

# Kontroll och certifiering av produktmärkningar

Organisering för förtroende

*Kristina Tamm Hallström och Lovisa Näslund  
Handelshögskolan i Stockholm*



Forskningsrapport 2015:4, *Kontroll och certifiering av produktmärkningar* ingår i Handels Utvecklingsråds rapportserie. Forskarna själva är ansvariga för rapportens innehåll. Publiceringsår 2015.  
Grafisk produktion: Fotoskrift AB  
Tryck: Typografiska Ateljén AB

[www.hur.nu](http://www.hur.nu)  
ISBN: 978-91-86508-26-5

# Förord

Detta är slutrapporten för forskningsprojektet ”Kan vi lita på certifiering?” som finansierats av Handels Utvecklingsråd 2012–2014. Syftet med projektet har varit att fördjupa kunskapen om miljömärkningar och vad och vem som egentligen står bakom dem. Förhoppningen är att de forskningsresultat som presenteras i denna rapport bidrar till att såväl producenter som detaljhandelsföretag och konsumenter kan inta ett kritiskt förhållningssätt till den mängd märkningar som florerar i dagens samhälle och därmed kan göra mer informerade och kunskapsbaserade beslut.

Stockholm augusti 2015

Kristina Tamm Hallström, docent i företagsekonomi

Lovisa Näslund, ek. dr i företagsekonomi

Handelshögskolan i Stockholm/Stockholm centrum för forskning om offentlig sektor  
(Score)

# Sammanfattning

## – tio slutsatser från projektet

Miljömärkningar har sedan början av 2000-talet kommit att institutionaliseras som ett betydelsefullt verktyg för producenter och handel att signalera att de tar ansvar för miljön gentemot konsumenterna och det omgivande samhället samt att de även bidrar till att konsumenterna ska kunna göra det genom aktiva köpbeslut.

De studier som gjorts inom projektet har fokuserat på miljömärkningsorganisationers organisering och arbete med att skapa trovärdighet. Förutom en inledande kartläggning av svenska och internationellt täckande miljömärkningsorganisationer, har fördjupade studier genomförts av de tre svenska miljömärkningarna Krav, Bra Miljöval och Svanen. Gemensamt för dessa miljömärkningar är att det finns en *kontrollmekanism* kopplad till rätten att använda märkena. Det är således inte vanliga varumärken som projektet intresserat sig för, utan märken som kräver att den som använder dem på sina varor eller tjänster måste anpassa sig till förbestämda kriterier och att en extern part har kontrollerat (certifierat) att kriterierna verkligen följs.

Behovet av kunskap om miljömärkningar bottenar i att den information som sprids om miljömärkningar, till exempel i form av beskrivningar på märkningsorganisationers egna hemsidor eller jämförelser och rangordningar av olika märkningar vilka görs av andra organisationer och miljöengagerade aktörer, inte ger en rättvisande bild av miljömärken och vad som karakteriserar dem. Bilden som förmedlas är generellt sett alltför ensidig och förenklad, vilket gör att producenter, detaljhandelsföretag och konsumenterna inte har ett tillräckligt underlag för att ta informerade beslut. De aspekter som främst fokuseras i befintliga beskrivningar av miljömärken och miljömärkningsorganisationer är de kriterier som står bakom olika miljömärken, det vill säga de krav som ställs och behöver uppfyllas. Vad som däremot sällan lyfts fram är hur kontrollen är organiserad och utförs, samtidigt som kontrollarbetet är ett oerhört centralt och resurskrävande arbete; både för märkningsorganisationerna i deras strävanden att uppfattas trovärdiga och för producenterna som är den part som blir kontrollerad. Detta är även en brist i existerande forskning om märkningar och certifieringsstandarder, där studier främst gjorts av kriterieutvecklingsarbete inom märknings- och standardiseringsorganisationer. Flera forskare har efterfrågat empiriska studier av certifieringens organisering, men också sättet att organisera och motivera ackreditering, som är ett slags certifiering av certifierarna. Projektet ”Kan vi lita på certifiering?” syftar därmed till att fylla dessa kunskapsluckor och projektets huvudsakliga bidrag ligger således i att kontrollorganisationen bakom märkningar särskilt lyfts fram och analyseras. Nedanstående punkter, som diskuteras mer utförligt i rapporten, utgör centrala resultat i projektet.

1. Ett grundläggande dilemma för märkningsorganisationer ligger i att uppfattas som trovärdig i rollen som oberoende kontrollant, samtidigt som det finns ett ekonomiskt beroende gentemot de kunder som kontrolleras.
2. Märkningar är symboler som behöver fyllas med mening för att fungera som förtroendeverktyg. Meningsskapande blir således en central uppgift för märkningsorganisationer som därmed har möjlighet att bli ”förtroendeväktare”.
3. I miljömärkningssammanhang bottenar förtroende i att avsändaren uppfattas som seriös, kunnig, omutbar och noggrann gällande kontrollen av producenter, men också att miljömärkningsorganisationen uppfattas tillräckligt nära och välkänd för konsumenten. Om inte förtroendeväktaren uppfattas tillräckligt trovärdig kan ytterligare en förtroendeväktare behövas, som en garant för garanten.
4. Märkningsorganisationer kan ha olika ägare och olika sätt att organisera kontrollen, men har vanligen gemensamt att märkningen består av fyra grundläggande beståndsdelar: kriterieutveckling, certifiering, märkning och ackreditering.
5. Det finns två grundläggande modeller för hur man organiserar kontrollen av en märkning: separationsmodellen och kombinationsmodellen.
6. Statlig auktoritet har stor tyngd för ”förtroendeväktare” i märkningsssammanhang, men är inte nödvändig eller ens den starkaste formen av auktoritet.
7. Märkningsorganisationens ägarskap och kommunicerad identitet påverkar vilka metoder som blir möjliga att använda för trovärdighetsskapande.
8. Kontrollförmåga är inte avgörande för märkningsorganisationers trovärdighet. Förmågan att agera ”förtroendeväktare” grundar sig snarare i att man upplevs som en värderingsdriven verksamhet som inte enbart drivs av vinstintresse.
9. En fungerande miljömärkning, med förmåga att påverka miljömedvetna kunders köpbeteenden, kräver inte bara en fungerande kontrollorganisation, utan också att någon, helst en oberoende tredje part ger själva märkningssymbolen mening.
10. Märkningsorganisationens roll som mellanhand är motsägelsefull, eftersom man måste bli trovärdig som allas förtrogne. Lösningen på detta är organisatorisk och kommunikativ särkoppling.

# Innehållsförteckning

Organisationer och förkortningar	7
1 Organiseringen bakom märkningen	8
1.1 Projektets bakgrund, problem, syfte, frågor och disposition	8
2 Tidigare forskning och teoretiskt ramverk	12
2.1 Informationsasymmetri på konsumentmarknader	12
2.2 Trovärdighet och auktoritet för miljömärkningar och certifieringsstandarder	14
3 Metod och delstudier som gjorts i projektet	17
4 Projektets resultat	21
4.1 Inledande kartläggning	21
4.1.1 Olika modeller för kontrollorganiseringen	21
4.1.2 Ackreditering	27
4.2 Tre illustrativa fallstudier	28
4.2.1 Krav – ekonomisk förening startad av ekologiskt verksamma producenter 1985	28
4.2.2 Bra Miljöval – märkning startad 1990 som drivs av kansli inom Naturskyddsföreningen	34
4.2.3 Svanen – mellanstatligt initiativ från 1989 som i Sverige idag drivs av statligt bolag	37
4.2.4 Reflektion om likheter och skillnader mellan de tre fallen	41
4.3 Organisering av ansvar för CE-märkta leksaker	44
4.4 Vad bygger konsumenternas förtroende på?	44
4.5 Miljömärkningarnas motsägelsefulla position: kan man vara allas förtrogne?	52
5 Slutsatser	59
5.1 Teoretisk relevans	59
5.2 Praktisk relevans	63
5.3 Idéer till fortsatt forskning	65
Referenser	67

# Organisationer och förkortningar

Organisation	Typ av organisation
ASC – Aquaculture Stewardship Council, <a href="http://www.asc-aqua.org">www.asc-aqua.org</a>	Standardskrivare
ASI – Accreditation Services International, <a href="http://www.accreditation-services.com">www.accreditation-services.com</a>	Internationell ackrediteringsorganisation
Bra Miljöval, <a href="http://www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval">www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval</a>	Miljömärke (Naturskyddsföreningen)
Bureau Veritas Sverige, <a href="http://www.bureauveritas.se">www.bureauveritas.se</a>	Certifieringsorgan
Cofrac, <a href="http://www.cofrac.fr">www.cofrac.fr</a>	Det franska statliga ackrediteringsorganet
DAkKS – Deutsche Akkreditierungsstelle, <a href="http://www.dakks.de">www.dakks.de</a>	Det tyska statliga ackrediteringsorganet
Debio, <a href="http://www.debio.no">www.debio.no</a>	Certifieringsorgan
EA – European co-operation for Accreditation, <a href="http://www.european-accreditation.org">www.european-accreditation.org</a>	Medlemsorganisation för statliga ackrediteringsorgan inom EU
EU Ecolabel, <a href="http://www.ec.europa.eu/environment/ecolabel">www.ec.europa.eu/environment/ecolabel</a>	Miljömärke inom EU
Fairtrade, <a href="http://www.fairtrade.se">www.fairtrade.se</a>	Standardskrivare
FLOCERT, <a href="http://www.flocert.net">www.flocert.net</a>	Certifieringsorgan
FSC – Forest Stewardship Council, <a href="http://www.se.fsc.org">www.se.fsc.org</a>	Standardskrivare
GEN – Global Ecolabelling Network, <a href="http://www.globalecolabelling.net">www.globalecolabelling.net</a>	Internationell medlemsorganisation för miljömärkningsorganisationer
IAF – International Accreditation Forum, <a href="http://www.iaf.nu">www.iaf.nu</a>	Internationell medlemsorganisation för ackrediteringsorgan
Intertek, <a href="http://www.intertek.se">www.intertek.se</a>	Certifieringsorgan
IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements, <a href="http://www.ifoam.bio">www.ifoam.bio</a>	Internationell medlemsorganisation på området för ekologiskt jordbruk
IOAS – International Organic Accreditation Service, <a href="http://www.ioas.org">www.ioas.org</a>	Internationellt ackrediteringsorgan
ISEAL Alliance – International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance, <a href="http://www.isealalliance.org">www.isealalliance.org</a>	Internationell medlemsorganisation på hållbarhetsområdet
Kiwa, <a href="http://www.kiwa.se">www.kiwa.se</a>	Certifieringsorgan
Krav, <a href="http://www.krav.se">www.krav.se</a>	Standardskrivare och miljömärke
Miljömärkning Sverige AB, <a href="http://www.svanen.se/Om-oss/Om-foretaget">www.svanen.se/Om-oss/Om-foretaget</a>	Certifieringsorgan (statligt bolag som ansvarar för Svanenmärket i Sverige)
Miljömärkningsnämnden, <a href="http://www.svanen.se/Om-oss/Om-foretaget/Organisation/Svenska-miljomarkningsnamnden">www.svanen.se/Om-oss/Om-foretaget/Organisation/Svenska-miljomarkningsnamnden</a>	Nämnd som svarar för Sveriges ställningstagande i kriteriefrågor inom den nordiska miljömärkningen (Svanen) och EU Ecolabel
MSC – Marine Stewardship Council, <a href="http://www.msc.org">www.msc.org</a>	Standardskrivare
Naturskyddsföreningen, <a href="http://www.naturskyddsforeningen.se">www.naturskyddsforeningen.se</a>	Miljöorganisation (ideell förening), ägare av market Bra Miljöval
Nordiska Ministerrådet, <a href="http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet">www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet</a>	Akrediteringsorganisation (de nordiska regeringarnas samarbetsorgan, granskar Svanens nationella medlemmar)
SAAS – Social Accountability Accreditation Services, <a href="http://www.saasaccreditation.org">www.saasaccreditation.org</a>	Internationell ackrediteringsorganisation
SAI – Social Accountability International, <a href="http://www.sa-intl.org">www.sa-intl.org</a>	Standardskrivare
Svanen, <a href="http://www.svanen.se">www.svanen.se</a>	Nordiskt miljömärke
Swedac, <a href="http://www.swedac.se">www.swedac.se</a>	Det svenska statliga ackrediteringsorganet
UTZ Certified, <a href="http://www.utzcertified.org">www.utzcertified.org</a>	Standardskrivare

Standardskrivare: organisation som skriver standarder.

Certifieringsorgan: kontrollerar att producenter följer standarder.

Akrediteringsorganisation/organ: utför ackreditering av certifieringsorgan.

# I Organiseringen bakom märkningen

## I.1 Projektets bakgrund, problem, syfte, frågor och disposition

Bakgrunden till den forskning som presenteras i den här rapporten är det tvååriga forskningsprojektet ”Kan vi lita på certifiering?” som finansierades av Handelns Utvecklingsråd under 2012–2014. Forskningen, som bedrivits i en mindre forskargrupp, har letts av Kristina Tamm Hallström, docent vid Handelshögskolan i Stockholm och forskningsledare vid Stockholm centrum för forskning om offentlig sektor (Score). I projektet undersöks organiseringen bakom miljömärkningar som återfinns på otaliga produkter i dagligvaruhandeln. Dessa märken syftar till att vägleda konsumenter att göra ”rätt” köpval. Eftersom konsumenter i stor utsträckning handlar från butik och sällan direkt från producenter, är inköpare också en central målgrupp för dessa märken.

En aspekt som gör många miljömärkningar speciella, i jämförelse med till exempel varumärken som producenter och återförsäljare själva utvecklar och placerar på sina produkter, är att de tidigare utvecklas av en extern part – en tredje part i förhållande till producenter och handlare/konsumenter. För att dessa märken ska få användas krävs vidare någon slags kontroll, som utförs av en extern part, för att utvärdera huruvida produkterna som ska märkas eller den verksamhet där produkterna framställs möter de krav som anges i den standard som ligger till grund för märkningen. Denna kontroll kallas ofta certifiering och märkena som kontrolleras på detta sätt kan benämnas certifieringsmärken.



**Figur 1. Certifieringsmärken – de märkningar som projektet intresserar sig för som har en inbyggd kontrollmekanism där en annan part än producent och konsument utför kontroll och godkänner produkten eller produktionsprocessen enligt en viss standard; exemplen Krav, Bra Miljöval och Svanen.**

Utbudet av märkningar och standarder med tillhörande kontrollmekanism har under senaste årtiondena blomstrat (Bartley 2011; Marx 2011) och många konsumenter letar efter märkningar i butikerna för att kunna göra medvetna köpval. En drivkraft till denna utveckling ligger i den genomgripande samhällstrenden om att verka för ett mer hållbart samhälle. Viljan hos både företag och privatpersoner att bidra till ett ekologiskt, miljömässigt, rättvist och hållbart samhälle har vuxit sig mycket stark under senare



decennier. Den har bland annat stärkts genom den växande skara skandaler om orättvisa och ohälsosamma arbetsförhållanden och miljöfarlig produktion som rapporterats i media. Detta engagemang ställer i sin tur krav på producenter att agera, och visa att man agerar, i enlighet med denna typ av värderingar. En försvårande omständighet för konsumenter och inköpare i detaljhandel är att det ofta inte går att vara helt säker på att producenter verkligen uppfyller relevanta krav – hur kan man egentligen se på en banan att odlaren inte använt miljö- och hälsofarliga bekämpningsmedel? En annan faktor som komplicerar situationen ytterligare är den ökade globaliseringen där det ofta är långa avstånd mellan producenter och inköpare/konsumenter som köper dessa produkter, vilket försvårar besök och insyn.

Framväxten och den ökade användningen av märkningar såsom Krav, Svanen, Rainforest Alliance, FSC och Bra Miljöval bör förstås i ljuset av denna utveckling. Under senare decennier har en mångfald märkningar utvecklats, ofta på initiativ av organisationer inom sociala rörelser, till att utgöra användbara och viktiga verktyg för konsumenter och inköpare gällande köpbeslut (Boström och Klintman 2008; Dubuisson-Quellier 2013). Med hjälp av märkningar ges vägledning för att särskilja bra produkter från sådana som uppfattas som mindre bra eftersom de inte når upp till krav som anses viktiga.

Alla märkningar som dyker upp på produkter på marknaden står emellertid inte för exakt samma sak och de fungerar långt ifrån lika. Inriktningen på olika värden såsom rättvisa, miljö, hållbarhet, arbetsmiljö och så vidare, liksom hur kraven kopplade till dylika värden är formulerade kan skilja sig åt. Därutöver finns skillnader i vem som äger märkningen och hur märkningsorganisation kontrollerar att en kund (producent) faktiskt följer satta krav för att erhålla rätten att märka sina produkter. Ett grundläggande dilemma som oavsett ägar- och organisationsform genomsyrar märkningsverksamhet är att en producent som vill märka sina produkter, själv betalar för att bli kontrollerad och därmed får rätten att använda ett visst märke. Denna finansieringsmodell innebär att en märkningsorganisation som erbjuder kontrolltjänster och som i denna roll som kontrollant behöver hävda sitt oberoende för att uppfattas trovärdig, samtidigt är ekonomiskt beroende av kunderna som kontrolleras. Ett problem som kan uppstå i och med detta kan exempelvis vara att en certifieringsrevisor tenderar att bevilja snarare än att avslå en certifiering i hopp om att skapa fortsatta goda affärsförbindelser eller att en certifieringsrevisor genom arbetet med granskningen frestas att se mellan fingrarna med vissa avvikelser av medkänsla eller förståelse med den som granskas (jmf Power 1997). Med andra ord kan det vara svårt att på ett trovärdigt sätt kombinera rollerna som granskare och affärspartner (Power 2003, 2011).

Trovärdigheten för miljömärkningsarbete försvåras ytterligare av att kontrollerna typiskt sett baseras på ett begränsat urval och stickprov. Det är långt ifrån en totalkontroll eller ett statistiskt säkerställt urval av den verksamhet eller produkt som granskas eftersom en sådan kontroll skulle bli orimligt dyr och omständlig och leda till en orimlig prisökning på miljömärkta varor som mycket få konsumenter skulle vara villiga att betala. Detta, i och för sig rimliga och pragmatiska sätt att utföra kontrollen, gör att det alltid finns

en risk att felaktigheter och missförhållanden inte upptäcks. Ytterligare ett problem med certifieringar kan identifieras eftersom det i kontrollarbetet ofta är skriftliga policydokument och ledningssystem som granskas, vilket ökar risken för potentiella felbedömningar om den faktiska praktiken och eventuella missförhållanden där. Det finns vidare studier som tyder på att ju mer insikt man har om granskningens praktik när det gäller ledningssystemcertifiering, desto mindre förtroende får man för de omdömen som granskningen leder till (Walgenbach 2001).

Utifrån ovan nämnda dilemman och praktiska begränsningar uppstår flera utmaningar för märkningsorganisationer när det gäller att hävda sin professionalitet och sitt oberoende som båda är avgörande för att uppfattas trovärdig i granskningsrollen.

Ett grundläggande dilemma för märkningsorganisationer ligger i att uppfattas som trovärdig i rollen som oberoende kontrollant, samtidigt som det finns ett ekonomiskt beroende gentemot de kunder som kontrolleras.

Det kan konstateras att det är mycket information som döljer sig bakom de små märken som sitter på allt fler produkter som erbjuds på marknaden. Märket ska signalera att en kontroll är utförd utifrån en viss standard och att den organisation som bestämt kraven, liksom utfört kontrollen, är trovärdig i dessa roller. Sådan trovärdighet kommer inte per automatik. Bakom märkning finns snarare mycket tanke och arbete, eller med projektets terminologi: det finns mycket organisation. Det övergripande syftet med projektet ”Kan vi lita på certifiering?” har varit att undersöka hur det ser ut under ytan av ettärke och undersöka vad som driver att det är ordnat som det är. Eller annorlunda uttryckt: Hur hanterar märkningsorganisationer det grundläggande dilemman kring oberoende och hur arbetar de för att skapa trovärdighet för sin märkning?

Även om det, som diskuterats här, finns ett fundamentalt problem med märkningsverksamhet gällande (o)beroende, är den förhärskande synen att dagens märkning som kontroll- och förtroendeverktyg fungerar och kan passa i stort sett allt socialt liv. Märknings- och standardiseringsorganisationer hittar ständigt nya användningsområden för sina verksamheter – vissa forskare pratar till och med om en certifieringsrevolution (Bartley 2011). Paradoxen med detta verktyg som trots en mängd brister sprids och ökar i popularitet har stått i centrum för projektet ”Kan vi lita på certifiering?” där en central utgångspunkt har varit att skapa förståelse för hur den starka trovärdighet som finns för dagens certifiering skapas. Frågorna som löpt genom projektet handlar om hur denna typ av märkningssystem som är baserade på kontroll (certifiering) ser ut och fungerar, liksom varför det ser ut just som det gör. Mer specifikt har projektet styrts av hypotesen att sättet att organisera märkningsverksamheter är centralt för hur verksamheterna fungerar, men också att denna organisering i hög grad påverkar huruvida miljömärkningsverksamheter uppfattas som trovärdiga och legitima (Meyer & Rowan 1977). Organiseringen påverkar således både effektiviteten och legitimiteten. Frågan är bara hur denna organisering tar sig uttryck. Med en isbergsmetafor lyder frågan: om märket bara är toppen av isberget, hur ser det ut under ytan?

Med kunskap om hur det ser ut under ytan, bakom den lilla symbolen som är det yttersta uttrycket för organiseringen bakom en märkning, kan bättre förståelse nås om vad märkning egentligen innebär och de föreställningar som ligger till grund för producenters, detaljhandelsföretags och konsumenters val av märkningar liksom andra intressenters uppfattningar om dem. Med sådan kunskap kan sedan olika intressentgrupper inta ett kritiskt förhållningssätt till den mängd märkningar, och påståenden om dessa, som florerar i dagens samhälle. Med sådan kunskap kan i förlängningen mer informerade och kunskapsbaserade beslut tas.

Som diskuteras i nedanstående teoriavsnitt har en mängd studier under senaste decenniet gjorts om märkningar och certifieringssystem, men fokus har främst legat på kriterieutvecklingsarbetet; det vill säga analys av vilka kriterier som gäller för olika märkningar och standarder, vem som deltar och hur arbetet med att utveckla kriterier går till, liksom hur det organiseras för att uppfattas trovärdigt. Däremot saknas fördjupad kunskap om vem som utför kontrollerna liksom hur detta arbete är organiserat för att bli trovärdigt. För att bidra med ny kunskap om märkningar, läggs därför ett särskilt fokus på just kontrollorganisationen. En avgränsning har vidare gjorts till certifieringsmärken inom miljöområdet som är ett område med hög aktualitet och med många märkningar som i hög grad berör individers och organisationers vardag.

Härnäst presenteras det teoretiska ramverket som legat till grund för den gjorda forskningen, följt av ett kortare avsnitt om den använda forskningsmetoden. Därefter presenteras de empiriska studierna: kartläggningsstudien, de tre fallstudierna, studien av CE-märkta leksaker samt studien av konsumenters uppfattningar om miljömärken. I anslutning till den presenterade empirin dras slutsatser från gjorda analyser som berör de enskilda studierna men också jämförelser mellan dem. Rapporten avslutas med en diskussion av projektets huvudresultat i termer av teoretisk och praktisk relevans, samt idéer till fortsatt forskning vilka genererats under projektets gång.

## 2

## Tidigare forskning och teoretiskt ramverk

### 2.1 Informationsasymmetri på konsumentmarknader

I takt med att miljömedvetenhet och intresse för hållbarhet har ökat i samhället, har också intresset för miljömärkningar av olika slag ökat. Intresset kommer från konsumenter, men också från producenter, handeln och miljöorganisationer. Miljömärkningar ses som ett enkelt sätt att särskilja de miljömässigt hållbara produkterna från de som är mindre bra för miljön.

Miljömärkta varor är vad man kallar ”förtroendevaror” (Antle 1995). Dessa skiljer sig från klämvaror eller erfarenhetsvaror, där konsumenten kan bedöma varans egenskaper före respektive efter köpet. När det gäller exempelvis matvaror eller hushållskemikalier kan man som konsument visserligen bedöma en varas egenskaper i betydelsen funktion och kvalitet, men den miljömässiga påverkan under produktionen är svår eller omöjlig att bedöma enbart genom att titta på eller använda produkten. Vid köp av förtroendevaror är informationen om varorna således asymmetrisk till konsumenternas nackdel. Med andra ord vet producenten mer om produkten än konsumenten har möjlighet att göra. Sådana informationsasymmetrier är inte ovanliga på marknader. Ett klassiskt exempel är marknaden för begagnade bilar, där man som köpare kan ha svårt att bedöma vilka bilar som med ett amerikanskt uttryck är ”lemons”, alltså måndagsexemplar eller sekunda (Akerlöf 1970). Om det inte finns något sätt för köparna att särskilja de bra från de dåliga varorna, kommer det i slutändan att leda till att de bättre varorna försvinner från marknaden eftersom man inte kommer kunna få bättre betalt för dem än för de sämre och det är förmodligen mer lönsamt att sälja de sekunda varorna för samma pris som de bra.

