



Behövs gayvänlighet?

En kvalitativ studie
om heteronormativitet i servicemöten

EXAMENSARBETE FÖR KANDIDATEXAMEN
INSTITUTIONEN FÖR SERVICE MANAGEMENT OCH TJÄNSTEVETENSKAP
CAMPUS HELSINGBORG | LUNDS UNIVERSITET

Emil Nilsson

Anna Palm

Handledare: Elisabeth Högdahl

Examinator: Johan Alvehus

Kurskod: KSKK01

Termin: VT14



Behövs gayvänlighet?
Examensarbete för kandidatexamen

Framsidan
Layout: Johan Svensson
Foto: Petra Francke

Förord

Vi började i alla fall i god tid...

Intresset för att skriva just denna uppsats väcktes när vi läste att Sverige utsetts till gayvänligast i världen. Läsning av kommentarerna som folk dagligen skriver till artiklar i tidningar, har fått oss att undra hur långt vi egentligen har kommit. Vi har under en hektisk vår brottats med detta. De teoretiker vi har stiftat bekantskap med har stundtals fått oss att fullständigt betvivla vår intellektuella förmåga, men de har faktiskt också gett oss flera aha-upplevelser längs vägen.

Vi vill tacka våra informanter, som generöst har delat med sig av sina erfarenheter och fått oss att fundera i nya banor.

Vi vill särskilt tacka vår handledare Elisabeth Högdahl, som har inspirerat oss med sin entusiasm och fått oss att lämna varje handledning fyllda av hopp om att det trots allt kan gå.

Vi vill slutligen tacka våra familjer, vänner och hem, som har visat oss villkorlös kärlek under de sista absurda veckorna av detta uppsatsarbete.

... och tänka sig, den blev klar!

Helsingborg, 26 maj 2014

Emil Nilsson Anna Palm

Sammanfattning

Denna uppsats syftar till att studera hur heteronormativitet och gayvänlighet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten. HBTQ-personers upplevelser undersöks med hjälp av kvalitativa semistrukturerade intervjuer, samt kompletteras av en gåtur, under vilken två av informanterna upplever ett tiotal servicemöten. För att närma oss en förståelse för vilken roll gayvänlighet spelar för servicemötet, kompletteras de kvalitativa intervjuerna även av studier av dagspress och hemsidor inspirerade av diskursanalys. Det empiriska materialet tolkas utifrån ett flertal teorier om servicemötet som rymmer begrepp såsom kundfokus, kundupplevelser, interaktioner och förväntningar. Det tolkas även utifrån ett queerperspektiv genom begreppet heteronormativitet samt Foucaults tankar kring diskurs och makt. Genom att sammanföra de teoretiska perspektiven kan förståelsen av det kommersiella servicemötet nyanseras. Analysen delas in i tre delar. Den första behandlar heteronormativitet i servicemötet, den andra möjliga förståelser av gayvänlighet och den tredje gayvänlighet i servicemötet. Studien visar på att såväl heteronormativitet och gayvänlighet som det som upplevs i ett kommersiellt servicemöte är komplexa fenomen. HBTQ-personer kan bli likgiltiga inför heteronormativt bemötande men blir sällan direkt missnöjda. Undersökningen av gayvänlighet i servicemötet tyder på att det kan vara uttryck för dels en jämlikhetsdiskurs dels en heteronormativ diskurs. Utifrån den första förståelsen kan gayvänlighet i servicemötet motverka heteronormativa strukturer genom synliggörande och öppet bemötande. Utifrån den andra förståelsen kan det förstärka heteronormativa strukturer genom exkludering och stereotypisering.

Nyckelord: servicemöte, kundupplevelse, förväntningar, heteronormativitet, gayvänlig, HBTQ, queerteori, diskurs

Innehållsförteckning

Inledning	6
Problembeskrivning	6
Syfte	8
Frågeställningar	8
Disposition	8
Metod	10
Metodologiska antaganden	10
Empiriskt underlag	11
Semistrukturerade intervjuer	12
Genomförande av intervjuerna	13
Gåtur och intervju	16
Studier av dagspress och hemsidor	17
Tematisering av materialet	17
Arbetet med litteraturen	18
Teori och tidigare forskning	20
Tidigare forskning	20
Teorier inom fältet Service management	21
Servicemötets betydelse för kundupplevelsen	21
Det mänskliga servicemötet	22
Det standardiserade servicemötet	23
Teorier med anknytning till queerperspektivet	25
Diskurs, makt och disciplinering	25
Queerteori och heteronormativitet	26
Queerteori	26
Heteronormativitet	27
Summering	29
Heteronormativitet och gayvänlighet i servicemöten	30
Servicemöten och heteronormativitet	31
Vad gör ett lyckat servicemöte?	31
Heteronormativitet i servicemötet	32
Homosexuella behöver fjäderboor och plymer	33
Mamma, pappa, barn	35
Reaktioner på heteronormativitet i servicemötet	36
Hur gayvänlighet kan tolkas	39
Därom tvista de lärde	39
Kassako, glättigt och nakenbad - gayvänlighet i praktiken?	40
Gayvänliga servicemöten	42
Förväntningar på gayvänliga ställen	42
Caféerna med regnbågsflaggor	44
Bemötandet i de vanliga serviceverksamheterna	45
Gayvänlighet - vara eller icke vara?	46
Konklusion och diskussion	48
Studiens konklusion	48
Diskussion	50
Vidare forskning	51
Källförteckning	52
Skriftliga källor	52
Muntliga källor	55
Bilder	56
Bilaga 1	
Bilaga 2	

Inledning

Nej. Men det är inte alltid positivt, det är det inte. Det finns människor där ute som har en massa fördomar... det gör det. Och ibland visas de väldigt tydligt. Det behöver inte betyda att de står där vid bordet och skriker, men det räcker med sättet de är på, så förstår man att [...] det här uppskattar de inte. Serveringspersonalen eller restaurangägaren eller vad det än må vara... (I4 2014).

Problembeskrivning

Det inledande citatet illustrerar en känsla som HBTQ-personer kan uppleva i servicemöten i Sverige år 2014. Detta trots att Sverige i många avseenden har kommit långt i arbetet för sexuellt likaberättigande. Under 2000-talet har lesbiska par fått rätt till insemination, samkönade par har fått rätt att prövas som adoptivföräldrar och förbud mot diskriminering på grund av sexuell läggning har införts i regeringsformen (RFSL odat.a). Enligt Helena Westin, förbundsstyrelseledamot RFSL, är den könsneutrala äktenskapslagstiftningen, vilken trädde i kraft 2009, den absolut viktigaste framgången (Företagarna 2012, s. 8). Förändringar i lagstiftningen för utökat sexuellt likaberättigande raderar emellertid inte per automatik de sociala strukturer som finns i samhället. Enligt Foucault (2002, s. 95) är det maktrelationer som upprätthåller och förändrar vad som betraktas som normalt och onormalt i ett samhälle. Dessa maktrelationer återfinns i alla sociala praktiker och inom individer, och kan alltså inte reduceras till en juridisk makt (ibid.). Synen på heterosexualitet som det normala skapas och vidmakthålls alltså socialt och benämns som heteronormativitet (Rosenberg 2002). Citatet inledningsvis pekar på att HBTQ-personer fortfarande möter effekterna av heteronormativa strukturer i samhället. Heteronormativitet i Sverige återfinns inte minst i handlingar och attityder i möten mellan människor (Ambjörnsson, 2006, s. 63).

Servicemötet sker inom olika sociala praktiker och formen för det kan skilja sig mycket åt (Svingstedt 2012, s. 15). Det som kan ses som gemensamt för alla servicemöten är att det handlar om interaktioner med kunder, och bland annat Grönroos (2008), Gummesson (2002) och Normann (2000) har lyft fram betydelsen av kundfokuserade serviceverksamheter. Betydelsen av förväntningar för kundens upplevelse av servicemötet betonas av flera forskare, samt hur förväntningar är kontextberoende och personliga (Grönroos 2008; Meirovich och Little 2013; Parasuraman et al. 1988). Persson och Westrup (2005, s. 99) poängterar hur det personliga mötet är särskilt viktigt inom sociala serviceverksamheter. Inom ramarna för dessa praktiker, inom sjukvård och omsorg, har Boehmer (2002), Fioretos (2009) och Rödahl (2005) studerat HBTQ-personers upplevelser i servicemöten. Det är även inom dessa sociala

serviceverksamheter som RFSL (odat.b; odat.c) sedan 2008 har utfärdat HBT-certifiering för verksamheter som strategiskt arbetar utifrån ett HBT-perspektiv, när det gäller exempelvis bemötande av kunder. Certifiering av kommersiella serviceverksamheter är däremot ovanligt, liksom studier av HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten. I Dahls (2005) kartläggning av den forskning som gjorts om homofobi och heteronormativitet saknas studier som tangerar akademiska discipliner jämförbara med service management. Vår litteraturgenomgång pekar på att det ännu år 2014 saknas studier på området. En möjlig anledning till att studier av HBTQ-personers upplevelser av bemötande i första hand har gjorts inom vård och omsorg kan vara den grad av intimitet och beroendesituation som präglar dessa servicemöten. Såväl Corvellec (2005, s. 134) som Persson och Westrup (2005, s. 107) hävdar dock att det personliga mötets oförutsägbarhet och moraliska aspekter kan ha relevans även för kommersiella serviceverksamheter. Utifrån detta anser vi att en studie av HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten är berättigad.

Genom att betona betydelsen av det mänskliga i servicemötet, riktas en viss kritik mot Grönroos (2008), Gummesson (2002) och Normanns (2000) instrumentella syn på kunden och servicemötet som präglat av effektivitet. I linje med denna kritik anser vi det relevant att anlägga ett queerperspektiv på servicemötet. Eriksson-Zetterquist och Styhre (2007, s. 151) menar att queerbegreppet vardagligt ofta används som ett försvar av homosexuella. Akademiskt handlar det snarare om ett ifrågasättande av heteronormativa uttryck i samhället. Därmed blir det relevant att studera HBTQ-personers upplevelser av heteronormativitet i kommersiella servicemöten.

Som vi tidigare nämnt, är det främst sociala serviceverksamheter som HBT-certifieras, som ett sätt att motverka och uppmärksamma heteronormativa strukturer. Certifierade verksamheter marknadsför sig sedan med en symbol i regnbågens färger (RFSL odat.b). Det mer vardagliga begreppet gayvänlighet används i större utsträckning tillsammans med kommersiella serviceverksamheter såsom hotell, caféer och butiker. Fenomenet gayvänlighet har studerats ur ett marknadsförings- och segmenteringsperspektiv av DeLozier & Rodrigue (1996), Tuten (2005), Oakenfull (2007; 2013) och Gudelunas (2011). Gayvänlighet i relation till städer har bland annat studerats av Florida (2006) samt Book och Eskilsson (2007). Det finns en skepsis till begreppet gayvänlighet som kan böttna i en uppfattning, om att en grupp människor kategoriseras heteronormativt och exploateras utifrån att de förväntas ha hög lönsamhetspotential (Företagarna 2012). Men betydelsen av gayvänlighet är diffus och det verkar finnas en ambivalens kring dess innebörd. Det används nämligen även för att beteckna verksamheter och fenomen som upplevs som öppna för alla. I flera undersökningar har

Sverige utnämns till gayvänligast i världen (Out traveler 2013; Spartacus World 2014). Det är inte givet vad det faktiskt innebär.

Gayvänlighet används såväl i serviceverksamhetens marknadsföring som av konsumenter i omdömen och beskrivningar. Eftersom upplevelsen av servicemötet är högst individuell och tolkningar av gayvänlighet kan skilja sig åt, kan det med största sannolikhet även påverka förväntningar på och upplevelsen i servicemötet. Det blir därför även relevant att väga in betydelsen av gayvänlighet i studien om HBTQ-personers upplevelser i servicemötet.

Syfte

Följaktligen blir vårt syfte att studera hur heteronormativitet och gayvänlighet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten. Uppsatsen kommer att behandla följande tre frågeställningar:

Frågeställningar

1. Hur kan heteronormativitet inverka på HBTQ-personers upplevelser av kommersiella servicemöten?
2. Hur kan gayvänlighet förstås?
3. Hur kan gayvänlighet motverka eller förstärka heteronormativa strukturer i servicemöten?

Disposition

För att underlätta läsningen för läsaren väljer vi här att presentera uppsatsens upplägg:

Metod - redogör inledningsvis för våra metodologiska och vetenskapliga antaganden. I kapitlet motiverar vi även våra val av metoder för insamling av empiri och genomförandet av de semistrukturerade intervjuerna och gåturen. Vi förklarar även hur vi har arbetat med litteraturen.

Teori och tidigare forskning - inleds med en del om tidigare forskning. Vidare följer en del med teorier inom fältet för service management, där fokus ligger på förväntningar och bemötande i servicemötet. Den tredje delen innehåller teorier med anknytning till queerperspektivet, med begrepp såsom heteronormativitet, diskurs och makt.

Heteronormativitet och gayvänlighet i servicemöten - tolkar i tre delar vårt empiriska material från de semistrukturerade intervjuerna och gåturen med hjälp av teorier från våra två teorifält. Inledningsvis analyseras servicemötet i förhållande till heteronormativitet, vidare diskuteras vilka möjliga tolkningar som går att göra av begreppet gayvänlig och avslutningsvis analyseras hur gayvänlighet och heteronormativa strukturer inverkar på HBTQ-personers förväntningar och upplevelser i servicemöten.

Konklusion och diskussion - sammanfattar våra slutsatser i studien återknyter till studiens frågeställningar. Vidare diskuterar vi vårt syfte och våra slutsatser på en mer generell nivå vilket leder till förslag på vidare forskning.

Metod

I detta kapitel kommer vi först berätta om våra metodologiska ansatser med tillhörande vetenskapsteoretiska resonemang. Därefter följer ett resonemang kring valet av empiriskt material och om vår bearbetning av materialet. Till detta för vi våra reflektioner kring tillvägagångssättet och hanteringen av materialet samt våra ställningstaganden i arbetet med uppsatsen. Avslutningsvis diskuterar vi den valda litteraturen och hur arbetet med denna har gått till.

Metodologiska antaganden

I metodkapitlets första del är det vanligtvis att vänta en heltäckande genomgång av vetenskapsteori och om vägen till kunskap. Vi nöjer oss med att resonera kring tre grundläggande antaganden eller arbetsmetoder vår uppsats vilar på. Ett av dessa antaganden är det som vår arbetsprocess har genomgått av, nämligen abduktion. I resonemanget som Alvehus (2013, s. 109) för kring abduktion innebär det en växling mellan teori och empiri i arbetsprocessen med uppsatsen. Alvehus (ibid.) menar vidare att en abduktiv ansats är ett mer troligt tillvägagångssätt än både induktion, där utgångspunkten är i det empiriska materialet, och deduktion där utgångspunkten är det teoretiska. I vårt arbete har denna process varit ett naturligt val och nödvändigt för att kunna bearbeta materialet och från det dra slutsatser.

Analyskapitlets andra del kretsar kring en diskussion om betydelsen av begreppet gayvänlighet. Begreppet har en central betydelse i uppsatsen, där en abduktiv ansats varit till hjälp i arbetet och förståelsen av begreppet, varpå vårt andra antagande för uppsatsen aktualiseras. Det andra antagandet har mer formen av ett arbetsredskap och är inspirerat av diskursanalysen. Diskursanalysen är i Herz och Johanssons (2013, s. 25) resonemang en analysmetod som i sig är svårdefinierad, men den är ett sätt att förklara hur saker har tillkommit. I Brymans (2011, s. 474) beskrivning av diskursanalys är den huvudsak ett verktyg för textanalys, även om han poängterar Foucaults betydelse för diskursbegreppet. Bryman (2011, s. 474) menar att det även innefattar praktiker, vilket är Foucaults syn på diskursbegreppet. Herz och Johansson (2013, s. 25) resonerar vidare att Foucaults syn belyser språket i sociala och historiska sammanhang, och de menar fortsatt att diskurs är ett sätt att förstå våra tolkningar och sociala kategorier. Diskursbegreppets komplexitet och uppsatsens begränsade omfattning innebär att vi inte gör en renodlad diskursanalys. Däremot har vi inspirerats av Foucaults (1993) tankar kring diskurs, och kvalitativa intervjuer möjliggör en

nyanserad tolkning av begreppet gayvänlighet, som kan förstås på olika sätt i olika sociala sammanhang.

Herz och Johansson (2013, s. 77) menar att Foucault skulle kunna kategoriseras som poststrukturalist, men att han samtidigt i sina verk rör sig ”mellan fenomen, strukturer och existens på ett sätt som skapar en speciell nerv i hans författarskap”. Detta leder oss över till vårt tredje antagande som uppsatsen vilar på, vilket är en socialkonstruktivistisk ansats. Denna ansats hyser enligt Herz och Johansson (2013, s. 6) även den snävare ansatsen poststrukturalism, vilken ytterligare några av de i uppsatsen refererade författarna, exempelvis Butler, antas tillhöra. De sociala konstruktioner som antagandet enligt Bryman (2011, s. 37) står för, är utgångspunkt för vårt arbete med det empiriska materialet och med tolkningarna av våra informanternas berättelser.

