

Scores rapportserie 2014:2

## Bra Miljöval

En fallstudie av ett miljömärkes förtroendearbete

Sofie Grettve

**SCORE**

STOCKHOLM CENTRE FOR  
ORGANIZATIONAL RESEARCH

# Bra Miljöval

En fallstudie av ett miljömärkes förtroendearbete

Sofie Grettve

[sofie.grettve@score.su.se](mailto:sofie.grettve@score.su.se)

Scores rapportserier 2014:2  
ISBN 978-91-89658-82-0

Stockholms centrum för forskning om offentlig sektor  
106 91 Stockholm  
[www.score.su.se](http://www.score.su.se)



## **Abstract**

The present study examines the Swedish eco-label Good Environmental Choice (Bra Miljöval); an eco-label that has attained great recognition in Sweden since its initiation in 1989. The focus of the study is on the control function behind this particular label and how the criteria writing and control mechanism are organized. Good Environmental Choice is operated by the Swedish Society for Nature Conservation (Naturskyddsföreningen). One of the aspects that distinguish Good Environmental Choice from many other contemporary eco-labels, such as KRAV, FSC and Fairtrade, is that the control of compliance with the criteria is kept internally within the organization. The same person, or group of people, who have been participating in the process of writing the criteria, or standard behind the label, may carry out the control. Thus, the way Good Environmental Choice organizes its eco-label, differs from the norm that has evolved during the past decades with clearly independent regulatory functions: standard setting by one actor, certification by private companies specialized in the control function, and accreditation of certification firms by yet another actor. Given the divergent organization of this particular eco-label, the study uses a qualitative approach and investigates how the particular way of organizing the Good Environmental Choice label has evolved, how it has been justified, and how people engaged in its organization perceive their work. In the discussion, possible explanations are proposed for the high levels of recognition and credibility of this particular eco-label. Some of the challenges of this way of organizing eco-labels are also reflected upon. At a general level, the study contributes to nuance the knowledge about the workings of certification labels and the prominent position they have today in bridging the gap of trust between consumers and (often distanced) producers.

# Bra Miljöval

## En fallstudie av ett miljömärkes förtroendearbete <sup>1</sup>

Sofie Grettve

### Introduktion

#### *Övergripande problem*

*Det finns numera väldigt många olika miljömärkningar för alla konsumenter att välja bland. Dessutom känns det som det kommer fler och fler. Det borde inte ens behövas några miljömärkningar utan alla varor, produkter och all mat borde vara tillverkade utifrån det miljömässigt bästa alternativet. Så är det dock inte och miljömärkningar behövs därför att vi som handlar skall kunna välja de produkter i affären som har så liten miljöpåverkan som möjligt. (www.miljomarkt.se)*

Citatet ovan är hämtat från introduktionen på en av många internethemsidor för rådgivning om miljömärken. Här påminns konsumenter om den alltmer krävande rollen att vara en bra konsument – det går inte att lita på att alla varor och tjänster som erbjuds är ”goda” ur miljöhänseende eller utifrån ett socialt rättviseperspektiv. Ett sätt att sortera mellan bra och dåliga varor och tjänster ur miljöhänsyn är att välja dem med miljömärken, vilket innebär att någon annan, trovärdig miljömärkningsorganisation går i god för att varorna och tjänsterna följer en viss standard. Men som diskuteras i denna rapport, är miljömärkningsarbete inte helt okomplicerat. Det finns osäkerhet och misstro även här, inte minst när det, som citatet antyder, kommer fler och fler märken. Hur vet man som konsument vilketärke som man verkligen kan tro på? I föreliggande rapport läggs uppmärksamheten på arbetet med att organisera kontrollen som utförs av en sådan extern part som går i god för att märkta varor ”håller måttet”, det vill säga en miljömärkningsorganisation. Det handlar om Naturskyddsföreningens märkning Bra Miljöval som utgör en av de mest kända och spridda miljömärkningarna i Sverige idag.

En egenskap som märkningsorganisationer och certifieringsbolag generellt ofta önskar framhäva är att deras märken fungerar som *förtroendeverktyg* på marknader (Lindeberg, 2007). Där kunskapsmässiga och geografiska avstånd försvårar interpersonellt förtroende mellan producenter och konsumenter kommer, enligt detta resonemang, märken eller certifikat in som ett verktyg för att överbrygga ett tomrum. Produkten som säljs av märkningsorganisationerna och certifieringsbolagen är med andra ord ett verktyg genom vilket den som köper det (märket) erhåller förtroende från potentiella kunder. Ett annat sätt att se på märkningar är som ett styrinstrument för hantering av risk och anseende, som är del av ordinarie företagsledning (Marx, 2010). Genom att låta märka sina produkter, eller kräva att samarbetsparter märker sina varor eller tjänster, signalerar företag att de vidtagit åtgärder för att förebygga icke önskvärt beteende. För märkningsorganisationerna finns därmed