Emellertid ligger det både i konsumenters och många producenters intresse att kunna särskilja de goda – i det här fallet miljövänliga – från de dåliga produkterna. En vanlig lösning på problemet är att hitta någon signal eller tecken för en viss kvalitetsnivå som kommer vara rimlig att uppnå för de som håller hög kvalitet, men svår eller omöjlig för dem som inte gör det. Om signalen är lika lätt att uppnå för alla, finns det ett incitament för säljare av sämre varor att kopiera den, i syfte att framställa sina (sämre) varor som lika bra som de goda varorna. Enligt detta resonemang gäller det således att hitta något sätt att skapa ett observerbart ”bevis” för en egenskap som inte går att observera i sig, till exempel inneboende egenskaper såsom mängden bekämpningsmedel som använts vid odling (Spence 1974; Gambetta & Bacharach 2001). En miljömärkning kan fungera som ett sådant bevis, som kan signalera specifika egenskaper. Väl på plats i butiken kommer sedan miljömärkningen bli en i raden av varumärken och andra former av information och signaler, som sammantaget ger kunden en uppfattning om produkterna på hyllorna och vad kunden kan förvänta sig angående kvalitet och produktion hos dessa produkter.

Miljömärkningar av olika slag kan således ses som just en signal som gör det möjligt för de miljömässigt goda produkterna att särskilja sig från de sämre, där det faktum att märkningen i regel utförs av en oberoende kontrollorganisation ska göra det i princip omöjligt för en miljöovänlig produkt att få den. Märkningen blir därigenom ett tecken eller signal som kompenserar för informationsasymmetrin och gör det icke observerbara observerbart. Genom denna lösning möjliggörs en marknad för miljömässigt hållbara produkter, där producenter och handlare kan ta betalt för eventuella ökade kostnader som kvalitetsskillnaden ger upphov till.

Märken är symboler som behöver fyllas med mening för att fungera som förtroende-  
verktyg. Meningsskapande blir således en central uppgift för märkningsorganisationer som därmed har möjlighet att bli *förtroendeväktare* (eng. *guardian of trust*).

En förutsättning för att märkningsorganisationerna ska fungera och skapa förtroende är emellertid att deras kontrollorganisationer i sin tur verkar välfungerande och pålitliga. Om de saknar integritet och låter sig korrumpas, eller genom slarv och bristande rutiner låter dåliga produkter få märkningen på felaktiga grunder, förlorar märkningen sin betydelse och blir därigenom meningslös. En förutsättning för att en miljömärkning ska kunna fungera är därför att konsumenter kan lita på certifieringen, det vill säga på att märkningsorganisationen som utför kontrollen är trovärdig, där oberoende är en central egenskap. Först då kan miljömärkningen fylla en funktion i att överbrygga informationsklyftan som finns mellan det som sker hos producenter när produkten framställs och de slutprodukter som konsumenter finner i butiker.

Många av dagens marknader är globaliserade, vilket innebär att det inte är ovanligt att konsumenter och producenter befinner sig på både geografiska och socialt långa avstånd från varandra. Detta innebär i sin tur att konsumenterna har bristande information om de produkter som bjuds ut på marknaden liksom de produktionsförhållanden som rådde när produkterna framställdes. Märkningsorganisationen kan då fungera som en förtroendeväktare. En sådan förtroendeväktare agerar helt enkelt som mellanhand som kan gå i god för producenter som konsumenten inte själv har möjlighet att kontrollera eller informera sig om. Förutsättningen för att bli en förtroendeväktare är dock att märkningsorganisationen gör det troligt att den förfogar över en tillräckligt noggrann, oberoende och kunnig kontrollapparat för att kunna bedöma producenterna, samtidigt som de är tillräckligt nära och välkända av konsumenterna för att upplevas som en pålitlig garant (Shapiro 1987). Om förtroendeväktaren inte på egen hand upplevs som tillräckligt trovärdig och oberoende, är det vanligt att ta in ytterligare en garant för garanten, eller till och med en garant för garantens garant.

I miljömärkningsssammanhang bottnar förtroende i att avsändaren uppfattas som seriös, kunnig, omutbar och noggrann gällande kontrollen av producenter, men också att miljömärkningsorganisationen uppfattas tillräckligt nära och välkänd för konsumenten. Om inte förtroendeväktaren uppfattas tillräckligt trovärdig, kan ytterligare en förtroendeväktare behövas, som en garant för garanten.

Som synes kan det hela lätt accelerera till en misstroendespiral, där det bakom varje förtroendeväktare krävs ytterligare någon som går i god för denne i en evigt växande spiral (Ibid). I praktiken kan dessa spiraler stoppas om det går att finna en slutgiltig garant som inte behöver ytterligare garantier för att vara trovärdig. En sådan aktör kan exempelvis vara staten eller någon annan aktör med stark trovärdighet. Ett alternativ till att stoppa spiralmönstret kan vara att blotta vetskapen om en omfattande kontrollapparat i flera lager ger trovärdighet, även om det är svårt för icke-insatta att få en uppfattning om detaljerna kring kontrollapparatens alla beståndsdelar.

Även om en miljömärkning och den organisation som står bakom den upplevs som trovärdig är kontrollapparaten och de kriterier den bygger på i många fall så pass komplex att de som använder sig av den för att skilja varor från varandra, det vill säga inköpare och konsumenter, i praktiken kommer att uppleva den som en *svart låda* (eng. *black box*) (Latour 1987). Den är därmed svår för icke-insatta att förstå eller granska. Märkningen sammanfattar och kapslar in en mängd information som man inte alltid känner till eller för den delen inte ens skulle kunna utvärdera och bedöma om man kände till den. En dimension som komplicerar situationen är att det finns en mångfald standarder och märken som symboliserar liknande värden, vilka konkurrerar med varandra. Mot denna bakgrund blir det angeläget att ställa frågan om hur en märkningsorganisation arbetar för att övertyga om att allt har gått rätt till genom ett litet märke?

## 2.2 Trovärdighet och auktoritet för miljömärkningar och certifieringsstandarder

Från tidigare forskning om förtroende är det känt att bedömningen av hur förtroendegivande en viss organisation eller person är i huvudsak består av en bedömning av tre aspekter hos motparten: dennas *förmåga* (eng. *ability*), *välvilja* (eng. *benevolence*) och *integritet* (eng. *integrity*) (Mayer m.fl. 1995). Med andra ord får vi förtroende för den som förefaller ha både viljan och förmågan att agera som utlovat och har vårt bästa för ögonen, och dessutom förefaller ha integritet nog att kvarstå vid det även om det under händelsernas gång skulle dyka upp ny information eller nya alternativ som skulle göra det lockande att svika sitt löfte. Att skapa förtroende för en märkning handlar således om att göra trovärdigt att man har både kompetens och vilja att göra en oberoende bedömning, med miljöns bästa för ögonen, snarare än att drivas av egenintresse.

För att få vägledning om hur trovärdighet skapas kan lärdomar dras från litteratur om transnationell reglering. I denna litteratur, som intresserar sig för alternativa regleringslösningar som sedan framför allt 1990-talet utvecklas för att reglera marknadsutbyten, har ett flertal analyser gjorts av märkningar eller kanske framför allt certifieringsstandarder. I det ”alternativa” ligger bland annat att det inte handlar om nationell lagstiftning som utvecklats inom staten genom demokratiskt fastställda procedurer. Det kan i stället röra sig om standarder som utvecklats av privata företag, sammanslutningar av företag eller andra icke-statliga organisationer, som till exempel miljöorganisationer, inte sällan i konkurrens med andra organisationer som försöker marknadsföra och få

genomslag för sina regler. Dessa regler, som ofta tar sig uttryck i form av standarder med en certifieringsfunktion kopplad till sig, har vidare ofta en transnationell räckvidd, vilket innebär att de utvecklas för att gälla över nationsgränser samt definieras som frivilliga genom att det saknas en rättsapparat med sanktionsmöjligheter som kan appliceras på dem. Slutligen har dessa regler ofta en moralisk eller etisk dimension; det som regleras genom dem kan visserligen handla om teknisk samordning och rationalisering (Loya & Boli 1999; Tamm Hallström 2004), men i växande utsträckning berörs aspekter som mänskliga rättigheter och rättvisa arbetsförhållanden, liksom miljö-, klimat- och hållbarhetsaspekter (Boli 2006; Bartley 2007; Bernstein & Cashore 2007). En viktig fråga i denna litteratur, som lite förenklat kan sammanfattas under beteckningen ”forskning om transnationell reglering”, har varit hur reglerare, som ofta är icke-statliga, blir legitima och kommer att uppfattas ha legitim makt, det vill säga deras auktoritet (Weber 1948; Boli 1999; Cutler m.fl., 1999; Djelic & Sahlin-Andersson 2006; Tamm Hallström 2004). Här finns således en tydlig koppling till projektet ”Kan vi lita på certifiering?” som intresserar sig för det näraliggande begreppet trovärdighet.

En av förklaringarna till reglerares auktoritet har att göra med *ägarskapet*. Statlig auktoritet kopplas till exempel till statligt ägda och drivna regelverksamheter som vanligen verkar inom ett nationellt avgränsat område, men på transnationell nivå där det saknas en gemensam stat och rättsapparat blir tillgången till denna auktoritet begränsad. I stället lyfter man i denna litteratur fram auktoritet som kan kopplas till olika icke-statliga organisationer, till exempel marknadsauktoritet, som utövas genom samarbete mellan företag liksom moralisk auktoritet, som framför allt tillskrivs icke-statliga organisationer (NGOs) som verkar för syften som hållbarhet, mänskliga rättigheter och liknande (Hall & Biersteker 2002). Från studier av icke-statlig auktoritet blir det dock tydligt att det kan vara svårt att upprätta och över tid bibehålla alternativa former av auktoritet – den icke-statliga auktoriteten kan därmed beskrivas som *bräcklig* (eng. *fragile*) (Tamm Hallström & Boström 2010).

Även om statligt ägande och den statliga auktoriteten skulle kunna vara något önskvärt ser vi i denna litteratur att det även kan vara något man som reglerare vill undvika. Vid en närmare granskning av ägarskap bland dagens märkningar ser vi många kända märkningar som initierats och ägs av miljöorganisationer med ursprung i miljörelser och som säger sig vara värderingsstyrda och oberoende både från partipolitik och kommersiella krafter. Ibland är statliga intressenter inbjudna att delta i sådana miljömärkningsarbeten, vilket kan vara ett sätt att skapa legitimitet och auktoritet för märkningen (Tamm Hallström 2004; Jacobsson & Sahlin-Andersson 2006). Det finns emellertid också flera exempel på att staten helt utesluts. Detta är exempelvis fallet i organisationen Forest Stewardship Council (FSC) som utvecklar internationella hållbarhetsstandarder på skogsområdet där de intressentgrupper som har rätt att medverka i kriterieutvecklingsarbetet är sorterade i tre kammare: den för ekonomiska aktörer, den för miljöorganisationer, och den för sociala intressen (Tamm Hallström & Boström 2010). En slutsats angående både statlig och icke-statlig auktoritet



i miljömärkningssammanhang är att det finns vissa begränsningar och att auktoriteten kopplad till ägande inte är given.

Det finns dock andra aspekter som i litteratur om transnationell reglering lyfts fram som viktiga för märkningars trovärdighet. En sådan är att märkningen ska utgå från *standarder som uppfattas relevanta* (Boström & Klintman 2008) och att dessa standarder är framtagna genom en legitim process och *av en legitim organisation* (Loya & Boli 1999; Tamm Hallström 2004; Tamm Hallström & Boström 2010). Ytterligare en avgörande aspekt för trovärdigheten är att ha en *fungerande kontroll* (ofta benämnd *certifiering*) kopplad till märkningen (Boström & Klintman 2008) och att denna är organiserad på ett legitimt sätt (Marx 2011). Organiseringens betydelse för trovärdighet har således diskuterats i litteraturen om transnationell reglering, men det är nästan uteslutande standardiseringsverksamhet som studerats och analyserats (Loya & Boli 1999; Tamm Hallström 2004; Tamm Hallström & Boström 2010; Botzem, 2012). Däremot finns ytterst få studier om organiseringens betydelse när det gäller certifiering och ackreditering (Loconto & Busch 2010; Marx 2011). Det saknas vidare problematiseringar om oberoende som värde i certifierings- och ackrediteringsrevision specifikt, men också i granskningsammanhang mer generellt, liksom vad som kan förklara variation i sättet att organisera oberoende som ett legitimerande värde (Power 2011; Jeacle & Carter 2011; Jamal & Sunder 2011).

För att bidra till dessa kunskapsluckor bedömdes miljömärkningsorganisationer, som stått i fokus i projektet ”Kan vi lita på certifiering?”, som utmärkta studieobjekt, med ett särskilt fokus på sättet att organisera kontrollarbetet (certifieringen). Ett urval gjordes av verksamheter som valt olika sätt att organisera kontrollen. För att även pröva relevansen i argumentet om ägandets betydelse för trovärdigheten, valdes miljömärkningsorganisationer med olika typer av ägande.



# Metod och delstudier som gjorts i projektet

Projektet har en tolkande, konstruktivistisk ansats, där syftet i första hand varit att öka förståelsen och förstå underliggande mekanismer, snarare än att i positivistisk anda utveckla mer normativa förslag om hur organiseringen och användningen av miljömärkningar borde gå till. Snarare än att ge direkta råd om rätt och fel syftar denna ansats till att genom ökad förståelse ge bättre grund för beslut och bättre möjligheter att nå de mål man önskar.

Inom ramen för projektet har ett flertal metoder använts för att samla data om det studerade fenomenet. Under första halvåret, hösten 2012, genomfördes en kartläggning av svenska och internationella miljömärkningar med avseende på organiseringen av kriterieutveckling, certifiering, ackreditering och meta-ackreditering. I denna inledande kartläggning intervjuades sju nyckelpersoner inom området: representanter för olika märkningsorganisationer, som Krav och FSC; för miljöorganisationer, som Naturskyddsföreningen; och för certifierings- och ackrediteringsorganisationer, som IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), ISEAL Alliance (International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance) och Kiwa, i syfte att skapa en övergripande förståelse för fältet. Till detta syfte genomfördes också en litteraturstudie om de studerade organisationerna, dels av material i form av hemsidor och annat informationsmaterial från de studerade organisationerna själva, dels av tidigare forskning om dem. Resultaten av denna första studie rapporterades i Scorerapporten *Kontrollorganiseringens mångfald. En kartläggning av hållbarhetsmärkningars kontrollorganisering internationellt och nationellt i Sverige* (Kenne et al. 2013). Syftet var att identifiera olika grader av organisering och kontroll i de system som undersöktes och att skapa ett underlag för urval av fortsatta, fördjupade fallstudier av enskilda märkningar.

På basis av den gjorda kartläggningen valdes sedan tre nordiska märkningar som förekommer i svensk detaljhandel ut för fördjupade fallstudier, nämligen Krav, Bra Miljöval och Svanen. Dessa valdes dels för att de är vanligt förekommande och välkända bland konsumenter, dels för att de representerar olika ideal och sätt att organisera miljömärkning och sammantaget därför ger en förståelse för olika lösningar på problematiken i att skapa en trovärdig och oberoende granskning och bedömning av hållbarhet och miljöhänsyn.

Fallstudien av Krav, som genomfördes under sommaren/tidiga hösten 2012, baserades i huvudsak på tio intervjuer med personer som på olika sätt haft nyckelinformation om organisationen och deras granskningsarbete. Från Krav har en grundare och en regelchef intervjuats, vidare representanter från Jordbruksverket, certifieringsbolagen Kiwa

och FLOCERT, FSC, Swedish Board for Accreditation and Conformity Assessment (Swedac), den internationella ackrediteringsorganisationen ISEAL Alliance samt Swedish Standards Institute (SIS). Detta material har sedan kompletterats med rapporter och information från organisationernas hemsidor om historik och arbetsätt. Resultaten från denna fallstudie rapporterades i Scorerapporten *Krav på KRAV. En studie om hur och varför KRAV förändrat sättet att organisera sin märkningskontroll under perioden 1985–2012* (Kenne et al. 2013).

Nästa fallstudie, av Bra Miljöval, som genomfördes under 2013, baserades dels på en litteraturstudie av tidigare forskning om märkningsorganisationen och deras moderorganisation – Naturskyddsföreningen – och underlag i form av information och rapporter som organisationerna delger på sina respektive hemsidor alternativt genom sitt kansli. Utöver detta har också en intervjustudie genomförts, där sex handläggare på Bra Miljövals kansli, representanter från en konsumentförening, handeln och branschorganisationen Svensk Dagligvaruhandel intervjuats, samt deltagande observationer vid en butiksrevision och ett lokalt föreningsårsmöte i Naturskyddsföreningens Stockholmskrets. Resultaten från denna fallstudie rapporterades i Scorerapporten *Bra Miljöval. En fallstudie av ett miljömärkes förtroendearbete* (Grettve 2014).

Den tredje och sista fallstudien fokuserade på Svanen och genomfördes i huvudsak under maj och juni 2014. Den bestod av en litteraturstudie och tolv intervjuer, varav sju intervjuer med anställda på Miljömärkning i Sverige AB som ansvarar för Svanen-märkningen. Intervjupersonerna valdes ut för att representera olika delar av verksamheten efter rekommendation från bolagets vd. Utöver medarbetarna på Miljömärkning i Sverige intervjuades också en representant för branschorganisationen Svensk Handel som sitter i Svenska Miljömärkningsnämnden, som bidrog både med information om Svanen och om miljömärkningar utifrån handelns perspektiv. Vidare intervjuades en person från TCO Development, som tillhandahåller certifieringen TCO certified, om samarbetet i Global Ecollabeling Network (GEN), där både Svanen och TCO Development är medlemmar. Två medarbetare från Axfoods inköpsavdelning intervjuades också för att få handelns perspektiv på hur Svanenmärkningens trovärdighet skapas. Litteraturstudien gjordes dels av material som finns tillgängligt på hemsidor för Miljömärkning i Sverige, Bra Miljöval, TCO Development och Global Ecollabeling Network, dels de officiella kriteriedokumenterna och Svanens års- och hållbarhetsredovisning för 2013. Standarden ISO 14024 som innehåller principer och procedurer för att utveckla program för typ I miljömärkning har också varit en viktig informationskälla då Svanen organiserat verksamheten utifrån denna standard. Resultaten från denna fallstudie rapporterades i Scorerapporten *Den eskalerande organiseringen bakom skapandet av en trovärdig miljömärkning – exemplet Svanen* (Tamm Hallström & Adamsson 2015).

Utöver dessa tre fallstudier gjordes också under 2013–2014 en intervjustudie som undersökte konsumenternas perspektiv på miljömärkningar. I detta syfte intervjuades dels 18 konsumenter i Storstockholm som själva identifierade sig som miljömedvetna.

De intervjuade konsumenterna var mellan 28 och 67 år gamla med en genomsnittsålder på 39 år, hälften män och hälften kvinnor, och hade alla studerat på högskolenivå. Enligt deras egen uppskattning utgjordes mellan 30 procent och 98 procent av de varor de handlade i dagligvarubutiker av miljömärkta produkter, med ett genomsnitt på 63 procent. Urvalet av intervjupersoner gjordes inte för att återspegla den svenska genomsnittskonsumenten, utan snarare för att fånga åsikter och attityder hos den grupp som mer än andra köper miljömärkta varor, och således både använder sig av och kan antas ha förtroende för miljömärkningar. Eftersom många av de intervjuade konsumenterna angav konsumentorganisationer som en viktig källa till kunskap och värdering av olika märkningar intervjuades också två representanter från Naturskyddsföreningen som arbetade med konsumentfrågor, en på lokal och en på nationell nivå, och en representant från konsumentorganisationen Medveten Konsumtion. Flera av de intervjuade konsumenterna var också stamkunder i butiker som specialiserar sig på miljömärkta varor och butikshefer från tre sådana butiker – Goodstore, Eko Direkt och Hållbart och Njutbart – intervjuades också. Intervjumaterialet kompletterades med rapporter från Krav (2014), State of Sustainability Initiatives (Potts et al. 2014) och Nordiska rådet (2014). Resultaten från denna studie, tillsammans med insikter från de tidigare fallstudierna, presenteras i det kommande bokkapitlet *Being everybody's accomplice: trust and control in eco-labeling* (Näslund and Tamm Hallström kommande). Kapitlet kommer att ingå i en antologi med titeln *Trust in regulatory regimes*, redigerad av Frédérique Six och Koen Verhoest och utgiven på Edward Elgar.

Slutligen gjordes under hösten 2013 en studie av organiseringen av ansvar för CE-märkta leksaker med försäljning i Sverige. Motivet till att särskilt belysa ansvarsfrågan bottnar i projektets intresse för auktoritetsskapande, då ansvar är en central aspekt av auktoritet (Fayol 1916/2008). I situationer där det saknas en given (statlig) auktoritet på global nivå, som är fallet när det gäller många regleringsområden som domineras av märkningar med transnationell täckning, finns inte heller någon given ordning för hur ansvar ska fördelas. Av detta följer att det blir intressant att undersöka hur ansvarsfördelning går till i praktiken, även om ansvar inte varit ett huvudsakligt fokus inom projektet ”Kan vi lita på certifiering?”. Det regleringsområde som valdes för studien av ansvar var produktion och försäljning av säkra leksaker. Närmare bestämt undersöktes organiseringen av ansvar för CE-märkta leksaker enligt EU:s regelverk för den inre marknaden som kallas Nya metoden. Leksaker tillhör en kategori produkter som anses extra viktiga att skydda – barns hälsa och säkerhet står på spel – och ansvar bedömdes därför vara av extra stor betydelse och intressant att studera. CE-märkningen omfattar visserligen inte miljöaspekter, utan snarare säkerhet, men bedömdes ändå intressant och relevant för projektet, dels som en kontrast till hur kontrollen av miljöaspekter organiseras genom märkningar som Krav, Svanen och Bra Miljöval, dels eftersom flera av dagens miljömärkningar (till exempel Krav) likt CE-märkningen utgår från regelverket Nya metoden som utvecklats inom EU för reglering av marknadsutbyten inom EU.

Materialet till studien bestod av fyra intervjuer, tre observationsdagar samt genomgång av ett större antal dokument i form av EU-direktiv, myndighetsföreskrifter och förordningar,

information på hemsidor och material från Leksaksbranschen (branschorganisation) eller marknadskontrollmyndigheterna. Intervjuer gjordes med: en representant från Brio och en representant från Lego, för representation av tillverknings- och distributörssidan; en representant från Leksaksbranschen som också kunde ge information om hur situationen såg ut i Kina; samt en med en tjänsteperson från Konsumentverket som har det huvudsakliga marknadskontrollansvaret för leksaker. Resultaten från denna fallstudie rapporterades i Scorerapporten *Leksaker och CE-märkningar – det mobila ansvaret* (Gustafsson 2015).

Sammanfattningsvis har projektet genom omfattande litteraturstudier och 66 intervjuer med producenter, konsumenter och representanter för märknings-, certifierings- och ackrediteringsorganisationer, detaljhandel, myndigheter och konsumentföreningar gett ett brett empiriskt underlag för att undersöka organisering av och förtroendeskapande för miljömärkningar i svensk dagligvaruhandel. I följande avsnitt redogörs för resultaten av dessa studier tillsammans med en diskussion av de slutsatser som kan dras av de olika delstudierna.

# Projektets resultat<sup>1</sup>

4

## 4.1 Inledande kartläggning

Under projektets första halvår, hösten 2012, genomfördes som nämndes ovan en kartläggning av svenska och internationella miljömärkningar med avseende på organiseringen av kriterieutvecklingsarbetet och sättet att kontrollera kundens anpassning till dessa kriterier (Kenne et al. 2013). Syftet var att få en överblick över märkningars framväxt och spridning inom olika områden samt att identifiera olika grader av organisering och kontroll i de system som identifierats. Denna kartläggning utgjorde sedan det underlag som användes för urval av fortsatta, fördjupade fallstudier av enskilda märkningar.

