädplan (Gatukontoret Malmö stad 2005) beskrivs att ett av huvudmålen är att öka kunskapen kring och intresset för träd bland besökare och boende i staden. I trädplanen lyfts det fram att träden ibland hanteras ”styvmoderligt” av både kommunen och privatpersoner vilket antas bero på okunskap (ibid). Den lyfter också fram att träden har ett pedagogiskt syfte för en ökad kunskap och inläring av kretslopp, livscyklar och andra ekologiska

aspekter (ibid). Om man får en större förståelse för hur träd fungerar och deras värde faller det sig naturligt att man bli mer villig att ta hand om dem, både privat och som yrkesverksam person. Med en grundförståelse för vad som skadar träden är det i många fall relativt enkelt att vidta förebyggande åtgärder i sitt handlande för att undvika att skada träden. Dessa åtgärder kan vara att inte gräva av trädets rötter, att inte kompaktera marken, att inte köra på trädet med gräsklipparen eller att på annat sätt utföra handlingar som skadar trädet. Förutsättningarna för träd, både på kommunal och privat mark, skulle förändras om människors sätt att behandla träd utvecklades. Fler friska träd vid god vitalitet gör det att vi kan ha långvariga och betydelsefulla element i stadsbilden som gör miljön både fysiskt och psykiskt friskare.

Om det är svårt att få grepp om trädens betydelse utifrån deras "mjuka" värden är det en fördel om man som guide är beredd på att någon gång under vandringen diskutera trädens "hårda" värden. Med hjälp av faktiska kostnader kan bilden bli tydlig för många då man kan relatera till begreppen intäkter och kostnader. Det kommer inte främst in klagomål kring vad träden kostar från allmänheten men med en förståelse för den ekonomiska bilden kan många förstå en aktörs handlande (Delshammar et al. 2015). Genom att använda sig av någon typ av trädvärderingsmetod såsom Alnarpsmodellen eller Katalogmodellen som är lätt att förstå för allmänheten kan man på ett pedagogiskt sätt beskriva betydelsen av att förvalta de träd som idag finns på platsen (Östberg 2014). Om man som guide känner sig bekväm med att även belysa de direkta tillgångarna som träd utgör för staden skulle man kunna visa något exempel på detta under vandringen. Några exempel på träd ekosystemtjänster är deras omhändertagande av dagvatten och koldioxidupptag. När de tar hand om dagvattnet gör det att staden inte behöver ha tillgång till lika kraftiga dagvattenledningar som de hade behövt i ett scenario utan träd. Med den allt mer förtätade staden och större mängd nederbörd (SMHI 2013) blir det allt viktigare att använda sig av lokalt omhändertagande av dagvatten. Med lokalt omhändertagande av dagvatten innebär det att man tar hand om nederbörden nära den plats där den har fallit. Detta innebär att det vatten som omhändertas på plats inte behöver ledas bort och renas i ett reningsverk. På så sätt kan man undvika att reningsverken blir överbelastade. Samtidigt undviks översvämningar i källare och på vägar vilket Malmö stad har färsk minnen av från hösten 2014 (Sydsvenskan 2014). Frågan är om inte kostnaderna för att plantera, etablera och sköta träden framstår som en ganska liten kostnad när det framgår vilka vinster trädbeståndet för med sig (Delshammar et al. 2015).

För den intresserade kan man omvandla dessa och andra faktorer till konkreta siffror och räkna ut vilken nytta och vilken kostnad ett enskilt träd eller ett helt trädbestånd har för en bestämd plats med hjälp av i-Tree (Östberg 2015). På detta sätt kan man få ut konkret och "hård" fakta kring trädens kostnader och besparande för exempelvis en kommun.

### 4.3 Intervjupersonerna

Under arbetet har fokus legat på att undersöka Malmö stads arbetsätt kring att kommunicera trädfrågor för att den är en av de kommuner som har arbetat med denna typ av aktivitet under en längre tid. Intervjupersonerna har valts ut på grund av deras kompetens kring träd och deras erfarenhet av att guida olika typer av vandringar. Antalet intervjuer och undersökta kommuner begränsades till ett antal som var rimligt att hantera under de veckor som examensarbetet sträckte sig över.

Detta medför att betydelsefull information kring hur andra kommuner, som exempelvis Enköping som också genomför olika typer av trädtureturism, inte har tagits med i beaktande i denna

studie. Med rätt resurser hade det varit intressant att även utföra intervjuer med andra yrkesgrupper i kommunen såsom parkpersonal som på många sätt är de som möter de boende i sin vardag.