---

<sup>1</sup> Föreliggande rapport är skriven inom projektet *Kan vi lita på certifiering?* som finansieras av Handels Utvecklingsråd och leds av docent Kristina Tamm Hallström på Score under perioden 2012–2014.

huvudsakligen två parter att övertyga: producenterna som märker sina verksamheter och/eller produkter, samt konsumenterna som köper de märkta produkterna. En grundläggande fråga som man kan ställa i detta sammanhang, och som också står i fokus för denna rapport, är: *Hur jobbar märkningsorganisationer för att göra sina märken trovärdiga som förtroendeverktyg, eller helt enkelt, hur gör de sig trovärdiga på förtroendemarknaden?* De som ska övertygas är som sagt både producenter och konsumenter, men som bekräftats i denna studie finns också andra parter, som detaljhandeln, vars stöd och vilja att samarbeta är avgörande för ett märkes framgång.

Det finns flera tänkbara egenskaper i en märkning som gör den trovärdig. En aspekt rör den typ av organisation som utvecklar standarderna eller kriterierna för själva märkningen. Statliga organisationer har statlig auktoritet, vilket i standardskrivande sammanhang visat sig skapa trovärdighet (jfr Tamm Hallström & Boström, 2010). Här ser vi exemplet Svanen som är ett nordiskt, mellanstatligt samarbete. Många standardiserings- och märkningsorganisationer idag är dock icke-statliga organisationer som International Organization for Standardization (ISO), KRAV, Bra Miljöval, Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Social Accountability International (SAI) och Fairtrade International (FLO). När miljöorganisationer står bakom en märkning pratar man ibland om att märkningen har symbolisk auktoritet. Allt oftare är märkningar och standardiseringsorganisationer organiserade genom ett partssammansatt samarbete (engelska multi-stakeholder), det vill säga att de har ett brett deltagande i det standardskrivande arbetet, vilket också antas ge legitimitet åt arbetet (Boström, 2006).

En annan aspekt som ofta framhävs som betydelsefull är att det finns en tredjeparts kontroll kopplad till märkningen, det vill säga en oberoende part som utför kontroller på de organisationer som vill märka sina produkter, för att kontrollera att kriterierna uppfylls på ett korrekt sätt. Oberoendet handlar mestadels om att någon annan än producenterna och konsumenterna utför kontrollen, vilket därmed kan innebära att en märkningsorganisation både beslutar om kriterier och utför kontrollen om dessa är uppfyllda eftersom märkningsorganisationen är, så att säga, frikopplad från konsumenterna och producenterna.<sup>2</sup> Under senare decennier har det emellertid utvecklats en stark norm om att kontrollen ska utföras av en part som är separerad och oberoende både från den som kontrolleras och från den som skriver och beslutar om kriterier. Här kommer således certifieringsbolag in, vilka är fristående bolag som specialiserar sig på själva kontrollen som utförs av anställda certifieringsrevisorer.

The New Approach, som är den EU-reglering som finns kring standarder, certifiering och ackreditering, bygger på denna norm om separation mellan kriterieskrivande och kontroll av standardföljande, men denna norm har även fäste på andra områden utanför EU, som exempelvis vid certifiering utifrån standarder som FSC, MSC och SAI (Tamm Hallström & Gustafsson 2012). I vissa fall har certifieringen byggts upp från start som en fristående funktion som utförs av andra än de som skriver standarder, som är fallet med exempelvis FSC och MSC (Tamm Hallström & Boström, 2010). I andra fall har märkningsorganisationer startats med både standardskrivande och certifierande funktioner inom en och samma organisation, som var fallet med det svenska märket KRAV och det internationella märket Fairtrade, men som sedan i linje med ovan nämnda norm valt att separera certifieringen till fristående bolag (Thedvall, 2010; Tamm Hallström, 2012). Ett argument som framhävs för en

---

<sup>2</sup> För en annan definition av tredjeparts certifiering, där tredje parts certifiering förklaras som certifiering utförd av en tredje part i förhållande till både de som skriver standarderna och de som kontrolleras, se Marx 2010.

separat certifieringsfunktion har varit att öka trovärdigheten för märkningen. Denna norm har även vunnit kraft i tolkningen av ISO Guide 65 som sätter ut generella krav för produktcertifieringsorgan.<sup>3</sup>