En utgångspunkt för kartläggningen var, som konstaterats i tidigare forskning om märkningar och certifieringssystem, att användningen av märkningar i det närmaste har exploderat sedan 1990-talet. I många fall har de vuxit fram och drivits av icke-statliga aktörer, som en reaktion mot bristfällig, alternativt dåligt fungerande, statlig reglering. Tidigare forskning på området för privat reglering har emellertid också visat att även om många märkningar har initierats inom sociala rörelser, finns det en mängd olika konstellationer av aktörer som representerar olika sfärer vilka medverkar i att utveckla och besluta om standarder som ligger till grund för märkningar. Forskning har också visat att trots att standardiseringsarbete ofta upplevs vara, och marknadsförs som, ett flexibelt, smidigt och attraktivt alternativ till statlig, byråkratiskt belastat regleringsarbete, kan även denna typ av arbete kantas av mycket byråkrati och ökad formalisering.

### 4.1.1 Olika modeller för kontrollorganiseringen

En vanlig strategi i standardiseringsarbete är att bjuda in många olika intressenter för att bidra med olika perspektiv och kunskaper, vilket ofta leder till att en mängd olika regler behöver formaliseras; till exempel vilka intressenter som bedöms relevanta att bjudas in; hur (det ofta fleråriga) standardiseringsarbetet ska fördelas bland dessa; hur representanter för olika intressentgrupper ska fördelas i olika arbetsgrupper som ansvarar för att skriva olika kapitel i en standard; liksom vilka principer som ska gälla för beslutsfattande. Och ju fler människor som omfattas av arbetet – och det är ofta många när det är internationellt gångbara standarder som skrivs – desto fler regler och formalisering behövs. Ytterligare en aspekt av formaliseringstrenden är att själva texterna för standarderna tenderar att bli allt längre – ibland upp till flera hundra sidor långa –

---

<sup>1</sup> Redogörelserna i denna rapport av den inledande kartläggningsstudien, de tre fallstudierna av Krav, Bra Miljöval och Svanen, liksom studien av CE-märkta leksaker, baseras till stor del på de fem Scorerapporter som publicerats inom projektet (Kenne et al. 2013a, 2013b; Grette 2014; Tamm Hallström & Adamasson kommande; Gustafsson kommande), samt en artikel (Näslund & Tamm Hallström kommande) respektive ett kapitel i en redigerad volym (Näslund & Tamm Hallström kommande). Detta innebär att det finns vissa överlappningar mellan dessa publikationer och det som här skrivs.

med en mängd paragrafer och indikatorer som syftar till att specificera de krav som en standard är avsedd att reglera. Dessa indikatorer används sedan som referenspunkter när producenter som vill märka sina produkter kontrolleras av en utsedd kontrollant. Denna kontroll benämns ofta certifiering och utförs av en certifieringsrevisor eller -inspektör.

Då tidigare forskning framför allt har fokuserat på kriterieutvecklingsarbetet och hur det är organiserat för att uppfattas trovärdigt – vilket innebär att det är en standardiserings-/märkningsorganisation som studerats – gjordes en särskild fokusering i den här kartläggningsstudien på kontrollorganiseringen.

#### Separationsmodellen

Kartläggningsstudien visade att en vanligt förekommande metod för kontroll är att en extern part (i förhållande till den organisation som utvecklar märkningens kriterier) träder in som mellanhand och utför denna kontroll. Detta sätt att organisera kontrollen benämndes i rapporten *separationsmodellen* där en extern kontrollerande part således är separerad från den organisation som skriver standarder för märkningar. Enligt denna modell decentraliseras kontrollen och ett hierarkiskt system byggs upp där ansvaret fördelas över instanser på olika nivåer.

Den organisation som skriver standarden har vanligtvis inte en nära relation till den som använder sig av standarden (det vill säga producenter som vill märka sina produkter). Det är helt enkelt en enkel köprelation där köpet gäller en standard. Mellanhanden, däremot, vilket i detta fall utgörs av en organisation som specialiserat sig enbart på kontrollmomentet, har en mer direkt och nära relation till standardanvändarna. Relationen är närmare bestämt en affärsrelation där tjänsten som säljs är en årlig kontroll (certifiering) som mellanhanden gör för att undersöka huruvida kunden uppfyller kraven som ställs i den standard som certifieringen avser. Om standardanvändaren godkänns i denna kontroll, erhåller den rätten att märka sina produkter med den logotyp som standardskrivaren/märkningsorganisationen har utvecklat. Logotypen är alltså det märke som konsumenter/köpare finner på produkter i köpsituationer, vilket syftar till att ge vägledning om produkters egenskaper och bakomliggande produktionsförhållanden. FSC, Krav och Fairtrade är märkningar som utnyttjar en extern part för denna kontroll i enlighet med separationsmodellen; de är alltså märkningar som skrivs av en standardskrivande organisation, men där kontrollen utförs av specialiserade certifieringsorganisationer.

Idén om uppdelning av granskning och regelskrivande på olika organisationer för att säkerställa kvalitet och oberoende finns också på andra områden i samhället, inte minst i statliga sammanhang där ett tydligt exempel är att de som skriver lagarna (riksdagen) är åtskilda från de som kontrollerar att lagarna följs (polisen) samt de som bedömer huruvida en person har brutit mot lagarna eller inte (domstolar). Det är således ett välbekant sätt att organisera granskning och kontroll, som också av den anledningen kan upplevas som legitimt.

### Kombinationsmodellen

En annan lösning för kontrollarbetet som observerades i kartlägningsstudien är vad man kan kalla *kombinationsmodellen*, där märkningsorganisationen både skriver regler och kriterier för en märkning och även utför kontrollen av att reglerna följs. Denna modell syftar också till att öka granskningens trovärdighet, men enligt en annan logik. Denna modell bygger på en idé om att troliggöra att den som står som garant, det vill säga märkningsorganisationen, har full kontroll över alla delar i processen. Genom fullständig kontroll över både kriterieutveckling och kontrollarbete antas risken minska för att det i glappet mellan olika organisationer uppstår skillnader, omtolkningar och omprioriteringar, vilka gör att granskningen inte blir så bra och noggrann som den skulle kunna vara. Detta sätt att organisera kontroll är mindre vanlig, men förekommer också bland märkningsorganisationer på miljöområdet. Exempel här är den svenska märkningen Bra Miljöval som utvecklas av en enhet inom Svenska Naturskyddsföreningen vilka ansvarar för och utför kontrollen själva, eller licensgivningen som den heter i detta specifika fall. Ett annat exempel är Svanen som sedan 2012 drivs av det svenska, statliga bolaget Miljömärkning i Sverige AB.

	"Separationsmodellen" för märkning	"Kombinationsmodellen" för märkning
Organisering av standardskrivande och certifiering	Utförs av <i>olika</i> organisationer som specialiserat sig på sina respektive områden.	<i>Samma</i> organisation skriver regler och utför kontroll.
Exempel	FSC:s standard för hållbart skogsbruk som skrivs av FSC medan certifieringsbolag som Bureau Veritas utför kontrollen hur standarden följs.	Naturskyddsföreningens märkning Bra Miljöval där föreningen både skriver kriterier och utför kontroll/beviljar licenser.

**Tabell 1. Två modeller för organiseringen av standardskrivande och certifiering**  
(Källa: Kenne m.fl. 2013a)

#### 4.1.2 Ackreditering

Oavsett om kontrollen av en märkning utförs av samma organisation som skriver kriterierna eller om den utförs av ett externt certifieringsbolag, kan det finnas ytterligare en organiserad kontrollmekanism för märkningar, nämligen det som ofta benämns *ackreditering*. Logiken bakom ackreditering, som är ett slags kontroll av kontrollanten, ligger i att det är avgörande för en kontrollants trovärdighet att uppfattas som oberoende gentemot den betalande kunden (producenten). För att garantera ett sådant oberoende, trots det ekonomiska beroendet mellan kontrollanten och den kontrollerade kunden, har det utvecklats olika formaliserade kontrollstrukturer för ackrediteringen. I nedanstående tabell illustreras en märknings beståndsdelar.

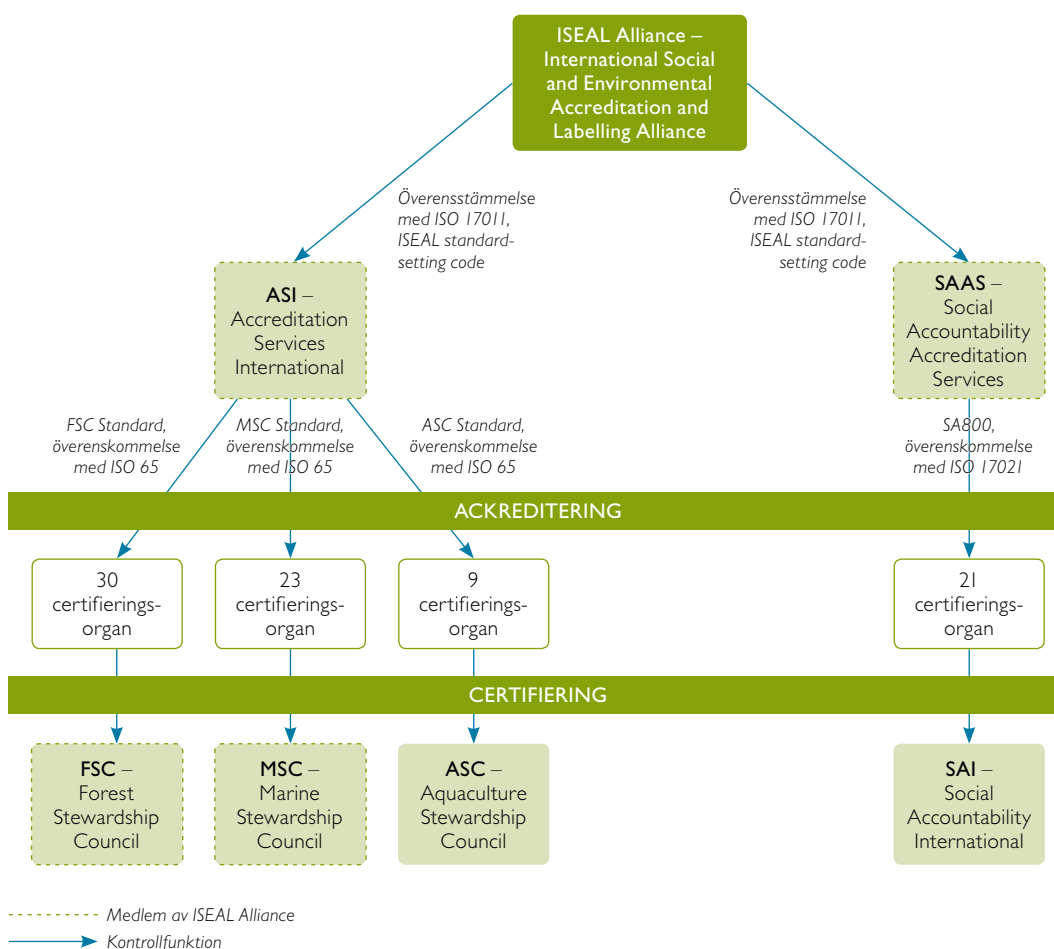
Märkningens delar	Beskrivning
Standard	Dokument som specificerar de krav/kriterier som måste uppfyllas för att en producent ska erhålla rätten att märka sina produkter. Utvecklas av en märkningsorganisation, ofta i dialog med intressenter.
Certifiering	Kontroll, ofta årligt återkommande, av producentens produkter eller verksamhet, utförs av märkningsorganisation eller separat certifieringsbolag. Betalas av den som blir kontrollerad (producenten).
Märke	Visuell markering av att en producent uppfyller de specifika kraven och erhållit en godkänd certifiering.
Ackreditering	Kontroll av märkningsorganisationen eller certifieringsbolaget. Utförs av ett ackrediteringsbolag eller internationell medlemsorganisation, betalas av den som blir kontrollerad (certifieraren) och visualiseras ofta med märke på den ackrediterade verksamhetens hemsida/avtal/dokument.

**Tabell 2. Schematisk illustration av märkningars beståndsdelar**



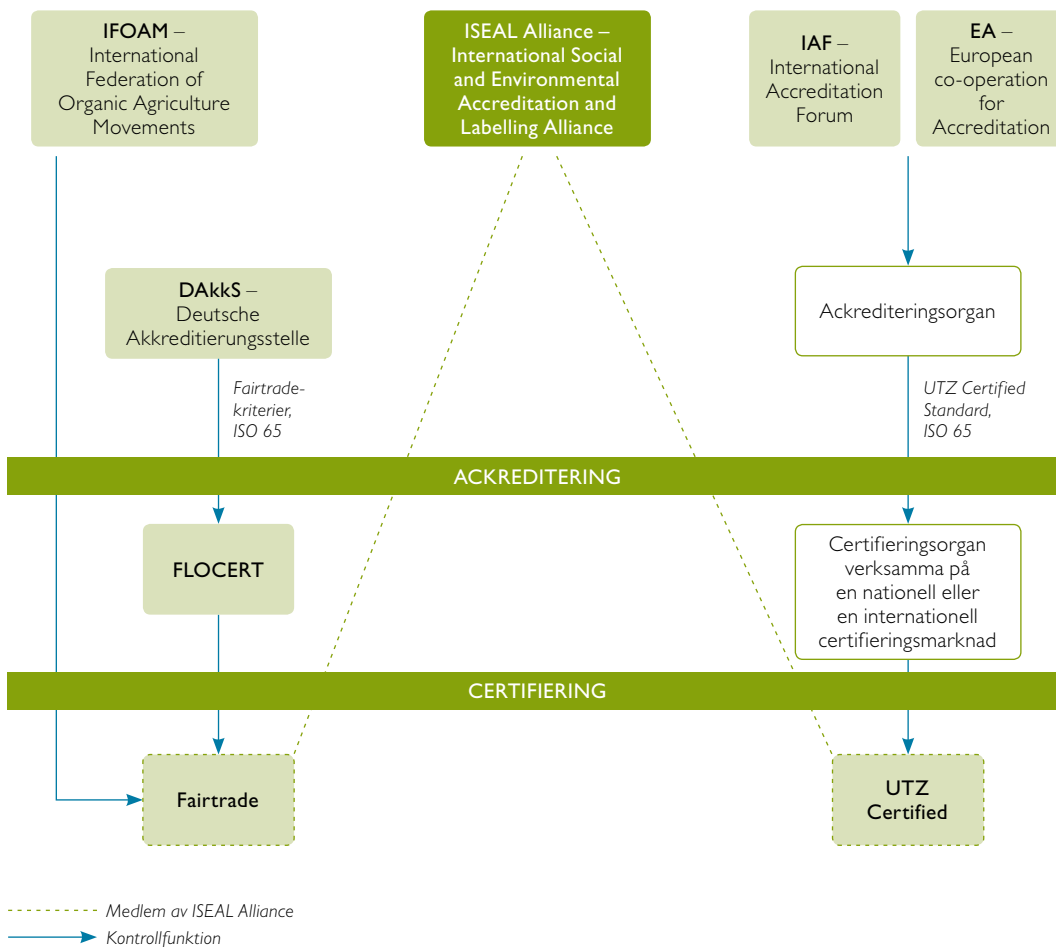
Märkningsorganisationer kan ha olika ägare och olika sätt att organisera kontrollen, men har vanligen det gemensamt att märkningen består av de fyra ovan beskrivna grundläggande beståndsdelarna: kriterieutveckling, certifiering, märkning och ackreditering.

När det gäller ackrediteringen kan även den organiseras på lite olika sätt. Kartläggningstudien visar att man i vissa märkningsfall överlåter denna kontrollfunktion till staten. I andra märkningar anser man att ackrediteringen lämpligen ska behållas inom den sociala rörelsen. I Figur 2 och 3 ges exempel på båda dessa organisatoriska lösningar. I den första (Figur 2) illustreras hur organiseringen kring kontrollen av märkningarna/standarderna för hållbart skogsbruk (FSC), fiske (MSC), odlad fisk (ASC) och arbetsvillkor (SAI) karaktäriseras av en modell där ackrediteringsfunktionen behålls inom den sociala rörelsen som arbetat fram själva märkningen. Alla dessa märkningar följer dessutom ”separationsmodellen”.



**Figur 2. Figuren visar det system av organisationer som ingår i ISEAL Alliance, vilka har anslutit sig till en ackreditering som drivs inom den sociala rörelsen för miljö och hållbar utveckling (Källa: Kenne et al. 2013b)**

En annan grupp märkningar som följer ”separationsmodellen”, där märkningarna för rättvis handel (Fairtrade) och tropiskt hållbart jordbruk (UTZ Certified) utgör exempel, har valt att inordna sig under det system för ackreditering som har utvecklats inom EU där en statlig myndighet i varje EU-land ansvarar för ackrediteringen av certifieringsbolag (Figur 3).



**Figur 3. Figuren visar det system av organisationer som ingår i ISEAL Alliance vilka följer det av EU framtagna regelverket för ackreditering (Källa: Kenne et al. 2013b)**

Det finns dessutom ett tredje sätt att organisera ackrediteringen; det sätt som används av märkningar som följer ”kombinationsmodellen”. I det följande fortsätter diskussionen om olika sätt att organisera både certifiering och ackreditering genom en presentation av tre svenska miljömärkningsorganisationer och deras kontrollorganisering.

## 4.2 Tre illustrativa fallstudier

Genom att bildligt illustrera organiseringen bakom märkningar träder vissa mönster och frågeställningar fram. En grundläggande observation är att graden av formalisering kring märkningar och deras kontrollorganisering idag är hög, samtidigt som organiseringen inte ser lika ut för alla märkningar. Varför skiljer sig sättet att organisera kontrollen mellan olika märkningsorganisationer? Vilken betydelse har en vald kontrollorganisering för hur märkningen fungerar i termer av vad som egentligen kontrolleras och hur konsumenterna och andra intressenter i märkningsorganisationernas omgivning uppfattar deras trovärdighet?

För att fördjupa kunskapen om detta, gjordes i projektet fallstudier av tre svenska miljömärkningsorganisationer – om deras historia, ägarskap, sätt att organisera kriterieutveckling, certifiering och ackreditering.<sup>2</sup> De tre fallen presenteras i det följande: *Krav* (studie genomförd 2012), *Bra Miljöval* (studie genomförd 2013) och *Svanen* (studie genomförd 2014). Gemensamt för alla tre är att de utgör erkända märkningar i Sverige med stor igenkänning hos både konsumenterna och inköpare i detaljhandeln. Samtliga har också funnits sedan början av 1990-talet.

Samtidigt skiljer de sig på flera sätt, vilket gör dem intressanta att jämföra. Initiativet bakom *Krav* togs av producenter själva, det vill säga bönder, även om organisationen idag har en bredare representation. Bland medlemmarna finns till exempel Arla, Scan och Ica, men också intresseföreningar som Djurens Rätt, Naturskyddsföreningen, Fältbiologerna och Ekologiska Lantbrukarna. *Krav*s certifiering inleddes i enlighet med kombinationsmodellen. När verksamheten växte och ackreditering aktualiserades, valde man att ansluta sig till den sociala rörelsens egen, internationellt drivna ackrediteringsorganisation. År 2005 övergick *Krav* emellertid till separationsmodellen men bevarade samma ackreditering, vilket följdes av ytterligare en ändring år 2006 då *Krav* lämnade den tidigare ackrediteringen och i stället övergick till den statliga ackrediteringen som regleras av EU.

*Bra Miljöval* och *Svanen* utgör exempel på märkningar som startade med, och har fortsatt följa, kombinationsmodellen. Dessa två märkningar skiljer sig dock åt vad gäller ägarskapet. *Bra Miljöval* drivs av ett kansli inom den över 100 år gamla miljöorganisationen Naturskyddsföreningen. Initiativet till *Svanen* togs av Nordiska Ministerrådet och idag drivs den svenska *Svanen*-märkningen av det statliga bolaget Miljömärkning i Sverige AB.

De tre märkningsorganisationerna som studerats har således olika bakgrund i att initiativtagarna kom från ”industrin” (ekologiska bönder), miljörörelsen respektive staten och de har valt något olika sätt att organisera och skapa trovärdighet för kontrollarbetet. Varför det ser ut så och vad det spelar för roll beskrivs i det följande.

---

2 Parallellt med de tre fallstudierna skrevs ett antal bokkapitel där material från den gjorda kartläggningen, delvis kombinerat med resultat från tidigare forskningsprojekt, användes för fördjupade problematiseringar av sättet att organisera kontrollarbetet (se Tamm Hallström & Gustafsson 2012; Gustafsson & Tamm Hallström 2012a, 2012b; Gustafsson & Tamm Hallström 2013; Tamm Hallström & Gustafsson 2014).

#### 4.2.1 Krav – ekonomisk förening startad av ekologiskt verksamma producenter 1985

Studien av Krav genomfördes under hösten 2012 och rapporterades 2013 (Kenne et al. 2013a). Den övergripande frågan som styrde arbetet var hur och varför Krav förändrat sin kontrollorganisering. För att besvara dessa frågor gjordes en kvalitativ studie av denna märkningsorganisation sedan starten 1985 fram till 2012 där den organisatoriska utvecklingen beskrivs steg för steg i kronologisk ordning.

År 1985 organiserade sig den svenska ekologiska rörelsen genom grundandet av Kontrollförening för Alternativ Odling, förkortat Krav, som en icke vinstdrivande ekonomisk förening. Den eventuella vinst som gjordes, återinvesterades i organisationens verksamhet för att utveckla regler, utföra kontroll, samarbeta internationellt samt att öka kännedomen och försäljningen av Kravgodkända livsmedel. Vidare var producenter som använde Kravmärket såsom exempelvis lantbrukare, butiker och livsmedelsförädlare tvungna att betala licensavgifter till Krav, motsvarande kostnaden för Kravs arbete. Denna finansieringsmodell används än idag, även om Kravs arbete numer endast omfattar kriterieutveckling och marknadsföring, och inte längre kontroll.

Initiativet till Krav kom från svenska bönder som själva ville odla ekologiskt. Till skillnad från tidigare initiativ kring ekologisk odling som kom ur den antroposofiska andliga livsåskådningen grundades Krav utifrån mer politiska och miljömässiga skäl. Kravs vision var att skapa en nationell märkning för ekologisk odling, inte bara en branschorganisation för ekologiska producenter. Krav var en motreaktion mot den tidigare strukturrationaliseringspolitiken som hade förts av den svenska staten sedan industrialiseringen. Utvecklingen av den svenska ekologiska rörelsen var därmed inte konsumentdriven av efterfrågan utan drevs av producenterna själva, det vill säga bönderna, vilka såg det som viktigt att skapa nya affärsmodeller för att kunna sälja sina ekologiska produkter på den vanliga marknaden i dagligvaruhandeln.

Krav baserade sitt regelverk på den vedertagna ekologiska praxis som redan fanns vid denna tidpunkt, men förtydligade reglerna något. Vidare stod det klart redan från början att Krav inte bara hade en önskan att skapa ett regelverk, utan även en kompletterande kontroll. Detta ansågs vara viktigt för att se till att regelverket verkligen efterföljdes. Krav valde inledningsvis att kontrollera sin märkning själv. Denna kontroll av producenterna har i princip varit densamma i många år, men processen har formaliserats och byråkratiserats i jämförelse med de första årens mer okomplicerade kontroll.

Kravs mål var att anställa egna kontrollanter, men ansåg det vara en alltför tung ekonomisk börda att bära i verksamhetens tidiga fas. I stället lyckades Krav få kontrollanter kallade för ”enskilda rådgivare” som rapporterade tillbaka till dem. Dessa enskilda rådgivare var aldrig anställda av Krav, utan hade Krav som uppdragsgivare medan de var anställda hos andra organisationer, bland annat Lantbruksnämnden (nuvarande Länsstyrelsen). I och med att märkningsverksamheten växte hade Krav snart 150 enskilda rådgivare som kontrollanter. Det blev nu mycket svårt för Krav att

säkerställa kvaliteten på kontrollen och veta att samtliga enskilda kontrollanter gjorde likartade bedömningar. Vidare fanns det en trovärdighetsproblematik kring rådgivarna då kontroll och rådgivning, enligt ett ideal som växte sig allt starkare, borde vara åtskilda inom certifieringsvärlden. En rådgivare åt en bonde borde, enligt detta ideal, alltså inte vara den som kontrollerade bonden då det var viktigt med opartiskhet. Vidare bedömdes det inte vara ekonomiskt effektivt för Krav att ha enskilda rådgivare, då utbildningen av dessa blev mycket kostsam i förhållande till den tid de sedan arbetade för Krav. Krav ville nu utbilda sina egna kontrollanter och skapa professionalism i sitt system. År 1990 anställdes därför kontrollanter på heltid, medan de enskilda rådgivarna sakta fasades ut. Från att det vid Kravs start inte hade funnits färdiga kunskaper kring hur kontrollen skulle utföras, blev det vid denna tidpunkt med heltidsanställda kontrollanter ett tillfälle att utveckla denna kunskap och förfina systemet för kontroll. Kvaliteten förbättrades vid införandet av egna heltidsanställda kontrollanter och dessutom upplevde Krav en större lojalitet hos dessa anställda.