## 4.4 Utvecklingsmöjligheter

För att en verksamhet ska hållas levande och förbättras krävs ett utvecklingsarbete. I följande partier lyfts olika typer av utvecklingspotential för att vidga arbetet med trädvandringar i Malmö stad.

### 4.4.1 Samordning

Idag sker ingen samordning av trädvandringarna. Istället kontaktas guiden personligen och en vandring bokas då in. Om vandringarna skulle samordnas, exempelvis genom ett gemensamt bokningssystem, skulle detta bidra till att man lättare får en inblick i vilken efterfrågan som finns. Med hjälp av kunskapen kring vilken efterfrågan som finns kan kommunen slå fast hur många vandringar som skulle behövas per år för att täcka det intresse som finns.

Under detta arbete skulle det vara en fördel om man samlar in information kring hur många vandringar som hålls och hur många besökare det är vid varje guidning. Detta skulle sedan kunna fungera som utgångspunkt när man är intresserad av att se om utbudet motsvarar efterfrågan på vandringar. Med hjälp av denna typ av information vore det också möjligt att se om efterfrågan ökar eller minskar mellan olika år eller årstider. Beroende på vilken data man samlar in har man olika möjligheter att analysera resultatet för att därefter gå vidare med ett utvecklat koncept och med en ökad kunskap. Beroende på vilka variabler man finner värdefulla och möjliga att samla in, kan man få en mer eller mindre fullständig bild av besökarna. Vanliga variabler när man samlar in statistisk data kring människor är ålder och kön (Körner et al. 2013). Om man samlar in information kring vilka som går vandringen genom exempelvis ålder och kön kan man se om det är någon grupp i samhället som man inte når ut till eller där det finns ett extra stort intresse. Svartalternativen för åldern kan då vara uppdelad i olika intervall eller att man anger åldern avrundat till hela år. Med dessa parametrar blir det tydligt om det är någon grupp i samhället som inte har deltagit vid undersökningen, eller vad gäller Veckans Park och trädvandringar, arrangemanget. Med denna information skulle det bli väldigt tydligt vilka grupper i samhället som var över- respektive underrepresenterade när man samlade in de boendes åsikter. Under Veckans Park hade det även kunnat vara intressant att ta del av hur ofta de som har delat med sig av sina åsikter besöker parken eller om de bor i området. En intressant variabel när man arbetar med utemiljöer skulle också kunna vara om personen har barn (exempelvis inom olika åldersspann) och i så fall hur många. Med hjälp av denna information skulle slutsatser kunna dras kring om det främst är barnföräldrar som tycker att det är viktigt med en stimulerande och estetiskt tilltalande lekplats. När det gäller Veckans Park har den typen av slutsatser dragits utifrån antaganden samt iakttagelser under arrangemanget.

### 4.4.2 Intresse och nischer

Mattsson (2015, muntligen) uppger att det under Veckans Park blev tomt i arrangemangets tält under trädvandringen för att det var så många som gick den guidade turen. Detta tyder på att det finns ett stort intresse för att upptäcka och lära sig om träd och sitt närområde. Något som styrker det faktum att trädvandringarna var uppskattade är de kommentarer som kom in bland de inlämnade synpunkterna under arrangemanget. Det var synpunkter som "mycket trevlig trädvandring" (Synpunkter Bulltofta u.å.; Synpunkter Pildammsparken u.å.), "mycket inspirerande ledare till trädvandringen" (Synpunkter Pildammsparken u.å.) och "fler trädvandringar!" (Synpunkter Pildammsparken u.å.; Synpunkter Slottsparken u.å.). Med dessa kommentarer framgår det att trädvandringarna är omtyckta bland boende och besökare vilket borde ses som en tillgång inom

kommunens verksamhet och som något som man vill utveckla. Man skulle kunna använda sig av trädvandringar i kombination med andra evenemang. Exempelvis har det arrangerats trädvandringar för barn under Malmöfestivalen. Detta kan vara en typ av aktivitet som skulle kunna utvecklas till att riktas till olika specifika målgrupper. Om man anser att det är svårt att nå vissa grupper kanske det kan underlättas av att man är på platser när den gruppen av personer ändå rör sig där. När man når ett läge då man vill nischa vandringarna skulle man kunna arrangera temavandringar. Exempel på temavandringar skulle kunna vara vår- respektive höstskrud, magnoliavandringar eller exotvandringar. Att ha denna mångfald av vandringar kräver förstås resurser, främst i form av personal med rätt kompetens eller engagemanget att lära sig.