I denna studie undersöks Bra Miljöval som är ett svenskt miljömärke som likt KRAV har haft stor genomslagskraft och erkännande i Sverige.<sup>4</sup> Bra Miljöval drivs vid avdelningen Handla Miljövänligt inom Naturskyddsföreningen, och har funnits sedan 1989. Bra Miljöval skiljer sig på ett avgörande sätt från flertalet märkningar idag genom att man valt att *inte* separera certifieringsfunktionen utan i stället bevara den internt inom organisationen. Som jag kommer att diskutera nedan är det inom Bra Miljöval handläggarna som både projektleder arbetet med att utveckla kriterierna för respektive produktområde och som utformar kontrollen inför licensgivningen, och i vissa fall också utför själva kontrollen. Detta gör det intressant att undersöka Bra Miljöval närmare. Studiens fokus ligger med andra ord på hur Bra Miljöval organiserar och arbetar med denna interna kontrollfunktion som genom att vara just intern skiljer sig från den gängse metoden bland andra svenska, stora miljömärkningar: att separera kriterieskrivande och kontroll med hänvisning till märkningens trovärdighet.<sup>5</sup> Syftet är att undersöka hur Bra Miljöval ur trovärdighetssynpunkt motiverar den valda organiseringen med intern kontroll och licensiering liksom hur arbetet med att kombinera kriterieskrivande och kontroll går till, för att därmed vidareutveckla kunskapen om kontrollorganiseringens roll vid det förtroendeskapande arbetet med märkningar.

#### *Disposition av fallstudie*

I metodavsnittet beskriver jag kort de metodval och den datainsamling som legat till grund för denna studie. Därefter kommer en kortare redogörelse för problematiseringen bakom de frågeställningar som fallstudien bygger på. Då märkningar och framförallt miljömärkningar har studerats i en rad olika sammanhang klargörs var denna fallstudies fokus ligger. Analyser av märkningar som ”politiska verktyg”, uttryck för ”konsumentmakt” eller ”kollektiv aktivism”, för att nämna några teman som förekommer i forskningslitteraturen om märkningar, är visserligen av allmänt intresse för denna studie på så vis att dessa aspekter påverkar hur de som arbetar med Bra Miljöval ser på sitt arbete. Fokus för denna studie ligger dock, som sagt, på hur Naturskyddsföreningen organiserar sitt miljömärkningsarbete. Den empiriska insamlingen har därför också främst tagit fasta på miljömärkningsorganisationen Bra Miljövals arbete med märkning som ”förtroendeverktyg”. För den som är intresserad finns i bilaga 1 en sammanfattning av ett mindre urval av studier som berört Svenska Naturskyddsföreningen och Bra Miljöval.

Den empiriska redogörelsen behandlar följande områden: Naturskyddsföreningens bildande och utveckling, initiativet att starta en miljömärkning, kriterieframtagandet och kontrollen. Återigen, då intresset för denna studie framförallt ligger på hur man arbetar med kontrollen bakom märkningen är empirin även tyngre här. I avsnittet som följer skiftar fokus för den empiriska redovisningen från en beskrivning av föreningen och miljömärkningsarbetet till hur man inom Bra Miljöval ser på sitt märkningsarbete. Frågor som berörs är bland annat för vem man menar att märkningen görs, vad det är man inom föreningen tycker styr märkningsarbetet, vilka intressenter man inom organisationen ansett och anser som centrala

---

<sup>3</sup> ISO/IEC Guide 65:1996, General requirements for bodies operating product certification systems.

<sup>4</sup> En tidigare fallstudie av organisationen KRAV, del av rapporten *Uppstickaren KRAV:s väg mot EU:s regelverk*, genomfördes vid Score under sommaren 2012.

<sup>5</sup> Bra Miljöval inte är ensam i denna organisering, men i Sverige är ett fall som skiljer sig från andra hos konsumenter välkända märkningar som till exempel KRAV och TCO Development.

att samarbeta med och vad man inom föreningen tror ligger bakom märkets höga anseende på marknaden.

Avslutningsvis återvänder jag till den grundläggande frågan om hur man inom Naturskyddsföreningen arbetar med att skapa trovärdighet bakom Bra Miljöval, och föreslår i och med detta tre förklaringar genom vilka man kan förstå hur Naturskyddsföreningen arbetat med att skapa förtroende och därmed lyckats få genomslag i sitt märkningsarbete trots den annorlunda organiseringen av kontrollen.

## Metod och datainsamling

För studien har jag använt mig både av sekundärlitteratur, i form av tidigare studier av Naturskyddsföreningen och Bra Miljöval, och primärkällor, som dokument och rapporter tillhandahållet via Naturskyddsföreningens kansli och hemsida. Jag har intervjuat nio personer under sammanlagt åtta intervjutillfällen, deltagit i en butiksrevision och ett lokalt föreningsårsmöte (Naturskyddsföreningens lokala Stockholmskrets årsmöte).