Efter några år började det komma frågor om import från Kravbönder. Kravmärkningen började bli känd och konsumenterna efterfrågade allt mer Kravmärkt mat. Problemet var att många av de svenska Kravbönderna endast kunde förse affärerna med vissa ekologiska varor tre månader om året och resterande nio månader gapade hyllorna tomma. En kraftig importdiskussion som höll i sig i några år utbröt nu internt inom Krav. En stark grupp av svenska jordbruksintressenter var väldigt tveksamma till att tillåta Kravmärkningen på importerade produkter. De ville hellre ha en renodlad svensk märkning. Trots detta insåg många att efterfrågan nu börjat bli oändligt mycket större än det svenska utbudet. Denna diskussion ledde till att Krav började fundera kring hur de skulle kunna säkra en pålitlig ekologisk odling från andra länder.

*”De här diskussionerna gjorde att vi började fråga oss hur vi kunde lita på ekologiska produkter från andra länder. Dessa frågor ledde till att vi blev engagerade i IFOAM.”*

(intervju med en av grundarna till Krav, 2012)

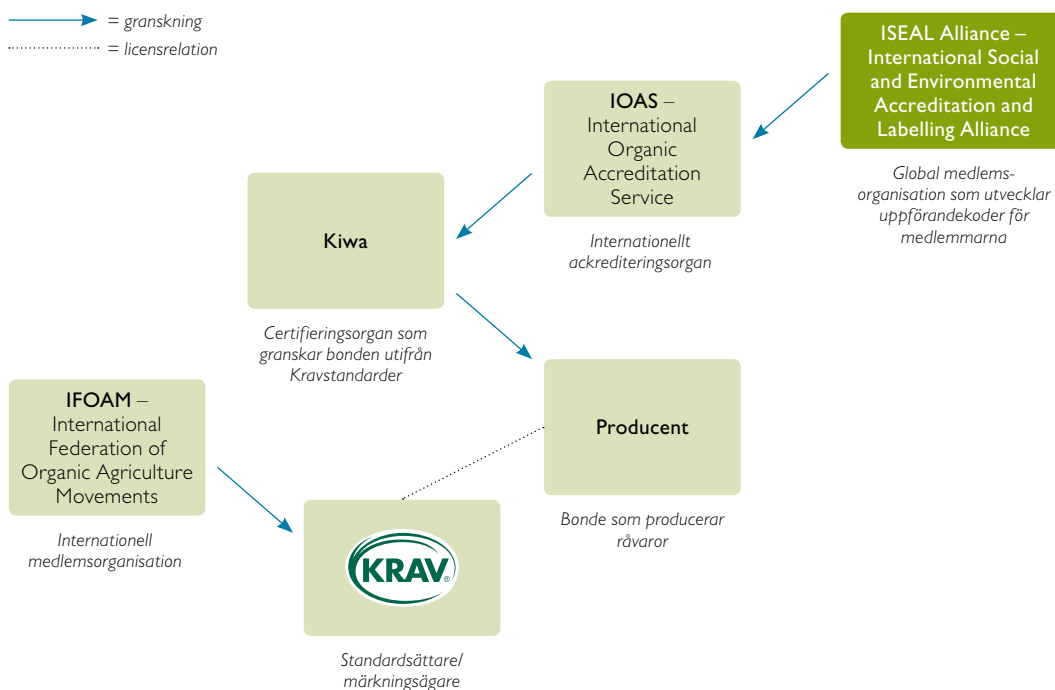
När Krav nu blev engagerade i den globala medlemsföreningen för organiska producenter, IFOAM, stod det snart klart att flera nationella ekologiska märkningar hade liknande diskussioner på hemmaplan. Dessa diskussioner skapade en önskan inom IFOAM att utveckla ett nytt globalt system för att kunna lita på varandra. Men det rådde delade meningar om hur systemet skulle utformas. Vissa medlemmar inom IFOAM tyckte att IFOAMs regler räckte som de var, medan andra ville ha kontroller för att se att IFOAMs regelverk efterföljdes. Diskussionerna mynnade slutligen ut i skapandet av IFOAMs ackrediteringsprogram. Programmet byggde i sin tur på att de hade utvecklat kriterier för hur certifieringen och kontrollen skulle gå till. Återigen var drivkraften till ökad formalisering och kontroll en intern efterfrågan efter ett system för producenter att kunna lita på varandra. Generellt sett litade inte de nordiska importörerna på de sydliga exportörerna.

Detta blev grunden till IFOAMs ackrediteringsprogram som en av Kravs grundare senare också blev första ordförande för. Programmet antogs 1992 och Krav blev den första medlemsorganisationen att ansluta sig. IFOAMs ackrediteringsprogram övergick 1997 till att bli en egen juridisk person kallad *International Organic Accreditation Service* (IOAS). Förändringen från ackrediteringsprogram till ackrediteringsorgan skedde av flera skäl. En orsak var att man ville följa idealet inom certifieringsvärlden, som förespråkade ett särskiljande av den kontrollerande från den regelskapande funktionen av legitimitetsskäl, i enlighet med den ovan nämnda separationsmodellen. Men den främsta orsaken, visar studien, var bakomliggande ekonomiska skäl. Krav förblev ackrediterad av IOAS till och med 2005.

Parallellt med utvecklingen av en ackreditering inom miljörörelsen pågick diskussioner inom EU gällande ekologiska frågor och detta påverkade Sverige som vid denna tidpunkt förberedde sig för EU-medlemskap. Då Sverige i början av 1990-talet skrev under ett EES-avtal skedde en statlig återreglering av jordbruket då avtalet innebar att EU-förordningen om ekologisk produktion även skulle tillämpas i Sverige. Bakgrunden till förordningen (EEG) nr 2092/91 var att de ekologiska producenterna själva bett om en EU-förordning då de inte litade på varandra. Denna förordning kom sedan att reglera det ekologiska jordbruket helt då förordningen gjorde anspråk på termen ”ekologiskt”, vilket i praktiken innebar att samtliga ekologiska produkter var tvungna att först certifieras med EU-förordningen som bas för att få märkas med termen ekologiskt, för att därutöver certifieras i enlighet med de högre ställda Kravreglerna i de fall en sådan kompletterande märkning önskades. Kontrollen utfördes vid denna tid fortfarande av Krav själv.

I slutet av 2005 valde emellertid Krav att avyttra certifieringsfunktionen från sin märkningsverksamhet, vilken bolagiserades under namnet Aranea AB. Anledningen till detta var till stor del den konkurrens som Krav började känna av från den EU-ekologiska märkningen. Inom EU fördes diskussioner för att stärka denna gemensamma märkning och Krav var nu tvungen att prioritera vårdandet av sitt varumärke snarare än att bredda sin certifieringsverksamhet till att omfatta även EU-ekologiskt. Dessutom resonerade Krav att deras trovärdighet skulle öka genom en renodlad standardskrivande verksamhet med ett starkt regelverk och en väl fungerande extern kontrollorganisation. Omorganisationen hade alltså inte föregåtts utav en verksamhet kantad av problem vid just denna tidpunkt, utan var snarare ett sätt att möta konkurrensen från EUs märkning och tydligt visa att Krav också hade en oberoende certifiering. Ett år senare, 2007, öppnades certifieringsmarknaden upp för konkurrenter till Aranea och ytterligare tre bolag anslöt sig nu till marknaden; Debio, SMAK samt HS Certifiering. En viktig skillnad mellan situationen då endast Aranea AB utförde Kravcertifieringar, och senare när det fanns flera certifieringsbolag som konkurrerade om att få certifiera enligt Kravstandarder, gällde ackrediteringen av certifieringsbolagen. År 2006 tog nämligen Krav ett avgörande beslut om att lämna IOAS och byta till den statliga ackreditering som reglerades av EU.

Bilden nedan illustrerar hur Krav förhåller sig till certifierings- och ackrediteringsorganisationer efter att ha separerat sitt arbete med att utveckla kriterier respektive utföra kontroller, där ackrediteringen fortfarande görs av en organisation tillhörande den sociala rörelsen (IOAS).



**Figur 4. Schematisk illustration över kontrollorganiseringen kring Krav före 2005–2006**

Bilden visar att märkningsverksamheten sedan starten 1985 har formaliserats gällande organiseringen av både kriterieutveckling och kontroll, med flera organisationer som kontrollerar varandra. Som diskuteras i det följande har Kravs verksamhet emellertid kommit att utvecklas mot ännu mer formalisering och kontroll efter 2006 när Krav valde att ansluta sig till den statliga ackrediteringen som reglerades av EU.

När Krav lämnade IOAS-ackrediteringen 2006 var det vissa som uttryckte besvikelse, eftersom de såg starka fördelar med IOASs arbete då kontrollanterna var väl insatta i vad som skulle kontrolleras och inte enbart var intresserade av att läsa kvalitetssystem och manualer.

*”IOAS ackreditering sköttes av folk som förstod systemet och som själva hållit på med det hela. Så det var ett väldigt kompetent system.”*  
 (intervju med en av grundarna till Krav, 2012)

Andra hävdade tvärtom att det fanns nackdelar med IOASs ackreditering jämfört med den statliga ackrediteringen. Bland annat upplevdes den mer krävande både praktiskt och ekonomiskt eftersom ackrediteringen innebar dubbelarbete; all dokumentation

såsom interna policys och arbetsmaterial hos certifieringsbolagen och uppdateringar av dessa behövde översättas till engelska vilket var dyrt. Vissa menade också att IOAS-ackrediteringen inte var ”riktig” eftersom den inte ingick i EUs regelverk för standarder, certifiering och ackreditering (Nya metoden), som uppfattades ha stor trovärdighet. IOAS var vidare inte medlem i det internationella samarbetet för ackrediteringsorganisationer International Accreditation Forum (IAF), vilket uppfattades som negativt, varför den statliga ackrediteringen föredrogs. Inom EU beslutades senare också att det för ackreditering inom medlemsländer var nödvändigt att använda sig av ackreditering av en IAF-medlem, eftersom andra ackrediteringar inte skulle bli godkända, vilket talade för att Krav borde ansluta sig till EUs regelverk, som dessutom kompletterades med den sista förordningen i raden, (EG) nr 765/2008, som lagstiftade om ett nationellt statligt monopol på ackrediteringen (Gustafsson & Tamm Hallström 2014).

Innebörden och realiserandet av den nya EU-förordningen från 2008 följdes av blandade reaktioner. Från myndighetshåll mottogs den varmt då den gav ett tydligt erkännande av Swedacs egen ackreditering på jordbruksområdet. Även många andra ansåg att det var positivt med statlig ackreditering inom det ekologiska området, också personer inom Krav, då det blev ytterligare ett steg mot en oberoende kontroll.

*”Och då har vi en helt oberoende part dessutom som ackrediterar de här företagen, som inte är involverade i den ekologiska rörelsen på något sätt. Det tyckte vi var, ja det mest neutrala sättet att göra ackreditering på.”*

(intervju med chef på Krav, 2012)

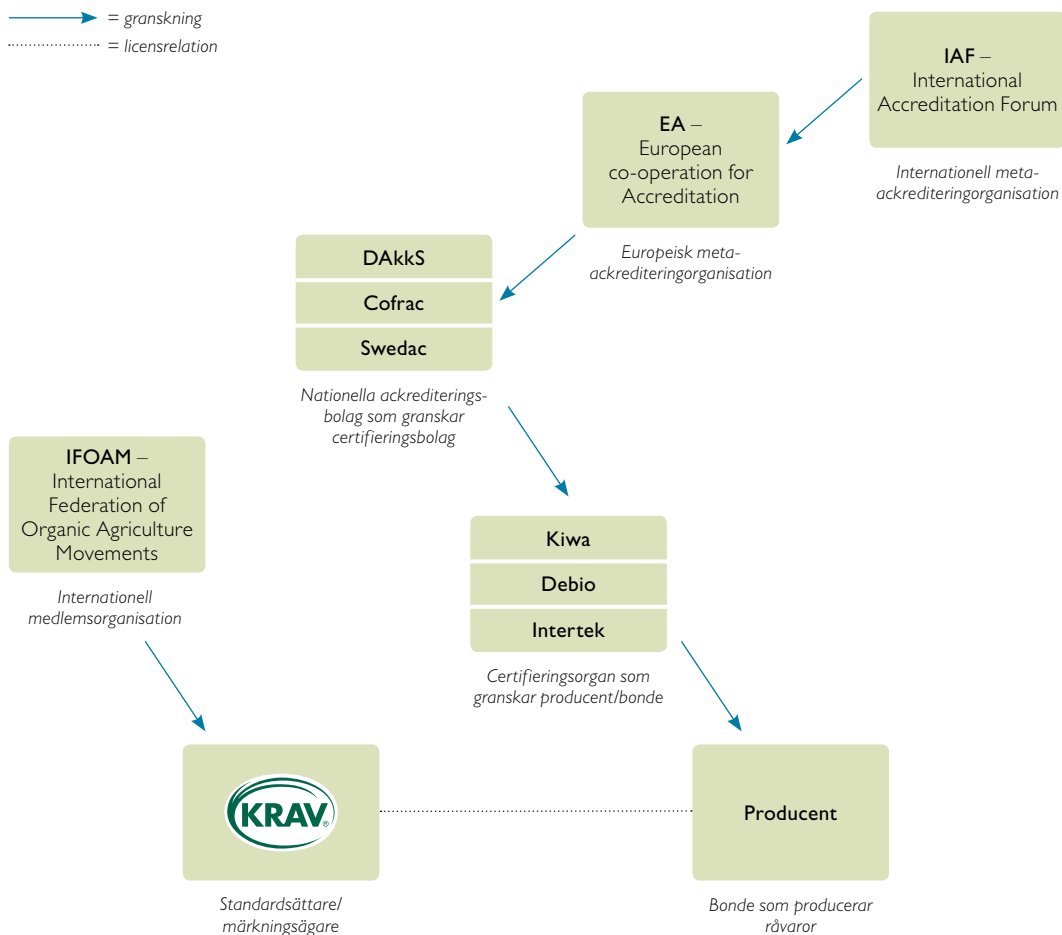
Vidare ansågs förordningen underlätta för att kunna jämföra certifieringskvaliteten i olika länder och på så sätt underlätta frihandel mellan medlemsländernas gränser.

*”Ackreditering är ett sätt att jämföra certifieringsprogram i olika länder. Det gör det också enkelt att handla mellan länderna, för att verifiera att man ligger på ungefär samma nivå så att man kan ha frihandel.”*

(intervju med chef på Krav, 2012)



Nedanstående bild illustrerar hur organiseringen kring Krav ser ut idag, efter skiftet från en rörelsebaserad till en statligt driven ackreditering.



**Figur 5. Schematisk illustration över kontrollorganiseringen kring Krav efter 2006**

Som konstaterades ovan har organiseringen kring Kravmärkningen utvecklats till att bli alltmer formaliserad och komplex. Drivkrafterna till detta tycks inte ligga i att konsumenterna kräver det beroende på bristande förtroende för märkningarna och deras kontrollmekanismer. Snarare tycks andra faktorer ha påverkat; såsom att det i takt med den ökande konkurrensen mellan märkta producenter, men också mellan olika märkningsorganisationer, fanns förtroendeproblem internt mellan bönder liksom mellan märkningsorganisationer, vilket ledde till påtryckningar för att skapa förtroendeskapande strukturer i form av märkning, separat certifiering, ackreditering och EU-förordningar. Det fanns också en växande tilltro till och institutionalisering av det system för standarder, certifiering och ackreditering som EU – den så kallade Nya metoden – hade utvecklat sedan mitten av 1980-talet och fram till 2008 då den sista förordningen 765 lanserades där ackrediteringsfunktionen fick sin slutliga utformning. Inom detta system prioriterades det statliga ansvaret för ackreditering, men också betoningen på ett marknadsideal. Marknadsidealet genomsyrade dels tilltron till marknaden för certifiering

som en specialiserad kontrollfunktion oavsett område (ofta med en ledningssystemansats i certifieringsarbetet), dels uppfattningen om den Nya metodens betydelse för en effektiv global handel. Flera intressenter som medverkade under Kravs tidiga utveckling var emellertid kritiska till den utveckling som följde, samtidigt som många uppfattade att det var en lämplig utveckling som ledde till ökad legitimitet och stärkt position för märkningen.

#### **4.2.2 Bra Miljöval – märkning startad 1990 som drivs av kansli inom Naturskyddsföreningen**

Studien av Bra Miljöval genomfördes under våren 2013 och rapporterades 2014 (Grettve 2014). Den övergripande frågan som styrde arbetet löd: Hur jobbar märkningsorganisationer för att göra sina märken trovärdiga som förtroendeverktyg? Kontrollorganiseringens roll i detta undersöktes särskilt och empiriskt lades fokus på exemplet Bra Miljöval.

Märkningen Bra Miljöval drivs av Naturskyddsföreningen och började i slutet av 1980-talet som ett sätt att säkerställa korrekt produktinformation på hyllor i butiken. Den ursprungliga tanken var att butikscheferna skulle ansvara för att sätta märkningar på hyllor (och inte enskilda produkter) för att hjälpa konsumenter att göra bra miljöval. På grund av praktiska problem med att kontrollera att butikscheferna hanterade detta system rätt, gjordes märkningen om 1992 så att ansvaret i stället riktades mot producenterna. Genom denna förändring blev således producenten ansvarig för att visa att kriterierna för märkningen var uppfyllda.

Handeln bidrog till grundfinansieringen av systemet då producenter endast betalade en symbolisk ansökningsavgift under perioden med hyllkantsetikett. Med förändringen mot en produktmärkning infördes en licensavgift för att finansiera driftskostnaderna för märkningen. Samarbetet med handeln löpte totalt under elva år, varefter licensavgifterna justerades och de har sedan fortsatt att ligga på en nivå som gör det möjligt att täcka kostnaderna för märkningsarbetet. Under intervjuer som gjordes för studien uttrycktes en medvetenhet om att alternativet att organisera med en utomstående certifieringsverksamhet, som finansieras genom att man tar betalt för att utföra kontroller, är problematiskt. Att behålla kontrollen internt och att hålla avgifterna på en låg nivå var således ett aktivt, medvetet val. Idag används Bra Miljövalsmärkningen för textil, elenergi, fjärrkyla, värmeenergi, godstransporter, persontransporter, kemiska produkter, bil- och småhusförsäkringar, livsmedels- och blomsterbutik samt papper.

Arbetet med att utarbeta kriterierna för Bra Miljöval projektleds av den separata enhet inom Svenska Naturskyddsföreningen som ansvarar för Bra Miljöval-märkningen: Handla Miljövänligt. På detta kansli arbetar sakkunniga inom de olika områden som produktmärkningen berör. Kriterierna för olika produkter gäller typiskt sett i upp mot fem år. Varje sakområde har ansvariga handläggare med specialistkompetens på de aktuella områdena. Man använder sig också av Naturskyddsföreningen och den kompetens som finns där, och i de fall extern kompetens bedöms nödvändig tar

man in konsulter med den expertis som fordras. När kriterierna är klara skickas de ut på remiss för synpunkter till licenstagare, branschorganisationer, myndigheter och andra intressenter som miljömärkningsorganisationer. Remissförfarandet är en del av all miljömärkning och beskrivs i ISO 14024; den globala standard som utvecklades i början av 1990-talet där föreningen var en aktiv del. Standarden är en gemensam bas för medlemmarna i det globala miljömärkningsnätverket Global Ecolabelling Network (GEN) i vilket Bra Miljöval är medlem sedan 1996.<sup>3</sup> Handläggarna på Handla Miljövänligts kansli poängterade dock att remissförfarandet visserligen innebär att producenterna får en möjlighet att komma med synpunkter, men att själva beslutet alltid ligger hos Naturskyddsföreningen.

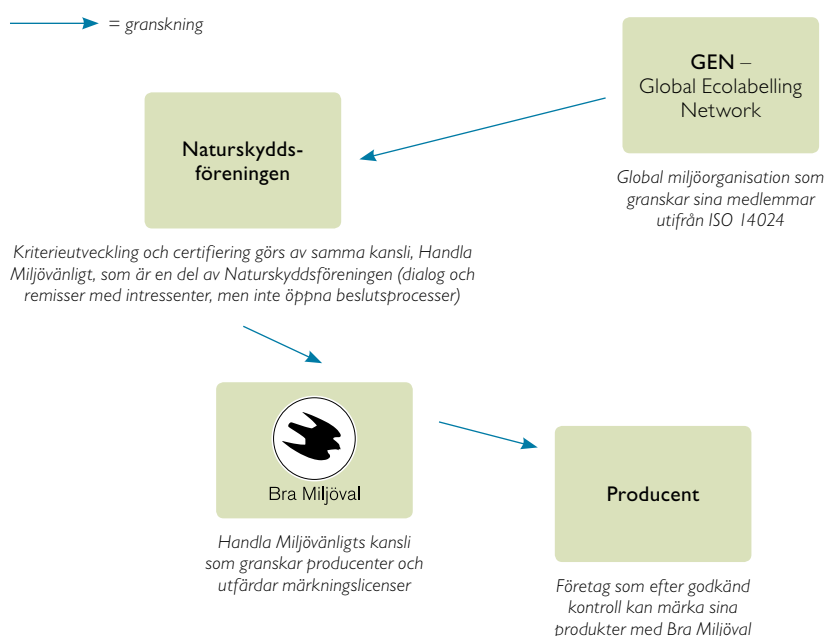
En rad kontroller utförs sedan för att säkerställa att licenstagarna – de företag som använder sig av Bra Miljövals märkning – faktiskt uppfyller de kriterier som Bra Miljöval utfärdar för respektive produktområde, både vid ansökan om licens för att få använda sig av Bra Miljövals märke (en så kallad ansökningskontroll) och årligen därefter. När kriterierna revideras får licenstagarna söka om licens igen, enligt de nya kriterierna. Förutsättningarna för kriterier, bedömningar och kontroll är dock något olika inom de olika produktområdena, vilket gör att kontrollarbetet varierar beroende på produkt som märks. För den årliga kontrollen används, inom de flesta områden, företagens eller licenstagarnas egna revisorer. Man har medvetet försökt utforma både kriterier och kontroll på ett sätt som gör det möjligt att undvika så kallade gråzoner där bedömningsfrågor kan uppstå. Både vid ansökningskontrollen och den årliga kontrollen ligger fokus på att försöka kontrollera exakta värden, genom att använda sig av labbrapporter och annan verifierbar och reproducerbar skriftlig information. Vissa produkter som klor förbjuds helt och hållet medan andra krav fastställs genom angivande av specifika nivåer.

På samma sätt som kriterieframtagandet skiljer sig åt från område till område, skiljer sig som nämnts ovan också kontrollmomentet beroende på vad det är som kontrolleras. Vanligen krävs mer tid att vid ansökningskontrollen bedöma kriterier som skrivs för första gången (så kallade förstagenerationskriterier), än vad det gör att bedöma kriterier som har använts över en längre period. Om kriterier ska utvecklas inom ett område som man inte alls har arbetat med tidigare, blir kriteriesituationen mer komplex, det blir fler bedömningsmoment och det blir därmed svårare att säga vad som är rätt och fel. Det finns ingen generell policy för hur kontrollen ska utföras eller när, hur eller inom vilka områden eventuella stickprov ska göras. För kemiska produkter har det exempelvis varit mest stickprovskontroller, till skillnad från el där varje kriteriekrav kontrolleras årligen. Kontrollmomenten skiljer sig också från varandra beroende på det antal licenstagare som ska kontrolleras. Förutsättningar för att utföra en kontroll, vad man kan och vad som behöver göras inom ett område där det till exempel finns flera hundra produkter är typiskt sett annorlunda jämfört med de områden där det bara finns ett fåtal licenstagare.

---

3 Se GEN-certifikat, [www2.naturskyddsföreningen.se/upload/bmv/filer/bmv-genices-certificate.pdf](http://www2.naturskyddsföreningen.se/upload/bmv/filer/bmv-genices-certificate.pdf) (2013-05-27).

Vad gäller de dokument som efterfrågas under kontrollarbetet har handläggarna hjälp av licenstagarnas egna revisorer för att kontrollera att licenstagarna uppfyller de villkor som ställs enligt licensavtalet. Dessa revisorer stämmer av och skriver under att det som licenstagarna uppger är korrekt. Dessa revisorer är inte miljörevisorer, vilket skulle kunna vara en annan lösning som också har diskuterats, utan licenstagarnas finansiella revisorer. Ett krav som föreningen ställt är att revisorerna ska vara medlemmar i FAR, tidigare Föreningen Auktoriserade Revisorer, en branschorganisation för redovisningskonsulter, revisorer och rådgivare. FAR, som således är en organisation för finansiella revisorer, utger sig samtidigt för att ha medlemmar som är rådgivare och specialister inom hållbarhetsredovisning. Sättet att organisera kriterieutveckling och kontroll inom Bra Miljöval sammanfattas i bilden nedan.