I enlighet med Ambjörnssons (2006, s. 41) resonemang om att den strukturalistiska teoribildningen har en skeptisk inställning till att identiteten är medfödd och naturlig, har vi arbetat med att undvika onödiga kategoriseringar av informanterna och materialet. För trots allt präglas vårt empiriska material av både informanternas och vår egen subjektivitet och personliga åsikter och tolkningar.

Empiriskt underlag

I vår insamling av empiriskt material har vi använt oss av tre metoder. Vi har genomfört åtta semistrukturerade intervjuer, en gåtur med efterföljande semistrukturerad intervju samt studier av hemsidor och dagspress. Valet att använda flera metoder bidrar till att nyansera de komplexa fenomen som heteronormativitet och gayvänlighet utgör (Alvehus 2013, s. 73). I följande delar av detta metodkapitel redogör vi för och reflekterar kring var och en av våra använda metoder.

Urvalet av informanter till de åtta semistrukturerade intervjuerna gjordes inledningsvis genom kontakt med RFSL Helsingborg, där vi utifrån en ambition om ett målinriktat urval sökte informanter som identifierar sig som HBTQ-personer. Förfrågan om att delta som informant publicerades på RFSL Helsingborgs Facebooksida den 9 april 2014 (se Bilaga 1). Samtidigt publicerade författarna samma förfrågan på sina respektive Facebooksidor. Vi upplevde en svårighet i att formulera en förfrågan med rätt ord till de potentiella informanterna eftersom vi var rädda att en olycklig formulering skulle uppfattas som kränkande. För att undvika en sådan incident lät vi även vår handledare läsa brevet innan det publicerades. En fördel med det målinriktade urvalet är enligt Brymans (2011, s. 434f.)

resonemang att vi hade större möjlighet att nå ut till den målgrupp som överensstämde med studiens syfte. Samtidigt var det viktigt att beakta att personer som aktivt sökt sig till en förening för sexuellt likaberättigande kan vara mer uppmärksamma på sådana frågor än många andra. Trots våra förhoppningar om att få flera informanter via RFSL Helsingborg gav det endast två informanter.

I tidigt skede insåg vi därmed att det fanns behov av att aktivt söka informanter utanför RFSL Helsingborg. Vår huvudsakliga urvalsmetod kom därmed att bli ett bekvämlighetsurval där informanterna utgjordes av bekanta till någon av författarna. Bekvämlighetsurvalet är enligt Bryman (2011, s. 194f.) inget att föredra och innebär att informanter som finns tillgängliga för tillfället väljs för intervju. Samtidigt anser vi inte att det hade någon direkt negativ påverkan eftersom de informanter vi fann genom detta urval, var personer som uppfyllde samma kriterier som informanterna vi fann via RFSL Helsingborg. Urvalet resulterade i en heterogen grupp informanter vars främsta gemensamma nämnare var att de identifierade sig som HBTQ-personer. Trost (2005, s. 117) menar att det inte finns ett behov av representativa urval i samband med kvalitativa intervjuer, utan att en variation bland informanterna istället är att föredra. Vi har dock i studien velat undvika att kategorisera våra informanter, och velat vara så öppna som möjligt i våra beskrivningar. Herz och Johansson (2013, ss. 49, 52f.) menar att naturliga och sociala kategoriseringar av människor begränsar och medför konsekvenser för både människor och samhälle.

Urvalet av informanter till gåturen var ett bekvämlighetsurval, eftersom metodens karaktär krävde att informanterna kände sig bekväma i rollen som observatörer och tillsammans med författarna. Det var även viktigt att informanterna kände sig bekväma med varandra. Därför tillfrågade vi ett samkönat par som är bekanta till en av författarna, vilket medförde att det fanns en trygghet och tillförlitlighet mellan informanterna och författarna under såväl gåtur som intervju.

Semistrukturerade intervjuer

Eftersom informanternas tankar, åsikter, upplevelser, erfarenheter och reaktioner är viktiga för vår analys av HBTQ-personers upplevelser i servicemöten, krävs det en metod som ger informanterna utrymme att tänka och reflektera fritt. Enligt Bryman (2011, s. 415) innebär den semistrukturerade intervjun att informanten ges möjlighet att tolka frågorna och själv styra intervjun, eftersom en intervjuguide används istället för på förhand formulerade frågor. Eftersom vår studie innefattar en analys av innebörden och betydelsen av begreppet

gayvänlighet, ansåg vi det särskilt viktigt att inte lägga våra egna tolkningar i färdiga frågeställningar. Den semistrukturerade intervjun är dessutom, i Brymans (2011, s. 415) resonemang, flexibel och öppen till sin karaktär, vilket överensstämmer med våra tankar och ambitioner om de intervjuer vi ville genomföra. Vår ambition var att, med de semistrukturerade intervjuerna, skapa en öppen och förtroendeingivande intervjusituation som ökade förutsättningarna för att förstå informanternas upplevelser. Bryman (2011, s. 415) menar vidare att informanten i den semistrukturerade intervjun ges utrymme att förklara och förstå händelser, vilket underlättar att se mönster och beteenden. Vi känner att detta var synnerligen viktigt då vi diskuterade informanternas subjektiva tolkningar av upplevelser och erfarenheter av bland annat sexualitet, vilket kan vara en känslig fråga för många.

Genomförande av intervjuerna

Inför den första intervjun var vi båda ganska oförberedda på vad det var som förväntades av oss. Utöver att vi hade skapat en intervjuguide som vi kände oss bekväma med hade vi inte förberett oss och fördelat roller mellan oss. Trots detta upplevde vi att intervjun flöt på bra och att vi var på rätt spår med intervjuguiden. Som en lärdom från första intervjun, valde vi att i kommande intervjuer inta olika roller. Vi gjorde detta dels för att underlätta för oss själva under intervjuerna och i arbetet med transkriberingen av intervjuerna, dels för att det inte skulle vara förvirrande för informanterna. Under flertalet av de kommande intervjuerna var det en av oss som ledde intervjun och därmed också var ansvarig för att se till att områdena i intervjuguiden diskuterades. Den andre av oss observerade istället under intervjun och hade möjlighet att komma med förtydliganden och följdfrågor. Vi upplevde att denna uppdelning föll väl ut.

Inför varje intervju fick informanten själv välja tid och plats för intervjun. Vi gjorde detta för att vi ville ge informanterna möjlighet att ta en tid som passade dem och därmed öka chansen för att intervjuerna verkligen blev av. Intervjuerna genomfördes mellan den 16 april och 6 maj 2014. Intervjuernas längd varierade mellan 50 minuter och en och en halv timme, vilket enligt Bryman (2011, s. 429) ligger inom spannet för längden på en kvalitativ intervju. Alla intervjuer avslutades när det kändes som att informanten inte längre hade mer att säga och vi upplevde att frågeområdena var genomgångna. Att informanten fick välja plats för intervjun berodde delvis på samma saker som ovan, men även på att informanten skulle känna sig trygg i den miljö som intervjun genomfördes. Trost (2005, s. 45) menar att det är rimligt att informanten får göra detta val, möjligen med förslag från intervjuerna. Likaså har alla platser för- och nackdelar, enligt Trost (2005, s. 44), men viktigt är att det är en plats där

intervjun kan genomföras ostört. Våra intervjuer ägde rum på vitt skilda platser i västra Skåne; från informanternas lägenheter, till caféer och Campus Helsingborg. Bortsett från svårigheterna att transkribera de intervjuer som gjordes i bullriga miljöer, anser vi inte att platsvalen har påverkat kvaliteten på intervjuerna.

För att minimera risken för att vi skulle glömma bort viktiga noteringar eller reflektioner av intervjun gjorde vi direkt efter varje avslutad intervju ett intervjuprotokoll, vilket är något som Bryman (2011, s. 422) rekommenderar. Intervjuprotokollen var även viktiga eftersom vi, trots att Ryen (2004, s. 69) anser att anteckningar ska tas, valde att inte föra anteckningar under intervjuerna för att båda intervjuerna istället skulle kunna fokusera på informanten. Intervjuprotokollen har sedan fungerat som hjälp både i arbetet med analysen och med detta kapitel. Alla intervjuer utom en genomfördes med båda författarna närvarande. Den författare som genomförde en intervju på egen hand, var den som i de övriga intervjuerna intog rollen som observatör. Den andre författaren transkriberade denna intervju för att vara insatt i informantens resonemang inför kommande analysarbete. Den nionde och avslutande intervjun hade ett annorlunda upplägg och vi kommer därför att reflektera kring denna i kommande del.

Vi har till alla intervjuer valt att använda samma intervjuguide med sju frågeområden (se Bilaga 2). Med hjälp av de riktlinjer som Trost (2005 ss. 50, 53) ger ska en intervjuguide för en kvalitativ intervju inte innehålla några formulerade frågor, utan istället frågeområden där ordningen ska vara flexibel för att kunna möta informanternas svar och styrning av intervjun. Utformningen av intervjuguiden och valet av frågeområden är ett resultat av vår abduktiva metod, där vi i arbetet pendlar mellan teori och empiri. Våra frågeområde; *identitet, samhällsklimat, heteronormativitet, viktigt i servicemötet, att bli sedd eller inte bli sedd, gayvänlighet* samt *visioner och drömmar* var ett resultat av litteraturgenomgången och kan kopplas till vårt teorikapitel. Detta innebar också att det var frågeområden som vi kände oss inlästa på och var väl förtrogna med, vilket Trost (2005, s. 50) poängterar vikten av. Vi valde att utgå ifrån ordet gayvänlighet i vår studie. Vi är medvetna om att begreppet HBTQ, eller det ännu vidare HBTQIA idag används i många sammanhang för att inte exkludera människor, vilket ordet gayvänlig skulle kunna göra. Då ordet gayvänlighet fortfarande används frekvent i media och i betecknandet av serviceverksamheter, ansåg vi att det var relevant att undersöka. Under intervjuerna alternerade informanterna mellan att använda orden gayvänlig, HBT-vänlig och HBTQ-vänlig synonymt. Det finns alltid en risk för att informanter svarar på frågor utifrån normer och vad som betraktas som socialt önskvärt (Bryman 2011, s. 223f.). Denna risk är viktig att beakta, inte minst med tanke på att vår studie

handlar om sociala normer. Vi upplevde att samtliga intervjuer genomsyrades av öppenhet och förtroende mellan oss och informanterna. Inte desto mindre kan informanternas berättelser vara färgade av social önskvärdhet. Det behöver å andra sidan inte per automatik påverka vår studie negativt. I linje med den socialkonstruktivistiska ansatsen hävdar vi inga objektiva sanningar i vår studie. Tvärtom utgör våra subjektiva tolkningar av informanternas subjektiva tolkningar av sina upplevelser i servicemöten, en viktig del av analys och slutsatser i studien.

Öppenheten i frågeområdena stämmer väl överens med den socialkonstruktivistiska ansats som vi valt för studien vilket innebär att inget är av naturen givet. Följaktligen måste även sexualitet anses som flytande över tid. I och med det skulle det inte kännas rätt om vi under intervjuerna ställde stängda och ledande frågor som skulle bidra till en kategorisering av informanterna. Detta är också anledningen till att vi i analysen inte valt att lyfta fram vare sig informanternas ålder, kön eller sexualitet. Det som sammanlänkar alla informanter är, som tidigare nämnts, deras position utanför den heterosexuella normen. Vårt val att inte lyfta upp de sociala kategoriseringarna explicit innebär emellertid inte att vi bortsett från dem. Sociala kategoriseringar är enligt Eriksson-Zetterquist och Styhre (2007, s. 164) exempel på hur flera system och faktorer integrerar och påverkar. Flera informanter resonerar exempelvis kring könsstereotyp bemötande vilket vägs in i analysen.

För att underlätta vårt analysarbete, men även för att säkerställa att informanternas svar inte skulle förvrängas spelade vi in intervjuerna och transkriberade dem. Inledningsvis frågade vi alla informanter om tillåtelse att spela in samt informerade om att endast vi skulle lyssna på dem, men att transkriberingarna kunde läsas av andra. En av informanterna uttryckte en osäkerhet inför att spela in intervjun, men lugnades av informationen att endast vi skulle lyssna på den intervjun. Detta är ett exempel på hur vi ville skapa en tillförlitlighet och trygghet mellan oss och informanterna, i likhet med att informanten fick välja plats för intervjun. Vi har även valt att själva transkribera intervjuerna, vilket precis som Trost (2005, s. 54) hävdar innebar att arbetet med analysen påbörjades redan då. Det blev även, som Ryen (2004, s. 56) påpekar, en möjlighet att dra lärdomar av intervjuerna till nästkommande intervju. Exempel på saker vi tagit med oss är att fortsätta vara tysta under intervjun samt hur vi väljer att förklara vissa begrepp som anses svåra för vissa informanter. En annan anledning är hänsynen till informanternas anonymitet. Arbetet med transkriberingen har varit tidskrävande och har emellanåt, så som Bryman (2011, s. 429f.) menar, känts övermäktigt, men vi känner att det varit en viktig bit i arbetet med vår analys.

För information om hur vi fortsatte vårt arbete med intervjuerna och det övriga empiriska materialet se delen om tematisering av materialet. Vidare följer en beskrivning av den gåtur vi genomförde med efterföljande intervju.

Gåtur och intervju

Som komplement till våra tidigare intervjuer genomförde vi en gåtur med efterföljande semistrukturerad intervju. Syftet med metoden var att se om och hur ett samkönat par upplevde heteronormativitet i servicemöten. Vidare ville vi, på avstånd men även i vissa fall deltagande, se hur bemötande från frontpersonalen tedde sig, men även hur informanterna reagerade på bemötandet och servicelandskapet. Gåturen var en möjlighet för oss att se servicemötena och upplevelserna med egna ögon, men även med andras ögon, och därmed få nya perspektiv. Detta är i likhet med hur Högdahl (2003, ss. 33, 39) menar att studiens övriga empiri kan sammanlänkas med situationerna genom gåturerna, samt utgöra en motvikt till intervjuerna. För att kunna uttala oss om informanternas upplevelser av gåturens servicemöten var det nödvändigt att komplettera med en kvalitativ intervju.

De servicemöten som inträffade under gåturen innehöll inte några specifika heteronormativa händelser eller bemötanden. Det skulle kunna betraktas som ett misslyckande, men i likhet med Högdahls (2003, s. 39) resonemang om att fältstudier inte alltid blir som man tänkt sig men likväl kan bidra till studien, anser vi att gåturen var betydelsefull för den efterföljande intervjun. Gåturen fungerade då som samtalsöppnare och referens samt en möjlighet för såväl informanterna som för oss att relatera till, vilket enligt Bäckman (2009, s. 125) kan ge en djupare kunskap och förståelse för samtalsinnehåll. Bäckman (ibid.) menar vidare att gåturer kan konkretisera det som tidigare var abstrakt genom att samtalsämnen får en fysisk form. Intervjun var i övrigt uppbyggd på samma sätt som tidigare intervjuer med samma frågeområden i intervjuguiden (se Bilaga 2) och samma rollfördelning mellan oss. En av oss ledde intervjun medan den andre intog rollen som observatör. Den största skillnaden mot tidigare intervjuer var att det var två informanter, samt närvaron av deras bebis. Trost (2005, s. 46f.) framhåller att det finns risk att en av informanterna inte kommer till tals under en intervju med flera informanter. Vår erfarenhet var dock positiv då vi upplevde att båda pratade i ungefär samma utsträckning samt att deras erfarenheter av gemensamma servicemöten gjorde att de kunde komplettera varandras berättelser.

Gåturen och intervjun genomfördes på eftermiddagen den 7 maj 2014 i södra och centrala delarna av Helsingborg. Deltagarna var förutom oss författare, två gifta kvinnor samt deras bebis. Under gåturen gjordes totalt tio stopp, varav några var bestämda på förhand, medan andra tillkom spontant. Det fanns även en variation bland serviceverksamheterna; under turen besöktes banker, klädbutiker (även barnklädesbutiker) samt ett café.

Studier av dagspress och hemsidor

I ett tidigt skede inledde vi våra studier kring begreppet gayvänlighet, och vi började med att studera hemsidor och litteratur som inte skulle klassas som vetenskapliga. Liljestrands (2003) reportagebok *Made in Pride* om gayvänlighet och rosa pengar i Sverige var en av de första studierna på området i Sverige och har fungerat som en utgångspunkt och språngbräda vidare till vetenskapliga studier och litteratur. Liljestrands bok skulle mycket väl kunna vara en teoretisk källa i vårt arbete, och Alvehus (2013, s. 32f.) resonerar att skillnaden mellan teoretiskt och empiriskt material inte alltid är tydlig. Men eftersom den inte innehåller de beståndsdelar som krävs för en vetenskaplig text har vi istället valt att inte inkludera den. Artiklar från dags- och kvällstidningar samt magasin bidrar även de som empiriskt underlag för att diskutera gayvänlighet. Detta empiriska material är även en fingervisning av samhällsklimatet och debatten kring HBTQ och gayvänlighet. Det kan ses som negativt att delar av det empiriska materialet samlats in via sökningar på Google, vilket innebär att det är okontrollerade källor. Dock är det kanske just det som ger den bästa fingervisningen om var samhällsklimatet och debatten i ämnet befinner sig just nu. Dagspress har även insamlats via sökningar i Retriever.