Sex av de intervjuade personerna arbetade som handläggare på Handla Miljövänligts kansli i Göteborg. Dessa intervjuer varade mellan 40 minuter och cirka 1 ½ timme, och alla intervjuer utom en (intervjun i samband med butiksrevisionen) spelades in och transkriberades. Under butiksrevisionen fördes stödanteckningar som sedan skrevs rent och korrigerades av handläggaren ifråga. Kortare mailkorrespondens har skett vid två tillfällen för förtydligande av frågor som kommit upp under intervjuernas gång. Intervjuer utfördes också med representanter från en konsumentförening, handeln och branschorganisationen Svensk Dagligvaruhandel.

Personerna som deltog i de tidigare intervjuerna valdes ut med hänvisning till deras engagemang i miljömärkningsarbetet och/eller roll inom Naturskyddsföreningen, men jag har också låtit mig guidas av rekommendationer och spontana kontakter som uppkommit under studiens gång. Den primära kontakten med Handla Miljövänligts kansli har varit med nyckelpersonerna i utvecklingen och arbetet med Bra Miljöval.

Butiksrevisionen utfördes på butikskedjan Willy's i Stockholm tillsammans med en av handläggarna från Handla Miljövänligts kansli. Detta gav möjlighet att både observera det praktiska förfarandet vid revision och, efter revisionen var avslutad, samtala med den ansvariga handläggaren. Samtalen under och efter butiksrevisionen spelades inte in men anteckningar fördes kontinuerligt och skickades senare till handläggaren i fråga för verifikation.

I ett tidigare skede utförde jag en intervju med en representant från en konsumentorganisation då jag önskade få inblick i hur konsumenterna – de som genom sina köp avgör om miljömärkta produkter blir köpta eller ej – ser på Naturskyddsföreningens märkningsarbete.

Slutligen närvarade jag vid Naturskyddsföreningens lokala Stockholmskrets årsmöte. Årsmötet och framförallt de diskussioner som fördes i samband med detta var intressanta då Naturskyddsföreningens utåtriktade arbete där blev tydligt, liksom medlemmarnas engagemang på lokal nivå.



## Problematisering och kunskapsbidrag

Projektet och föreliggande fallstudie bidrar teoretiskt till aktuell organisationsforskning om transnationell reglering med särskilt fokus på standarder och märken som har en tillhörande certifieringsfunktion kopplad till sig, men anknyter också till kritisk redovisningsforskning om revision samt varumärkesforskning om hur förtroende för symboler kan uppstå genom andra mekanismer än interpersonellt förtroende. Inom forskning om transnationell reglering har märkningar och certifiering diskuterats som exempel på icke-statliga, marknadsdrivna regleringsinstrument (Cashore, 2002). Utvecklingen mot alltmer reglering har förklarats som ett resultat av nationella staters misslyckande och/eller oförmåga att reglera inom vissa områden. En oförmåga antas, med andra ord, finnas hos de nationella staterna att hantera komplexa, transnationella problem (Bodansky, 1999; Pierre & Peters, 2005; Bäckstrand et al., 2010). Ett mycket omskrivet regleringsinitiativ är skogscertifieringen där FSC utgör ett välstuderat exempel (jfr Bernstein & Cashore, 2007; Johannson, 2013 med flera) FSC certifierar skogsbolagens skogsbruk och utfärdar även certifieringar som gäller spårbarhet: produkter som kan spåras tillbaka till granskade skogsbruk märks.<sup>6</sup> Produktmärkningar, som FSCs produktmärkning för spårbarhet, som har ett kontrollmoment, en certifiering, knutna till sig har ökat markant under de senaste decennierna (Marx, 2010). De områden inom vilka certifieringar förekommer har likaså blivit fler. Man har i vissa fall talat om en certifieringsrevolution (Conroy, 2007; Bartley, 2007). Förvånansvärt lite har däremot forskats om hur själva granskningen (certifieringen) utförs, och hur den uppbyggs för att framstå som trovärdig. Detta, trots att kontrollmomentet är något som framhävs som en grund för märkets trovärdighet.

Märkning eller certifiering har också diskuterats i relation till politiskt påverkansarbete. Märkningarna ses här som exempel på politiska verktyg genom vilka organisationerna bakom märkningarna söker att socialt och miljömässigt reglera den globala marknaden. Det vill säga, de som tar fram och arbetar med märkningar försöker inte bara att skapa en nischmarknad för hållbara produkter utan, enligt detta argument, också aktivt främja sina normer som lämpliga och legitima på den globala marknaden (Bernstein & Cashore, 2007). Micheletti menar att utvecklingen mot en ökad användning av märkningar i politiskt påverkansarbete kan ses som ett alternativ till traditionellt engagemang genom politiska partier och intressegrupper. Medborgare är uppmuntrade att artikulera och driva sina frågor gentemot samhället, den privata sfären och myndigheter genom marknaden snarare än genom de traditionella demokratiska procedurerna (Micheletti et al., 2004). Märkningar underlättar genom att de tillåter konsumenter att fokusera en komplex blandning av ställningstaganden till ett beslut avseende ett märke på en produkt.