**Figur 6. Schematisk illustration över kontrollorganiseringen kring Bra Miljöval**

Bilden visar att graden av formalisering och komplexitet gällande kontrollorganiseringen är förhållandevis låg, inte minst i jämförelse med Krav som diskuterades tidigare. I rapporten diskuteras att en förklaring till att Bra Miljöval har en förhållandevis hög trovärdighet, trots en relativt enkel kontrollstruktur, är att det är en erkänd, väletablerad och politiskt oberoende miljöorganisation – Naturskyddsföreningen – som står bakom märkningen. Märkningsverksamheten utgör endast en mindre del av det miljöarbete som Naturskyddsföreningen gör och man är noga med att betona att det inte finns något egenvärde i att driva eller fortsätta med märkningsverksamhet i all framtid. Genom att Naturskyddsföreningen arbetar mer brett för att sprida kunskap om, och användning av, miljömärken – även sådana som Svanen och Krav – förmedlas vidare bilden av en märkningsorganisation som inte gynnar det egna märket specifikt i syfte att tjäna pengar på sin märkning, utan en organisation som snarare verkar för konsumenternas bästa.

I intervjuer använde intervjupersoner ibland begrepp som ”naturens försvarsadvokat” och ”grön konsumentombudsman” för att beskriva Bra Miljövals verksamhet, vilket stärker denna bild.

En annan förklaring till Bra Miljövals höga trovärdighet som lyfts fram genom studien är att denna märkningsverksamhet lyckas hantera balansen mellan att vara oberoende och beroende av sina kunder (producenterna). Det gäller bland annat under kriterieutvecklingsarbetet då den ansvariga handläggaren är öppen för dialog och synpunkter från producenter utan att förlora sin integritet gentemot denna intressentgrupp, till exempel genom att ”hålla i pennan” när besluts tas om nya kriterier. Ett annat sätt att hålla distansen till sina kunder (producenterna) som Bra Miljöval arbetar med är att hålla licensavgifterna på en låg nivå och att i möjligaste mån överlåta kontrollarbete på auktoriserade revisorer som kunderna anlitar för sin finansiella revision. Att använda auktoriserade revisorer för kontrollarbetet möjliggörs vidare genom att kontrollen i miljömärkningen i hög grad bygger på mätbara kriterier till exempel gällande innehåll i kemiska produkter som kan kontrolleras genom laboratorieanalyser som utförs av ackrediterade laboratorer som kunderna anlitar. På detta sätt dämpas det ekonomiska beroendet mellan märkningsorganisationen Bra Miljöval och deras kunder, vilket i sin tur skapar goda förutsättningar för att miljömärkningen ska uppfattas som trovärdig ur konsumenters och andra intressenters perspektiv.

#### **4.2.3 Svanen – mellanstatligt initiativ från 1989 som i Sverige idag drivs av statligt bolag**

Studien av Svanen genomfördes under våren/sommaren 2014 (Tamm Hallström & Adamsson 2015). Den övergripande frågan i rapporten är lik frågan i studien av Bra Miljöval: Hur arbetar Svanen för att uppfattas som en trovärdig märkningsorganisation? Återigen undersöktes kontrollorganisationens roll i detta särskilt.

Miljömärkningen Svanen är en nordisk miljömärkning som startade 1989 på Nordiska Ministerrådets initiativ. Svanen finns numera i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige där varje nordiskt land har ett nationellt kontor med ansvar för kriterieutveckling, licensiering, marknadsföring och revision. I Danmark administreras Svanen av Miljömärkning Danmark på Dansk Standard, i Finland av Finlands Standardiseringskommission som är en stiftelse, i Norge av Stiftelsen Miljømerking i Norge, på Island av Norræn Umhverfismerking á Íslandi som verkar under ledning den isländska miljömyndigheten och i Sverige av det statligt helägda bolaget Miljömärkning Sverige AB<sup>4</sup>.

---

4 Vid starten av Svanen 1989 beslutade regeringen att SIS (Swedish Standards Institute) skulle ta hand om Svanenmärkningen i Sverige. SIS är en ideell förening specialiserad på nationella och internationella standarder med företag, organisationer och myndigheter som medlemmar. Miljömärkningen blev då en mindre avdelning inom SIS som huvudsakligen fokuserade på sin befintliga standardiseringsverksamhet. När staten sedan gjorde om miljömärkningen till ett eget bolag 1998 kallades bolaget SIS Miljömärkning och ägdes då gemensamt av SIS och staten. Bolagsnamnet Miljömärkning Sverige AB etablerades 2009 och ersatte därmed det tidigare namnet SIS Miljömärkning. År 2012 tog staten över hela ägarskapet och sedan dess drivs således Svanenarbetet av det statligt helägda bolaget Miljömärkning Sverige.

Som i alla de nordiska länderna är den svenska verksamheten granskad av Nordiska Ministerrådet som också ställer krav på hur verksamheten ska bedrivas. Miljömärkning Sverige har förutom ansvaret för Svanen hand om den europeiska miljömärkningen EU Ecolabel, som tidigare gick under namnet EU-blomman. På Miljömärkning Sverige arbetar totalt 65 personer (våren 2014), varav flertalet arbetar med hanteringen av Svanen. Miljömärkningen Svanen finansieras idag till 95 procent av intäkter från licensinnehavarna<sup>5</sup> och 5 procent av statsbidrag.

Svanen inriktar sig framförallt på att utveckla kriterier för produkter och tjänster som används i stor mängd och av många människor. Märket finns idag för 63 olika varor och tjänster. Kriterierna är baserade på ett livscykelperspektiv, från råvara till avfall, och kraven reglerar ofta förhållanden långt ner i producentens leverantörsled. Förutom krav som avser miljöpåverkan ställer Svanenmärkningen också krav på produkternas kvalitet och funktion. För att få en Svanenlicens ska producenten skicka in den dokumentation som fastställs i kriterierna. Det bygger alltså på att producenten och dess leverantörer skickar in dokument till Svanen som kontrollerar att allt ser ut att stämma. Det kan exempelvis handla om testresultat och intyg från oberoende laboratorier, som drivs av annan part än producenten själv, och som följer relevanta standarder samt har godkänd ackreditering. Svanens medarbetare gör också egna kontroller hos producenter samt utför stickprov. När alla dessa kontroller är godkända får företaget Svanenlicens. Svanens kriterier skärps dock kontinuerligt, ungefär var tredje till fjärde år, och när det sker måste alla företag med en Svanenlicens pröva sina varor och tjänster mot de nya kraven och ansöka om en ny licens. Ett mål man har satt för märkningen är att kraven ska sättas på en nivå så att ungefär 30 procent inom en specifik produktkategori ska vara miljömärkt för att effekten ska bli störst.

Tittar man närmare på kriterieutvecklingsarbetet är det delvis separerat från resten av Miljömärkning Sveriges verksamhet och ligger på nordisk nivå eftersom kriterierna ska vara desamma och gälla för samma produktgrupper i de nordiska länderna. De som arbetar inom kriterieutveckling i de respektive länderna kallas därför ”nordiskt produktansvariga” och har varsitt område där de ansvarar för utveckling och revidering av kriterier. Dessa medarbetare är placerade på de nationella kontoren men officiellt arbetar de för den nordiska organisationen.

Det är emellertid inte bara de nordiskt produktansvariga medarbetarna som bidrar till kriterieutvecklingen utan även andra, externa intressenter. Efter att en mindre grupp produktansvariga har gjort en förstudie till en standard skickas gruppens förslag ut på remiss i de respektive medlemsländerna och omarbetas utifrån inkomna synpunkter. De nationella nämnderna ger sedan sina ställningstaganden efter att ha tagit hänsyn

---

5 Licensintäkterna finansieras genom att kundföretagen först betalar en ansökningsavgift på 20 000 kronor. Avgiften avser handläggningen av licensen, granskning av den dokumentation som bifogas ansökan samt ett kontrollbesök hos sökanden som görs i samband med att licensen beviljas. Dessutom betalar licensinnehavaren en årlig licensavgift som är baserad på den Svanenmärkta produktens omsättning.

till inkomna remissvar. Dessa nämnder i de respektive medlemsländerna består av representanter från näringsliv, konsumentorganisationer, myndigheter och miljöorganisationer. Det slutgiltiga beslutet om kriterierna och vilka produktgrupper de ska gälla tas därefter i den nordiska miljömärkningsnämnden som består av ordföranden från varje nationell miljömärkningsnämnd.

Handläggningen av en Svanenmärkning kan ta allt från tre månader till ungefär ett år. För att godkänna en licens kräver handläggaren en hel del dokumentation från licenstagaren. En stor del av denna dokumentation kräver dessutom att producenten anlitar och betalar för olika laborietester, som ska förmedlas till Svanen. Laboratorierna som anlitas måste vara oberoende, det vill säga drivas av annan part än producenten själv, samt kunna visa att de följer relevanta standarder och har godkänd ackreditering. Vidare ingår recept på hur produkter tillverkas i den dokumentation som Svanen kräver av producenten. Ofta behövs dessutom information hämtas från producentens underleverantörer i flera led, vilket innebär att underleverantörer skickar in sina recept till Svanen som tar hand om dessa i en databas. För att säkerställa att produkten eller tjänsten som ska Svanenmärkas uppfyller de uppsatta kriterierna granskas dokumentationen av en handläggare inom Svanen som även utför kontrollbesök på plats. Under ett kontrollbesök kontrollerar man framförallt rutiner och dokumentation men handläggaren kan också kontrollera råvaror, ta prover och mäta till exempel ytor och energiförbrukning samt inspektera avfallshantering eller dylikt. Handläggaren gör även efterkontroller och det görs stickprov. När handläggaren bedömer att handläggningen är klar tar en mer erfaren kollega, en ”kontrollör”, över processen. Den kollegan har specialistkompetens inom det aktuella området och kontrollerar att rätt dokumentation är inhämtad så att kunden uppfyller kraven i kriteriedokumentet. Denna person har dock ingen kontakt med kunden överhuvudtaget utan har bara till uppgift att kontrollera handläggningen.

För att de olika medlemsländerna ska arbeta på samma sätt utvecklas skriftliga tolkningsdokument. Därutöver anordnas ibland en gemensam dragning av nya kriterier i samband med att den första licenstagaren i ett av länderna ansöker om att bli licensierad enligt dem. Den gemensamma dragningen blir då en metod för att skapa samsyn kring tolkning av kriterier.

Mycket kraft ägnas också åt marknadsförande aktiviteter. Gentemot sina egna kunder, producenterna, lyfter Svanen fram att märkningen, genom sin betoning på ”miljö”, på ett enkelt sätt kan användas som ett konkurrensmedel i marknadsföringen av produkter. Man poängterar vidare i sin kommunikation att det finns en stor konsumentgrupp som vill köpa miljöanpassade produkter och att det utan någon form av tredjeparts-certifiering är svårt för konsumenter att lita på företagens egna påståenden. Ett annat budskap som förs fram är att företag med Svanenmärkning kan spara resurser genom effektivisering samt lägga mindre tid och pengar på miljökommunikation då Svanenmärket i sig kommunicerar att produkten eller tjänsten är miljöanpassad. Några andra fördelar som kommuniceras till producenter är att producentens egen personal blir nöjdare och gladare då de ofta känner sig stolta över miljömärkningen och att de som är kunder hos Svanen



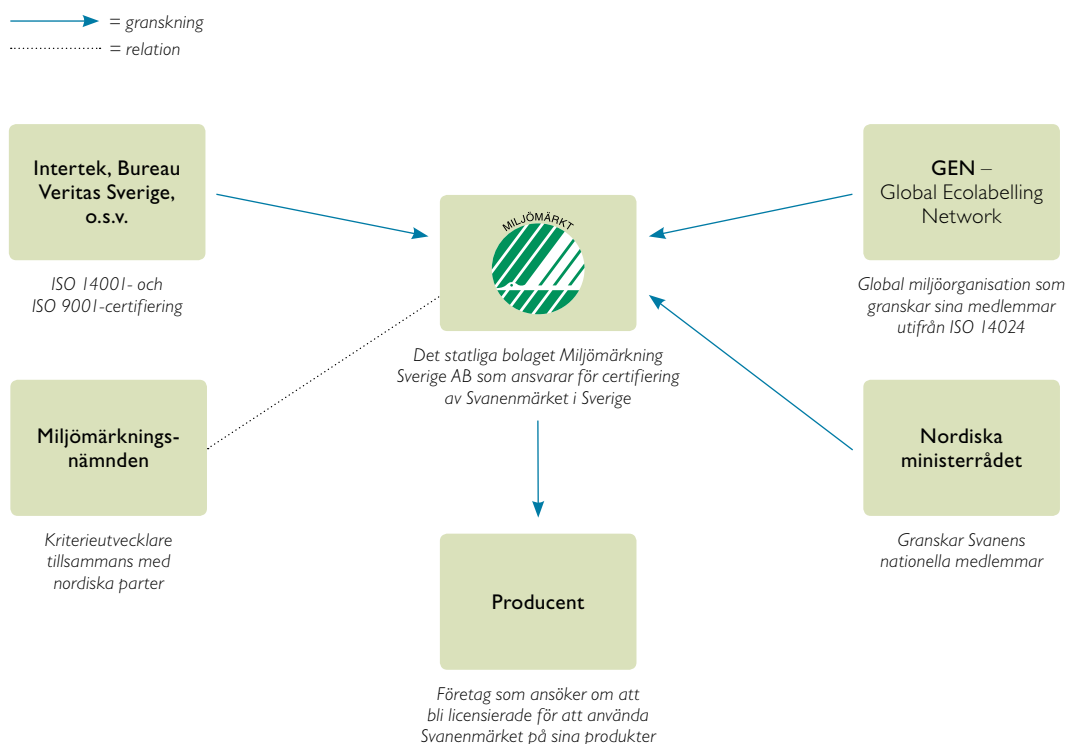
får löpande kontakt med Svanens medarbetare som är miljöexperter. Det statliga ägandet är inte ett huvudargument gentemot producenter.

Det budskap som Svanen framförallt vill föra fram i sin kommunikation mot konsumenter är att det är enkelt att välja rätt med Svanen, men också att alla konsumenter har ett eget ansvar att välja rätt. Vidare kommunicerar man till denna intressentgrupp att Svanen ställer hårda och ständigt ökande krav, att det finns en rigorös kontroll bakom märkningen som är en ”tredjepartsmärkning”, samt att Svanens arbete görs på uppdrag av regeringen, det vill säga att organisationen bakom Svanen är en statlig organisation. En speciell grupp konsumenter utgörs av professionella inköpare; man uppskattar att minst hälften av Svanenmärkningarna vänder sig till professionella konsumenter, det vill säga inköpare i organisationer som köper märkta varor för sin verksamhet, exempelvis kontors- och städmaterial. För att stärka relationen till just inköpare som intressentgrupp har Svanen sedan 2007 ett nätverk för inköpare. Nätverket ordnar aktiviteter med fokus på information om Svanenmärkta produkter liksom kompetensutveckling i form av seminarier, föreläsningar och mingel, där medlemmar får möjlighet att nätverka med Svanenmärkta producenter och andra företag som också är intresserade av Svanen. Dessutom får medlemmarna uppmärksamhet genom olika mediala aktiviteter som Svanen arbetar med.

Slutligen arbetar Svanen aktivt med sin styrning och följer de internationellt erkända ledningssystemstandarderna ISO 9001, ISO 14001 och ISO 14024. ISO 9001 är en standard för kvalitetssäkring och ISO 14001 styr miljöledningsarbetet. Båda dessa standarder är certifieringsbara vilket innebär att standardföljandet kontrolleras av externa certifieringsrevisorer en gång per år. ISO 14024 är en standard för miljömärkningsorganisationer mer specifikt och många av de strategier som Svanen använder för att öka sin trovärdighet och legitimitet är reglerade i denna standard. ISO 14024, som Svanen frivilligt valt att följa, är dock inte certifieringsbar. Däremot är det ett medlemskrav från GEN (Global Ecolabelling Network) som är det internationella nätverk för miljömärkningar som både Bra Miljöval och Svanen är medlemmar i. GEN har också utvecklat en kontrollmekanism genom ett ”peer review”-förfarande för att kontrollera att medlemmarna verkligen följer denna standard vilket därmed gör att de kan definiera sig som en ”tredjepartsmärkning”.

I Figur 7 på nästa sida illustreras Svanens organisering schematiskt där det framgår att verksamheten är förhållandevis komplex, åtminstone jämfört med Bra Miljöval, men samtidigt mindre komplex jämfört med Krav. Komplexiteten bottnar dels i att märkningen är nordisk, vilket kräver samordning både för kriterieutvecklingsarbetet och licenseringen, men också organiserad som ett ”multi stakeholder”-arbete med partssammansatta nämnder i de respektive medlemsländerna. Extern granskning kommer vidare från flera håll: Nordiska Ministerrådet, ledningssystemcertifieringsrevisorer, liksom GEN.





**Figur 7. Schematisk illustration över kontrollorganisationen kring Svanen**

I analysen av resultaten från Svanenstudien diskuteras att Svanen arbetar aktivt med att uppfattas som en trovärdig märkningsorganisation. Det statliga ägarskapet bidrar med en förklaring till märkningens trovärdighet, men även andra aspekter kring sättet att organisera och kommunicera lyfts fram. Förutom hänvisningen till det statliga uppdraget diskuteras; inkludering i kriteriearbetet; organisatoriskt separerade funktioner för kriterieutveckling, kundkontakter och beslutsfattande vid licensiering; samt synliggörande av Svanen som "modern aktör" som bland annat handlar om att följa och bli kontrollerad för sitt följande av internationella standarder.

#### 4.2.4 Reflektion om likheter och skillnader mellan de tre fallen

Alla tre märkningsorganisationer startade ungefär samtidigt i slutet av 1980-talet och har lyckats mycket väl med att skapa en hög igenkänning och trovärdighet hos svenska konsumenter. Alla tre märkningar organiserade sig inledningsvis enligt kombinationsmodellen, men Krav valde på 2000-talet att övergå till separationsmodellen med en extern certifieringsfunktion och valde dessutom att ansluta sig till den statliga ackrediteringen. Bland anledningarna till detta fanns att organisationen uppfattade en allt hårdare konkurrens från andra ekologiska märkningar och därmed ett behov att koncentrera sina resurser på kriterieutvecklingen och vårdandet av det egna varumärket. Anledningen till att ansluta till EUs system för statlig ackreditering var att Krav inte var redo att släppa benämningen "ekologisk" märkning vilket på grund av en ny EU-reglering gällande begreppet "ekologiskt" gjorde att Krav blev tvungna att anpassa sig till det system för ackreditering som beslutats av EU som bygger på separationsmodellen.

Initiativet till dessa märkningar kom från olika håll. Krav initierades av en grupp bönder med intresse för ekologiskt jordbruk som startade en ekonomisk förening för att driva märkningsverksamhet. Bra Miljöval grundades och drivs fortfarande av Naturskyddsföreningen, medan Svanen var ett initiativ som kom från Nordiska Ministerrådet. Svanen var således ett mellanstatligt initiativ, men hur de olika nordiska regeringarna skulle organisera märkningsverksamheterna nationellt var inte bestämt. I Sverige föll ansvaret för märket Svanen inledningsvis på den privata standardiseringsorganisationen SIS, men lades från 2012 på det statligt helägda bolaget Miljömärkning Sverige.

Miljömärkning Sverige har således en bakgrund i SIS under den tid då ledningssystemstandarder som ISO 9001 och ISO 14001 utvecklades inom ISO. SIS är den svenska medlemmen i ISO, som i Sverige är den organisation som säljer denna typ av ledningssystemstandarder. Under 1990-talet spred sig användningen av dessa ledningssystemstandarder globalt, vilka bygger på ett rationaliseringsideal med målstyrning kombinerat med ett system- och processtänkande, framför allt inom det privata näringslivet. Senare spred sig användningen också till offentliga och icke-statliga organisationer (Furusten 2000; Henning 2000; Tamm Hallström 2004). Idag är det mer än en miljon organisationer världen över som är certifierade enligt ISO 9001. Nära knuten till ledningssystemstandarder av denna typ är en stor tjänstemarknad som erbjuder managementkonsultation och certifiering utifrån dessa standarder (Tamm Hallström 2008). Att Svanenmärkningen placerades inom ramen för SIS verksamhet har sannolikt haft konsekvenser för märkningens inriktning, arbetssätt och de organisatoriska val man gjort.

En central skillnad mellan Bra Miljöval och Svanen, som kan förklaras genom de olika bakgrunderna dessa två märkningar har, gäller Svanens profilering som modernt bolag; som över tid breddat sin verksamhet mot rådgivning och utbildning; har nära samarbeten med företag i form av producenter, dagligvarukedjor och professionella kunder (inköpare); samt verkar för en ledningssystemansats både gällande sin egen verksamhet och sina kunders. När det gäller Bra Miljöval är relationen gentemot företag, både när det gäller producenter och detaljhandel, mer känslig och begränsad eftersom det uppfattas som centralt för moderorganisationen Naturskyddsföreningen att hävda sitt oberoende från både stat och marknad – man är en *miljöorganisation*. Naturskyddsföreningen markerar vidare ständigt att den egna märkningen inte har något egenvärde, utan kan alltid avslutas ifall medlemmarna finner bättre sätt att placera sina resurser för att påverka miljön. Krav profilerar sig vare sig som bolag eller miljöorganisation, men kan samtidigt karaktäriseras som en *rörelsebaserad märkningsorganisation*, det vill säga med rötter i den ekologiska rörelsen. På så sätt ligger Krav närmare Bra Miljöval i detta hänseende.

En annan skillnad rör komplexiteten, och därmed också formaliseringsgraden, när det gäller relationer med andra organisationer med vilka de studerade märkningsorganisationerna samarbetar i syfte att uppfattas som trovärdiga. Alla tre märkningsorganisationer har någon typ av ackreditering, som kan ses som en formaliserad,

externt organiserad kontrollmekanism av verksamheten. Svanen och Bra Miljöval är medlemmar i Global Ecolabelling Network, men Svanen har ytterligare relationer med Nordiska Ministerrådet liksom en mängd andra organisationer både gällande kriterieutvecklingsarbetet och gällande revision av den egna verksamheten enligt ISO 9001 och ISO 14001. Bra Miljöval har färre sådana relationer och tycks i högre grad kunna luta sig mot den starka auktoritet som moderorganisationen Naturskyddsföreningen har, utan stöd från staten.

I likhet med Svanen har Krav valt att organisera kriterieutvecklingsarbetet enligt en flerintressentmodell i form av en meta-organisation (Ahrne & Brunsson, 2008). Krav har för sin kriterieutveckling också medlemskap i den internationella medlemsorganisationen ISEAL Alliance som kontrollerar sina medlemmar i syfte att tillföra trovärdighet. Däremot skiljer sig Krav gällande certifieringen, vilket nämndes ovan, eftersom man valt att lägga ut hela certifieringsverksamheten på separata företag som konkurrerar på certifieringsmarknaden. Vidare har de certifieringsbolag som certifierar Kravstandarder krav på att vara ackrediterade av myndigheten Swedac i Sverige, eller motsvarande myndighet om certifieringen sker i ett annat EU-land, vilket innebär att man lutar sig på en statlig (och mellanstatlig) auktoritet för denna funktion (Gustafsson & Tamm Hallström, 2014). Även om Krav och Svanen skiljer sig framför allt gällande sättet att organisera certifieringen kan det sammanfattningsvis konstateras att båda dessa märkningsorganisationer är invävda i förhållandevis komplexa nätverk av organisationer – en eskalerande organisering – som på olika sätt bidrar till att förse märkningen med trovärdighet. Både Krav och Svanen har också gemensamt att den statliga auktoriteten spelar en viktig roll för trovärdigheten – för Svanen gällande ägandet av Miljömärkning Sverige och för Krav anpassningen till EUs regelverk den Nya metoden för standardisering, certifiering och ackreditering. Däremot tycks denna typ av auktoritet inte vara nödvändig, eller ens den starkaste, vilket fallet med Bra Miljöval illustrerar.

Statlig auktoritet har stor tyngd för ”förtroendeväktare” i märkningssammanhang, men är inte nödvändig eller ens den starkaste formen av auktoritet.