Tematisering av materialet

Omvandlingen från transkriberingar och anteckningar till empiriskt material i en analys är tidskrävande, men samtidigt oerhört viktig. Det kontinuerliga arbetet har medfört att vi kunnat bearbeta intrycken från intervjuerna, samtidigt som vi har återvänt till våra teorier för att återigen hitta en koppling till dessa. På så sätt har vi gjort som Ryen (2004, s. 107) menar, att under intervjun bearbeta intrycken i förhållande till teori och tidigare intervjuer och skapa associationer och teman. Ryens (2004, s. 108) resonemang fortsätter med att den kvalitativa analysen ofta innebär att ta ett steg tillbaka och reflektera för att sedan dra slutsatser. Bearbetningen av intervjuerna, och teorierna möjliggjorde att vi kunde hitta teman och en struktur för vårt kommande analyskapitel. Ur det empiriska materialet plockade vi ut stycken

och citat från varje transkribering, som därefter färgkoordinerades efter tema samt efter informant för att skapa en tydlighet kring vem som sagt vad inom vilket tema. Genom att se mönster i materialet och på så vis kunna skapa teman och en struktur har vi varit medvetna om att försöka hitta motsatser och intressanta resonemang. Därmed undviker vi det som Alvehus (2013, s. 111) menar är ett vanligt problem i bearbetningen av det empiriska materialet, nämligen en för hård reducering som plockar bort olikheter och nyanser i materialet.

Arbetet med litteraturen

Avslutningsvis ska vi i detta metodkapitel göra en kort redogörelse för arbetet med litteratur och våra reflektioner och beslut kring vårt teoretiska material.

Tidigt under hösten 2013 började vi arbetet med uppsatsen. Anledningen var att vi skulle ha möjlighet att läsa in oss på området, och vi har under arbetets gång läst mycket. Arbetet och studien av området började på hemsidor och i material som vi i denna uppsats betraktar som en del av vår empiri, vilket står att läsa om i föregående del. Med flera och breda angreppssätt till begreppet gayvänlighet gick vi till litteraturen för att hitta studier kring ämnet och därmed hitta luckor i forskningen kopplat till fältet service management. Enligt Bryman (2011, s. 99) är inläsningen och genomgången av litteraturen ett viktigt steg i att formulera frågeställningarna, och för att kunna stödja argumentationen. Vi gick först till de referenser och den litteratur som vi hittat i det empiriska materialets källförteckningar. På detta sätt har vi fortsatt sökandet efter ny litteratur, samtidigt som det stod klart för oss att tidigare forskning inom fältet var oerhört begränsat. Detta gjorde att vi tidigt hittade två, enligt oss, distinkta teoriområden; service management och queerteori. Sökandet och urvalet att litteratur och teorier har till stor del fortsatt att handla om vad Bryman (2011, s. 196f.) skulle kalla ett snöbollsurval. Att efterhand söka sig vidare till nya referenser i den litteratur vi har läst innebär att vi har fått en överblick av området samt hur flera forskare arbetar tillsammans i olika konstellationer. Vi har kompletterat urvalet med sökningar i LUBSearch och EBSCOHOST. Vi vill dock poängtera att de båda teoretiska områdena är stora till omfattningen och inte heller utan problem kan misstolkas vid läsningen. Dock ger faktumet att vi gjort en omfattande litteraturgenomgång och använt oss av forskare som frekvent refererar till varandra en minskad risk för feltolkningar.

Inom respektive teoretiska område väljer vi forskare som är tongivande inom sitt område. Service management-delen präglas av författarna Grönroos (2008), Gummesson

(2002) och Normann (2000) och deras teorier kring servicemötet och förväntningar. Dessa författare må vara tongivande, men inte oemotsagda gällande de mänskliga förutsättningarna för servicemötet. I och med detta har vi valt att plocka in forskare som Corvellec (2005) samt Persson och Westrup (2005) som problematiserar dessa teorier. I slutfasen av skrivandet publicerades Andersson Cederholm et al.s (2014) bok *Servicemötets gnissel och skav*, vars innehåll är relevant för vår studie. Men på grund av att den utkom så nära uppsatsens deadline hann vi inte inkludera boken i den utsträckning vi hade önskat.

Vi använder oss även av queerteori för att problematisera teorierna inom service management. Vi har dock under arbetets gång stött på svårigheter med materialet, främst för att det har varit svårförståeligt och för att våra förkunskaper inom queerteori är begränsade. Att i och med det ta sig an Butler (2005) och Foucault (1987; 1993; 2002), vilka är erkänt svårtolkade författare, har inte underlättat vårt arbete med litteraturen, även om vi känt att dessa tänkare är nödvändiga för studien. Men samtidigt har vårt tillvägagångssätt, att med jämna mellanrum gå tillbaka till empirin för att sedan återvända till teorierna, underlättat förståelsen och bearbetningen av denna litteratur. Vi har därför även tagit hjälp av svenska författare som är tongivande inom såväl genusvetenskap som queerteori. Rosenberg (2002) och Ambjörnsson (2006) är båda erkända forskare och författare inom området och förklarar och problematiserar teorierna på ett enklare sätt, men även utifrån en svensk kontext.

Teori och tidigare forskning

I uppsatsens teorikapitel behandlas i tre delar; inledningsvis tidigare forskning om bemötandet av homosexuella i serviceverksamheter följt av de två teorifält som utgör analysverktygen. Det första teorifältet inom service management fokuserar på teorier kring bemötande och förväntningar i servicemötet. Den tredje delen tar avslutningsvis upp queerteori, där begreppet heteronormativitet utgör en betydande del, men ämnen som diskurs, makt och disciplinering också berörs.

Tidigare forskning

Vi nämnde inledningsvis att den forskning som gjorts om gayvänlighet främst rör en sjukvårds- och omsorgskontext eller ett marknadsförings- och segmenteringsperspektiv. I denna del redogör vi för två äldre artiklar som analyserar bemötande av homosexuella i servicemöten. I den första artikeln undersöker Walters och Curran (1996) skillnaderna i bemötande av samkönade par jämfört med heterosexuella par i amerikanska butiker. Walters och Currans (1996, s. 148) resultat visar att homosexuella kunder behandlades sämre än heterosexuella i avseendet butikspersonalens hjälpsamhet. De framgår även att de ofta utsattes för diskriminering.

I den andra artikeln om brittiska hotell och bed and breakfast, menar Jones (1996, s. 153) att företagen besvarade homosexuella pars bokningsförfrågningar i mindre utsträckning än heterosexuella, och att de homosexuella därigenom diskriminerades. Enligt Jones (1996, ss. 154, 158) resonemang kan denna till synes harmlösa diskriminering, snarare vara tecken på djupare strukturer i samhället, kopplade till attityden till homosexuella. Det fanns i studien även en tydligare diskriminering i de fall det rörde sig om ett mindre hotell eller bed and breakfast, vilket enligt Jones (1996, s. 157) kan bero på att dessa verksamheter i större utsträckning ägs och drivs av enskilda personer. Ägarna kan därmed i större utsträckning lägga in sina personliga värderingar och fördomar i hur företaget drivs. Vidare menar Jones (1996, s. 157) att sannolikheten för interaktioner och påverkan mellan gästerna ökar på en mindre anläggning.

Både Walters och Currans (1996) samt Jones (1996) studier genomfördes i början av 1990-talet med kvantitativa metoder. Det hade varit intressant att undersöka om deras resultat fortfarande är giltiga. Resultat från studier om heteronormativa strukturer och dess strategier såsom diskriminering, är emellertid knutna till tid och rum (Ambjörnsson 2006, s. 78f.). Vår

kvalitativa studie av HBTQ-personers upplevelser av serviceverksamheter genomförs i en svensk kontext år 2014 vilket gör att det inte går att dra några jämförande slutsatser i förhållande till ovan nämnda studier. Forskning från 1990-talet kan idag vara daterad och irrelevant på grund av faktafel. Såväl lagstiftning som attityder förändras, vilket gör att det ständigt är relevant med fortsatta empiriska studier på området.

Teorier inom fältet Service management

Servicemötets betydelse för kundupplevelsen

Inom service management och tjänstemarknadsföring har servicemötet blivit allt viktigare. Det är i servicemötet som kund och serviceleverantör möts och relationen till kunden kan utvecklas (Gummesson 2002, s. 88f.). Gummesson var tongivande i utvecklingen av relationsmarknadsföringen på 1990-talet och utgör tillsammans med Grönroos och Norman förgrundsgestalterna för den Nordiska skolan. Kundens betydelse för serviceverksamhetens framgång betonas allt mer. Det kan till exempel ses i Grönroos (2008, s. 54) retorik om att måna om kundens välbefinnande och arbeta för att uppfylla eller till och med överträffa kundens förväntningar. På detta sätt upprätthålls goda kundrelationer vilket är en nyckel till värdeskapande för kunden. Gummesson (2002) menar å sin sida att de interaktioner som sker mellan kund och serviceverksamhet är essentiella för relationsbyggandet. Interaktionerna är de utbyten som äger rum mellan, (1) kunden och serviceleverantörens system, (2) kunden och servicelandskapet, (3) kunden och andra kunder samt (4) kunden och frontpersonalen (Gummesson 2002, s. 88ff.). Dessa interaktioner kan alla utgöra viktiga delar i servicemötet.

Den absolut viktigaste interaktionen hävdar Normann (2000, s. 69) är den mellan kunden och frontpersonalen. Normann etablerade uttrycket sanningens ögonblick, vilka är alla de korta fysiska möten som sker mellan kund och frontpersonal. Gummesson (2002, s. 92) menar att “[o]m interaktionen fungerar väl ökar den kundupplevda kvaliteten”. Med Normanns (2000, s. 182) termer blir sanningens ögonblick avgörande för vilken kvalitet kunden upplever i servicemötet. Det tangerar Grönroos (2008, s. 82) resonemang kring vilken betydelse *hur* en tjänst erhålls har för den upplevda kvaliteten. Gemensamt för Grönroos, Gummesson och Normann är att de betonar hur avgörande kunden är för serviceverksamheter och att kundens olika möten med verksamheten måste sättas i fokus. Ett fokus på kunden måste helt enkelt genomsyra alla processer i en serviceverksamhet (Grönroos 2008, s. 73). Gummesson (2002, s. 108) menar vidare att såväl kundens beteende, livsstil som humör är av

betydelse, och han betonar vikten av att uppleva kunden. Dessa teorier går emellertid inte djupare in på hur detta upplevande ska komma till stånd. Däremot påpekas svårigheten för större företag att skaffa sig en förståelse av individuella kunder då kundkännedom samlas in kvantitativt och genererar en standardiserad bild av kunden (ibid.).

Syftet med avsnittet är att skapa en grund och en förståelse för hur teorierna om servicemötet har utvecklats. Tankarna i ovan nämnda teorier kan inte ensamma hjälpa oss att komma fram till vårt syfte, utan kommer snarare att problematiseras utifrån ett queerperspektiv.

Det mänskliga servicemötet

När man pratar om kunden som ett fenomen finns en risk för att den heterogenitet som finns bland kunder inte beaktas. Gummesson (2002, s. 94) nämner visserligen att människor har olika livssituation och sociala drag, men går inte djupare in på vad det mänskliga innebär för servicemötets process. Bristen på fokus på den mänskliga interaktionen i traditionella teorier om servicemötet är något som bland andra Corvellec (2005, s. 125ff.) kritiserar. Hans kritik utgår ifrån en diskussion om etik och synen på den Andre i servicemötet. Trots emfasen som läggs på relationen mellan kund och serviceleverantör, menar Corvellec att teorierna inte ger några svar på hur den Andre ska bemötas. Snarare dominerar ett företagsledningsperspektiv med fokus på organisatorisk effektivitet och lönsamhet. Det instrumentella synsättet illustreras av Grönroos (2008, s. 90) beskrivning av att "serviceprocessen måste alltid planeras och genomföras på så vis att det inte finns utrymme för illa hanterade sanningens ögonblick".

Corvellec (2005, s. 134) hävdar att det måste läggas ett större fokus på det människor upplever i servicemötet. För att detta ska kunna ske krävs enligt honom att människor inte objektifieras på det sätt som sker när människor reduceras till kunder. I stället måste varje människa bemötas som individ utifrån en respektens etik (Corvellec 2005, s. 137). Det relaterar till Persson och Westrups (2005, ss. 98ff.) resonemang om det personliga mötets viktiga roll i sociala serviceverksamheter. De poängterar att denna typ av verksamheter har ett samhällsuppdrag att förvalta etiska värden som exempelvis alla människors lika värde, något som inte är självklart i alla kommersiella serviceverksamheter. De poängterar däremot att kommersiella serviceverksamheter kan dra lärdomar dels av idén om det unika och oförutsägbara i mötet mellan människor, dels när det gäller den moraliska aspekten som handlar om vilka konsekvenser det som sker eller inte sker i servicemöten kan få för

människor. Många kommersiella servicemöten effektiviseras emellertid, vilket minskar utrymmet för det personliga mötet.

I detta avsnitt har vi lyft upp teorier om servicemötet som är kritiska till de traditionella teoriernas syn på servicemötet. Vi har diskuterat hur Corvellec (2005) samt Persson och Westrup (2005) på respektive sätt betonar vikten av det mänskliga mötet i servicemötet. Vi tillämpar dessa teorier för att åskådliggöra hur teorier om servicemötet även kan användas för att förstå HBTQ-personers upplevelser i servicemötet ur ett queerperspektiv.

Det standardiserade servicemötet

Gummesson (2002, s. 42) poängterar att rutiniserade relationer ibland är en förutsättning för effektivitet. Effekterna av rutinisering eller standardisering inom serviceverksamheter är något som flera forskare har problematiserat. Genom krav på effektivitet standardiseras det mänskliga mötet, vilket får konsekvenser för mötet mellan människor i servicemötet. Standardisering kan, enligt Andersson Cederholm et al (2014, s. 117), ta sig uttryck genom att frontpersonal i detalj får lära sig hur bemötandet av kunder ska gå till, och kan inkludera såväl tal som kroppsspråk. Andersson Cederholm et al. (2014, s. 118) betonar att risken med dessa bemötandemallar är att kunden uppfattar mötet som opersonligt. Frontpersonalens svårighet att hantera både kraven på kundfokus och effektivitet diskuteras av Svingstedt (2005, s. 40), som även menar att serviceverksamheter inte har råd att förlora sin serviceinriktning. Som ett sätt att hantera de dubbla kraven på kundfokus och effektivitet försöker många serviceverksamheter skapa processer i vilka kunden samarbetar (Korczynski och Ott 2004, s. 580). I ett försök att finna en lösning på detta dilemma har Korczynski och Ott (2004, s. 580ff.) ifrågasatt myten om kundens suveränitet, och visat hur serviceverksamheten styr kunden i önskad riktning men får kunden att tro att hen bestämmer. Det skapas en illusion om att kunden är kung vilket är väsentligt för kundens upplevelse. Både standardiserat bemötande och tricket att få kunden att tro att hen bestämmer i servicemötet kan ses som kommersiella tekniker. Corvellec (2005, s. 132) menar emellertid att om sådana tekniker ska fungera är det nödvändigt att kunden upplever dessa som äkta. Vikten av att inte låta sig luras som kund har enligt Andersson Cederholm et al. (2014, s. 114) blivit till en samhällsnorm, som rymmer idén om att kunden har särskilda rättigheter. Denna uppfattning präglar kundens förväntningar på servicemötet (ibid.).

Syftet med detta avsnitt är att ge en bild av hur servicemötet präglas av standardiserade ramar och strategier, med krav på effektivitet. Vi kommer att anlägga ett

queerperspektiv på dessa teorier för att förstå hur servicepersonals standardiserade bemötande kan ha betydelse för HBTQ-personers upplevelser av heteronormativitet.

Förväntningar på kvalitet i servicemötet

Förväntningar är en viktig faktor för hur kunden upplever kvaliteten i servicemötet. Den kvalitet som går att härleda till det som sker i servicemötet är det Grönroos (2008, s. 82) betecknar som funktionell kvalitet, det vill säga *hur* tjänsten utförs. Det innefattar vad servicepersonal säger och hur de säger det. Det skulle också kunna förklaras som det bemötande kunden får. I modellen om upplevd tjänstekvalitet visar Grönroos (2008, s. 84ff.) hur kundens behov och uppfattningar, i kombination med bland annat image skapar kundens förväntningar på kvaliteten av en tjänst. Dessa förväntningar sätts sedan i relation till kundens erfarenhet av kvaliteten på tjänsten. Om den förväntade kvaliteten överensstämmer med erfarenheten av kvaliteten upplever kunden att kvaliteten är god. Kundens upplevelser är högst subjektiva. Om kundens förväntningar är högt uppskrivade, på grund av exempelvis serviceverksamhetens image, ställer det högre krav på interaktionerna i servicemötet för att kundens totalt upplevda kvalitet ska upplevas som god.