Forskningen om märkningar som verktyg att påverka politiskt bidrar visserligen till att förklara varför märkningar och certifieringsstandarder finns och klargör olika intressen som medverkar till spridningen av dem. Däremot är den mindre användbar för att förstå vad som skiljer olika märkningar i kampen om att uppfattas legitima och uppnå auktoritet. För detta lämpar sig mer organisationsinriktade studier av standardiserings- och märkningsorganisationer. Utifrån ett organisationsperspektiv har en intressant dubbelhet noterats när det gäller märkningsorganisationernas arbete med att skapa trovärdighet (Näslund & Tamm Hallström, 2013). Producenterna, som frivilligt ska låta sig kontrolleras för att

---

<sup>6</sup> Vad gäller produktmärkningen framhåller man på FSCs hemsida att syftet med märkningen är att kommunicera att de produkter som bär märkningen har blivit producerade i enlighet med nationella och lokala lagar som rör miljöhänsyn, skogsbruk och ekonomi, bindande internationella överenskommelser samt FSC:s särskilda regler, se <http://se.fsc.org/>, hämtad 2013-08-15.

kunna märka sina produkter, ska övertygas om värdet av märkningen. Samtidigt så måste märkningsorganisationen övertyga konsumenterna om märkningens trovärdighet *och* om att det för konsumenterna finns ett mervärde i att köpa och betala för märkta produkter. Ett potentiellt dilemma för en märkningsorganisation är att man både vill framstå som en god samarbetspartner gentemot producenter och därmed inte vara för hård, samtidigt som det gentemot konsumenter torde vara viktigt att visa att man är just hård och strikt i sina regler och med sin kontroll.<sup>7</sup> Det blir därmed intressant att undersöka hur märkningsorganisationer som fått alltmer genomslag, men som också får alltmer konkurrens, hanterar denna dubbelhet. Hur arbetar man med att övertyga dessa olika intressenter om värdet av märkningen? Hur förhåller man sig inom märkningsorganisationerna till denna dubbelhet? När det gäller många av de andra större hållbarhetsmärkningarna både i Sverige och i övriga världen, har denna dubbelhet lösts genom att kontrollen separerats från märkningsorganisationen och i stället utförs av fristående certifieringsbolag. På så sätt kan märkningsorganisationen koncentrera sig på att kommunicera gentemot kunder, medan det framför allt är certifieringsbolag som har en nära relation till producenter. Denna lösning har, som diskuterats ovan, Bra Miljöval inte valt, vilket gör denna märkning särskilt intressant att undersöka.

Studien utgår från ett sociologiskt perspektiv, ursprungligen baserat på Max Webers tankar (Weber, 1946) om att fenomen som förtroende, expertis och legitimitet skapas och uppstår när människor interagerar (Black, 2008). Med denna utgångspunkt är förtroende något som institutionaliseras genom vårt agerande. Legitimiteten hos och förtroendet för Bra Miljöval som märke diskuteras därmed med utgångspunkt av vad de personer och organisationer som berörs av märkningen tycker. En avgränsning har dock gjorts till att undersöka hur Bra Miljöval förhåller sig till dessa aktörer, snarare än hur andra, externa aktörer uppfattar Bra Miljöval. Det vill säga, hur organisationen själv, de som arbetar med och fattar beslut om märkningen Bra Miljöval uppfattar legitimiteten och trovärdigheten bakom märket.

I bilaga 1, Tidigare Forskning, ges en redogörelse för några av de publikationer som varit till särskild nytta i utformandet av föreliggande studie. Sammanfattningen utger sig inte för att vara uttömmande, utan bör snarare ses som ett hjälpmedel att förstå de frågeställningar och den information som legat till grund för insamlandet av empirin om Naturskyddsföreningen och dess märke Bra Miljöval. Magnus Boströms fallstudie av Naturskyddsföreningen (publicerad separat som Scorerapport, Boström, 1999) som var en del av Boströms avhandling *Miljörelsens Mångfald* har bland annat bidragit med historiskt perspektiv på hur Naturskyddsföreningens miljömärkningsarbete vuxit fram. Cecilia Bratts avhandling från 2011 *Assessment of Eco-Labeling and Green Procurement from a Strategic Sustainability Perspective*, som följer, har likaså varit intressant då Bratt analyserar processen bakom Bra Miljövals kriterieskrivande från ett strategiskt hållbarhetsperspektiv. Johanna Johansson diskuterar hur legitimitet för en viss sorts certifiering, skogscertifiering, skapas i sin avhandling *Constructing and contesting the legitimacy of private forest governance: The case of forest certification in Sweden* (2013). Johansson berör frågan om kontrollorganisationen bakom miljömärkningar, vilket också är föreliggande studies fokus. Slutligen nämns Michelle Michelletts studie av Bra Miljöval i *Political Virtue and Shopping* (2003) då denna studie gett inblick i det politiska klimat inom vilket Bra Miljöval initierades.