Den eskalering som här beskrivits är något som också observerats från studier av andra, ofta transnationella, certifieringssystem på miljö-, hållbarhets- och fairtradeområdena (Bartley 2007, 2011; Marx 2011; Reinecke m.fl. 2012; Gustafsson & Tamm Hallström 2014). Genom de studier som gjorts av Krav, Bra Miljöval och Svanen inom forskningsprojektet ”Kan vi lita på certifiering?” kan ett viktigt bidrag göras till denna, framväxande litteratur. Genom att använda en fallstudieansats med dessa tre exempel blir det tydligt att den eskalerande formaliseringen/organiseringen tar sig *olika* uttryck. Denna variation kan delvis förklaras genom ägarskapet som varierar mellan fallen, men en avgörande förklaring ligger också i den identitet som märkningsorganisationen kommunicerar gentemot sin omgivning. Beroende på vald identitet, ställs sedan olika förväntningar på märkningsorganisationerna vilket också avspeglar sig i de organisatoriska lösningar för trovärdighetsskapande som blir möjliga att använda.

Märkningsorganisationens ägarskap och kommunicerad identitet påverkar vilka metoder som blir möjliga att använda för trovärdighetsskapande.

Vad studierna visar är också att sättet att organisera märkningen påverkar vem som skriver kriterier, vem som utför kontroller, hur olika arbetsmoment finansieras, vad som mäts och kontrolleras, och vilka samhällskonsekvenser märkningen egentligen får. Exakt vilka dessa konsekvenser är ligger dock utanför ramen för detta forskningsprojekt, men borde ägnas uppmärksamhet i kommande studier.

### 4.3 Organisering av ansvar för CE-märkta leksaker<sup>6</sup>

Studie av organiseringen av ansvar för CE-märkta leksaker med försäljning i Sverige genomfördes hösten 2013. Motivet till att särskilt belysa ansvarsfrågan bottnar i projektets intresse för auktoritetsskapande, då ansvar är en central aspekt av auktoritet (Fayol 1916/2008). Som konstaterades i metodavsnittet är det intressant att närmare undersöka ansvar och ansvarsfördelning i situationer där det saknas en given (statlig) auktoritet på global nivå, som är fallet gällande många regleringsområden som domineras av märkningar med transnationell täckning. I dessa sammanhang finns inte heller någon given ordning för hur ansvar ska fördelas.

I studien av ansvar undersöktes därför organiseringen av ansvar för CE-märkta leksaker enligt EUs regelverk för den inre marknaden som kallas Nya metoden. Den övergripande slutsats som dras från studien är att det inte finns en enskild organisation med ansvar för de leksaker som släpps och säljs på den svenska leksaksmarknaden, trots att det är en mellanstatlig reglering som gäller för denna marknad (Gustafsson 2015). Ansvaret är i stället spritt mellan många aktörer. Det finns emellertid ingen tydlig ansvarsfördelning mellan dessa, utan bilden av ansvaret som ges i denna studie är snarare oklar och diffus, vilket skapar viss osäkerhet. Det finns intressanta paralleller mellan dessa resultat och det som kom fram framför allt i Kravstudien, vilket diskuteras mer utförligt i slutdiskussionen i denna rapport.

### 4.4 Vad bygger konsumenternas förtroende på?

Miljömärkningar har uppenbart en stor betydelse för många konsumenter och den omfattande organisering av kontroll, certifiering och ackreditering som vi sett exempel på i fallen Krav, Bra Miljöval och Svanen tycks således uppfylla sitt syfte att skapa trovärdiga märkningar som får betydelse för bedömningen av hur miljövänlig en viss vara är, och därigenom också ett mervärde som konsumenter är beredda att betala för. Det är i alla fall en tänkbar tolkning; att den omfattande organiseringen bidrar till att skapa den trovärdighet som många konsumenter förknippar med de tre studerade märkningarna.

---

<sup>6</sup> Denna sammanfattning är kortare eftersom rapporten angående CE-märkningen inte gavs ut förrän i början av 2015 och då var denna sammanfattande rapport redan skriven.

Men vad är det egentligen konsumenternas förtroende bygger på? I det här avsnittet kommer resultaten från en studie av fenomenet miljömärkningar från konsumentperspektiv att redovisas. Som angavs tidigare bygger denna studie i huvudsak på intervjuer med miljömedvetna konsumenter, och dessutom handlare och konsumentföreningar som de intervjuade konsumenterna angav att de hade förtroende för. I denna studie undersöktes framförallt vad det är konsumenterna bygger sina köpbeslut på när de köper ekologiska varor, vad som är viktigt och mindre viktigt, vilka märkningar man väljer och varför. Studien genomfördes under 2013–2014 och resultaten redovisades i konferenspappret *"I trust they're checking" – the role of eco-labels in reducing consumer uncertainty* (Näslund & Tamm Hallström 2014). Här återges en sammanfattning av resultaten av denna studie.

Ur producenternas och märkningsorganisationernas perspektiv handlar miljömärkningar, som vi har sett, i praktiken om kontrollsysteem och nätverk av aktörer som tillsammans arbetar för att säkerställa att den vara som exempelvis bär ett Kravmärke också verkligen har blivit odlad i enlighet med Kravs kriterier. Ur konsumentens perspektiv är märkningen i praktiken ofta något annat; ett varumärke, som ger en signal om kvaliteter hos en viss vara, som oftast inte går att avgöra på annat sätt – kontrollsysteem och det omfattande nätverket av aktörer döljs under ytan och konsumenten är ofta både omedveten och ointresserad av att ta reda på detaljerna i hur resten av det isberget ser ut. En butik kan ses som ett myller av sådana tecken och andra typer av information – typ av butik, ursprungsland, innehållsförteckningar, varumärken, pris, bilder – vilka sammantaget ger konsumenten möjlighet att förstå vilka varor som står till buds och välja den vara som bäst motsvarar de egna preferenserna (Cochoy 2007).

Det mesta av den information och de tecken och signaler som återfinns i en butik har dock ingen självklar innebörd, vilket var och en som gått in i en matbutik i ett land där man inte är bekant med språket eller varumärkena har insett. För att verkligen kunna välja den vara som motsvarar det man vill ha behöver man således inte bara uppmärksamma all den information som finns i butiken, utan dessutom kunna tolka den korrekt och veta vad den innebär och står för. Till viss del kommer naturligtvis producenterna själva att stå för detta innehåll, genom marknadsföring och kampanjer av olika slag, men de är inte den enda, eller ur konsumentperspektiv nödvändigtvis den trovärdigaste, källan till kunskap. Som diskuterades i teoriavsnittet finns det också en risk för falska signaler, eftersom många producenter har ett uppenbart egenintresse i att framställa sina produkter som bättre än de är, exempelvis genom att få dem att framstå som hälsosammare eller miljövänligare än vad som egentligen är fallet, i syfte att locka till köp. Det är därför rimligt att anta att konsumenterna skulle kunna vara lite skeptiska mot den information som producenterna eller andra med uppenbart egenintresse tillhandahåller, vilket i sin tur skapar en marknad för miljömärkningar och andra oberoende aktörer, som Naturskyddsföreningen, att bidra med information om olika tecken och signaler och hur de bör tolkas.

Även om miljömärkningsystemen i huvudsak bygger på kontroll och märkningsorganisationerna lägger ner stor möda på att försöka säkerställa att de varor som bär en märkning

också lever upp till de kriterier som märkningen stipulerar för produktionen samt att denna kontroll utförs korrekt och professionellt av ackrediterade certifieringsorgan, så förefaller konsumenterna till stor del både lyckligt ovetande och ointresserade av hur kontrollen egentligen går till eller hur kontrollsystemen är uppbyggda. De intervjuade konsumenterna var alla mycket intresserade och engagerade i miljöfrågor och tyckte det var viktigt att köpa ekologiskt producerade varor, både för att de inte ville utsätta sig själva eller sin familj för skadliga kemikalier och för att de inte ville utsätta planeten eller de som arbetar med odling och framställning av matvaror och hushållsprodukter för sådana kemikalier. I princip ansåg man utan undantag miljömärkningar som det viktigaste sättet att avgöra om en vara var ekologisk och alltså lämplig att köpa eller inte. Däremot var kunskapen om och intresset för kontrollsystemen bristfällig, minst sagt, även hos dessa engagerade konsumenter. På frågor om hur det förhöll sig med kontrollsystemen bakom de märkningar man använde sig av svarade många i termer av ”Jag antar att...”, ”Jag gissar att...” eller ”Jag hoppas att...”. Säkert var det någon kontroll bakom märkningarna tänkte man, men vem som stod för den, eller hur det gick till var mer oklart, och heller inte särskilt intressant, vilket blir tydligt i svaret från en konsument på frågan om han visste något om vilka som står bakom Kravmärkningen:

*”En gång träffade jag en kille som jobbade på Krav, han var ganska irriterande som person egentligen. Vi pratade inte alls om det han pysslade med, så svaret är nej, jag vet jättelitet om Krav egentligen. Det har ju funnits nu, det måste nästan vara femton, tjugo år, och jag kan inte ens svara på om jag tycker de gör ett bra jobb. Det är bra att det finns några som ställer de här kraven, jag har inbillat mig att det finns en auktoritet bakom, det kanske det inte ens gör?”*

(Konsument 17)

Även om konsumenterna således i stort hade förtroende för märkningarna innebar det inte att man litade blint på dem eller var omedveten om de svagheter ett sådant kontrollsystem skulle kunna ha. Snarare sågs märkningarna som visserligen kanske bristfälliga på sitt sätt, men ändå det mest trovärdiga sättet att avgöra om en vara är ekologisk, som en annan konsument förklarade:

*”Jag skulle tro att vill man bli [certifierad] så ringer man upp Krav och säger ’tjena tjena, jag gör det och det’ och så får de komma ut och så tittar de och så ser de att [producenten] har rutiner och så säger de att ni måste uppfylla de här rutinerna, och så får man ett formulär som man ska jobba efter. Jag skulle nog inte ens tro att de gör några stickprov efter gifter. Tyvärr. [...] Att de skulle komma ut på nätterna, några kontrollanter, och verkligen kolla deras produkter, eller på nätterna behöver man inte gå dit, man kan bara köpa en produkt och göra stickprover. Det tror jag faktiskt inte ens de gör. Vilket egentligen är katastrofalt, det borde man göra.”*

(Konsument 13)

Snarare än att baseras på insikt i och/eller förtroende för själva kontrollprocessen, så är det själva märkningen i sig som konsumenterna baserar sitt förtroende på, i förhoppning om att ”De gör sitt jobb på rätt sätt”. Det är förvissningen om att det säkert finns en kontroll, snarare än insyn och ingående kunskaper om kontrollen i sig, som skapar förtroendet.

Det förefaller alltså som att det inte är kontrollapparaten i sig som skapar förtroendet, utan snarare att märkningsorganisationen kan fungera som en förtroendeväktare, en garant som har en insikt i produktionsvillkoren som konsumenten inte har eller ens har möjlighet att ha, och därför i konsumentens ögon kan gå i god för att en vara verkligen är ekologisk.

Forskare: *”Hur vet man att det som står är Kravmärkt är det? Eller att det är ekologiskt, så att säga.”*

Konsument 15: *”Det borde man ju märka i kontrollen, men det handlar väl också om att ha lite ’good faith’ tänker jag, ska man gå och tro att allt är en konspiration, det tror jag inte är så bra.”*

(ur intervju med Konsument 15)

När konsumenterna bedömer vilka märkningsorganisationer som är trovärdiga i rollen som en sådan garant förefaller just kontrollapparaten och dess tillförlitlighet, exempelvis om man använder sig av en oberoende kontrollant eller inte eller huruvida man är ackrediterad av internationella samarbetsorgan, inte ha någon avgörande betydelse. Ingen kände till att det ens finns ackrediteringar en märkning skulle kunna ha, än mindre vilka ackrediteringar någon specifik märkning hade eller inte hade. Basen för förtroendet var istället i första hand vilka värderingar och drivkrafter som märkningsorganisationen hade. Om verksamheten inte drevs i vinstsyfte, utan av idealistiska skäl, och huvudmannen inte var ett företag utan en ideell organisation eller möjligen staten, så ansågs det som mycket mer trovärdigt. Detta blir också tydligt i responsen på frågan om man skulle kunna tänka sig att lita på producenterna själva, om de utvecklade en egen märkning istället för att anlita Krav eller liknande.

Forskare: *”Men om Ica säger att Utz är den bästa märkningen?”*

Konsument 10: *”Precis, men de är ju en kommersiell aktör med kommersiellt intresse i saken. I och för sig, jag vet inte hur Naturskyddsföreningen finansierar Bra miljöval, eller hur det går runt, men Naturskyddsföreningen är inte en aktör som försöker sälja sina egna produkter, medan om samma aktör som försöker sälja produkterna hävdar att de är överlägsna blir det mindre trovärdigt än om det är en tredje part.”*

(ur intervju med Konsument 10)



På samma sätt uppfattade många konsumenter den biodynamiska märkningen Demeter som särskilt trovärdig, inte för att man delade biodynamiska odlingsideal eller åsikter, utan för att man antog att en bonde som väljer att bli biodynamisk gör det av övertygelse, inte av vinstintresse. Av den anledningen är det inte troligt att han eller hon skulle fuska med otillåtna bekämpningsmedel för att maximera skörden och öka vinsten, eftersom det så tydligt skulle gå emot vad han eller hon trodde på. För att kunna agera som förtroendeväktare behöver en märkningsorganisation således inte bara visa på att de har tillräcklig insikt för att kunna göra en tillförlitlig kontroll, utan också att de delar de värderingar som konsumenten tycker är viktiga. Detta är också en förklaring till varför Krav, som i princip alla konsumenter ansåg vara den mest trovärdiga svenska märkningen, kunde vara detta trots att de är just en producentorganisation, och således kunde misstänkas agera utifrån opportunistiskt egenintresse. Istället tänkte man sig att den bonde som väljer att gå med i Krav förmodligen är en miljömedveten bonde och det därför de facto ligger i både bondens och föreningens egenintresse att de produkter som Kravmärks verkligen är ekologiska, eftersom de annars skulle behöva gå emot sina egna värderingar. Värderingar förefaller kort sagt upplevas som mer pålitligt som garant för någons agerande än egennyttan eller risken att bli ertappad.

Att miljömärkningen just fungerar som förtroendeväktare i de fall där en egen relation med producenten inte är möjlig (och följaktligen inte anses nödvändig om det finns möjlighet till direktkontakt och en egen bedömning) blev tydligt när konsumenterna tillfrågades om de någonsin köpte direkt av producenter och om man även i de fallen tittade efter en märkning, på det sätt man beskrivit att man gjorde när man handlade i en vanlig affär. I vissa fall upplevdes märkningen rent av som en andrahandslösning att ta till när en direktkontakt inte är möjlig.

Konsument 13: *"Ja, absolut, mycket bättre. Om jag känner Martin som har fött upp det här lammet så har jag större tillit till honom än liksom... Vem är förstahandskälla? Det tycker jag ändå är [viktigt], och då har inte han Kravmärkt, utan då köper jag på hans goda ord."*

Forskare: *"Är det ekologiskt eller?"*

Konsument 13: *"Det tror jag att det är ekologiskt."*

Forskare: *"För att du känner Martin?"*

Konsument 13: *"Ja."*

(Ur intervju med Konsument 13)

Med andra ord; om det inte fanns något socialt avstånd så blev märkningen oftast onödig, inte i första hand för att konsumenten då hade möjlighet att själv övervaka produktionen (få eller inga konsumenter bedömde att de egentligen hade någon rimlig möjlighet att övervaka produktionen, ens om det rörde sig om granngården), utan för



att direktkontakten gjorde det möjligt att lära känna varandra och den vägen bilda sig en egen uppfattning om den andres värderingar och trovärdighet. Vikten av att vara en pålitlig part med rätt värderingar för att bli trovärdig i sin bedömning av miljövänlighet blev också tydlig genom att även handlare kunde agera som förtroendeväktare: butiker som konsumenterna upplevde som genuint miljöintresserade, som drevs av personer med miljöns snarare än plånbokens bästa för ögonen, hade kanske lite överraskande mindre behov av att ha miljömärkta produkter än vanliga, mer kommersiella butiker. En sådan butik, resonerade man, skulle inte ta in konventionellt odlade produkter, ens om de tjänade pengar på det, för de drevs inte av vinstintresse utan av miljöengagemang.

*”Just Ekodirekt känns det som att det är så här, entusiaster. Det är lite, jag tror att de är ganska, de är inte dåliga på att ta betalt, men jag tror inte att de tar så mycket betalt att de får någon vettig lön, utan det känns mer som att de gör det för att de tycker att det är viktigt. [...] det är snarare glada amatörer med brinnande intresse, kanske inte jätteintresserade av att driva butik men att tillhandahålla det som finns. [...] I deras köttdisk så är det bara närodlat och det står vilken bonde och sådär. Det tror jag på också. Men jag kollar inte efter...”*

(Konsument 12)

En handlare som upplevs som tillräckligt miljömedveten har därför bättre möjlighet att agera som garant och i förlängningen även få trovärdighet för en egen miljömärkning. Bedömningen av butikernas egna miljömärkningar, som I love Eco eller Änglamark, baserades således i huvudsak på hur vinstmaximerande och miljöintresserade man upplevde att butiken var, inte på vilka kriterier som tillämpats eller hur man kontrollerat att kriterierna uppfyllts i produktionen. Generellt upplevdes således Änglamark som den mest trovärdiga butiksegna miljömärkningen, eftersom Coop ansågs som både mer miljömedvetna och mindre vinstdrivande än andra butikskedjor, medan exempelvis Lidl's egna miljömärkning Biotrend inte ansågs ha någon trovärdighet alls eftersom man uppfattade Lidl som i allra högsta grad drivna av vinst snarare än ideal. I de fall där den butiksegna märkningen inte hade tillräcklig trovärdighet tittade man istället efter någon av de mer etablerade märkningarna. De etablerade märkningarna agerade således förtroendeväktare även för produkter där det på andra sätt framgick att de var ekologiska.

Att märkningsorganisationerna agerar förtroendeväktare är kanske inte helt oväntat, men det fanns också en tämligen stor grupp konsumenter som inte bara saknade kunskap om och intresse för hur kontrollsystemet var uppbyggt och fungerade utan även om märkningsorganisationen över huvud taget. Man visste således väldigt lite, eller egentligen ingenting om exempelvis Krav eller Svanen – vilken organisation som låg bakom, vem som var huvudman för den eller vilka kriterier som tillämpades. Det innebar absolut inte att märkningarna saknade betydelse, tvärtom kunde det fortfarande vara så att miljömärkningarna var det viktigaste kriteriet när man valde varor i butiken, men den bakomliggande logiken var mer i termer av teckentolkning snarare än att märkningen var symbol för en organisation som trovärdigt kunde gå i god för att en

viss vara var ekologisk. Märkningen blir snarare en i raden av signaler och tecken som sammantaget ger information om vad det är för vara man håller i handen, i enlighet med den butikslögik som vi beskrev i teoriavsnittet ovan.

Forskare: *”Vad är det för märkningar du tittar efter? Eller hur vet du om något är ekologiskt?”*

Konsument 12: *”Ja precis, för att det står på förpackningen, [...] om det är smör och så, det står ekologiskt och äggkartongerna är gröna liksom. [...] Står det eko ägg så tänker jag att det är eko ägg, men det kanske inte är sant. Men sedan finns det väl, som alla har, olika typer av märkningar som Svanen och...”*

(ur intervju med Konsument 12)

Miljömärkningarna förefaller således ha blivit symboler i sig själva, frikopplade från den organisation som ligger bakom. Istället fungerar de som tecken som hjälper konsumenten att dechiffrera vilka egenskaper olika butiksvaor har.

*”Jag går på någon slags helhetsintryck. Vem är det som säljer det, var är det producerat, vad är det för märkning? Alla de där grejerna väger in. [...] Det är Krav, det är Naturskyddsföreningens svala, det är Svanen och sedan så Fairtrademärkning numera också. Sedan så väger jag väl lite, jag vet inte exakt vad de här står för, så insatt är jag inte eller jag har inte brytt mig om att sätta mig in så noga.”*

(Konsument 14)

I vissa fall gavs betydelsen hos en märkning av sammanhanget, genom att relatera en viss märkning till andra märkningar eller till annan information i butiken eller på varan.

*”Jag letar främst efter Kravmärkningar. Jag vet, eller tror, jag har fått för mig, att EUs standard är lägre satt. Jag har räknat ut att det måste vara så, för allt som är Kravmärkt har också EUs märkning, men allt som är EU-märkt har inte Kravmärkning. Så därför tänker jag att Krav är bättre.”*

(Konsument 17)

Till viss del skapas alltså märkningens betydelse av konsumenten i butiken, genom att sätta en märkning i relation till andra symboler och tecken i butiken, samt huruvida man är bekant med märkningen och om den hade funnits länge, vilket i sig ansågs förtroendeingivande. Men butiken befinner sig ju inte i ett socialt vakuum och i många fall var det också så att man hade fått information om märkningarnas innebörd från andra håll än i butiken. Däremot var märkningsorganisationerna själva sällan den källa som konsumenterna angav för sin kunskap om olika märkningars innebörd och tillförlitlighet, även om information om märkningar ofta finns lätt tillgänglig exempelvis på märknings-

organisationernas hemsidor, eftersom de ansågs tala i egen sak. Om nu varken producenterna, butikerna eller märkningsorganisationerna själva anses som tillförlitliga källor till kunskap om vad märkningarna innebär och hur trovärdiga de är, kan man ju kanske fråga sig varifrån konsumenterna egentligen hämtar sin information.

Svaret på den frågan var i många fall Naturskyddsföreningen, eller möjligen någon annan miljöorganisation som exempelvis Medveten Konsumtion. I vissa fall kom denna information direkt från föreningen, för att man var medlem och därför fick utskick, medlemstidning eller på annat sätt nåddes av information, eller så kom den via media eller vänner, som delade information på sociala medier eller när man träffades. Naturskyddsföreningen och andra liknande föreningar ansågs som en pålitlig källa för information om hur man bäst skulle dechiffrera butikens symboler och tecken och kunde därför agera som förtroendeväktare eller meningsskapare. Naturskyddsföreningen kunde också agera som vakthund; i det att de höll ett öga på eventuella ”falska” märkningar, som inte var så ekologiska eller trovärdiga som de ville ge sken av. Med andra ord, de kunde misstänkas vilja ha fördelarna med en märkning i termer av att göra sin vara mer attraktiv, utan också behöva leva med nackdelarna i form av dyrare eller omständligare produktion. Ett exempel på en sådan situation var märkningen Rainforest Alliance, som många konsumenter angav som exempel på en märkning man inte litade på, som av vissa till och med ansågs sämre än att köpa en omärkt vara just eftersom det var en opålitlig märkning. Från Naturskyddsföreningen berättade man att just den märkningen hade man gått ut med information om eftersom de ville göra sken av att vara ekologiska, utan att enligt Naturskyddsföreningen göra skäl för det. Man ville därför klargöra för konsumenterna att det handlade om en ulv i fårkläder – ”den grodan sitter med fötterna i gift!” – något som konsumenterna uppenbart tagit intryck av, även om de inte alltid visste varifrån de fått den informationen.

En slutsats man kan dra av denna studie är således att även om kontrollsystemen inte saknar betydelse, så är det inte i första hand på dem som konsumenternas förtroende bygger. Istället är det märkningsorganisationens och de märkta producenternas upplevda värderingar och drivkrafter som avgör om märkningen kan anses som pålitlig. Om man upplevs som värderingsdriven och genuint miljömedveten kan även producenter själva eller butiker agera förtroendeväktare, antingen genom att skapa en märkning eller genom att personligen gå i god för det man säljer (förutsatt att man har en personlig relation till konsumenten). För att en märkning ska fungera i handeln krävs inte bara att det finns kriterier och en kontrollorganisation som ser till att kriterierna efterföljs hos de varor som bär märkningen, utan också att det märke som symboliserar märkningen får ett innehåll och en mening. Detta kan till viss del ske i butiken, genom att konsumenterna relaterar märkningen till andra varor och andra märken och information, men framförallt genom att andra parter, som upplevs som oberoende och pålitliga – exempelvis företrädare för miljörelsen, andra konsumentföreningar eller forskargrupper – berättar vad märkningen står för.

Kontrollförmåga är inte avgörande för märkningsorganisationers trovärdighet. Förmågan att agera ”förtroendeväktare” grundar sig snarare i att man upplevs som en värderingsdriven verksamhet som inte enbart drivs av vinstintresse

En fungerande miljömärkning, med förmåga att påverka miljömedvetna kunders köpbeteenden, kräver inte bara en fungerande kontrollorganisation, utan också att någon, helst en oberoende tredje part, ger själva märkningssymbolen mening.