Parasuraman et al. (1988) utvecklade metoden SERVQUAL för att mäta kundens upplevelse av kvalitet. Metoder som jämför kunders förväntningar med deras upplevelser av tjänster måste alltid beakta att tolkningar av upplevelsen kan påverka beskrivningen av förväntningarna och vice versa. Med insikten om att det kan finnas olika slags förväntningar utvecklades modellen om ett toleransområde, mellan det som betraktas som tillräcklig nivå på upplevd kvalitet, och det som är önskad nivå (ibid.). Bitner et al. (1990) använder en annan metod för att mäta kunder upplevda kvalitet. Respondenterna får i denna metod reflektera över extraordinära situationer i servicemötet, antingen positiva eller negativa, och beskriva dessa "kritiska händelser" så detaljerat som möjligt. I studien framgår det att servicepersonals bemötande och attityder har stor inverkan på kundtillfredsställelsen.

Förväntningar är, som vi tidigare nämnt, svåranalyserade då de bygger på subjektivitet. Meirovich och Little (2013) diskuterar hur förväntningar måste sättas i en kulturell och historisk kontext när de tolkas. De hänvisar till House et al.s (2004 i Meirovich och Little 2013, s. 41) undersökning av nationell standard för faktiska respektive önskade kvalitetsnivåer, som väger in kulturella aspekter. Förväntningar är alltså kontextberoende och förändras även med tiden. På så vis kan alltså något som betraktades som värdehöjande egenskaper, på ett antal år förvandlas till lägsta förväntade standard. Om servicenivån förblir konstant under samma tidsperiod, resulterar det i att den kundupplevda kvaliteten minskar.

Förväntningsnivåer kan också präglas av om kunden uppfattar att serviceleverantören inte råder över eller kan hållas ansvarig för en situation. Då kan en slags overseende med kvalitetsbrister sänka förväntningar så att kunden inte reagerar lika negativt. (ibid., s. 42)

I detta avsnitt har vi redogjort för teorier som på olika sätt behandlar kundens förväntningar på servicemötet. Eftersom förväntningar är subjektiva och av varierande karaktär kan det vara betydelsefullt att resonera kring flera teorier. Vi kommer att applicera de olika teorierna för att försöka förstå hur olika slags förväntningar kan påverka HBTQ-personers upplevelser av heteronormativitet och gayvänlighet i servicemötet.

Teorier med anknytning till queerperspektivet

Diskurs, makt och disciplinering

Diskurser kan enligt Foucaults (1993) synsätt ses som nät av föreställningar och normer som formar både vårt sätt att handla och vårt sätt att förstå världen. Dessa föreställningar och normer är socialt konstruerade, men eftersom de strukturerar samhället och reglerar människors sociala liv, kan de uppfattas som sanningar (Andersson 2011, s. 41f.). Enligt Foucault finns makt inbyggt i alla diskurser och utövas därmed i alla sociala relationer (Dahlstedt 2011, s. 172). Makt kan alltså inte reduceras till lagstiftning, utan produceras inom alla sociala praktiker och även inom alla människor. Det som uppfattas som beständigt i makten är en följd av mängder av maktrelationer som skapas och kopplas samman, och leder till att vissa uppfattningar om vad som är normalt dominerar. Enligt denna uppfattning av makt finns det alltid ett motstånd som möjliggör att maktbalansen och föreställningar om vad som är normalt och onormalt förändras inom diskurser. (Foucault 2002, s. 103ff.)

Foucault menar vidare att talet är betydelsefullt för hur makt och konstruktioner av sanningar kopplas samman. Talet kan samtidigt vara både ett maktinstrument och en effekt av makt (Foucault 2002, s. 110). Foucault beskriver till exempel effekterna av att homosexualitet började omnämnas i olika diskurser på 1800-talet.

[...] förekomsten av alla dessa diskurser har säkerligen möjliggjort en breddning av de sociala kontrollerna på denna "perversitets" område; men den möjliggjorde också uppkomsten av en "motdiskurs": homosexualiteten började tala om sig själv, kräva sitt berättigande att bli betraktad som "naturlig" - ofta med samma ord och begrepp som läkarvetenskapen använt för att diskvalificera den. (Foucault 2002, s. 111)

De olika talen, maktens och motståndets tal om ett fenomen, utgör kämpar i en diskursiv kamp. Ett sätt att tala om någonting kan dominera men eftersom det pågår en maktkamp kan makten också förskjutas och andra sätt att tala om någonting börja betraktas som självklara

(Foucault 2002, s. 111). Andersson (2011, s. 43) menar att ett av Foucaults viktigaste bidrag är ifrågasättandet av det som betraktas som självklart. Genom att ifrågasätta det självklara finns det en möjlighet att förändra ojämlikheter och orättvisor i samhället (ibid.).

I samband med maktbegreppet diskuterade Foucault (1974, ss. 207, 215, 233) även hur makt kan sägas ha en disciplinerande funktion. Eftersom makt produceras överallt kan hela samhällen ses som ett disciplineringsystem inom vilket allting samtidigt kontrollerar och kontrolleras. Genom att tränga in i människors kroppar och vardagsliv får makten en disciplinerande effekt (Herz och Johansson 2013, s. 84f.). Den som bryter mot det som enligt rådande diskurser anses som det normala, straffas av det sociala trycket, och därmed behövs ingen formell makt (Eriksson-Zetterquist och Styhre 2007, s. 42). Miller och Rose utvecklar Foucaults tankegångar kring makt och tolkar dessa utifrån dagens förutsättningar. De diskuterar bland annat hur kontrollen av medborgarna lämnas över till den individuella människan, som förhåller sig till makten och medverkar till sin egen underordning. (Miller och Rose 2008 i Herz och Johansson 2013, s. 85f.)

Foucaults syn på diskurs står som utgångspunkt i kommande analys av gayvänlighet. Eftersom servicemötet handlar om sociala samspel mellan människor och serviceverksamheter, vilka struktureras utifrån samhällets normer, blir Foucaults tankar om makt och disciplinering även applicerbara i tolkningen av HBTQ-personers upplevelser i servicemötet.

Queerteori och heteronormativitet

Queerteori

Queeteorin har sina rötter i homosexualitetsforskning och feministisk forskning (Ambjörnsson 2006, s. 37). Begreppet sexualitet kan handla om identitet, begär, handling eller ett system av normer (Ambjörnsson 2006, s. 36). Enligt Ambjörnsson (2006, s. 36) är inte ambitionen inom queerteori att i första hand utkristallisera vad som är vad, utan istället studera hur det mångtydiga begreppet sexualitet organiseras, regleras och upplevs i vårt samhälle. Kulick (odat.) beskriver i Nationalencyklopedin queer som “[...] en position i förhållande till det normativa [...] som kan vara en grund utifrån vilken man kan bedriva insiktsfull kritik av samhälle och kultur.”. Därtill menar Rosenberg (2002, s. 13) att det handlar om att synliggöra hur heterosexualitet vidmakthålls som en slags naturlig ursprungssexualitet. Här blir det tydligt hur Foucaults idéer har inspirerat queeteorin. Butlers (2005) betoning av att såväl kön som sexualitet är sociala konstruktioner som reproduceras i

tal och handlingar, är väsentlig för queerteori. Hon belyser även att användningen av begreppet queer har förändrats över tid, från att ha använts som skällsord gentemot sexuella avvikare till att återtas av de som utpekats som avvikare och ges positiva betydelser (ibid., s. 97f.). Detta är ytterligare ett exempel på hur diskursiva betydelser, i likhet med Foucaults citat om homosexualitet ovan, är föränderliga. Syftet med detta avsnitt är att presentera grunden för vad queerteori innebär. Det handlar om en utgångspunkt för att studera normer i samhället, vilket är nödvändigt för att kunna närma oss vårt syfte.

Heteronormativitet

Heteronormativitet enligt Rosenberg (2002, s. 100), är “[...] antagandet att alla är heterosexuella och att det naturliga sättet att leva är heterosexuellt”. Det kan alltså sägas vara precis det som ett queerperspektiv motsätter sig. Eftersom den heterosexuella normen uppfattas som naturlig och önskvärd blir homosexualitet det onormala som gång på gång måste förklaras (Rosenberg 2002, s. 102). Eriksson-Zetterquist och Styhre (2007, s. 31f.) beskriver hur kategorisering av människor är ett sätt att sortera och ordna intryck och skapa förståelse av världen, men kategoriseringar inte naturliga utan socialt konstruerade utifrån en kontext. Inom en social kontext är vi bekanta med vissa kategorier medan andra är oss helt främmande (Sunesson i Foucault 1987, s. vii). I det västerländska samhället finns ett vedertaget tänkande i dikotomier, och en kategorisering utifrån vi och de (Rosenberg 2002, s. 102). En sådan uppdelning är kategorierna kvinna och man, som definieras genom distinkta gränser (Eriksson-Zetterquist och Styhre 2007, s. 31f.). Butlers heterosexuella matris innebär en kulturellt skapad genusordning med ett tydligt kvinnligt/feminint kön/genus och ett tydligt manligt/maskulint kön/genus (Rosenberg 2002, s. 71). För att bli förståelig som riktig man i andras ögon, måste män dessutom ha ett sexuellt begär till kvinnor och vice versa (Ambjörnsson 2006, s. 113). De sociala regler som är kopplade till kvinna respektive man är socialt konstruerade föreställningar. Upprepningarna av föreställningarna om hur de bidrar till en strukturering av vardagslivet (Herz och Johansson 2013, s. 138). Det är möjligt att förändra men förankringen i lagar och framförallt sociala normer försvårar förändring (ibid.) Young (1999 i Rosenberg 2002, s. 101) talar om ett slags strukturellt förtryck som artar sig i form av till synes självklara normer och symboler, institutionaliserade i olika system i samhället. Ofta märks inte normerna förrän något eller någon avviker och ett normbrott uppstår (ibid.). Det som är avvikande bestraffas på olika sätt och ofta handlar det om abstrakt bestraffning såsom marginalisering och osynliggörande (ibid.).

Rosenberg (2002, s. 102) pekar på heteronormativitetens två bärande principer: (1) exkludering och (2) inkludering. Exkluderingen återkopplar till det västerländska tänkandet i dikotomier. Heterosexualiteten blir den naturliga och privilegierade kategorin, medan homosexualiteten blir det avvikande. Sociala orättvisor som uppkommer rättfärdigas genom att denna socialt konstruerade uppdelning förklaras som naturlig (ibid.). Skillnader inom de respektive kategorierna blir osynliga och det som inte passar in under kategorin vi, i detta fall den heterosexuella normen, pekas ut som avvikande och förtydligar klyftan mellan vi och de.

Den andra utgångspunkten för heteronormativitet innebär en slags inkludering av avvikarna i normen genom assimilering. Den som avviker tillåts ansluta sig till vi-gruppen men anslutningen måste ske enligt de förutsättningar och spelregler som etablerats av den privilegierade gruppen. Det medför, enligt Ambjörnsson (2006, s. 70), att avvikarna osynliggörs då de får vara med endast på heteronormativa villkor. Det bidrar till att heteronormen betraktas som självklar. Förutsättningar beskrivs med begrepp som naturliga och neutrala, trots att det egentligen handlar om socialt konstruerade heteronormativa normer (Rosenberg 2002, s. 103). Den som är en del av den privilegierade normativt heterosexuella gruppen behöver inte reflektera över att den själv utgör en av många sociala grupper. Avvikarna däremot, de som inte faller innanför ramen för normen, måste anpassa sig för att kunna inkluderas (ibid.)

Ytterligare ett sätt på vilket heteronormativiteten upprätthålls är stereotypisering, som sker genom att en överdriven och förenklad bild utifrån några få allmänt spridda egenskaper om en grupp presenteras (Ambjörnsson 2006, s. 75). Det kan vara problematiskt dels för personer som känner att de inte passar in i stereotypen, dels på grund av att det bidrar till att reproducera den stereotypa bilden som sann (ibid.).

Syftet med detta avsnitt är att förklara heteronormativitet, vilket är det begrepp som inom queerteorin framförallt används för att förklara hur samhällets lagar, institutioner och strukturer, liksom människor genom tal och handlingar, upprätthåller heterosexualiteten som självklar och naturlig. Som konsekvens blir allting som inte passar in i normen avvikande och måste förklaras. I analysen försöker vi synliggöra heteronormativa strukturer i informanternas upplevelser i servicemötet. Begreppet används även som ett led i att förstå fenomenet gayvänlighet.

Summering

Betydelsen av det mänskliga mötet poängteras av flera teoretiker och Corvellec (2005, s. 134) menar att det är viktigt att människor inte objektifieras, utan att det finns ett fokus på människors upplevelser i servicemötet. Detta står i kontrast till det annars standardiserade och lönsamhetsfokuserade servicemötet (jmf. Grönroos 2008), vilket i stor utsträckning kan sägas dominera idag. Det standardiserade servicemötet kan ses följa de strukturer och normer som dominerar samhället i stort, och dess påverkan på förväntningar och upplevelser kan ifrågasättas genom att ställa teorier om servicemötet mot varandra. Det är även möjligt att, med hjälp av queorteorier, anlägga ett kritiskt perspektiv för att synliggöra de rådande heteronormativa strukturer, som finns i samhället och som påverkar HBTQ-personers upplevelser i servicemötet.

Heteronormativitet och gayvänlighet i servicemöten

Följande kapitel är indelat i tre delar, där vi tolkar vårt empiriska material utifrån tidigare presenterad teori, samt problematiserar vissa av teorierna. Den första delen fokuserar på servicemötet samt hur heteronormativitet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser. I den andra delen försöker vi förklara hur det går att förstå fenomenet gayvänlighet och hur våra informanter tolkar det. Avslutningsvis fokuserar vi på gayvänlighet i förhållande till heteronormativitet och det kommersiella servicemötet.

7 maj 2014, ungefär klockan fyra.

In kommer en man och en kvinna med en bebis i vagn, följda av ytterligare två kvinnor. I och med detta tar ett servicemöte sin början, i en barnklädesbutik på en liten tvärgata i centrala Helsingborg. Konstellationen är uppjord på förhand, och det är den manliga intervjuaren tillsammans med en av de kvinnliga informanterna och en bebis i vagn, som först går in i butiken. Kvinnorna som kommer efter är den andra intervjuaren samt informantens fru. Butiken är tydligt uppdelad i rosa och blått, för flickor och pojkar, och den som inrett butiken verkar ha en känsla för detaljer. En äldre kvinna i butiken, som omsorgsfullt står och viker kläder vid ett bord, hälsar på oss. Efter några minuter återgår vi till våra verkliga roller, och informanterna börjar diskutera färgen på en tröja till bebisen. Vi märker att den äldre kvinnan kastar diskreta, men sneda blickar på oss alla. En av informanterna blir glad när hon upptäcker en väska av ett märke hon gillar och frågar om det nya mönstret. Den äldre kvinnan svarar kort, och förvinner sedan snabbt till en annan del av butiken. Kort därefter väljer vi att lämna butiken, tomhänta. Efteråt har vi alla en märklig känsla, men det är inget vi kan sätta fingret på. Vi är dock eniga om att upplevelsen av servicemötet var negativ. Kanske berodde det på den äldre kvinnans bemötande. Kanske blev hon osäker på konstellationen, när allting kretsade kring bebisen men hon inte kunde vara säker på vilka som var mamma och pappa. Kanske hade hon bara en dålig dag. (Reflektion från gåtur i Helsingborg)

Servicemöten och heteronormativitet

Vad gör ett lyckat servicemöte?

Reflektionen ifrån gåturen, som vi utförde tillsammans med informanterna I9a (2014) och I9b (2014), belyser svårigheten i att identifiera vad exakt det är som gör att ett servicemöte upplevs som positivt eller negativt. Normann (2000, s. 182) hävdar att det mest betydelsefulla momentet för en kunds utvärdering av kvaliteten på en tjänst är upplevelsen av det fysiska mötet med serviceverksamhetens personal. Det beskrivna servicemötet i barnklädesbutiken illustrerar hur en sådan upplevelse är fylld av subjektiva tolkningar och svårdefinierade känslor.

Under intervjuerna fick informanterna reflektera över vad de ansåg var av betydelse för ett lyckat kommersiellt servicemöte. Informanten I4 (2014) poängterade att även om produkten är viktig så är det personliga mötet det som verkligen kan göra skillnad i servicemötet. Inställningen kan kopplas till Persson och Westrups (2005, s. 107) tankar om det personliga mötets betydelse även i kommersiella servicemöten. På liknande sätt resonerade informanten I6 (2014), som uttryckte att det viktigaste är:

[...] att man känner sig sedd och [...] att det är ett värde för personen i kassan [...] att man är där. Att det känns som att de får ut nånting av det också... (I6 2014)

Känslan av ömsesidigt utbyte lyfts alltså fram som viktig. Även om det kan handla om kommersiell teknik, menar Corvellec (2005, s. 132) att känslan av äkthet och naturlighet upplevs som betydelsefull i interaktionen mellan servicepersonal och kund.