---

<sup>7</sup> Här bör det noteras dock, att hårda krav och kontroll också är viktigt för producenterna – om inte Bra Miljöval korrekt kontrollerar att kraven är uppfyllda kan en konkurrent få licens på felaktiga grunder.

## Miljömärkningen Bra Miljöval – bakgrund och organisation

### *Svenska Naturskyddsföreningen*

Svenska Naturskyddsföreningen bildades 1909 och är därmed en av de äldsta miljöorganisationerna i Sverige. Initialt var syftet bakom föreningens arbete att skydda det Svenska kultur- och naturlandskapet från industrisamhällets konsekvenser och negativa påverkan. Initiativtagare var mestadels herrar från den akademiska medelklassen och fokus var, som namnet antyder, på bevarandefrågor snarare än miljöskydd (Boström, 1999).<sup>8</sup> Under 1960-talet utvecklades föreningen från att ha haft en mestadels rådgivande roll till att bli mer av en opinionsbildande folkrörelse (Lundqvist, 1971). Detta tycks vara en genomgående ådra i föreningens fortsatta arbete, vilket bland annat illustreras av utåtriktade aktiviteter som *Miljövänliga veckan* och *Klädbytdagen*, vilka är aktiviteter som organiseras av avdelningen Handla Miljövänligt. Naturskyddsföreningen beskriver sig själva som Sveriges äldsta och största ideella, demokratiskt uppbyggda natur- och miljöorganisation och menar att detta är en av de saker som särskiljer Naturskyddsföreningen från till exempel Greenpeace och WWF.<sup>9</sup> Det vill säga, en av de aspekter som man ser som unik är den demokratiska decentraliserade organisationsstruktur som föreningen vilar på. Naturskyddsföreningen är uppbyggd av 273 kommunkretsar som finns spridda över hela landet, samt 24 länsförbund. Det högsta beslutande organet i föreningen är riksstämman där varje medlem har rätt att närvara med yttrande- och förslagsrätt. Varje länsförbund har rätt att sända ett ombud och varje lokal krets, som räknas som en egen juridisk person, har minst ett röstberättigat ombud.<sup>10</sup> Riksstämman utser en styrelse som leder riksföreningens arbete och styrelsens arbete får i sin tur stöd av ett kansli med cirka 90 anställda. Kansliet ligger i Stockholm, och i Göteborg där avdelningen Handla Miljövänligt arbetar med Bra Miljöval. I likhet med andra miljöorganisationer har Naturskyddsföreningen ingen partipolitisk profil.

### *Initiativet att starta en miljömärkning*

#### Utvecklingen från hyllmarkering till produktmarkering

Bra Miljöval, och därmed Naturskyddsföreningens arbete med miljömärkning, initierades genom ett samarbete mellan dagligvaruhandeln och föreningen 1990. Författarna Fredrik Holm och Bo Thunberg hade tillsammans med Anders Friström, nyanställd redaktör på Naturskyddsföreningens förlag, väckt idén att skriva en bok för att svara på den ökade mängd frågor som föreningen börjat få från folk som ringde in och undrade vad de som individer kunde göra åt miljöproblemen.<sup>11</sup> Resultatet blev boken *Handla Miljövänligt! Vardagshandbok för en bättre miljö* som publicerades för första gången år 1988. Boken byggde på en tidigare skrift som Naturskyddsföreningen gjort tillsammans med Miljöförbundet Jordens Vänner om klorblekt papper, och innehöll främst tips och idéer om hur man som konsument fattade de bästa besluten från miljösynpunkt.<sup>12</sup> Om initiativet och själva publikationen säger man inom Bra Miljöval idag följande.

*Den var ju ganska rudimentär i sitt sätt att peka ut produkter som är bättre eller sämre. Jag tror att [författarna] i princip gick ut och gissade och tittade på innehållsförteckningar. Det fanns ingen djup analys bakom produkters sammansättning utan en mer principiell syn på saker; vad är det som man kan, utifrån vad man kan läsa sig till redan idag, göra för urval? [...] Så boken var*

---

8 För en mer ingående diskussion om skiftet inom Naturskyddsföreningen från natur- till miljöfrågor, se Micheletti, 2003.