#### 4.5 Miljömärkningarnas motsägelsefulla position: kan man vara allas förtrogne?

Hur kan man förstå märkningsorganisationernas roll i handeln? I tidigare avsnitt fokuserades på vilken roll själva märkningen spelar ur konsumentens perspektiv, på plats i butiken. I detta avsnitt fokuseras istället märkningsorganisationen och deras roll i handeln med dagligvaror och kedjan mellan producent och konsument. Avsnittet baseras på ett kommande bokkapitel i *Trust in regulatory regimes* (red. Frédérique Six och Koen Verhoest; Edvard Elgar Publishing) med titeln ”Being everybody’s accomplice: trust and control in eco-labeling” som empiriskt utgår från de gjorda fallstudierna av Krav, Bra Miljöval och Svanen.

Som visades i föregående avsnitt och som diskuterades inledningsvis i denna slutrapport, så blir en märkning bara nödvändig om det är så att konsumenten inte kan köpa varor direkt från producenten. Kan man handla direkt av bonden finns ju möjlighet att på plats bilda sig en egen uppfattning om hur produktionen går till och själv få en direktuppfattning om bonden är trovärdig i sin miljömedvetenhet. I praktiken är detta dock sällan en möjlighet; producenten bakom en vara är inte sällan inte bara avlägsen, socialt och geografiskt, utan också i många fall rent av okänd. Som konsument vet man lite eller ingenting om vem som odlat bananen i butiken utöver vilket land den kommer ifrån. I den mån konsumenten ändå litar på producenten skulle det röra sig om blint förtroende, inte baserat på egentlig kunskap om produktionsförhållandena utan på en from förhoppning – vilket få miljömedvetna konsumenter i praktiken låter sig nöjas med. Eftersom producenten har få möjligheter att skapa förtroende hos kunden, då de inte har någon möjlighet till direkt interaktion, uppstår en marknad för förtroendeväktare som kan agera mellanhand. För att kunna agera förtroendeväktare behöver märkningsorganisationen stå så pass nära producenten att det är rimligt i konsumenters ögon att man har möjlighet och kompetens nog att kontrollera och bedöma produktionsvillkoren hos producenten, samtidigt som man står så pass nära konsumenterna att dessa känner att de vet tillräckligt om märkningsorganisationen för att kunna ha förtroende för deras märkning. Figur 8 på nästa sida illustrerar relationerna mellan producenter, märkningsorganisationer och konsumenter.



**Figur 8. Schematisk illustration över relationen mellan producent, märkningsorganisation och konsument**

Eftersom märkningsorganisationer således har rollen som oberoende tredjepart, en mellanhand mellan producenter och konsumenter vilken båda parter kan ha förtroende för fast dessa inte har förtroende för varandra, ligger det i sakens natur att märkningsorganisationer måste ha förmågan att uppfattas som trovärdiga åt flera håll och spela flera roller samtidigt. Gentemot konsumenten behöver man visa att man är trovärdig som oberoende garant, som inte sitter i knäet på producenten utan kan göra en opartisk bedömning av producentens förmåga att efterleva de kriterier man satt för vad som kan sägas vara en ekologisk eller miljösäker produkt. Om märkningen uppfattas som ett spel för gallerierna, det vill säga som ett sätt för producenten att legitimera ett högre pris eller värderingar man egentligen inte har, kommer märkningen bli meningslös eller rent av negativ i konsumenternas ögon, som kunde ses i exemplet Rainforest Alliance. I förlängningen kommer en sådan märkning inte heller få förtroende i handeln, eftersom en märkning som konsumenterna inte litar på inte tillför något till vare sig produkten eller den butik som saluför den.

Å andra sidan kan märkningen inte heller framstå som att den bara är till för att hjälpa konsumenterna att kontrollera producenterna, eftersom det de facto vanligen är producenterna som är märkningsorganisationernas egentliga kunder. Producenterna är, som diskuterades inledningsvis, de som betalar för märkningen, vilket innebär att det finns en kund–leverantörsrelation mellan märkningsorganisation och producent att ta hänsyn till. En märkningsorganisation behöver vara trovärdig i att den kan leverera vad de lovar, nämligen konsumentens förtroende, vilket kräver att de har ett i konsumenternas ögon starkt märke som inger förtroende, men samtidigt måste märkningsorganisationens krav också upplevas som praktiskt och ekonomiskt genomförbara, med kriterier och en kontrollapparat som är rimliga och realistiska.

Märkningsorganisationens roll som mellanhand är således komplex och kräver att man är kapabel att skapa förtroende åt två olika håll, och framstå som en trovärdig allierad i strävan att övertyga eller kontrollera motparten. Det är just kombinationen av de båda rollerna i en och samma organisation som skapar svårigheten; man skulle kunna vara

konsumentens oberoende kontrollinstans, som inte litar alltför mycket på producentens ord utan är tillräckligt skeptisk för att se till att göra en grundlig kontroll av att producenten verkligen efterlever alla kriterier, oavsett vad de säger att de gör eller inte gör – problemet är att en sådan skeptisk attityd och kontrolliver signalerar misstroende, vilket gör kundrelationen till producenten svår eller omöjlig. Från tidigare forskning är det känt att det för en fungerande affärsrelation, särskilt en som är avsedd att sträcka sig över tid, krävs ett visst mått av ömsesidigt förtroende för att kunna fungera och vidare att misstroende och förtroende i relationer har en tendens att bli självförstärkande. Med andra ord, om den ena parten misstror den andra kommer detta misstroende snart att återgäldas och prägla hela den ömsesidiga relationen.

Om man å andra sidan litar sig med producenten och i samarbete och ömsesidigt förtroende gör sitt bästa för att övertyga en skeptisk konsument, främjar det visserligen en god kundrelation till producenten, men vinner knappast konsumentens förtroende. Som visades tidigare, bygger konsumentens förtroende på att märkningen uppfattas stå för en oberoende kontroll, att märkningsorganisationen inte har ”en egen ko i diket” när de hävdar att en viss vara är ekologisk och att de lever upp till kriterierna för ekologisk produktion. Den märkning som inte har konsumenternas förtroende, saknar snart värde även för producenterna.

Kombinationen av de båda rollerna som konsumenters och producenters förtroende är således inte helt enkel, men måste icke desto mindre på något sätt lösas av märkningsorganisationerna. Projektets fallstudier av märkningarna Svanen, Krav och Bra Miljöval visar att märkningsorganisationerna i samtliga fall har att hantera sin motsägelsefyllda position, men också att de hanterat den på lite olika sätt.

En vanlig lösning, som exempelvis tillämpas av Krav, men också många andra internationella märkningar idag, är att följa separationsmodellen; det vill säga organisatoriskt särkoppla vem som skriver kriterier och vem som utför kontroll. Med andra ord; märkningsorganisationen utför inte själva kontrollen av producenterna. Genom att anlita en oberoende kontrollant, som sedan får stå för den möjligen skeptiska kontrollen av kunden, kan märkningsorganisationen själva istället fokusera på kundrelationen. Problemet med denna lösning är emellertid att den part som utför kontrollarbetet också hamnar i en knivig situation, eftersom det skapas ett ekonomisk beroende mellan kontrollanten och den som blir kontrollerad. Här kommer ackreditering in som ett sätt att kontrollera kontrollanten och därmed bidra till att göra trovärdigt att kontrollanten är oberoende trots det ekonomiska beroendet.

Svanen och Bra Miljöval har löst problemet på ett annat sätt och utför sin kontroll själva, men då är kontrollen i sig istället annorlunda utformad, vilket blir möjligt delvis eftersom det är andra produktkategorier som kontrolleras – produktionsprocessen för hushållskemikalier skiljer sig av naturliga skäl från produktionen av potatis och ägg. Lite förenklat är en avgörande skillnad att man för att kunna konstatera huruvida ett ägg har lagts av en höna som kunnat gå ut, inte enbart kan titta på ägget. Man måste också

titta på hönan som lagt ägget och hur den lever. För att undersöka om ett diskmedel innehåller tillåtna halter av olika ämnen däremot kan man kontrollera diskmedlet i sig. Den kontroll som Svanen och Bra Miljöval utför bygger således mindre på att direkt på plats kontrollera hur en vara produceras (vilket skulle kunna äventyra det ömsesidiga förtroendet i relationen), utan istället på att man utformar mätbara kriterier för halter av olika ämnen i den färdiga produkten eller i produktionen. I många fall är det producenten själv som står för kontrollen, genom att anlita sin egen (FAR-auktoriserade) revisor för att ta fram relevant information, ofta kombinerat med anlitan av ett ackrediterat laboratorium, och skicka den till märkningsorganisationen. Ur märkningsorganisationens perspektiv gör detta dels att man kan hålla kostnaderna nere och därigenom bli trovärdig som miljöorganisation snarare än vinstoptimerande marknadsaktör, dels att man kan visa producenten ett visst förtroende, istället för att agera som den misstänksamme kontrollanten. Även i dessa fall är det dessutom så att det i praktiken visserligen är samma organisation som både kontrollerar och har kundrelationen, men det är vanligen inte samma personer inom märkningsorganisationen som utför båda uppgifterna, vilket också underlättar särkopplingen av kontroll och samarbetsrelation.

För att ytterligare skapa förtroende för kontrollen, i både producenters och konsumenters ögon liksom i andra intressenters såsom miljörelsen eller forskargrupper, har samtliga tre studerade märkningar också någon form av ackreditering för att säkra trovärdigheten. Krav var med att starta den av miljörelsen drivna ackrediteringen IOAS, men gick 2006 över till det av EU organiserade ackrediteringsregelverket där statliga myndigheter utför ackreditering i respektive medlemsland. Dessutom är Krav medlem i ISEAL Alliance som också utför årliga kontroller på sina medlemmar i syfte att säkra trovärdigheten. Svanen och Bra Miljöval är båda med i medlemsorganisationen GEN som utvecklat en kontrollfunktion utifrån peer-review principen där medlemmar kontrollerar varandra och där ett viktigt referensdokument för godkänd kontroll är den internationella standarden ISO 14024 som anger kriterier för tredjepartsorganisationer. Dessa ackrediteringar och medlemskap skapar legitimitet och trovärdighet, i egna såväl som i omvärldens ögon – kanske inte så mycket för konsumenterna som sällan är medvetna om ackrediteringarnas innebörd eller existens, men desto mer för producenter och miljögrupper, som ett sätt att säkerställa att det handlar om professionell och kompetent märkning utförd enligt etablerade normer och regler för att säkerställa kvaliteten.

Förutom dessa organisatoriska lösningar, som möjliggör särkoppling och trovärdighet, kan man också se kommunikativa lösningar, som möjliggör för märkningsorganisationerna att vara olika saker samtidigt och bli trovärdiga i rollen som samarbetspartner och allierad för alla involverade aktörer. Dessa kommunikativa lösningar kan beskrivas i termer av tre olika berättelser, tre olika sätt att prata om vad man gör och varför.

Den första historien – *märkningsorganisationen som miljökampe* – handlar om att sätta miljön först; märkningsorganisationen är i första hand en del av miljörelsen och drivs av idealism och engagemang, snarare än att vara en vinstdriven affärsorganisation. En medarbetare på Bra Miljöval beskriver hur de ”alla har en sådan respekt för vad vi gör



här, att det är miljön, i slutändan, som vi tänker på och bryr oss om”, medan exempelvis Svanens vd berättar att Svanen vill vara märket som ”konsumenterna kan lita på, den märkningen som fungerar bäst, och som producenterna kan leva med, den standard som gör det möjligt att tillverka en miljövänlig produkt till en rimlig kostnad, så att vi verkligen kan förändra marknaden”. Även om märkningsorganisationerna i praktiken är ekonomiskt beroende av producenterna, så gör denna idealism och detta genuina miljöengagemang att man ändå har möjlighet att trovärdiggöra ett tillräckligt mått av integritet för att konsumenten ska kunna tro på att kundrelationen med producenten inte korrupperar kontrollen och gör den meningslös.

Den andra berättelsen, eller versionen av vem man är, handlar om relationen med producenten och underlättar förtroendet mellan producent och märkningsorganisation – *märkningsorganisationen som producentens hjälpreda*. Denna berättelse är inte ämnad för konsumenterna i första hand och är därför sällan förekommande i kampanjer eller på hemsidor, utan snarare i den direkta interaktionen med producenterna. Hur man från Svanens sida beskriver relationen med producenterna ger ett exempel på detta.

*”Nu har vi jobbat ganska mycket för att även fast vi är statliga och har haft ett statligt uppdrag så försöker vi arbeta väldigt marknadsanpassat och fritt. Så vi har lyckats tvätta bort den statliga tråk- och byråkratstämpeln. [...] så det märker man om man kommer hit som producent, att det är inte den mentaliteten här. Det första vi talar om för dem när de kommer hit är ’vi vill att ni ska tjäna pengar på en miljöanpassad produkt, det är vårt huvudmål i vår relation. Ni klarar våra krav och ni ska tjäna pengar’. Det är liksom ’Jesus, är det det ni vill? Det var bra!’ [...] Vi är inte ute efter att straffa dem eller ha moraliska synpunkter på dem eller hänga ut dem. Vi vill bara att de ska lyckas under förutsättningen att de tar fram en bra miljöprodukt, och vi kommer att göra allt för att de ska lyckas, vi hjälper dem med press och reklamkampanjer, tar emot kundklagomål, vi ställer upp på det mesta för att det ska fungera.”*

(vd Svanen)

På ett liknande sätt beskriver certifieringsorganisationerna, som exempelvis de som anlitas av bönder som vill bli Kravmärkta, hur en kontroll i praktiken inte är svartvit eller en jakt på möjligheter att sätta dit producenterna för att de inte lever upp till märkningens kriterier, utan att det i praktiken är en mer interaktiv process, där syftet i första hand är att hjälpa producenterna att bli bättre inte att leta fel. Därigenom skapas bättre förutsättningar för att faktiskt samarbeta med och påverka producenterna till att bli mer miljövänliga, snarare än att upplevas som en antagonist.

Den tredje berättelsen riktas mer specifikt till konsumenterna och handlar desto mer om kontroll – *märkningsorganisationen som ett påtryckningsmedel*. Märkningsorganisationerna beskrivs snarast i termer av miljöpoliser, som är aktiva och avgörande



för att utöva påtryckningar på producenterna, och därigenom marknaden och utbudet, att bli mer ekologiskt och hållbart. Detta är en berättelse om övervakning och kontroll, som gör det möjligt för märkningsorganisationerna att så långt det är möjligt vakta och valla producenterna i önskad riktning, kort sagt ett verktyg för konsumenter och miljörelsen att förmå eller rent av tvinga producenterna till ökad miljövänlighet. Här framhävs inte gråzonerna och det förtroliga samarbetet med producenterna, utan snarare tuffa kriterier som kontinuerligt skärps, och producenten är om inte misstrodd, så åtminstone inte en förtrogen, vilken konsumenten med märkningens hjälp kan puffa i rätt riktning. Kort sagt, ett medel för konsumenten att utöva sin konsumentmakt till att göra världen mer hållbar och ekologisk, där märkningsorganisationen blir konsumentens och miljörelsens förtrogne i denna strävan.

Genom att använda sig av dessa tre berättelser, som ju alla på sitt sätt är sanna och ett sätt att förstå vad märkningsorganisationerna gör och vilken roll de har, och i viss mån hålla dem åtskilda, så blir det också möjligt för märkningsorganisationerna att leva upp till de motsägelsefulla krav som rollen som mellanhand ställer på dem och i praktiken bli allas förtrogne. Därigenom kan förtroende, misstroende och kontroll samexistera i relationen till producenter och konsumenter. En förutsättning är dock just att berättelserna hålls separerade och inte berättas i alla forum och för alla parter. Den första och sista berättelsen kommuniceras i det offentliga rummet, medan den andra framförallt framförs mellan fyra ögon – märkningsorganisationens och producentens. Eftersom konsumenten inte är medveten om den andra berättelsen upplever man inte märkningsorganisationen som motsägelsefull. Producenten, å andra sidan, kommer kunna ta del av alla tre berättelserna, vilket skulle kunna underminera märkningsorganisationens trovärdighet som välvillig samarbetspartner. Ett möjligt sätt att undvika detta är att låta den tredje berättelsen om kontroll ur producentens synvinkel vara en berättelse inte om märkningsorganisationens egentliga inställning till producenter, utan om deras sätt att övertyga konsumenterna om märkningens värde och oberoende. Den kontroll som märkningsorganisationerna utför kan således tolkas inte som ett tecken på deras misstroende, utan som ett nödvändigt ont för att övertyga konsumenterna.

Sammanfattningsvis kan således de motsägelsefulla krav som skapas av märkningsorganisationens position som mellanhand och den roll som allas förtrogne som denna position i sin tur leder till, sägas lösas på två sätt: dels *organisatoriskt* och dels *kommunikativt*:

1. *Organisatoriskt* genom att särkoppla kundrelation och kontroll, antingen inom samma organisation eller genom att dela upp dessa aktiviteter i olika organisationer, och vidare säkerställa kvaliteten och legitimiteten i märkningen genom ytterligare certifieringar och ackrediteringar i internationella kontroll- och samarbetsorganisationer.
2. *Kommunikativt* löser man motsägelserna genom att berätta tre olika versioner eller berättelser om vem man är och vad man gör: miljökampe, producenthjälpreda eller konsumentpåtryckningsinstrument. Genom att använda sig av dessa berättelser blir det

möjligt att bli trovärdig i både konsumenters och producenters ögon och vidare att ge tolkningsramar för de aktiviteter som utförs, exempelvis kontroller och ekonomiska transaktioner, så att de inte underminerar förtroendet för märkningsorganisationen eller märkningen.

Märkningsorganisationens roll som mellanhand är motsägelsefull, eftersom man måste bli trovärdig som allas förtrogne. Lösningen på detta är organisatorisk och kommunikativ särkoppling.

## 5.1 Teoretisk relevans

Flera slutsatser kan dras från de studier som har presenterats och de analyser som gjorts inom projektet ”Kan vi lita på certifiering?”. Som ett svar på den efterfrågan på studier av kontrollens organisering som uttrycks inom forskning om transnationell reglering, både gällande certifiering och ackreditering, identifierades i den inledande kartläggande studien två huvudsakliga sätt att organisera kontrollen: *separationsmodellen* respektive *kombinationsmodellen* (Kenne et al. 2013). Modellerna existerar parallellt, men en trend kan observeras mot att märkningar som startats enligt kombinationsmodellen övergår till den alltmer dominerande separationsmodellen som legitimeras av EU (Gustafsson & Tamm Hallström 2014). Detta var fallet med Krav, men det finns exempel också i andra länder (Kenne et al. 2013).

En annan trend som är kopplad till separationsmodellen gäller ackrediteringen, där flera märkningar följer den väg som den internationella medlemsorganisationen IFOAM valde när organisationen avyttrade sin ackrediteringsverksamhet till den separata organisationen IOAS. EU legitimerar även denna organisering som grundar sig på långtgående specialisering; den som skriver certifieringsstandarder ska inte vara densamma som utför certifiering, på samma sätt som den som skriver ackrediteringsstandarder inte ska vara densamma som utför ackreditering. I den gjorda kartläggningsstudien blev det tydligt att IFOAM skrev standarder medan IOAS utförde ackrediteringen (Kenne et al. 2013). Andra exempel observerades i samma studie, såsom FSC för hållbar skogsbruksmärkning som inledningsvis hade en egen ackrediteringsfunktion inom samma organisation (FSC) som skrev både certifierings- och ackrediteringsstandarder, men som kring 2007 valde att avyttra ackrediteringsfunktionen till den separata organisationen Accreditation Services International (ASI). Ytterligare ett exempel är den internationella märkningsorganisationen Social Accountability International (SAI) som vid samma tidpunkt avyttrade sin ackrediteringsfunktion till den separata organisationen Social Accountability Accreditation Services (SAAS). Även genom studien av organiseringen av CE-märkta leksaker, blev en långtgående specialisering tydlig (Gustafsson 2015).

En uppfattad konsekvens av den långtgående specialiseringen som drivs inom märkningar och olika nivåer av kontroller, är att varje regleringsmoment kan effektiviseras genom att varje enskild organisation utför en mycket begränsad uppgift och blir specialiserad på den. I fallet Krav var det detta argument som lyftes fram som positivt, med hänvisning till Kravs anpassning till EUs regelverk Nya metoden. Ett annat positivt argument som observerades i Kravfallet var att organiseringen med fristående certifieringsbolag som var specialiserade enbart på kontrollarbete, möjliggör samcertifiering vilket minskar den ekonomiska bördan för bönder då de kan certifiera sig enligt flera standarder av en och samma revisor. Logiken är att

en bonde som vill certifiera sig enligt Krav men samtidigt också till exempel enligt ledningssystemstandarder som ISO 9001 och ISO 14001 bara behöver anlita ett enda certifieringsbolag som skickar en revisor som således vid ett och samma tillfälle kan utföra en samcertifiering för samtliga standarder. Ytterligare en fördel med EU-modellen med ackreditering utförd av en nationell myndighet i respektive medlemsland var, enligt vissa, att språket förenklades. Det behövdes inga översättningar till engelska, vilket hade krävts när det var den engelskspråkiga ackrediteringsorganisationen IOAS som utförde all ackreditering i olika länder.

Andra intressenter uppfattade samtidigt flera nackdelar med detta sätt att organisera märkning och kontroll. En kritik som kom fram i studien av Krav var att ackrediteringskontroll utförd av ett specialiserat ackrediteringsorgan som Swedac i Sverige, eller motsvarande myndigheter i andra EU-länder, uppfattades som mindre ”kompetent” och mindre insatt i sakområdet (som i detta fall var ekologiskt jordbruk). Vad som också blev tydligt i studien av Krav, men även i studien av CE-märkta leksaker, var att ansvarsfördelningen blev oklar när specialiseringen ökade och många olika organisationer var inblandade i långa kontrollkedjor. Många upplevde också att dessa kontrollstrukturer som involverade en mängd olika, specialiserade organisationer var svåra att överblicka och över huvud taget förhålla sig till för en intresserad konsument, handlare, producent eller annan typ av intressent.

En slutsats som kan dras efter dessa resonemang är att separationsmodellen ligger väl i linje med den organisationslösning för kontroll som premieras och legitimeras av EU, vilken bygger på hög specialisering och arbetsdelning liksom att ackreditering helst bör falla under statens ansvar. Vidare bygger denna lösning på ett starkt marknadsideal, dels genom den starka tilltron till marknaden för certifiering som en specialiserad kontrollfunktion oavsett område (ofta med en ledningssystemansats i certifieringsarbetet), dels uppfattningen om den Nya metodens betydelse för en effektiv global handel. Flera intressenter som medverkade under Kravs tidiga utveckling var, som diskuterats tidigare, kritiska till den utveckling som följde, samtidigt som många uppfattade att det var en lämplig utveckling som ledde till ökad legitimitet och stärkt position för märkningen. Att denna organisationslösning för kontroll lett till en eskalerande organisering råder dock inga tvivel om, vilket således bekräftar men också tydliggör slutsatser som dragits om eskalerande misstroendespiraler liksom effekter av kompletterande regleringar (re-reglering) som uppstår när marknader avregleras. De här effekterna har också diskuterats inom forskning om förtroendeväktare (Shapiro 1987), finansiell redovisning (Power 1997, 2003) och transnationell reglering (Djelic & Sahlin-Andersson 2006).

Genom de två andra fallstudierna – om Bra Miljöval och Svanen – blev det samtidigt tydligt att kombinationsmodellen i flera fall ändå lever vidare. Den eskalerande formaliseringen och organiseringen observeras även i den typ av märkningsorganisationer som valt kombinationsmodellen, även om den inte är fullt lika specialiserad och långtgående som till exempel i fallet med Krav. Ser man närmare på Bra Miljöval

och Svanen blir det tydligt att det finns viss variation beroende på att de valt något olika vägar för hur de organiserar sin kontroll. En avgörande skillnad tycks finnas i ägarskapet: Svanen ägs och drivs av det statliga bolaget Miljömärkning Sverige, men har en bakgrund i SIS som är den svenska medlemmen i ISO, medan Bra Miljöval är en del av Naturskyddsföreningen som är en miljöorganisation som tydligt markerar sitt oberoende från både partipolitik och näringsliv. Studien av Svanen visar att denna märkningsorganisation gentemot licenstagare (som de definierar som ”kunder”) profilerar sig som ett bolag som med sina tjänster kan hjälpa licenstagarna att öka sina konkurrensfördelar och därmed sin vinst – en ”producenthjälpreda” som diskuterades tidigare. Det statliga ägandet är inte ett centralt argument som kommuniceras gentemot licenstagare, men väl något som lyfts fram i kommunikationen gentemot slutkonsumenter (”kundernas kunder”). Svanen arbetar också tydligt med en ledningssystemansats, både gällande den egna verksamheten som är certifierad enligt både ISO 9001 och ISO 14001, och i dialog med inköpare som är medlemmar i Svanens företagsnätverk för inköpare, liksom erbjuder olika utbildningar om miljöarbete generellt och Svanen specifikt.