Betydelsen av det kommersiella spelet kan även ses i diskussionen kring myten om kundens suveränitet. Korczynski och Ott (2004, s. 582) diskuterar hur serviceverksamheter organiseras för att få kunden att känna sig som en kunglighet samtidigt som denne styrs i den riktning serviceverksamheten önskar. Den eftersträvansvärda känslan hos kunden ska alltså vara att känna sig speciell. När informanten I6 (2014) vidare beskriver ett positivt servicemöte talar han om att det känns som att personalen tycker om honom. Det är i detta fall kundens känsla som är det viktiga och inte huruvida det handlar om äkta gillande från personalens sida, likt Corvellecs (2005, s. 132) resonemang ovan. Informanten I7 (2014) är inne på samma sak men betonar ytterligare kundens suveräna position i servicemötet. "För alla har gått dit på grund av någonting, att man vill ha någonting av dem. Och då ska de vara så pass flexibla att man serverar alla sina kunder ..." (I7 2014). I detta uttalande syns även den norm om att kunden har rättigheter som Andersson Cederholm et al. (2014, s. 114) resonerar kring.

Gemensamt för informanterna är att de i första hand lyfter fram servicemöten där inga särskilda problem eller önskemål framförts dem, utan möten som innefattar spontana reaktioner och bemötande från servicepersonal. Enligt Bitner et al.s (1990) studie om kritiska händelser i servicemötet har servicepersonals attityd och agerande, i denna typ av servicemöten, stor möjlighet att påverka kundtillfredsställelsen såväl positivt som negativt. Informanten I2 (2014) förklarar hur en positiv och öppen attityd kan påverka upplevelsen i servicemötet:

“[...] [D]å känner jag mig sedd för den jag är. Jag känner mig inspirerad att vara trevligare, [...] den som jobbar i serviceyrken, ge henne eller han en trevlig dag på köpet, liksom för att jag är en jävligt trevlig kund” (I2 2014)

Den i citatet nämnda känslan av att vilja återgälda ett positivt bemötande knyter an till Normanns (2000, s. 69) resonemang, där den positiva interaktionen mellan kunden och servicepersonalen skapar en god cirkel och båda parter känner sig upplyfta av mötet. Den goda cirkeln skulle då leda till att personalen möter kunden i nästa servicemöte med en positiv inställning och så vidare. Vi har i detta avsnitt tolkat vad informanterna upplever som betydelsefullt för ett lyckat kommersiellt servicemöte. I kommande avsnitt analyserar vi hur heteronormativitet kan ta sig uttryck i servicemötet och hur servicemötets processer kan förstås utifrån ett queerperspektiv.

Heteronormativitet i servicemötet

Eksell (2005, s. 19) påpekar att servicemötet, eftersom det i stor utsträckning handlar om mänskliga möten, påverkas av strukturer i samhället. Föreställningen av heterosexuallitet som naturligt och självklart är en del av dessa strukturer (Rosenberg 2002, s. 102). Det är värt att reflektera kring hur dessa heteronormativa strukturer påverkar det bemötande som kunder stöter på i servicemötet. Flertalet informanter lyfter fram öppenhet som en av de viktigaste faktorerna för att uppleva hög servicekvalitet, vilket ofta ställs i kontrast till förutfattade meningar:

[...] en öppenhet och att försöka undvika att döma mig både för mitt kön, för mitt utseende, mitt sätt att prata... och nåt jävla antagande om hur jag har det familjärt. Då, då kan det bli riktigt bra. (I2 2014)

De antaganden som informanten vill slippa i servicemötet, skulle utifrån detta kunna summeras som heteronormativa (jmf. Rosenberg 2002, s. 100). Grönroos (2008), Gummesson (2002) och Normanns (2000) beskrivningar av kunden i fokus och sanningens ögonblick är instrumentella, och kan i och med det uppfattas som präglade av heteronormativitet.

Bitner et al. (1990) och Korczynski och Ott (2004) har ett större fokus på servicepersonals attityder och agerande som betydelsefulla faktorer för kundtillfredsställelse men de beaktar inte explicit vikten av öppenhet och avsaknaden av förutfattade meningar. Det gör däremot Corvellec (2005) och Persson och Westrups (2005) resonemang med betoning på det mänskliga mötet, även om de inte uttalat explicit diskuterar heteronormativitet. Öppenhet återkommer i informanternas svar på vad som är viktigt för att uppleva ett servicemöte som lyckat. Beskrivningarna kan i övrigt variera, då det ofta handlar om en känsla som kan vara svår att definiera. Genomgående för alla svar är dock att det mest betydelsefulla är det som händer i mötet med en annan människa.

Rosenberg (2002, s. 102) beskriver hur den heterosexuella normen uppfattas som självklar och önskvärd medan homosexualitet blir det avvikande som gång på gång måste förklaras. Informanterna beskriver hur servicepersonalen återkommande använder fraser som "din fru" eller "din flickvän", istället för neutrala ordval, och informanterna hamnar i en situation där de får korrigera dem. Servicepersonalens språk bidrar även till att stärka heterosexualitetens normerande position, likt Foucaults (2002, ss. 103, 107) teori om hur makt produceras i människors tal och handlingar. Liknande situationer beskrivs som vanliga eller till och med väldigt vanliga. Informanten I2 (2014) betonar att han sällan inom handeln möter neutrala kommentarer såsom "din partner" och påpekar: "Där tycker jag inte folk anstränger sig ens." Det går att ställa sig frågan om detta bemötande beror på en nonchalant och inskränkt attityd hos servicepersonal. Young (1999) menar dock att välmenande människor i ett öppet samhälle medverkar till att sociala grupper utsätts för orättvis behandling genom vad som betraktas som "normalt" bemötande.

Homosexuella behöver fjäderboor och plymer

Något som också beskrivs som vanligt i intervjuerna är bemötande och kommentarer utifrån normer om vad som är kvinnligt eller manligt. Detta visar sig till exempel inom handeln, då informanten I3 (2014) beskriver ifrågasättande blickar eller kommentarer när han köper byxor märkta med kvinnonamn och som alltså inte förväntas bäras av män. Exemplet visar på ett normbrott som gör att heteronormativa strukturer blir synliga (Rosenberg 2002, s. 101). Könsnormer talar om hur människor bör vara som man respektive kvinna, och exemplet ovan visar på ett misslyckande i att uppträda enligt könsnormen man genom att köpa attribut som hör samman med den sociala kategorin kvinna (Ambjörnsson 2006, s. 112f.). För att bli förståelig som riktig man i andras ögon måste män, enligt Butler, ha en kropp som är en manskropp, klä sig som en man och dessutom ha ett sexuellt begär till kvinnor (Ambjörnsson

2006, s. 113). Citatet nedan beskriver hur servicepersonal försöker rättfärdiga att ovanstående kriterier inte uppfylls fullt ut.

[...] när de sådär tittar på en och helt plötsligt blir jätteglada när de ser att... Aaah! Han har på sig tjebyxor och han har långt hår... Aaah! I know what you are! (I3 2014)

Genom att kategorisera personen med manligt biologiskt kön, kvinnligt uttryck, om än enbart i form av byxmodell och längd på håret, till kategorin homosexuell, blir han begriplig utifrån den heterosexuella normen (jmf. Ambjörnsson 2006, s. 59).

En av informanterna, som genom sitt sätt att klä sig avviker från heteronormen, har dock beskrivit att han relativt sällan upplever heteronormativa antaganden i servicemötet (I6 2014). Detta kan tolkas på flera sätt. Å ena sidan kan det tyda på att han faktiskt möts av icke-heteronormativa antaganden om hur han borde se ut som man. Å andra sidan kan det vara så att servicepersonalen har kategoriserat honom som avvikare utifrån hans utseende, enligt Rosenbergs (2002, s. 102) beskrivning av exkludering. Servicepersonalen kan i så fall fortfarande ha gjort heteronormativa antaganden, men så länge hen inte uttrycker sig stereotyp i servicemötet, är det ingenting som informanten upplever. De informanter som främst berättar om upplevelser i servicemötet där de har förutsatts ha en partner av motsatt kön är de som utseendemässigt, genom kläder och uttryck, passar in i den heterosexuella normen. Bland annat beskriver informant I5 (2014):

[...] då antas det rakt upp och ner att man har fru, flickvän, eller en kvinnlig sambo. [...] För det är ingen som, om du står och tittar på kalsonger, så är det ju [...] inget butiksbiträde som kommer fram till dig och säger, jaha? Faller det här din pojkvän i smaken? [...] Men däremot, skulle du stå inne på damavdelningen, och titta på ett par trosor, så skulle det ju antas som att, det är till min fru... (I5 2014)

Betydelsen av att skapa en relation till kunden utgör fundamentet för Gummessons (2002) teorier om relationsmarknadsföring, och Normanns (2000, s. 69) sanningens ögonblick fokuserar på det avgörande moment då servicepersonalen bemöter kunden. Kommentarer som informanten möter enligt citatet ovan, kan ses som ett försök av servicepersonalen att personanpassa bemötandet, utifrån den bild hen gjort sig av kunden (Andersson Cederholm et al. 2014, s. 39). Eftersom det utgår ifrån heteronormativa antaganden riskerar det dock att alienera kunden från servicepersonalen, och därmed serviceverksamheten, då kunden inte upplever det som personligt.

Mamma, pappa, barn

Heteronormativitet kan också bli synligt genom att servicepersonalen har förväntningar på kundernas agerande eller behov. Det kan till exempel handla om könsstereotypa antaganden. Informanten I1 (2014) berättar att det alltid är mannen i hennes sällskap som får notan av serveringspersonalen vid restaurangbesök. Snävheten i den heterosexuella normen visas även när informant I8 (2014) berättar om hur servicepersonal vid köp av dubbelsäng påstridigt frågar om hon och hennes manliga partner planerar skaffa barn inom den närmsta framtiden. Den underförstådda förmodan om att så borde vara fallet, kan hänföras till heteronormativa regler för hur en relation mellan en man och kvinna inkluderar att paret skaffar barn när de är i lämplig ålder (jmf. Ambjörnsson 2006, s. 61). Det bemötande som beskrivs i ovanstående exempel behöver inte vara illa menat från servicepersonalen sida (jmf. Young 1999 i Rosenberg 2002, s. 101). Servicepersonalen i exemplet ville enligt informanten tipsa om en säng där ett barn kunde ligga emellan paret. I linje med teorier inom service management går det att tolka en ambition att vara kundfokuserad i exemplet om sängköpet (jmf. exempelvis Gummesson 2002, s. 118). Andersson Cederholm et al. (2014, s. 90) menar att det finns ramar för hur pass intimt bemötande som accepteras i olika servicemöten. Ur ett heteronormativt perspektiv kan det tolkas att frågan om paret ska ha barn snart, ligger inom denna ram. Bara för att informanten har en relation med en man ser hon det dock inte som ett självklart nästa steg att skaffa barn, och därmed upplever hon det också som en alltför intim fråga. Om servicepersonalen passerar gränsen för intimitet kan kunden uppleva att bemötandet inte är serviceinriktat (Andersson Cederholm et al. 2014, s. 91).

Många teorier poängterar vikten av att leverera personlig service till kunder (jmf. Persson och Westrup 2005). Samtidigt arbetar frontpersonal ofta med krav på effektivitet. Enligt Svingstedt (2005, s. 40) kan standardiserat bemötande bli en konsekvens av de effektivitetskrav som servicepersonal i frontlinjen måste leva upp till. Flera av de servicemöten där informanterna har mött kommentarer i likhet med "är det till din flickvän?", har varit korta möten i kassan, där servicepersonalen med ett leende och några vänliga ord har tilltalat kunden. Inlärd, standardiserade beteende och fraser riskerar, enligt Andersson Cederholm et al (2014, s. 118), att kunden uppfattar mötet som opersonligt. Informanternas berättelser vittnar om att ett försök att "ge det lilla extra" på ett standardiserat vis, även riskerar att bemötandet i högre grad blir heteronormativt. Sängförsäljaren, i det tidigare exemplet, skulle ur ett service managementperspektiv mycket väl kunna betraktas som serviceinriktad och kundfokuserad, eftersom hen tog sig tid att ställa frågor och bry sig om

kundens behov. Ur ett queerperspektiv blir det dock problematiskt när det kundfokuserade bemötandet utgår ifrån heteronormativa behov.

Kunder som möter detta standardiserade bemötande antas då tillhöra och tilltalas utifrån den heterosexuella normen. Informanten I9a, som lever i ett samkönat äktenskap, menar att hon inte alls kan relatera till ord såsom "din man" eller "han", som servicepersonal ofta använder när de pratar med henne om en förmodad partner. I detta exempel blir det åter tydligt hur servicepersonalen använder standardiserade fraser för att säga något litet personligt, utifrån den heteronormativa bild hen gjort sig av kunden (jmf. Andersson Cederholm et al. 2014, s. 39). Fraserna blir dock missriktade och skapar distans eftersom de inte betyder något för informanten. Liknande distansering kan tolkas in i det servicemöte som informanterna I9a (2014) och I9b (2014) upplever när det blir tydligt att serviceverksamhetens produktutbud inte är riktat till dem. De beskriver en till synes banal jakt på tandborsthållare i form av två kvinnor, som är hopplös eftersom tandborsthållarna endast säljs i par kvinna-man, och de skulle bli tvungna att köpa två par och kassera männen. De berättar även om exempel med familjeparkeringar som inte är till för dem eftersom deras familj inte består av mamma, pappa, barn utan mamma, mamma, barn.

Informanternas berättelser vittnar om att heteronormativa antaganden är vanliga i kommersiella servicemöten. Detta kan visa sig genom tilltal, förmodade behov och produktutbud. Personerna som bryter mot könsnormerna kan uppfatta att servicepersonal blir osäkra och därmed försöker kategorisera dem. Det kan tolkas som att en person som tydligt bryter mot könsnormerna inte möter samma osäkerhet. Bemötandet utifrån heteronormativa strukturer kan tolkas bli än starkare vid ett standardiserat servicemöte. En konsekvens av bemötandet kan vara en ökad distans till kunden. Om HBTQ-personer möter heteronormativitet i servicemötet i så stor utsträckning som informanternas berättelser tyder på, går det att ställa frågan om det leder till en låg upplevd kvalitet i servicemötet. Det väcker även frågan om hur gayvänliga dessa servicemöten kan uppfattas, en fråga som tas med till den senare delen av analysen. Först kommer vi dock att föra ett resonemang kring iakttagelser av informanternas reaktioner på heteronormativitet i servicemötet.

Reaktioner på heteronormativitet i servicemötet

Grönroos (2008, s. 54) menar att det är viktigt att uppfylla och till och med överträffa förväntningar för att kunden ska uppleva hög kvalitet i servicemötet. Även om vi anser att Grönroos teorier inte alltid beaktar den komplexitet som ryms i mötet mellan människor, menar vi att de grundläggande tankarna om förväntningars betydelse för hur kunden upplever

kvalitet är relevanta. Eftersom servicemöten sker inom sociala praktiker som är heteronormativt strukturerade, är det inte konstigt om människor förväntar sig heteronormativt bemötande. (jmf. Young 1999 i Rosenberg 2002, s. 101).

De gör ju det inte för att de vill diskriminera. De gör det inte med ett uppsåt, tänker jag. Utan det är, det står ju liksom inte i pannan på mig vilken sexuell läggning jag har. Och då tänker jag, de måste ändå utgå ifrån... hur den stora massan är. (I5 2014)

I detta citat kan det tolkas som att informanten, i sitt sätt att tänka, anpassar sig till den heterosexuella normen. Denna typ av assimilering kan få betydelse för vilka förväntningar kunder har på servicemötet (Rosenberg, s. 103). Enligt Grönroos (2008, s. 82) kan bemötande vara en form av kvalitet som kunden har förväntningar på inför ett servicemöte. Om kundens förväntningar på bemötandet överensstämmer med erfarenheten kunden får av bemötandet, skulle det enligt Grönroos (2008, s. 84) innebära att kunden upplever bemötandet som bra. Förväntar sig kunden ett heteronormativt bemötande i servicemötet och får ett heteronormativt bemötande, kan kunden således uppleva det som ett bra bemötande.