9 Naturskyddsföreningens årsredovisning 2011.

10 Naturskyddsföreningens stadgar 2011.

11 M. och Å. Ottosson, *När konsumenterna tog makten*, Naturskyddsföreningens årsbok 2009.

12 Naturskyddsföreningens och Miljöförbundet Jordensvänner skrift "Oblekt papper för miljöns skull!", 1983.

*ju tung på rådgivning om ett allmänt tänkesätt och sen ganska konkret när det gäller produktkategorier [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Initialt handlade således Naturskyddsföreningens märkningsarbete inte om produktmärkning, utan fokus var snarare på att ge råd till enskilda individer, hur man som konsument eller inköpsansvarig skulle tänka för att genom sina inköp göra mindre skada på miljön. Det var, med andra ord, ett verktyg för att göra bättre val.

Dagligvarukedjorna upplevde en stark efterfrågan från konsumenterna på rådgivning kring sortimentet. Man ansåg att en neutral part med hög trovärdighet skulle kunna formulera konkurrensneutrala kriterier vilket i sin tur skulle vara mer effektivt, än om dagligvarukedjorna skrev enskilda kriterier för varje butikskedja. Själva märkningen började som en hyllkantsmärkning, där Naturskyddsföreningen ställde kraven, producenterna ansökte, föreningen bedömde varorna och handeln såg till att rätt etikett sattes framför rätt varor.

*ICA arbetade med att gå igenom sitt sortiment och skriva publikationer om hur de tänkte när det gällde t.ex. förpackningar och kemikalier. Kooperationen arbetade också med sortimentsgenomgång och inledde också arbetet med att utveckla kriterier som ett stöd för inköpare [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

De kooperativa konsumentföreningarna, vars huvudorganisation var Kooperativa Förbundet (KF), genomförde ett omfattande miljörådslag bland sina medlemmar som gav tydliga signaler om önskad inriktning på arbetet. Arbetet leddes av KFs miljösekreteriat. I och med samarbetet med Naturskyddsföreningen överläts pågående kriteriearbeten till Naturskyddsföreningen och blev en grund för kriteriearbetet för Bra Miljöval.<sup>13</sup>

1989 startades kontoret i Göteborg och arbetet organiserades som ett projekt. 1992 lanserades pilgrimsfalken som symbol med texten Bra Miljöval som logga och hyllkantsmarkeringarna ersattes därmed av en produktmarkering.<sup>14</sup> Ett av skälen bakom denna utveckling var att systemet med hyllkantsmarkering var opraktiskt. Tryckta produktguider blev "sanningen" ute på marknaden om vilka produkter som var märkta. Det fanns ett behov av att kontinuerligt uppdatera guider och underlag till datasystemen som styrde ut hyllkantsetiketterna, och det blev svårt att säkra att korrekta fysiska etiketter användes i butikerna. Även i de centrala registren, som fastslog vad som skulle markeras med etiketterna, kunde det ibland bli fel. Det blev lättare att via producenterna få med märket. Det är således intressant att notera att möjligheten att kontrollera att rätt varor stod under rätt märkning var ett viktigt argument i själva utformningen av märkningen.

### Finansieringen

Handeln bidrog till grundfinansieringen av systemet då producenter endast betalade en symbolisk ansökningsavgift under perioden med hyllkantsetikett. Med produktmärkningen infördes också licensavgift för att finansiera driftskostnaderna. Samarbetet med handeln löpte totalt under elva år. Föreningens ambition var inledningsvis att genom Bra Miljöval visa vägen för Svanen som initierats 1989 men som inte lanserade kriterier förrän 1992. Det fanns därmed inte några långsiktiga strategier eller framtidsplaner vad gäller själva märkningsarbetet inom Naturskyddsföreningen de första åren. Naturskyddsföreningen deltog i arbetet med Svanen under de två första åren. Därefter valde man dock att gå ut ur samarbetet

---

<sup>13</sup> Boström 1999.

<sup>14</sup> Micheletti menar att det geografiska avståndet mellan Stockholm och Göteborg delvis kan förklara hur Handla Miljövänligts kansli kunde utveckla en mer självständig profil, se Micheletti 2003.

då man bland annat hade synpunkter på hur kriterierna utvecklades, och genom Bra Miljöval fortsätta med sitt eget märke. Licensavgifterna sattes och har fortsatt att ligga på en nivå som gör det möjligt att täcka kostnaderna för märkningsarbetet. Bra Miljöval är å andra sidan ingen egen juridisk person med sluten ekonomi, utan resurserna som kommer in är del av Naturskyddsföreningens resurser, och därmed del av ekonomin inom organisationen som helhet. Detta ses som problematiskt i vissa sammanhang, eftersom prioriteringarna inom föreningen kan variera från år till år vilket gör långsiktig planering för själva märkningsarbetet svårt.