För att förstärka Malmös varumärke skulle man kunna förstärka deras profil som Parkernas stad och därmed deras immateriella fördelar som ger en konkurrensfördel jämfört med andra områden (Jansson et al. 2006). Detta skulle kunna göras genom att använda sig av trädtureturism. Genom trädtureturism kan man sprida information om träden och parkerna och på så sätt höja kunskapsnivån vilket kan leda till att de boende blir mer måna om att värna om sin närmiljö. I en miljö där det finns en stor kännedom kring hur värdefulla träd är finns det också en större vilja att värna om dem på ett sunt sätt.

När det gäller konkreta tillvägagångssätt vid kommunikation med allmänheten uppgav några av intervjupersonerna att de använder sitt sunda förnuft. Som stöd för det sunda förnuftet skulle man kunna utforma ett antal olika tips och förhållningssätt som kan vara bra att ha med sig i sitt arbete. Som utgångspunkt när det gäller trädfrågor skulle man kunna ha dem som är beskrivna i *Fria eller fälla* (Riksantikvarieämbetet 2014). I denna skrift finns råd som "fokusera på gemensamma intressen", "ta vara på varandras kunskaper" och "ett prestigelöst förhållningssätt". Dessa förhållningssätt kan vara bra att återvända till inför kommunikation med boende i kommunen eller med andra kommuner och myndigheter för att föra en kommunikation med rätt fokus.

#### 4.5 Vidare studier

Det hade varit intressant att i framtiden läsa en större sammanställning kring hur kommuner och regioner går tillväga för att kommunicera och informera om träd samt vilka sätt som är effektiva och som uppskattas av de boende på platsen. Det hade också varit intressant med en mer omfattande studie där man tar vara på erfarenheter och reflektioner från fler yrkesgrupper inom kommunen för att få en annan bredd och en klarare helhetsbild. I en sådan studie skulle man till exempel se vilken del i kunskapsspridningen som parkarbetarna är och vilka möjligheter det finns för att utveckla deras uppdrag i syfte att öka allmänhetens kunskap och nyfikenhet.

## 5 Slutsats

Malmö stad utför trädvandringar när det kommer in förfrågningar från olika grupper som är intresserade. Man använder även trädvandringar som en del av projektet Veckans Park. Under Veckans Park samlade Gatukontoret in de boendes åsikter kring skötseln i olika stadsdelsparker med målet att ge snabb respons samt snart efter arrangemanget utföra lämpliga åtgärder.

Både kunskapen och intresset för träd skulle kunna öka om man berättar hur träd fungerar och vilka vinster som man kan göra, både som kommun och privatperson. Genom att dessutom visa på vilken kompetens som finns inom kommunen och bland dem som arbetar med trädfrågor ökar även förtroendet från allmänheten kring de beslut som fattas. I Malmö stad använder man i dagsläget inte trädvandringar som ett aktivt kommunikationsmedel mellan tjänstemän och malmöbor.

Genom att utvärdera och utveckla arbetet kring trädvandringarna i Malmö stad skulle man kunna uppnå en högre och jämnare kvalitet på vandringarna. Med hjälp av att ha en viss likhet mellan trädvandringarnas upplägg kan man garantera en högre lägstanivå. Detta uppnås genom att guiderna har gemensamma mål och tillvägagångssätt för verksamheten. Det innebär alltså inte att guiderna behöver utforma vandringarna på exakt samma sätt men att de kan ha vissa gemensamma drag i arbetets olika faser. Arbetets gemensamma utformning är menat att vara ett stöd för guiderna att utföra, analysera och utveckla vandringarna, speciellt då de inte sker med någon tydlig regelbundenhet. Inte minst är det en trygghet för besökarna att veta att man alltid kan förvänta sig vandringar av mycket god kvalitet i Malmö stad. För att få en likhet mellan trädvandringarna kan man vidta någon eller några av följande åtgärder:

- Fastställ det kort- och långsiktiga syftet med trädvandringar, t ex ökad kunskap och ökat intresse hos malmöborna och besökare
- Sammanställ vilka förberedelser som vore lämpliga för guiden inför en trädvandring, t ex undersöka platsen inför vandringen
- Sammanställ vilka viktiga parametrar som bör ingå i en trädvandring, t ex högtalare vid grupper större än X antal personer, kartor för besökarna vid vandringen
- Fatta beslut kring vilka parametrar som skall samlas in vid vandringarna för att kunna få en tydlig bild över vilka grupper av människor man når och vilka grupper man behöver söka upp på ett annat sätt, t ex ålder, kön, civilstatus, antal barn
- Sammanfatta "att tänka på"-tips som kan vara värdefulla att ta till sig innan man håller en vandring, t ex lyhördhet och entusiasm



## 6 Källförteckning

### 6.1 Källor

Boverket (1994). *Stadens parker och natur*. Karlskrona (Rapport 1994:12)

Delshammar, T., Östberg, J. och Öxell, C. (2015). *Urban Trees and Ecosystem Disservices: a Pilot Study Using Complaints Records from Three Swedish Cities*. Arboriculture & Urban Forestry (accepterad för publikation)

Ekedahl, S. (2012). *Trädet, tillståndet, turerna: Konflikten i samband med beslutet om TV-ekens fällning*. Kandidatuppsats, Södertörns högskola.