Informanterna verkar ha olika förväntningar på bemötande beroende på vilken typ av serviceverksamhet det handlar om. Om olika typer av serviceverksamheter kan sägas utgöra olika kontexter, skulle det enligt Meirovich och Little (2013, s. 41) kunna förklara att förväntningarna skiljer sig åt. Det skulle också kunna bero på att verksamheterna har olika image, vilket enligt Grönroos (2008, s. 85) spelar en viktig roll för kundens förväntningar. Flera informanter beskriver till exempel bilhallar, bilverkstäder och sportbarer som "typiskt manliga", en image som kan göra att kunder där förväntar sig starkt heteronormativt bemötande. Utifrån Grönroos (2008, s. 84ff.) teori om att motsvarade förväntningar leder till en upplevelse av god kvalitet skulle informanterna vara nöjda med bemötandet även om det var starkt heteronormativt. Det som vi främst kan utläsa från informanternas reaktioner är dock inte att de är nöjda med bemötandet, utan att de inte uttrycker något direkt missnöje, något som närmast skulle kunna liknas vid likgiltighet.

Förväntningar är svårtolkade och även om Grönroos (2008, s. 85) teori om att motsvarade förväntningar upplevs som goda inte helt överensstämmer, så blev informanterna i alla fall inte uttryckligen missnöjda när det förväntade bemötandet motsvarades. Sambandet skulle kunna förstås bättre utifrån Parasuraman et al.s (1988) teori om ett toleransområde för förväntningar, med en nedre förväntningsnivå på tillräckligt bemötande och en högre önskad nivå på bemötandet. Den tillräckliga nivån kan tolkas vara präglad av heteronormativitet. Eftersom informanterna lever i ett samhälle som är heteronormativt strukturerat och anpassar sig till de spelregler som är satta utifrån den heterosexuella normen, godtar de det

heteronormativa bemötandet. Det skulle även kunna kopplas till det överseende med kvalitetsbrister, som Meirovich och Little (2013, s. 42) menar kan sänka förväntningarna om bristerna ligger utanför serviceleverantörens kontroll.

Anpassningen visar sig starkt i de verksamheter som informanterna gav exempel på som "typiskt manliga". Informanterna I9a (2014) och I9b (2014) beskriver hur de på bilskroten medvetet undviker tydliga ömhetsbetygelser eftersom de där upplever särskilt heteronormativa uttryck i personalens jargong och i form av lättklädda damer på väggarna. Även om det av informanterna inte uttrycktes som ett starkt missnöje, så kan det enligt Foucault (1987, ss. 207, 233) ses som ett tecken på hur maktrelationer har en disciplinerande effekt.

Meirovich och Littles (2013, s. 41) tidigare nämnda resonemang om att förväntningar är kontextberoende och föränderliga illustreras när informant I2 (2014) beskriver servicemöten på caféer och restauranger. Här framkommer en förväntan om mindre heteronormativt bemötande. Dels kan servicekulturen uppfattas som annorlunda i dessa verksamheter, dels beskriver informanten att bemötandet har förändrats med tiden. Det som betraktades som lägsta förväntade standard på bemötande för ett antal år sedan, ses inte idag som en acceptabel standard. Informant I2 (2014) beskriver också att verksamheter där kunder blir negativt bemötta på grund av sexualitet idag får "en jävla uppförsbacke". För att använda Parasuraman et al.s (1988) termer så kan förväntningarna på vad som betraktas som tillräcklig nivå på bemötande sägas ha höjts. Deras teori om toleransområde medger, som tidigare nämnts, även att det finns en önskad nivå på bemötande. Hur den önskade nivån på bemötande kan spela roll för kunders upplevelse av bemötande, kommer aktualiseras resonemanget om gayvänliga servicemöten längre fram.

Förväntningar är komplexa och svåra att tolka. Vi har sett indikationer på att reaktionerna på heteronormativitet varierar beroende på informanternas förväntningar, vilka i sin tur är beroende av kontext. Motsvarande förväntningar av heteronormativt bemötande upplevdes varken positivt eller negativt, utan snarare likgiltigt. En faktor som kan ha betydelse för kunders förväntningar på servicemötet är huruvida det betraktas som gayvänligt eller inte. För att kunna föra ett nyanserat resonemang kring gayvänlighet i servicemötet, kommer vi först, i kommande analysdel, att diskutera hur gayvänlighet kan förstås.

Hur gayvänlighet kan tolkas

Därom tvista de lärde

Gayvänlighet är ett ord som florerar tillsammans med beskrivningar av serviceverksamheter. Foucault (2002, s. 110f.) menar att det sätt på vilket ett begrepp används både formar och formas av diskurser och makt. Vi kommer nu att tolka utsagor om gayvänlighet i media och ordböcker samt i våra informanternas beskrivningar av begreppet. Vid en sökning den 16 maj 2014 gav ordet gayvänlig, inklusive böjningsformer, 109 000 träffar på Google. Ordet används frekvent i kommunikation av såväl media som företag. Gayvänliga städer, gayvänliga caféer, gayvänliga hotell, gayvänliga fonder, gayvänlig mat (!) och gayvänligt samhälle är exempel på användningar av ordet i tryckt media (Retriever 1996-2014). Samtidigt går ordet gayvänlig varken att finna i Nationalencyklopedin (odat.) eller Svenska Akademiens Ordlista (2006). Ordleden återfinns emellertid var för sig.

- **gay**: glad, lättsinnig, utsvävande, homosexuell. Ordet kan användas om båda könen men avser i allmänhet mannens homosexuella identitet eller livsstil. (Nationalencyklopedin odat.)
- **-vänlig** adjektivisk slutled ~t som passar bra för den företeelse som anges av förleden: *barnvänlig; fotvänlig; handikappvänlig; hudvänlig* (Nationalencyklopedin odat.)

Ordet gay ges utöver homosexuell även betydelserna glad, lättsinnig och utsvävande, vilka får betraktas som sällan använda betydelser i svensk kontext. Kopplingen till i första hand manlig homosexuell identitet kan liksom ordets övriga betydelser återkopplas till det engelska språket, i vilket det på 1960-talet etablerades som den av homosexuella män föredragna benämningen (Oxford Dictionaries odat.). Betydelser som utsvävande och lättsinnig är dock förenliga med stereotypen av den fjolliga schlagerbögen (Ambjörnsson 2006, s. 75). Vidare benämner slutledet *-vänlig* alltså att någonting passar bra för det förled det sätts samman med. Exempelvis innebär det att en barnvänlig restaurang är väl lämpad för barn. Den direkt överförda betydelsen vid sammankoppling med ordet gay skulle således innebära att gayvänlig betecknar någonting som passar bra för en homosexuell person, och då i första hand för en homosexuell man. Det är värt att notera att den skrivna betydelsen av ordet innebär att någonting "passar bra för" och inte är "öppet för" homosexuella, något som ger sken av att homosexuella skulle ha särskilda och samstämmiga behov (jmf. Ambjörnsson 2006, s. 77). Användningen av ordet gayvänlig, kan tolkas bidra till att upprätthålla gränser mellan sociala kategorier, genom att det uttalar att det finns saker som passar särskilt bra för homosexuella (jmf. Eriksson-Zetterquist och Styhre 2007, ss. 34, 36f.) Utifrån tolkningar av

texter där begreppet förekommer och informanternas beskrivningar av gayvänlig eller gayvänlighet, menar vi emellertid att det finns flera möjliga förståelser.

Kassako, glättigt och nakenbad - gayvänlighet i praktiken?

När exempelvis en stad beskrivs som gayvänlig är det ofta tillsammans med ord såsom känsla eller stämning (jmf. Book och Eskilsson 2007). Det är sällan något konkret lyfts fram för att förklara vad som bidrar till gayvänligheten. När RFSL lade ner verksamheten i Halmstad gavs förklaringen att staden redan var gayvänlig och att föreningen därför inte behövdes (Hallands Nyheter 2010). Gayvänlighet kan i ett sådant sammanhang tolkas som ett uppnått tillstånd. Den abstrakta förståelsen av begreppet återfinns i flera av informanternas berättelser.

Jag tänker väl mer att man, att det inte är nåt som ska behöva synas utan rent allmänt, man ska veta om att i en gayvänlig miljö så ska man kunna vara den man är. (I6 2014)

På motsvarande sätt anser flera informanter att gayvänligt innebär öppet för alla. Vid ett flertal tillfällen använde informanter, enligt våra tolkningar, även orden gayvänlig, HBT-vänlig och HBTQ-vänlig synonymt utifrån denna förståelse. Citatet betonar att vem man är och hur man ser ut ska vara en icke-fråga i en gayvänlig miljö. Här går det att dra en parallell till det tidigare resonemanget om vad som gör ett lyckat servicemöte, där informanterna också betonade öppenhet och en känsla som inte gick att sätta fingret på. Informanten I1(2014) betonar lika behandling som en första association till gayvänlighet. Denna förståelse av begreppet kan tolkas som en idé om att heteronormativitet, utifrån vilket hierarkisk kategorisering av heterosexuella och homosexuella är självklar, inte existerar tillsammans med deras bild av gayvänlighet (jmf. Ambjörnsson 2006, s. 67). På liknande sätt kan uttalandet om att en organisation för sexuellt likaberättigande inte behövs eftersom Halmstad är gayvänligt, syfta till att gayvänligt innebär att heteronormativa strukturer är upplösta. Utsagorna ovan kan ses som uttryck för en diskurs om jämlikhet. Det finns emellertid fler förståelser av gayvänlighet.

Under flera av intervjuerna framträder en annan bild av gayvänlighet. Den målas upp tillsammans med begrepp som "kassako", "nischa sig", "glättigt" och "nakenbad" (I4 2014; I5 2014; I6 2014). Informanten I5 (2014) menar med begreppet kassako att gayvänlighet används som symbol i ett syfte att tjäna pengar. I en text om Amsterdam i tidskriften Arena (2014) beskrivs "de ytliga aspekter som skapar en gayvänlig stad". På liknande sätt beskrivs gayvänliga serviceverksamheter. I tidningen Metro (2008) kartläggs var åtta olika typer av människor hittar den perfekta klubben för just dem. Schlagertypen hänvisas till nattklubben

Gossip i Göteborg, där divor dansar i neon till Kikki Danielsson och Carola. Sist i artikeln står skrivet: "Att stället är gayvänligt känns som överflödigt information..." . I beskrivningarna av de sju klubbar där övriga typer passade in nämndes ingenting om gayvänlighet. Här blir det tydligt hur betydelsen av vad som passar bra för homosexuella personer, uttrycks utifrån stereotypa bilder av vad homosexuella är och uppskattar. Genom bruket av stereotyper av gay, och i förlängningen gayvänligt, reduceras och osynliggörs alla som inte känner igen sig i stereotyperna (Ambjörnsson 2006, s. 75f.). Stereotypiseringen blir således ett verktyg, som upprätthåller heteronormativa strukturer. Likt Foucaults (2002, s. 110f.) resonemang kring hur maktens styrkeförhållanden upprätthålls, bidrar gayvänlighet till sanningsproduktionen om heterosexualitet som normalt och det som benämns gay som onormalt.

Känslan av att inte uppskatta eller rent av ogilla ordet gayvänlighet uttrycks av några informanter. Av sammanhanget tolkar vi då att det handlar om ovannämnda förståelse av gayvänlighet, fylld av stereotyper som de inte känner sig bekväma i. Informanten I3 (2014) beskriver inledningsvis att han hatar ord som gayvänlighet, eftersom det enligt honom innebär en uppfattning om att man ska vara trevlig mot specifikt homosexuella, i stället för att vara trevlig mot alla människor. Han reagerar mot den sociala kategoriseringen vars gränser innesluter och utestänger (Eriksson-Zetterquist och Styhre 2007, s. 33). Denna förståelse av gayvänlighet kan härledas till diskursen om heteronormativitet. Senare under intervjun nyanserar han sin uppfattning och menar att benämningar som gayvänlig behövs eftersom det finns många ställen som inte är gayvänliga, vilket snarare relaterar till gayvänlighet som en symbol för öppenhet och ett sätt att motverka heteronormativa strukturer (jmf. Rosenberg 2002, s. 105f.). Det framgår under flera intervjuer en liknande ambivalens kring vad gayvänlighet egentligen innebär. Det kan uppfattas som oklart för informanterna vilken diskurs gayvänlighet ger uttryck för. Flera betonar att gayvänlighet för dem innebär öppenhet och likabehandling men de tror inte att det är den rådande innebörden för serviceverksamheter som betecknas som gayvänliga.

[...] min erfarenhet är att gayvänligt... är inte det lilla minsta mer gayvänligt. (I5 2014)

Citatet sätter fingret på ambivalensen och tydliggör att det kan finnas motsatta förståelser av vad gayvänligt är. Utifrån vår analys är det alltså inte möjligt att sammanfatta gayvänlighet till en enhetlig definition eller härleda det till en diskurs. Det är snarare ett komplext fenomen som rymmer flera förståelser men som grovt kan delas in i två huvudriktningar. Den första förståelsen rymmer utsagor om öppenhet, fördomsfrihet och avsaknad av heteronormativa strukturer, vilket skulle kunna härledas till en diskurs om jämlikhet. Den andra handlar

snarare om kategorisering, stereotypisering, marknadsföring och vinstdrivande verksamheter och kan ses som en del av en heteronormativ diskurs. Båda dessa förståelser ser vi som betydelsefulla för den fortsatta analysen av hur gayvänlighet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser av servicemötet.

Gayvänliga servicemöten

Förväntningar på gayvänliga ställen

I föregående analysdel såg vi att gayvänlighet kan förstås på flera sätt och härledas till olika diskurser. Om en serviceverksamhet uttalar sig som gayvänlig är det således rimligt att de förväntningar som skapas kan skilja sig åt. Eftersom förväntningar kan ses som betydelsefulla för upplevelsen av servicemötet, kommer vi vidare att titta närmre på hur informanterna resonerar kring uttalat gayvänliga serviceverksamheter.

Under intervjuerna diskuterades bland annat frågan om gayvänliga hotell. Det var ingen av informanterna som spontant uttryckte att de hade högre förväntningar på ett uttalat gayvänligt hotell än på ett "vanligt" hotell, utan en symbol om gayvänlighet. Istället menade flera informanter att de förväntade sig samma bemötande av alla hotell, oavsett om de var uttalat gayvänliga eller inte. Eftersom informanternas berättelser, enligt första delen av detta kapitel, vittnar om att heteronormativa antaganden är vanliga eller mycket vanliga i servicemöten går det därmed att anta att de skulle förvänta sig detta även i möten med uttalat gayvänliga hotell. För att återkoppla till tidigare avsnitt om förväntningar på servicemötet, så menar Parasuraman et al. (1988) att kunder har förväntningar om vad som är tillräcklig nivå på bemötande och vad som är önskad nivå, och att upplevelser inom detta toleransområde är godtagbara. När informanterna uttrycker att de förväntar sig samma sak av alla hotell, tolkar vi att det främst gäller den önskade nivån på förväntningarna. De förväntningar innebär ett jämlikt bemötande fritt från förutfattade meningar. När dessa förväntningar inte infrias, ter sig reaktionerna emellertid annorlunda när det gäller uttalat gayvänliga verksamheter. Informanten I1 (2014) förklarar:

Men om jag då hade mött någonting som (...) inte skulle tolkas som gayvänligt så hade jag nog blivit mer föbannad, men jag hade nog förväntat mig samma saker. (I1 2014)

Utifrån det kraftiga missnöjet som informanten visar och flera andra informanter också beskriver, menar vi att förväntningarna på tillräcklig nivå av bemötande är högre för uttalat gayvänliga verksamheter. De önskade förväntningarna är samma för alla verksamheter, det vill säga ett bemötande som tangerar förståelsen av gayvänlighet som en del av en

jämlikhetsdiskurs. Det som skiljer blir följaktligen att toleransområdet för uttalat gayvänliga verksamheter är mindre (jmf. Parasuramen et al. 1988).

Det går även att dra paralleller till Meirovich och Littles (2013, s. 41f.) resonemang kring kontextens betydelse för förväntningar. Om uttalat gayvänliga verksamheter kan sägas utgöra en särskild kontext, där normerna ser annorlunda ut än i andra verksamheter i samhället, så kan människor utveckla högre förväntningar på lägsta standard på bemötandet i dessa verksamheter. Det kan i så fall förklara de högre kraven på bemötande på gayvänliga ställen. Kopplat till Foucaults (1987; 1993; 2002) tankar om att maktrelationer finns inbyggda i diskurser, går det att tolka de högre kraven på bemötande på gayvänliga ställen som att diskursen om jämlikhet dominerar den heteronormativa diskursen. Det skulle innebära att jämlikt bemötande betraktas som normalt bemötande, medan heteronormativt bemötande blir onormalt. Dessa förändringar kan mycket väl ske eftersom föreställningar om normalt och onormalt är föränderliga över tid och rum (Ambjörnsson 2006, s. 59). Även om förskjutningar av maktförhållanden i diskurser är trögrörliga och människor präglas av en i samhället dominerande heteronormativitet, kan det tänkas att den heteronormativa dominansen har försvagats inom den särskilda kontexten uttalat gayvänliga servicemöten (jmf. Eriksson-Zetterquist och Styhre 2007, s. 42). Det går även att anta att det inom kontexten den större staden, har skett en försvagning av den heteronormativa dominansen. Några informanter berättar att de möter ett öppnare bemötande i servicemöten idag än för ett antal år sedan. Med ett undantag, betonar alla informanter spontant att de upplever att öppenheten i bemötandet står i förhållande till storleken på staden. Det går i linje med hur Book och Eskilsson (2007, s. 37) menar att homosexuella genom historien, i den större staden, har upplevt en större öppenhet och tolerans.