När det gäller Bra Miljöval observeras ett annat förhållningssätt. Under de första åren på 1990-talet fanns ett uttalat samarbete med butiker, eftersom märkningen växte fram ur ett gemensamt initiativ att utveckla metoder för konsumenter att göra bra miljöval i butik. Efter att det avtal som slöts mellan Naturskyddsföreningen och dagligvaruhandeln hade löpt ut, intog Bra Miljöval en mer oberoende hållning gentemot intressenter i omgivningen. Detta gäller även producenter som ofta för dialog med experter på Bra Miljöval under arbetet med att utveckla och revidera kriterier. Bra Miljöval är noga med att betona att även om kriterieutvecklingsarbete måste ske i dialog med berörda och relevanta intressenter, är det de egna experterna som ”håller i pennan” och fattar de slutliga besluten om kriteriernas innehåll. Vidare driver Naturskyddsföreningen, liksom kansliet som hanterar Bra Miljövalsmärkningen, linjen att det är för konsumenterna man finns till, man är en ”grön konsumentombudsman” och inte en samarbetspartner med företag och näringsliv – vilket diskuterades ovan i termer av miljöorganisationen som ”konsumentpåtryckningsinstrument”. När det gäller utbildning och information som kommuniceras utåt skiljer sig Bra Miljöval också från Svanen genom att Naturskyddsföreningen informerar och försöker skapa opinion för ökad användning av miljömärkningar mer generellt utan att lyfta fram det egna märket specifikt. Krav och Svanen lyfts ofta fram i denna information, som exempel på bra märkningar som konsumenter bör leta efter. När Svanen kommunicerar kunskap och information om märkningar, gäller det främst det egna märket Svanen.

En slutsats från fallstudierna är sammanfattningsvis att samtliga tre studerade märkningsorganisationer uppvisar någon grad av eskalerande organisering gällande kontrollen, men för de organisationer som följer separationsmodellen blir utvecklingen tydligare och starkare. När det gäller miljömärkningsorganisationer som valt att organisera sig enligt kombinationsmodellen går det vidare att konstatera att det finns olika sätt att kommunicera sin identitet och att samtliga märkningsorganisationer har flera parallella historier som kommuniceras åt olika intressenter på olika sätt.

Studierna visade att Bra Miljöval och Svanen gjorde olika val gällande den identitet de kommunicerar utåt och, beroende på dessa val, påverkas de förväntningar som ställs på märkningsorganisationerna liksom de organisatoriska lösningar för trovärdighetsskapande som blir möjliga att använda. Medan Bra Miljöval tydligt kommunicerade att de var en del av Naturskyddsföreningen som är oberoende från både partipolitik och näringsliv, valde Svanen att kommunicera en identitet av ett miljöengagemangdrivet men också bilden av ett rationellt och modern bolag.

En slutsats som kan dras av den gjorda studien av konsumenters förståelse av och förtroende för olika märkningar är att även om kontrollsystemen inte saknar betydelse, är det inte i första hand på dem som konsumenternas förtroende bygger. Studien visar att det i stället är märkningsorganisationens och de märkta producenternas upplevda värderingar och drivkrafter som avgör om märkningen kan anses som pålitlig. Om man upplevs som värderingsdriven och genuint miljömedveten kan även producenter själva eller butiker agera förtroendeväktare, antingen genom att skapa en märkning eller genom att personligen gå i god för det man säljer (förutsatt att man har en personlig relation till konsumenten). För att en märkning ska fungera i handeln krävs inte bara att det finns kriterier och en kontrollorganisation som ser till att kriterierna efterföljs av de producenter som tillverkat och odlat de varor som bär märkningen; det krävs även att det märke som symboliserar märkningen får ett innehåll och en mening. Detta kan till viss del ske i butiken, genom att konsumenterna relaterar märkningen till andra varor och andra märken och information, men framförallt sker det genom att andra parter, som upplevs som oberoende och pålitliga, exempelvis företrädare för miljörelsen, forskargrupper eller andra konsumentföreningar, berättar vad märkningen står för.

Ytterligare en slutsats från denna studie är att den kontrollorganisering, som syftar till att skapa en trovärdig märkning med hänvisning till konsumenters trygghet att handla på marknader, inte drivs av påtryckningar från just konsumenter. Konsumenterna känner inte till denna organisering och visar inte något större intresse för detaljerna kring den. Den eskalerande organiseringen är således viktig för märkningsorganisationer generellt sett, men drivkrafterna till att denna organisering utvecklas på det sätt den gör kommer från annat håll än från konsumenter. I Kravfallet observerades till exempel att framväxten av en internationell ackrediteringsfunktion drevs på genom oro bland producenter (bönder) och certifieringsbolag som uppfattade en osäkerhet och misstro kring hur seriöst bönder och certifieringsbolag arbetade i andra länder.

Vi kan också se att märkningsorganisationernas position som mellanhand mellan producenter och konsumenter i sig ställer krav på dem, nämligen att de på ett trovärdigt sätt behöver kunna framstå som alla parter förtrogna. Märkningsorganisationen behöver kunna förena de till synes motsägelsefulla kraven på att å ena sidan vara en ekonomiskt beroende leverantör och samarbetspartner till producenten och å andra sidan en trovärdig och oberoende garant ur konsumenternas perspektiv. En jämförelse mellan Krav, Bra Miljöval och Svanen visar att märkningsorganisationerna löser detta problem på två sätt:

Det första sättet är genom *organisatorisk särkoppling* där man antingen delar upp kriterieutveckling och kontroll i olika organisationer, genom att anlita en oberoende kontrollant, eller låter olika personer i märkningsorganisationen stå för kontroll respektive kundrelation. Kvaliteten och oberoendet i kontrollen, som gör märkningen trovärdig både för dem själva och för andra, säkerställs sedan genom ackreditering och certifiering från internationella samarbetsorganisationer. Detta perspektiv ger således ytterligare en förklaring till den komplicerade organisation som märkningar som arbetar enligt separationsmodellen i praktiken visar upp.

Den andra lösningen skapas genom *kommunikativ särkoppling* vilket innebär att man framför olika berättelser om vem man är och vad man gör – miljökampe, producent-hjälpreda eller konsumentpåtryckningsinstrument – till producenter respektive konsumenter. Ingen av dessa berättelser är nödvändigtvis mer sann än någon annan, utan kan snarare ses som olika sätt att förstå märkningsorganisationerna och vad de gör. Genom att tillhandahålla dessa tolkningsramar blir det möjligt för märkningsorganisationerna att framstå som en trovärdig allierad för såväl miljö rörelse och konsumenter som för producenter.

## 5.2 Praktisk relevans

Som nämndes inledningsvis motiverades det projekt som redovisas i denna rapport utifrån ett behov av kompletterande kunskap om miljömärkningar. Det konstaterades att den information som vanligen sprids om miljömärkningar, till exempel i form av beskrivningar på märkningsorganisationers egna hemsidor eller jämförelser och rangordningar av olika märkningar vilka görs av andra organisationer, forskargrupper och miljöengagerade aktörer, inte alltid ger en fullständig bild av miljömärken och vad som karaktäriserar dem. De aspekter som främst fokuseras i befintliga beskrivningar av miljömärken och miljömärkningsorganisationer handlar om de kriterier som står bakom olika miljömärken, det vill säga de krav som ställs och som behöver uppfyllas. Det är också brukligt att det nämns att det finns en ”rigorös kontrollapparat” som understödjer märkningen, men vad som däremot sällan lyfts fram är hur kontrollen är organiserad och utförs. Bilden som förmedlas blir därmed alltför ensidig och förenklad, vilket gör att producenter, detaljhandelsföretag och konsumenter inte har ett tillräckligt underlag för att ta informerade beslut.

Samtidigt är det påtagligt, vilket har visats i den här rapporten, att kontrollarbetet är ett oerhört centralt och resurskrävande arbete, både för märkningsorganisationer i deras strävanden att uppfattas som trovärdiga och för producenter som är den part som blir kontrollerad. Som det också har diskuterats i denna rapport brottas märkningsorganisationer med ett grundläggande dilemma kring (o)beroende, vilket driver mycket av den eskalerande organisering som observerats i de studier som gjorts inom projektet. Denna organisering gör bilden av märkningsverksamhet mer komplex och därmed svår att sammanfatta i en enkel presentation eller använda för att göra jämförelser och rangordningar.



De punkter som representerar huvudresultaten i projektet ”Kan vi lita på certifiering?”, vilka presenterades inledningsvis i denna rapport, är ett försök att ändå skapa en lista med överblickbar kunskap om den observerade komplexiteten:

1. Ett grundläggande dilemma för märkningsorganisationer ligger i att uppfattas som trovärdiga i rollen som oberoende kontrollant, samtidigt som det finns ett ekonomiskt beroende gentemot de kunder som kontrolleras.
2. Märken är symboler som behöver fyllas med mening för att fungera som förtroendeverktyg. Meningsskapande blir således en central uppgift för märkningsorganisationer som därmed har möjlighet att bli ”förtroendeväktare”.
3. I miljömärkningssammanhang bottenar förtroende i att avsändaren uppfattas som seriös, kunnig, omutbar och noggrann gällande kontrollen av producenter, men också att miljömärkningsorganisationen uppfattas tillräckligt nära och välkänd för konsumenten. Om inte förtroendeväktaren uppfattas tillräckligt trovärdig kan ytterligare en förtroendeväktare behövas, som en garant för garanten.
4. Märkningsorganisationer kan ha olika ägare och olika sätt att organisera kontrollen, men har vanligen det gemensamt att märkningen består av fyra grundläggande beståndsdelar: kriterieutveckling, certifiering, märkning och ackreditering.
5. Det finns två grundläggande modeller för hur man organiserar kontrollen av en märkning: separationsmodellen och kombinationsmodellen.
6. Statlig auktoritet har stor tyngd för ”förtroendeväktare” i märkningssammanhang, men är inte nödvändig eller ens den starkaste formen av auktoritet.
7. Märkningsorganisationens ägarskap och kommunicerade identitet påverkar vilka metoder som blir möjliga att använda för trovärdighetsskapande.
8. Kontrollförmåga är inte avgörande för märkningsorganisationers trovärdighet. Förmågan att agera ”förtroendeväktare” grundar sig snarare i att man upplevs som en värderingsdriven verksamhet som inte enbart drivs av vinstintresse.
9. En fungerande miljömärkning, med förmåga att påverka miljömedvetna kunders köpbeteenden, kräver inte bara en fungerande kontrollorganisation utan också att någon, helst en oberoende tredje part, ger själva märkningssymbolen mening.
10. Märkningsorganisationens roll som mellanhand är motsägelsefull eftersom man måste bli trovärdig som allas förtrogne. Lösningen på detta är organisatorisk och kommunikativ särkoppling.



Genom dessa sammanfattande punkter är förhoppningen att producenter, handlare och konsumenter kan bli mer informerade om miljömärkningarnas komplexitet och de drivkrafter som finns bakom olika organisatoriska lösningar i denna typ av verksamhet. Genom att ha denna kunskap med sig i dialog med andra intressenter blir det möjligt att uppfattas som en trovärdig samtalspart. Kunskapen begränsas inte till en ”svart låda” eller toppen av ett isberg, utan bygger på insikter om den komplexitet som faktiskt döljer sig under ytan av det lilla märket som är placerat på produkter eller producenters hemsidor. Genom sådan kunskap blir det också möjligt för enskilda personer och organisationer att inta ett kritiskt förhållningssätt, vilket behövs för att kunna bedöma nya märkningar som dyker upp och påståenden som kommuniceras om dessa, och inte enbart förlita sig på analyser och bedömningar som görs av andra organisationer (förtroendeväktare) som man uppfattar som kunniga och trovärdiga. På detta sätt kan handlare också öka sin roll som trovärdiga förtroendeväktare gentemot sina kunder.

Butikens roll i denna process ska heller inte underskattas – när konsumenten skapar sig en bild av hur trovärdig en märkning är ingår också det förtroende man har för den aktör som ligger bakom märkningen eller står som garant för dess trovärdighet. Om butiken är tillräckligt trovärdig kan den rent av ersätta märkningen som garant för miljövänlighet och hållbarhet. Det kan paradoxalt nog alltså vara så att om man som handlare har en tillräckligt stark miljöprofil, och kan vara trovärdig i att miljöengagemang inte bara är ett utslag av affärstänk utan av ett genuint miljöengagemang, så behöver man inga miljömärkningar för att övertyga konsumenterna om att det man säljer är ekologiskt. Om butiken å andra sidan saknar en sådan trovärdighet, och upplevs som affärsdriven i första hand, så blir det inte bara nödvändigt att garantera miljövänlighet genom en märkning – man kommer också att sakna den trovärdighet som är nödvändig för att skapa en egen märkning. Istället blir man beroende av fristående märkningar, gärna sådana som framstår som oförvitliga med nära kopplingar till miljörelsen som garant snarare än staten (med andra ord; Krav och Bra Miljöval snarare än Svanen och EU-blomman). Kundens uppfattning om butikens miljöengagemang kommer därför ha stor påverkan på hur viktiga märkningar blir, och vilka märkningar som fyller sitt syfte, för att kunden ska lita på att det de köper verkligen är ekologiskt och övertyga de miljömedvetna kunderna om att köpa dessa varor.

### 5.3 Idéer till fortsatt forskning

Tidigt i rapporten konstaterades det att det finns en stor kunskapsbrist om organiseringen av kontroll när det gäller miljömärkningar och om betydelsen av denna organisering i termer av hur märkningsverksamheten uppfattas av olika intressenter. En hypotes som funnits i projektet är att organiseringen verkligen spelar roll, inte bara för märkningars funktion och ”effektivitet” (till exempel vad som fokuseras i en märkning, liksom hur krav kontrolleras och följs upp), utan också för deras legitimitet och trovärdighet. När det gäller märkningars legitimitet och trovärdighet har flera slutsatser dragits om att ägarskap och kommunicerad identitet är av stor betydelse. Resultaten gällande sambandet mellan kontrollens organisering och märkningens funktion, effektivitet och

samhälleliga konsekvenser har inte varit lika tydliga beroende på att detta samband legat utanför ramen för detta forskningsprojekt. Däremot är det angeläget att i kommande projekt undersöka detta närmare. I det sammanhanget blir det intressant att undersöka ansvarsfrågor närmare, det vill säga hur ansvarsfördelningen ser ut för olika märkningar liksom hur ansvarsutkrävande egentligen går till.

En vidare fråga för fortsatt forskning är relationerna mellan de olika aktörerna i det märkningsorganisatoriska landskapet som berörts i viss utsträckning i denna rapport, men som skulle kräva ytterligare studier för att verkligen förstås och förklaras. Hur upprätthålls oberoendet, givet de nära samarbeten och ekonomiska beroenden som finns mellan producenter och olika kontrollorganisationer? Vilken roll spelar medlemskapet i olika överbyggnadsorganisationer för den praktiska verksamheten? I de gjorda studierna som här presenterats, observerades att särkoppling möjliggör både skeptisk kontroll och förtroligt samarbete med producenterna, men det är troligt att man genom att studera dessa närmare skulle få ett mer nyanserat svar på hur de olika rollerna kombineras – inte minst handelns roll som del i organiseringen och skapandet av miljömärkningar, vilket i tidigare forskning om miljömärkningar sällan har studerats. Vilken roll kan eller förväntas handeln spela i utvecklingen mot ett mer hållbart samhälle där miljömärkningarna blivit ett centralt verktyg? För att angripa sådana frågor utgör resultaten från projektet ”Kan vi lita på certifiering?” en given utgångspunkt.

# Referenser

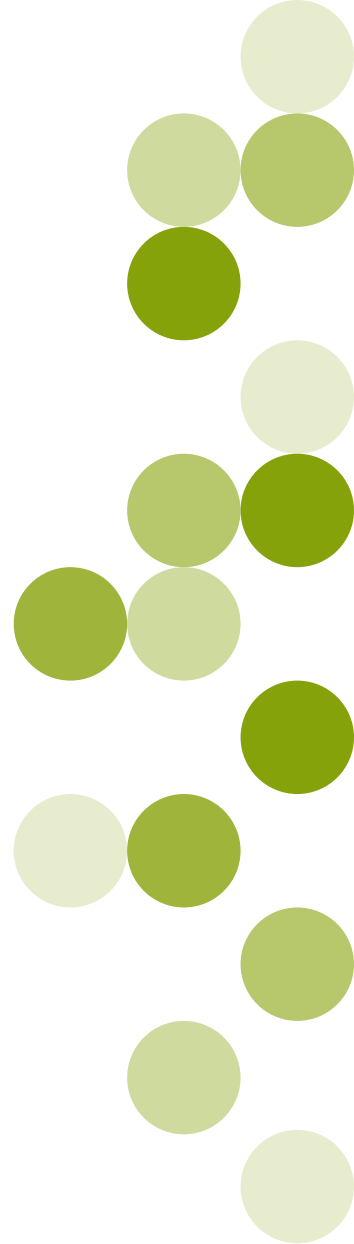
- Akerlöf, G. A. (1970). The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), pp. 488–500.
- Antle, J. M. (1995). *Choice and efficiency in food safety policy*. Washington D.C.: The AEI.
- Bartley, T. (2007). Institutional emergence in an era of globalization: The rise of transnational private regulation of labor and environmental conditions. *American Journal of Sociology*, 113 (2), pp. 297–351.
- Bartley, T. (2011). Certification as a mode of social regulation. I: Levi-Faur D (red.). *Handbook on the Politics of Regulation*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Bernstein, S. och Cashore, B. (2007). Can non-state global governance be legitimate? An analytical framework. *Regulation and Governance*, 1, pp. 1–25.
- Boli, J. (1999). Conclusion: World authority structures and legitimations. I: Boli, J. och Thomas, G. (red.). *Constructing World Culture – International nongovernmental organizations since 1875*. Stanford, USA: Stanford University Press.
- Boli, J. (2006). The rationalization of virtue and virtuosity in world society. I: Djelic, M-L. och Sahlin-Andersson, K. (red.). *Transnational Governance. Institutional dynamics of regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boström, M. och Klintman, M. (2008). *Eco-standards, Product Labelling and Green Consumerism*. Palgrave Macmillan.
- Botzem, S. (2012). *The politics of accounting regulation: Organizing transnational standard setting in financial reporting*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Chapman, C. och Peecher, M. E. (2011). Worlds of Assurance. *Accounting, Organizations and Society*, 36, pp. 267–68.
- Cochoy, F. (2007). A sociology of market-things: on tending the garden of choices in mass retailing. *The Sociological Review*, 55 (October), pp. 109–129.
- Cutler, C., Haufler, V. och Porter, T. (red.) (1999). *Private Authority and International Affairs*. Albany: State University of New York Press.

- Djelic, M-L. och Sahlin-Andersson, K. (red.) (2006). *Transnational Governance. Institutional dynamics of regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dubuisson-Quellier, S. (2013). A market mediation strategy: How social movements seek to change firms' practices by promoting new principles of product valuation. *Organization Studies*, 34 (5–6), pp. 683–703.
- Fayol, H. (1916). *Industriell och allmän administration*. Översättning 2008 av Holmblad Brunsson, K., Stockholm: Santérus förlag.
- Gambetta, D. och Bacharach, M. (2001). Trust in Signs. I: Cook, K. S. (red.). *Trust in society*. New York: Russell Sage Foundation.
- Grettve, S. (2014). Bra Miljöval. En fallstudie av ett miljömärkes förtroendearbete. Score rapportserie 2014:2. Stockholm: Score.
- Gustafsson, I. (2015). Leksaker och CE-märkningar – Det mobila ansvaret. Score rapportserie 2015:3. Stockholm: Score.
- Gustafsson, I. och Tamm Hallström, K. (2014). Constructing authority in transnational governance – rationality, hierarchy and state involvement in the world of certification standards. Rapport presenterad på konferensen *The Phenomenology of Organizations: A SCANCOR Celebration of the Work of John Meyer*, 25–27 september 2014, Boston, MA.
- Hall, R. B. och Biersteker, T. (red.) (2002). *The Emergence of Private Authority in Global Governance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jacobsson, B. och Sahlin-Andersson, K. (2006). Dynamics of soft regulations. I: Djelic, M-L. och Sahlin-Andersson, K. (red.). *Transnational Governance. Institutional dynamics of regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jamal, K och Sunder, S. (2011). Is mandated independence necessary for audit quality? *Accounting, Organizations and Society*, 36, pp. 284–92.
- Jeacle, I. och Carter C. (2011). In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society*, 36, pp. 293–309.
- Kenne, A., Lindqvist, B. och Tamm Hallström, K. (2013). Krav på KRAV. En studie om hur och varför KRAV förändrat sättet att organisera sin märkningskontroll under perioden 1985–2012. Score rapportserie 2013:3. Stockholm: Score.
- Kenne, A., Lindqvist, B. och Tamm Hallström, K. (2013). Kontrollorganiseringens mångfald. En kartläggning av hållbarhetsmärkningars kontrollorganisering internationellt och nationellt i Sverige. Score rapportserie 2013:5. Stockholm: Score.

- Krav (2014). Marknadsrapport 2014. Uppsala: Krav Ekonomisk Förening.
- Latour, B. (1987). *Science in action*. Cambridge MA, USA: Harvard University Press.
- Loconto, A. och Busch, L. (2010). Standards, Techno-Economic Networks and Playing Fields: Performing the Global Market Economy. *Review of International Political Economy*, 17 (3), pp. 507–536.
- Loya, T. och Boli, J. (1999). Standardization in the world polity: Technical rationality over power. I: Boli, J. och Thomas, G. (red.), *Constructing World Culture – International NGOs since 1875*. Stanford, US: Stanford University Press.
- Marx, A. (2011). Global governance and the certification revolution: Types, trends and challenges. I: Levi-Faur, D. (red.). *Handbook on the Politics of Regulation*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. och Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20 (3), pp. 709–734.
- Meyer, J. och Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83 (2), pp. 340–63.
- Nordiska Rådet (2014). The coexistence of two Ecolabels – The Nordic Ecolabel and the EU Ecolabel in the Nordic Countries. I: *TemaNord*, 2014:525. Conference Proceeding.
- Näslund, L. och Tamm Hallström, K. (2014). ”I trust they’re checking” – the role of eco-labels in reducing consumer uncertainty. I: *30th EGOS Colloquium*. Rotterdam, The Netherlands.
- Näslund, L. och Tamm Hallström, K. (kommande). Being everybody’s accomplice: trust and control in eco-labeling. I: Six, F. och Verhoest, K. *Trust in regulatory regimes*. Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar.
- Potts, J., Lynch, M., Wilkings, A., Huppe, G., Cunningham, M. och Voora, V. (2014). The State of Sustainability Initiatives Review 2014: Standards and the Green Economy. Winnipeg, Canada: International Institute for Sustainable Development.
- Power, M. K. (1997). *The Audit Society: Rituals of Verification*. Oxford: Oxford University Press.
- Power, M. K. (2003). Auditing and the production of legitimacy. *Accounting, Organizations and Society*, 28, pp. 379–394.

- Power, M. K. (2011). Assurance worlds: Consumers, experts and independence. *Accounting, Organizations and Society*, 36, pp. 324–326.
- Shapiro, S. P. (1987). The social control of impersonal trust. *The American Journal of Sociology*, 93 (3), pp. 623–658.
- Spence, M. A. (1974). *Market Signaling: Information Transfer in Hiring and Related Screening Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tamm Hallström, K. (2004). *Organizing International Standardization: ISO and the IASC in quest of authority*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Tamm Hallström, K. (2008). ISO expands its business into Social Responsibility (SR). I: Boström, M. och Garsten, C. (red.). *Organizing Transnational Accountability. Mobilization, Tools, Challenges*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Tamm Hallström, K. och Boström, M. (2010). *Transnational Multi-Stakeholder Standardization. Organizing fragile non-state authority*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Tamm Hallström, K. och Adamsson, E. (2015). Den eskalerande organiseringen bakom skapandet av en trovärdig miljömärkning – exemplet Svanen. Scores rapportserie 2015:2. Stockholm: Score.
- Walgenbach, P. (2001). The production of distrust by means of producing trust. *Organization Studies*, 22 (4), pp. 693–714.
- Weber, M. (1948). *Ekonomi och samhälle – förståelsesociologins grunder*. Vol. 1 och 3. Lund, Sweden: Argos.





Handelns Utvecklingsråd  
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm  
Telefon 010-471 85 46  
[www.hur.nu](http://www.hur.nu)