Eklund, E. (2014). *Allmänna parkvandringar sommaren 2014*. Tillgänglig via: <http://www.enkoping.se/swwing/app/cm/Browse.jsp?PAGE=1561465> [Åtkommen: 2015-02-20]

Gatukontoret Malmö stad. (2005). *Trädplan för Malmö 2005*. Malmö: Gatukontoret

Gatukontoret Malmö stad. (u.å.). *Vår vision 2020*. Malmö: Gatukontoret. Tillgänglig via <http://malmo.se/Kommun--politik/Organisation/Forvaltningar/Gatukontoret/Verksamhetside-och-mal.html> [Åtkommen: 2015-03-11]

Glaeser, L. E., Kolko, J. och Saiz, A. (2000). *Consumer City*. Working Paper 7790. National Bureau of Economic Research

Gulsrud, M. N., Gooding, S. och Konijnendijk van Den Bosch, C. C. (2013). *Green space branding in Denmark in an era of neoliberal governance*. Journal of Urban Forestry & Urban Greening 12 ss. 330-337

Jansson, J., Dominic Power (2006). *The Image of The City: Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions*. Department of Social and Economic Geography, Uppsala University.

Jansson, M., Persson, A. och Östman, L. (2013). *Hela staden: argument för en grönblå stadsbyggnad*. Stad & Land nr 183. Movium Partnerskap

Jensen, Ole B. (2005) *Branding the Contemporary City: Urban branding as regional growth agenda?* Regional Studies Association Conference, i Jansson (2006) *The Image of The City: Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions*. s. 14.

Körner, S. och Wahlgren, L. (2013). *Praktisk statistik*. 4:2. Uppl., Lund: Studentlitteratur AB

IKEA Konceptet (2011). *IKEA Konceptet inklusive En möbelhandlares testamente, Lilla IKEA ordboken*. Inter IKEA systems B.V.

Kommunikationspolicy Malmö (2000). *Kommunikationspolicy för Malmö stad*. Malmö stad

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur

Lundgren, E. och Larsson, V. (2013). *Sommar, sol och service: en studie om säsongspersonalens förutsättningar för att leverera servicekvalitet*. Kandidatuppsats, Lunds universitet, Campus Helsingborg, Institutionen för Service Management.

- Malmö stad. (2011). *Mötesplats Malmö: en strategi för destinationen Malmö 2011-2015*. Malmö stad
- Malmö stad. (u.å.) *Guidade turer*. Tillgänglig via: <http://malmo.se/Kultur--fritid/Kultur--noje/Museer-utställningar/Malmo-Museer/Aktuella-utställningar/Basutställningar/Tidernas-stad/Guidade-turer.html> [Åtkommen: 2015-02-18]
- Melin, F. och Hamrefors, S. (2007). *Den värdeskapande varumärkesstrategin*. Brand Strategy AB. Sveriges informationsförening. Handelshögskolan i Stockholm
- Mossberg, L. och Sundström, M. (2011). *Marknadsföringsboken*. Lund: Studentlitteratur AB
- Nilsson, D. (2015). *Kunskapen behöver stärkas*. Riksantikvarieämbetet Tillgänglig via: <http://www.hallbarstad.se/blogs/39-riksantikvarieambetet> [Åtkommen: 2015-03-06]
- Patel, R. och Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Riksantikvarieämbetet. (2014). *Fria eller fälla: en vägledning för avvägningar vid hantering av träd i offentliga miljöer*. Kalmar: Lenanders Grafiska AB.
- Sammanställning Veckans Park (2013). *Bilaga 1, Veckans Park: här har vi varit*. Malmö stads interna sammanställning. Gatukontoret
- Molén, M. (2012). Mäns hushållsarbete ökar men kvinnorna gör fortfarande mest hemma. *Välfärd*, (1), ss. 13-17.
- Skogsstyrelsen. (2015). *Skog och skogsmark*. Tillgänglig via: <http://www.skogsstyrelsen.se/Myndigheten/Statistik/Amnesomraden/Skog-och-skogsmark/Skog-och-skogsmark/> [Åtkommen: 2015-01-22]
- SMHI. (2013). *SMHI först med nya detaljerade klimatsimuleringar över Europa*. Tillgänglig via: <http://www.smhi.se/forskning/forskningsnyheter/smhi-forst-med-nya-detaljerade-klimatsimuleringar-over-europa-1.33956> [Åtkommen: 2015-03-03]
- Steph, Web Urbanist (2012). *Musical Tree! Amplified Sound Art from Falling Chestnuts*. Tillgänglig via: <http://weburbanist.com/2012/09/20/musical-tree-installation-creates-sounds-from-falling-chestnuts/> [Åtkommen: 2015-02-19]
- Stockholms stad (2014). *Träd- och örtvandringar*. Tillgänglig via: <http://www.stockholm.se/Fristaende-webbplatser/Stadsdelssajter/Sodermalm/Soderandan---Det-lokala-brottsforebyggande-radet/Trad--och-ortvandringar/> [Åtkommen: 2015-02-18]
- Sydsvenskan (2014). *Malmö tömmer magasin för att klara nytt skyfall*. Tillgänglig via: <http://www.sydsvenskan.se/malmo/malmo-tommer-magasin-for-att-klara-nytt-skyfall/> [Åtkommen: 2015-03-03]
- Synpunkter Ankarparken (2011). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*. Gatukontoret
- Synpunkter Bulltofta (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*. Gatukontoret
- Synpunkter Husie mosse (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*. Gatukontoret