Stockholm är väldigt gayvänligt, som stad. Där är det ju ingen som tittar om du går och håller om en kille till exempel. Det är verkligen ingen som tycker det är konstigt, även äldre människor reagerar inte på det. (15 2014)

I denna utsaga syns det återigen att gayvänlighet, tillsammans med ord som öppenhet och tolerans, ger uttryck för en diskurs om jämlikhet. En annan informant adderar trygghet till vad en uttalat gayvänlig serviceverksamhet kan ge kundupplevelsen:

[...] det står QX-tidningen, det står en tidning som jag inte orkar läsa så ofta i och för sig [...], men den står där och det står en symbol, en regnbågsflagga... man kan tycka vad man vill om det, men jag tycker att det ger en signal... att här är vi extra, är det någonstans som jag känner mig trygg och hålla handen och krama om min sambo... så är det på ett ställe, där det finns, lite sådana... attribut... faktiskt. (I2 2014)

Gayvänlighet som symbol bidrar för informanten till en känsla av att han kan vara och agera precis som alla andra; det ger honom en känsla av en jämlik atmosfär.

Caféerna med regnbågsflaggor

Symboler, såsom regnbågsflaggor behöver emellertid inte finnas för att serviceverksamheter ska upplevas som gayvänliga. Även “vanliga” serviceverksamheter kan av informanterna beskrivas som gayvänliga, baserat på en känsla av öppenhet och välkomnande, som går i linje med ovan nämnda förståelse av gayvänlighet. För att återigen ta upp förväntningars betydelse för upplevelsen av servicemötet, så handlar det främst om att bemötandet i dessa verksamheter uppfyller den önskade nivån på bemötande (Parasuraman et al. 1988). Informanterna hade troligen accepterat ett mer heteronormativt bemötande i en “vanlig” serviceverksamhet, men när upplevelsen blir i nivå med det önskade bemötandet, beskriver de verksamheten som gayvänlig.

Ett annat sätt att uppleva uttalad gayvänlighet som någonting positivt, beskrivs av informanten I7 (2014) i ett resonemang kring val av hotell:

Alltså då hade jag nog ändå valt det gayvänliga stället liksom för att de har uttalat sig för att vara gayvänligt och det är... jäkligt strongt av ett företag liksom att profilera sig nu som att shit vi är gayvänliga. Och då vill jag ju hellre stötta det liksom, och vill hellre lägga mina pengar så att de får dem. (...) som närodlat liksom. (I7 2014)

Informanten upplever ett extra värde i symbolen gayvänlig och det framgår hur etiska principer vägs in i prioriteringen. Det talar för Corvellecs (2005, s. 137) tankar om att en respektens etik, att inte förutsätta att människor passar in i en viss mall, är viktig för upplevelsen av servicemötet.

Utöver de positiva effekter av gayvänlighet i servicemötet som informanterna beskrivit, menar vi att gayvänlighet även kan bidra till att stärka heteronormativa strukturer i servicemötet. Uppfattningen i citatet ovan, att det är *strongt* av företaget att profilera sig som gayvänligt, kan även tolkas som att tankegångarna utgår ifrån den heterosexuella normen och där informanten uppfattar det som en god gärning att serviceverksamheterna inkluderar avvikarna (jmf. Rosenberg 2002, s. 102f.). Uttalandet kan tolkas som tacksamhet, eller ett sätt att acceptera en underordnad maktposition. Det kan kopplas till Miller och Rose (2008 i Herz och Johansson 2013, s. 86) vidareutveckling av Foucaults maktteori, där de menar att kontroll och ansvar för administration av makt har flyttats till individen, som själv medverkar till sin egen underordning. HBTQ-personers uppfattning om gayvänlighet kan alltså medverka till att upprätthålla heteronormativa strukturer.

Ett annat exempel på hur gayvänlighet kan upplevas som negativt i servicemötet är genom att associeras med ekonomiskt vinstintresse, vilket flera informanter menar är fallet med gayvänliga caféer och nattklubbar. Andersson Cederholm et al. (2014, s. 113) poängterar att den ekonomiska karaktären på servicemötet kan förstöra illusionen av det rent mänskliga.

Den här symbolen, regnbågsflaggan, som hänger och dinglar utanför caféer och hotell och så vidare, speciellt i Stockholm, jag känner inte nån speciell... bakgrund. Visst många som jobbar där kan vara väldigt trevliga och så vidare men just själva incitamentet med gayvänliga ställen, det känns för min del som att det är ekonomiskt drivet... (I5 2014)

Citatet kan sägas belysa att gayvänlighet reduceras till ett verktyg för ekonomisk vinning (Andersson Cederholm 2009 i Andersson Cederholm et al. 2014, s. 102). En sådan känsla kan enligt Andersson Cederholm et al. (2014, s. 103), få kunden att uppleva en distans i relationen till serviceverksamheten. En ytterligare aspekt som påverkar några informanternas upplevelse av gayvänliga serviceverksamheter är den stereotypisering som associeras med dem. Flera informanter beskriver en känsla av att inte passa in i stereotyp gayvänliga miljöer, och menar att det inte är någonting för dem. Det blir här tydligt att definitionen av gayvänlig som "passar bra för homosexuella" är problematisk. Även stereotypisering kan alltså sägas bidra till att skapa distans mellan kunden och serviceverksamheten (jmf. Ambjörnsson 2006, s. 76f.).

Bemötandet i de vanliga serviceverksamheterna

I ett vidare sammanhang, kan förekomsten av uttalat gayvänliga serviceverksamheter även tolkas ha en inverkan på bemötande i andra "vanliga" serviceverksamheter. Genom att betrakta gayvänliga ställen som en del av assimileringen av HBTQ-personer i samhället, kan "vanliga" ställen svära sig fria från ansvar. Informanten I8 (2014) beskriver hur hon upplever servicepersonals attityder:

Jag vet ju aldrig vad folk tänker exakt men jag tror att många där i ett serviceläge från personalens sida skulle tänka: varför har inte de gått någon annanstans [...], när vi har andra typer av klubbar och andra ställen där de hade kunnat vara [...], vi har lite mer alternativa caféer också där man kan sätta sig, varför gick de just till Espresso House? [...] [D]et är den känslan jag har fått. Att man vill gärna ha dem där, och så kan vi ha de andra här istället. (I8 2014)

Den känsla som vi tolkar i informantens uttalande är att HBTQ-personer, om de vill visa sin sexualitet offentligt, hänvisas till särskilda platser där det anses mer lämpligt. Uppdelningen blir tydlig och inkluderingen i samhället blir villkorad, om än på ett subtilt sätt genom att det sällan uttrycks som förbud (Rosenberg 2002, s. 102f.). Människor förhåller sig till ovan nämnda känsla och situation och många väljer att anpassa sig till normen. Detta kan ske nästintill omedvetet genom självdisciplinering i likhet med Foucaults (1987, ss. 207, 236)

resonemang om hur makten blir självkontrollerande inom individen. Denna självkontroll kan även bidra till att människor väljer bort vissa serviceverksamheter.

Jag märker även om jag, vilket stör mig skitmycket [...], att jag älskar sådana här bed and breakfast, men får jag bara en känsla att det här känns otroligt så här gammaldags svenskt, egentligen det jag vill ha... så kan jag tendera att ta det där pensionatet som har sex, sju rum, för att jag inte ska känna mig så unik. (I2 2014)

I denna situation sätts distansen till serviceverksamheten på sin spets genom att informanten helt enkelt avstår från ett servicemöte. Citatet ovan kan jämföras med resultatet som Jones (1996, s. 157) diskuterar i sin studie om diskriminering vid bokningar av hotellrum, i vilken det visade sig att diskrimineringen var mer utbredd på mindre hotell. Enligt Jones (1996, s. 157) kan det bero på att ägarna av verksamheten i större utsträckning är närvarande och att deras personliga åsikter och värderingar kan prägla verksamheten. Denna tolkning kan i vår studie inte stödjas på övriga informanternas berättelser, då ingen av dem sade sig ha utsatts för diskriminerande bemötande. Ambjörnsson (2006, s. 78f.) påpekar dessutom att heteronormativa uttryck är knutet till såväl plats som tid, vilket innebär att det inte går att överföra resultaten från en brittisk studie från tidigt 1990-tal till en svensk kontext 2014.

Gayvänlighet - vara eller icke vara?

Informanterna lyfter upp betydelsen av tid och plats när gayvänlighet diskuteras i intervjuerna. Flera påpekar att de upplever att öppenheten ökar i samhället även om de ofta möts av heteronormativa antaganden. Det händer att informanterna upplever gayvänliga servicemöten, utifrån förståelsen öppna och jämlika, i både uttalat gayvänliga och "vanliga" serviceverksamheter. Upplevelserna överensstämmer då med de faktorer som informanterna lyfter fram som viktiga för att lyckat servicemöte, och som kan liknas vid Corvellec (2005, s. 134) samt Persson och Westrups (2005, s. 106) resonemang om betydelsen av mötet mellan unika människor i servicemötet. Informanternas berättelser vittnar om att serviceverksamheter och servicepersonal ofta utgår ifrån den stora massan, det vill säga den heterosexuella normen, och att de som inte passar in osynliggörs. I relation till Rosenbergs (2002, s. 106ff.) resonemang om hur sociala grupper osynliggörs i samhället, skulle uttalat gayvänliga ställen kunna vara ett sätt att synliggöra att människor kan vara olika och leva på olika sätt. Informanten I2 (2014) uttrycker:

[...] sen tror jag faktiskt att i service, i såna här mindre städer, eller mellanstora städer, ska jag säga, som Helsingborg, inom service, jag tror inte att vi är där, vi är inte framme ännu, det, det behövs faktiskt mötesplatser som är uttalat... gayvänligt... [...] som ett steg på vägen att liksom, för att fler liksom ska vara ute öppet... för att fler ska hålla hand oftare, och såna här små ömhetsbetygelser. (I2 2014)

Vi tolkar citatet som att gayvänliga ställen kan bidra till ett större medvetande som i enlighet med Foucault (2002) kan påverka vad som betraktas som normalt, men att symboler som utmärker ställen som gayvänliga enligt informanten inte ska behövas i framtiden.

Resonemanget kring gayvänlighetens vara eller icke vara pendlar fram och tillbaka. Å ena sidan menar flera informanter att de inte upplever uttalat gayvänliga serviceverksamheter som någonting positivt, eftersom de bidrar till kategorisering och stereotypisering, vilket enligt queerteori bidrar till att upprätthålla heteronormativa strukturer. Informanterna kan i detta fall tolkas uppleva en distans till gayvänliga serviceverksamheter. Flera informanter menar att gayvänlighet inte ska behöva uttalas; det ska vara en självklarhet att serviceverksamheter genomsyras av öppet bemötande och likabehandling. Å andra sidan är flera osäkra i sina uppfattningar och anser att uttalat gayvänliga serviceverksamheter kan behövas som ett steg på vägen mot ett samhälle som behandlar alla lika. Det framkommer att vissa informanter upplever ett extra värde i servicemöten med gayvänliga verksamheter. Symbolen gayvänlig kan till exempel ses som en etisk markör som prioriteras av kunden. Gayvänlighet kan också bidra med en känsla av trygghet att få lov att vara den man är. Denna känsla kan upplevas både i uttalat gayvänliga serviceverksamheter och i "vanliga" serviceverksamheter, men informanternas berättelser vittnar om att förväntningarna om lägsta nivå på bemötandet är högre för uttalat gayvänliga verksamheter. Gayvänlighet kan alltså tolkas på flera sätt. Vi läser in en ambivalens i informanternas inställning till gayvänlighet i servicemötet, som kanske kan förklaras utifrån komplexiteten att det kan vara uttryck för flera diskurser.

Konklusion och diskussion

I detta kapitel, uppsatsens sista, kommer vi inledningsvis att presentera slutsatserna utifrån tidigare förda analys och i förhållande till våra frågeställningar. Därefter ämnar vi diskutera och återknyta till studiens syfte för att föra upp diskussionen på en mer generell nivå. Avslutningsvis kommer vi att presentera förslag till vidare forskning inom området.

Studiens konklusion

Studiens syfte har varit att studera hur heteronormativitet och gayvänlighet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten. Med hjälp av teorier om servicemötet och utifrån ett queerteoretiskt perspektiv har vi behandlat våra frågeställningar. Den kvalitativa karaktären på vår studie medger dock inga entydiga svar. Det som däremot tydligt framgår av vår studie, är att servicemötet, heteronormativitet och gayvänlighet alla är komplexa fenomen och att ett gemensamt resonemang kring dem vid första anblick inte förenklar förståelsen. Under analysens gång framkommer emellertid intressanta mönster och motsägelser mellan och inom de olika fenomenen. Med utgångspunkt i att heteronormativa strukturer finns inbäddade i vårt samhälles alla system och praktiker, återfinns dessa strukturer även i kommersiella servicemöten.

Vår första frågeställning gällde hur heteronormativitet kan inverka på HBTQ-personers upplevelser i kommersiella servicemöten. Analysen antyder att heteronormativitet kan inverka på flera olika sätt. Konkreta heteronormativa antaganden från servicepersonal, eller heteronormativt produktutbud, kan leda till att HBTQ-personer upplever distansering och likgiltighet, men sällan uttalat missnöje. Vi tolkar även att heteronormativitet kan ha mer subtila effekter, till exempel i form av att HBTQ-personer väljer bort vissa serviceverksamheter som konsekvens av självdisciplinering.

Komplexiteten blir även påtaglig när vi undersöker den andra frågeställningen gällande hur gayvänlighet kan förstås. Informanten I5 (2014) ringar in tvetydigheten när han förklarar att “[...] gayvänligt... är inte det lilla minsta mer gayvänligt”. Utifrån exempel på hur gayvänlighet beskrivs i media, samt de nyanserade beskrivningar de kvalitativa intervjuerna med informanterna gav, tolkar vi att gayvänlighet kan vara uttryck för åtminstone två motstridiga diskurser inom servicemötet, en jämlikhetsdiskurs och en heteronormativ diskurs. Ambivalensen kring gayvänlighet får betydelse för den tredje frågeställningen kring hur

gayvänlighet kan motverka eller förstärka heteronormativa strukturer i servicemöten. Informanterna pendlar mellan olika tolkningar av gayvänlighet i servicemötet.

Å ena sidan väcker gayvänlighet, bland flera informanter, associationer om ett öppet bemötande fritt från heteronormativa antaganden. Gayvänlighet i servicemötet tolkas i detta sammanhang utifrån en jämlikhetsdiskurs, som utgår ifrån upplevelsen av bemötande fritt från förutfattade meningar, eller ett önskat sådant bemötande. Det är intressant att samma typ av ord som informanter använder för att beskriva gayvänlighet som ett uttryck för jämlikhet, det vill säga öppenhet, neutralt bemötande och fördomsfritt, återkommer hos ett flertal informanter när de beskriver ett lyckat servicemöte generellt. Gayvänlighet skulle utifrån denna förståelse kunna motverka heteronormativa strukturer i servicemötet.

Å andra sidan associeras gayvänlighet i samband med servicemötet med vinstintresse och exkludering, enligt flera informanter. Även den enskilde informanten kan växla mellan olika förståelser. Symboler för gayvänlighet kan ge en förväntan om kategorisering och stereotyp bemötande och flera talar om erfarenheter av samma slag. Stereotypa bilder av att gayvänliga ställen innebär schlager och divor, återfinns även i media. Vår tolkning är att gayvänlighet, på detta sätt, utgör en del av en heteronormativ diskurs och därigenom kan förstärka heteronormativa strukturer i servicemötet. Utifrån denna förståelse kopplas gayvänlighet och heteronormativitet samman och denna slutsats relaterar därmed även till den första frågeställningen.

Eftersom informanterna är en del av de maktrelationer inom och mellan diskurser som strukturerar vårt tänkande, är motstridigheterna i analysen heller inte förvånande. Den produktiva makt som kan förändra vilka normer som är rådande, finns även inom informanterna. Heteronormativa strukturer i servicemötet kan vara olika starka på olika platser och förändras över tid. För att återknyta till studiens syfte, så medger varken den kvalitativa ansatsen eller frågornas komplexitet några generella svar. Vi ser däremot tendenser till att gayvänlighet, som uttryck för en jämlikhetsdiskurs, kan ha positiv inverkan på HBTQ-personers upplevelser av kommersiella servicemöten. Heteronormativitet, och således även gayvänlighet som uttryck för en heteronormativ diskurs, kan å sin sida få HBTQ-personer att uppleva exkludering, distans och likgiltighet i förhållande till serviceverksamheten.