Synpunkter Garnisonsplantering (2011). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*.  
Gatukontoret

Synpunkter Persborgsparken2 (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*.  
Gatukontoret

Synpunkter Pildammsparken (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*.  
Gatukontoret

Synpunkter Slottsparken (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*. Gatukontoret

Synpunkter Stationsparken (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*.  
Gatukontoret

Synpunkter Vanåsparken (2011). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*. Gatukontoret

Synpunkter Öresundsparken (u.å.). *Malmö stad intern sammanställning av Veckans Park*.  
Gatukontoret

Tekniska förvaltningen Lund (2013). *Trädvandring med ljudguide*. Tillgänglig via:  
<http://www.lund.se/Medborgare/Bygga-bo--miljo/Parker-och-natur/Parker-i-Lund/1-Stadsparken/Flikar-Stadsparken/Stadsparkens-vaxter-och-djur/Tradvandring-med-ljudguide/>  
[Åtkommen: 2015-02-18]

Uhlin, H.-E., Brunåker, S., Norrby, T., Cedrins, R., Nyström, P. och Åkerström, A. (1991). *Företagande i förändring*. Borås: Centraltryckeriet AB

## 6.2 Muntliga källor

Anderson, C. landskapsarkitekt, Gatukontoret Malmö stad, muntligen 2015-02-09

Bellan, P. växttekniker, Gatukontoret Malmö stad, muntligen 2015-02-09

Enqvist, O. naturvårdare, Gatukontoret Malmö stad, muntligen 2015-02-10

Mattsson, A. landskapsingenjör, Gatukontoret Malmö stad, muntligen 2015-02-09

Nilsson, M. kommunikatör, Gatukontoret Malmö stad, muntligen 2015-02-09

Östberg, J. *Ekonomisk värdering av stadsträd*. Föreläsning 2014-12-18

Östberg, J. *I-tree*. Föreläsning 2015-02-05

## 7 Bilaga 1: Intervjuguide

### Veckans Park

Vad var syftet med Veckans Park?

Vilka åsikter och förslag kom upp när ni arbetade med Veckans Park?

Fanns det ett intresse bland medborgarna att besöka Veckans Park?

Vilken var er målgrupp när Veckans Park arrangerades?

Vilken typ av medborgare var besökare?

Varför slutade ni med Veckans Park?

Är det något ni har planer på att ta upp igen?

### Trädvandringar

När ni använder er av trädvandringar, vilka tillvägagångssätt har ni då?

Är arbetet med trädvandringar säsongsbetonat?

Vilken tid på året sker större delen av trädvandringarna?

I vilken typ av tjänst ingår detta arbete?

Vilken är er målgrupp när det gäller trädvandringarna?

Vad ser ni för resultat utifrån de trädvandringar som har utförts?

Finns det någon uppföljning kring de trädvandringar och det arbete som har gjorts?

### Allmän kommunikation kring trädfrågor

Tror du att trädvandringar kan öka förståelsen mellan medborgare och tjänstemän?

Hur har ni gjort för att bygga upp ett förtroende mellan tjänstemän och allmänhet?

Finns det ett sådant förtroende? Varför/varför inte?

Vilka personer arbetar med trädfrågor och hur är det föreskrivet att de ska kommunicera mot allmänheten?