Diskussion

Uppsatsens titel, *Behövs gayvänlighet?*, har vi valt medvetna om att den kan provocera. I intervjuerna har flera informanter bemött frågan med att gayvänlighet behövs i och med att den här uppsatsen skrivs. Följaktligen innebär det faktum att frågan väcks, att det finns ett behov av en diskussion och studier kring fenomen som berör bemötandet av HBTQ-personer. Genom att studera upplevelser i det kommersiella servicemötet, som är socialt konstruerat, går det att få en fingervisning om hur heteronormativa strukturer präglar denna sociala praktik. Omvänt kan även antydningarna att det som utspelar sig i det kommersiella servicemötet kan få återverkningar på heteronormativa strukturer i samhället. När det handlar om normer är det svårt att definiera vad som är hönan eller ägget. Sett utifrån Foucaults tankar skulle både hönan och ägget finnas i allting samtidigt, eftersom allting både skapar och skapas av normer. Det borde i så fall även gälla människors tolkningar av heteronormativitet i servicemötet, samt våra tolkningar av informanternas tolkningar. Det går därför inte att vara säker på om subjektiva tolkningar av en plötslig tystnad eller snett leende i servicemötet, faktiskt beror på servicepersonals negativa attityd till HBTQ-personer eller någonting helt annat.

De tendenser vi kan se i studien pekar inte så mycket på uttalad diskriminering av HBTQ-personer i servicemötet utan snarare på serviceverksamhetens och servicepersonals oreflekterade heteronormativa uttryck. Det är med utgångspunkt i detta som diskussionen om gayvänlighet blir intressant. Titeln på uppsatsen kan provocera dels genom att människor hävdar att det är klart att gayvänlighet behövs eftersom vi inte har kommit längre, dels genom att människor invänder att begreppet endast göder stereotyper och stänger ute. Genom att betrakta gayvänlighet som uttryck för flera diskurser går det att bemöta båda sidor. Om gayvänlighet, som en del av en jämlikhetsdiskurs, kan vara ett sätt att motverka heteronormativa strukturer i servicemötet, skulle det i så fall även kunna påverka dessa i resten av samhället. Genom denna förståelse blir synliggörandet av uttalat gayvänliga serviceverksamheter ett led i att motverka de politiska strömningar av ojämlikhet som driver genom Sverige och Europa. På motsvarande sätt kan gayvänlighet förstärka heteronormativa strukturer i servicemötet och i förlängningen även i samhället. Det är möjligt att begreppet gayvänlighet med tiden blir uttömt på betydelse, i takt med att jämlikhet ökar i såväl attityder som lagstiftning. En informant nämnde i studien att gayvänlighet behövs fram tills dess att det är en icke-fråga. Samma sak skulle kunna sägas kring behovet av studier kring heteronormativitet. Vi valde att fokusera på just HBTQ-personers upplevelser i denna studie. Eftersom alla människor måste förhålla sig till den snäva heterosexuella normen, antingen

genom att passa in eller genom att falla utanför, kan studier av heteronormativitet i servicemötet fokusera på alla människor, både kunder och servicepersonal.

I vår studie lyfter vi fram att traditionella teorier om servicemötet inte beaktar den komplexitet som det mänskliga mötet innebär för servicemötet, men att det på senare tid finns forskare som poängterar dess betydelse. Det har tidigare saknats ett queerperspektiv på studier om kundens upplevelse av kommersiella servicemötet och vi menar att det kan nyansera förståelsen av servicemötet. Vårt bidrag är att öppna upp för en ökad förståelse för att heteronormativitet, och den komplexitet som ryms i begreppet, kan ha betydelse för kundens upplevelser av servicemötet.

Vidare forskning

Vår studie av hur HBTQ-personer upplever heteronormativitet och gayvänlighet i servicemötet ger flera uppslag till vidare forskning. En första möjlig utgångspunkt skulle kunna vara utifrån vår diskussion om att heteronormativitet varken resulterar i en positiv eller negativ upplevelse av servicemötet. Den likgiltighet som, enligt vår studie, heteronormativt bemötande snarare resulterar i, skulle vara relevant att studera utifrån ett managementperspektiv. Med detta perspektiv skulle dess möjliga effekter på såväl kundrelationer, HR som lönsamhet vara intressanta.

En annan möjlig studie skulle vara att utifrån värdeskapandeteorier undersöka vad heteronormativt bemötande kan påverka kunders värdeskapande. En sådan studie skulle inte behöva fokusera på HBTQ-personer. Eftersom den heterosexuella normen är snäv, exkluderas även många heterosexuella människor, utifrån vad som inom queerteori benämns som värdehierarki. En studie som kombinerar dessa teorier skulle vara givande för att visa på sociala kategoriers komplexitet och dess betydelse för tjänster.

Slutligen menar vi att denna studie kan ses som ett embryo till vidare diskursanalys av gayvänlighet i och med den ambivalens som ryms inom begreppet. Vi har tolkat att gayvänlighet kan vara ett uttryck för flera motstridiga diskurser, varav det vi benämner som jämlikhetsdiskurs, har framkommit under studiens gång. Vi menar att vidare studier av begreppet med denna utgångspunkt skulle kunna öka förståelsen av vilka implikationer det får i praktiken.

Källförteckning

Skriftliga källor

- Alvehus, Johan. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber.
- Ambjörnsson, Fanny. (2006). *Vad är queer?* Stockholm: Natur och Kultur.
- Andersson Cederholm, Erika, Jacobsson, Katarina, Leppänen, Vesa, Säwe, Filippa & Åkerström, Malin. (2014). *Servicemötets gnissel och skav*. Malmö: Gleerup.
- Andersson, Janicke. (2011). Diskurs. I Josefina Syssner (red.). *Perspektiv på turism och resande*. (ss. 37-56). Lund: Studentlitteratur.
- Arena. (2014). *General*. Tillgänglig: <http://web.retriever-info.com/services/archive/displayDocument?documentId=05716620140217CB64EF051E869566A535F4E0E05A24BA&serviceId=2> (Hämtad: 2014-05-16).
- Bitner, Mary Jo, Booms, Bernard H. & Tetreault, Mary Stanfield. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents, *Journal of marketing*, 54, 1. (pp. 71-84).
- Boehmer, Ulrike. (2002). Twenty years of public health research: Inclusion of lesbian, gay, bisexual, and transgender populations. *American Journal of Public Health*, 92. (pp.1125-1130).
- Book, Karin & Eskilsson, Lena. (2007). Homosex and the city. I Richard Ek & Johan Hultman (red.). *Plats som produkt: kommersialisering och paketering*. (ss. 37-54). Lund: Studentlitteratur.
- Bryman, Alan. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.
- Butler, Judith. (2005). *Könet brinner*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Bäckman, Maria. (2009). Se med andras ögon. I Gösta Arvatssoon & Billy Ehn (red.). *Etnografiska observationer*. (ss. 117-132). Lund: Studentlitteratur.
- Corvellec, Hervé. (2005). Mot en respektens etik för servicemötet. I Hervé Corvellec & Hans Lindquist (red.). *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar*. (ss. 123-138). Malmö: Liber.
- Dahl, Ulrika. (2005). *Det viktigaste är inte vad extremisterna tycker utan vad den stora majoriteten gör: från hatbrott och homofobi till heteronormativitet och intersektionalitet: en kunskapsinventering och situering av forskning*. Stockholm: Forum för levande historia.
- Dahlstedt, Magnus. (2011). Makt. I Josefina Syssner (red.). *Perspektiv på turism och resande*. (ss. 169-189). Lund: Studentlitteratur.

- DeLozier, M. Wayne & Rodrigue, Jason. (1996). Marketing to the homosexual (gay) market: A profile and strategy implications. I Daniel L. Wardlow (Ed.). *Gays, lesbians, and consumer behavior. Theory, practice and marketing research issues in marketing.* (pp. 203-212). New York: Harrington.
- Eksell, Jörgen, (2005). Teorier om servicemötet - En historisk beskrivning. I Hervé Corvellec & Hans Lindquist (red.). *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar.* (ss. 11-32). Malmö: Liber.
- Eriksson-Zetterquist, Ulla & Styhre, Alexander. (2007). *Organisering och intersektionalitet.* Malmö: Liber.
- Fioretos, Ingrid. (2009). *Möten med motstånd. Kultur, klass, kropp på vårdcentralen.* Lund: Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.
- Florida, Richard. (2006). *Den kreativa klassens framväxt.* Stockholm: Daidalos.
- Foucault, Michel. (1987). *Övervakning och straff. Fängelsets födelse.* Lund: Arkiv.
- Foucault, Michel. (1993). *Diskursens ordning.* Stockholm: Symposion.
- Foucault, Michel. (2002). *Sexualitetens historia. Band 1. Viljan att veta.* Göteborg: Daidalos.
- Företagarna. (2012). *Rosa pengar och rosa företag.*
- Gudelunas, David. (2011). Consumer myths and the gay men and women who believe them: A qualitative look at the movements and markets. *Psychology & Marketing*, Volume 28(1). (pp. 53-68).
- Grönroos, Christian. (2008). *Service management och marknadsföring. Kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen.* Malmö: Liber.
- Gummesson, Evert. (2002). *Relationsmarknadsföring: Från 4P till 30R.* Malmö: Liber.
- Hallands Nyheter. (2010). Tillgänglig: <http://web.retriever-info.com.ludwig.lub.lu.se/services/archive/displayPDF?documentId=050848201010183OT4YT45YZA41HSSJH0LQ9DU10000101001C&serviceId=2> (Hämtad: 2014-05-16).
- Herz, Marcus & Johansson, Thomas. (2013). *Poststrukturalism - metodologi, teori, kritik.* Stockholm: Liber.
- Högdahl, Elisabeth. (2003). *Göra gata. Om gränser och kryphål på Möllevången och i Kapstaden.* Hedemora: Gidlunds.
- Jones, David A. (1996). Discrimination against same-sex couples in hotel reservation policies. I Daniel L. Wardlow (Ed.). *Gays, lesbians, and consumer behavior: Theory, practice, and research issues in marketing.* New York: Harrington. (pp. 153-159).

Korczynski, Marek & Ott, Ursula. (2004). When production and consumption meet: cultural contradictions and the enchanting myth of customer sovereignty. *Journal of management studies*, 41, 4. (pp. 575-599).

Kulick, Don. (odat.). Queerteori i Nationalencyklopedin. Tillgänglig: <http://www.ne.se/lang/queerteori> (Hämtad: 2014-05-09).

Liljestrand, Jens. (2003). *Made in pride. Ett reportage om det rosa kapitalet*. Stockholm: Timbro.

Meirovich, Gavriel, & Little, Lillian. (2013). The delineation and interactions of interactions of normative and predictive expectations in customer satisfaction and emotions. *Journal of consumer satisfaction, dissatisfaction & complaining behavior*, 26. (pp. 40-54).

Metro. (2008). *Nöje*. Tillgänglig: <http://web.retriever-info.com.ludwig.lub.lu.se/services/archive/displayPDF?documentId=057040200806273TDV4P1CYSUF0IFJRK2P367X100000000Q1C&serviceId=2> (Hämtad: 2014-05-16).

Nationalencyklopedin. (odat.). gay. Tillgänglig: <http://www.ne.se/lang/gay> (Hämtad: 2014-05-15).

Nationalencyklopedin. (odat.). vänlig. Tillgänglig: <http://www.ne.se/lang/vanlig> (Hämtad: 2014-05-15).

Normann, Richard. (2000). *Service management - ledning och strategi i tjänsteproduktion*. Malmö: Liber Ekonomi.

Oakenfull, Gillian. (2007). Effects of gay identity, gender and explicitness of advertising imagery on gay responses to advertising. *Journal of Homosexuality*, Volume 53(4). (pp. 49-69).

Oakenfull, Gillian. (2013). What matters: Factors influencing gay consumers' evaluations of 'gay-friendly' corporate activities. *Journal Of Public Policy & Marketing*, 32. (pp. 79-89).

Out Traveler. (2013). Out Traveler Award Winner: Best International Destination. Tillgänglig: <http://www.outtraveler.com/best-travel/out-traveler-awards-2013/2013/12/16/out-traveler-award-winner-best-international> (Hämtad: 2014-02-16).

Oxford Dictionaries. (odat.). Tillgänglig: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/gay> (Hämtad: 2014-05-16).

Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie E., & Berry, Leonard L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal Of Retailing*, 64, 1. (pp. 12-40).

Persson, Jan E. & Westrup, Ulrika. (2005). När människor arbetar med människor - Lärdomar från sociala tjänsteverksamheter. I Hervé Corvellec & Hans Lindquist (red.). *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar*. (ss. 98-109). Malmö: Liber.

RFSL. (odat.a). *Lagar och rättigheter*. Tillgänglig: <http://www.rfsl.se/?p=2840> (Hämtad: 2014-04-03).

RFSL. (odat.b). *HBT-certifiering*. Tillgänglig: <http://www.rfsl.se/?p=4960> (Hämtad: 2014-04-03).

RFSL. (odat.c). *HBT-certifierade verksamheter*. Tillgänglig: <http://www.rfsl.se/?p=4962> (Hämtad: 2014-04-03).

Rosenberg, Tiina. (2002). *Queerfeministisk agenda*. Stockholm: Atlas.

Ryen, Anne. (2004). *Kvalitativ intervju - från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber.

Röndahl, Gerd. (2005). *Heteronormativity in a nursing context. Attitudes towards homosexuality experiences of lesbian and gay men*. Uppsala: Uppsala universitet.

Spartacus World. (2014). Gay travel index. Tillgänglig: <http://www.spartacusworld.com/gaytravelindex.pdf> (Hämtad: 2014-05-18).

Svenska Akademien. (2006). *Svenska Akademiens Ordlista*. Upplaga 13.

Svingstedt, Anette. (2005). Många servicemöten lämnar inga goda minnen efter sig – En praktikers reflektioner. I Hervé Corvellec & Hans Lindquist (red.). *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar*. (ss. 37-46). Malmö: Liber.

Svingstedt, Anette. (2012). *Servicemötets praktik– på en tingsrätt, ett äldreboende och ett hotell*. Lund: Institutionen för service management och tjänstvetenskap, Lunds universitet.

Trost, Jan. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Tuten, Tracy L. (2005). The effect of gay-friendly and non-gay-friendly cues on brand attitudes: A comparison of heterosexual and gay/lesbian reactions, *Journal Of Marketing Management*, 21, 3/4. (pp. 441-461).

Walters, Andrew S. & Curran, Maria-Cristina. (1996). "Excuse me, Sir? May I help you and your boyfriend?": Salespersons' differential treatment of homosexual and straight customers. I Daniel L. Wardlow (Ed.). *Gays, lesbians, and consumer behavior: Theory, practice, and research issues in marketing*. New York: Harrington. (pp. 135-152).

Muntliga källor

- Informant 1. 2014-04-16. Intervju.
- Informant 2. 2014-04-17. Intervju
- Informant 3. 2014-04-23. Intervju.
- Informant 4. 2014-04-24. Intervju.
- Informant 5. 2014-04-25. Intervju.
- Informant 6. 2014-04-28. Intervju.
- Informant 7. 2014-05-02. Intervju.
- Informant 8. 2014-05-06. Intervju.
- Informant 9a. 2014-05-07. Gåtur och intervju.

Informant 9b. 2014-05-07. Gåtur och intervju.

Bilder

Francke, Petra/Lunds universitet, framsidan.

Bilaga 1

Intervjuförfrågan

Inbjudan eller förfrågan skickades ut 2014-04-08.

INTERVJUPERSONER SÖKES!

Hej! Vi är två studenter som skriver vårt examensarbete på kandidatprogrammet i Service Management vid Lunds universitet, Campus Helsingborg. Under senare år har mycket hänt på lagstiftningsnivå inom området för sexuellt likaberättigande. Fokus för vårt examensarbete ligger dock på människors upplevelser i vardagen. Vi gör en kvalitativ studie om heteronormativitetens inverkan på konsumenters upplevelser av vardagliga konsumtionssituationer.

Vi söker dig som definierar dig själv som hbtq-person och som skulle vilja ställa upp på en intervju om dina personliga upplevelser och erfarenheter. Ditt deltagande i vår studie är givetvis anonymt. Intervjun genomförs någon gång under vecka 16 eller 17 och beräknas ta cirka en timme. De genomförs i Helsingborg, men vid behov även i övriga västra Skåne. För mer information eller för att anmäla ditt intresse, vänligen maila E-POST eller ring TELEFONNUMMER.

Med vänliga hälsningar

Anna Palm och Emil Nilsson

Bilaga 2

Intervjuguide

Följande intervjuguide har använts som utgångspunkt för de åtta första intervjuerna. Ordningen på de sju områdena är preliminär och kan variera beroende på intervju.

Inledande:

- Om uppsatsens syfte och om intervjuarnas utbildning.
- Om intervjuens upplägg, godkännande av inspelning, och anonymitet.

Bakgrundsfrågor:

- Bakgrund om intervjupersonen.

Frågeområden:

- Identitet
- Samhällsklimat
- Heteronormativitet
- Servicemötet
- Att bli sedd
- Gayvänlighet
- Drömmar och visioner

Avslutande:

- Övriga frågor från intervjupersonen
- Kontakt för framtida frågor