*[E]tt dilemma med att inte vara en egen juridisk person med sluten ekonomi, där man förfogar över sina egna resurser fullständigt, det är att prioriteringarna kan variera från år till år beroende på vad styrelsen tycker är det centrala. Och vi har ettårs budgetar även om vi har tvåårs stämmor. Så vi kan ha riktlinjer som löper i 4 år som revideras vid mellanårsstämman vilka ger långsiktig vägledning, men de ger ju aldrig detaljvägledning utan det är upp till styrelsen varje år och det beslutet tas högt upppe [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Det kan finnas en potentiell spänning mellan huvudorganisationen och miljömärkningsorganisationen som ibland manifesterar sig i olika syn på hur märkningsarbetet ska fortskrida. Då relationerna mellan märkningsorganisationen och licenstagarna är avtalsreglerad kan kriterier inte skärpas tidigare än den tid som är utsatt, oavsett om det finns önskemål om detta inom föreningen. Internt har detta ibland uppfattas som om Bra Miljöval inte representerar det som Naturskyddsföreningen då vill ska hända. Samtidigt tycker man på Handla Miljövänligts kansli att trycket från föreningens engagerade medlemmar är drivande och därmed positivt för märkningen.

*[V]i drivs ju hela tiden av det här att vara skarpa nog för att fortfarande kunna fungera som märkning och bli accepterad av de som märker sig, men också trovärdiga nog för att de mest ideologiska intressenterna ska känna att de står för det vi gör [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

I princip tas inga kontrollavgifter ut, även om det nuvarande systemet är under diskussion.<sup>15</sup> Under intervjuerna framkom dock att man inom Bra Miljöval ser det som om kontrollen, i princip, betalas av licensavgiften. Skulle man göra mer djupgående kontroller, eller snarare utforma kontrollen på ett sätt som skulle vara mer resurskrävande, skulle man också behöva ta ut högre avgifter. Finansieringen av kontrollverksamheten berördes också under diskussionerna om skillnaden mellan Bra Miljövals sätt att behålla kontrollen inom organisationen och andra märkningar, som KRAV, som lagt ut kontrollen på externa certifieringsbolag. Det fanns en medvetenhet om att det fanns problematiska aspekter med en utomstående certifieringsverksamhet som lever på att de tar betalt för att utföra kontrollen, och att det kan uppstå situationer där ett icke-godkännande kan leda till spänningar. Att ta betalt för att kontrollera, eller att lägga betalningen av kontrollen som en separat utgift snarare än som en del av licensavgiften, tycks med andra ord uppfattas som problematiskt.

### Produktområden

Idag finns kriterier för Bra Miljöval för textil, elenergi, fjärrkyla, värmeenergi, godstransporter, persontransporter, kemiska produkter, bil- och småhusförsäkringar, livsmedelsbutik, blomsterbutik och papper. Vissa inom föreningen menar att valet av produkter och tjänster som märkts till stor del påverkats av de tidiga diskussionerna man hade med handeln, då miljömärkningsarbetet initierades. Samarbetet med handeln hanterades

---

<sup>15</sup> Undantaget är om återbesök på grund av icke-åtgärdad avvikelse anses nödvändig, då en avgift tas ut för besöket.

genom en särskild styrelse vars roll det var att besluta om vilka kriterier som skulle utarbetas inom dagligvaruområdet. Det stod föreningen fritt att utveckla kriterier för andra områden givet att man finansierade det med andra medel än samarbetsmedlen. Första generationens kriterier var mindre komplexa och uppbyggda av få krav vilket gjorde kontrollen relativt ”bedömningslös”. Det som kontrollerades i papper eller tvättmedel märkt med Bra Miljöval var frånvaron av vissa kemiska produkter. Information som kunde verifieras genom labbrapporter och annan ”hård data”. Inom Naturskyddsföreningen menar man att valet av produkter som kan märkas med Bra Miljöval huvudsakligen är baserat på var märkningen, från miljösynpunkt, kan göra mest nytta. Det finns ingen ambition att göra kriterier för alla slags produkter utan syftet är snarare att hjälpa konsumenter välja där valet spelar stor roll.

Ett specifikt område som illustrerar detta är märkningen av försäkringar, vilket är ett av de nyare områdena. På Handla Miljövänligts kansli hade man länge diskuterat hur man skulle få in en fot på byggfirmor och bilverkstäder eftersom dessa var verksamheter med stor miljöpåverkan, men också verksamheter där det fanns potential att föra in tankar om återbruk. Kapitalförvaltning hade också diskuterats då valet av placeringar kan ha mycket stor indirekt verkan på miljön. Dessa två olika spår, bilverkstäder/byggfirmor och kapitalförvaltning, hade en gemensam koppling till försäkringar eftersom försäkringsbolag både förvaltar ett stort kapital och är stora kunder hos verkstäder och byggfirmor. Därmed kan de också i praktiken ställa tyngre krav än enskilda konsumenter. Valet att märka försäkringar var med andra ord ett strategiskt val baserat på tanken om bästa möjliga miljöpåverkan.

#### *Kriterieframtagande*

Arbetet med att utarbeta kriterierna för Bra Miljöval projektleds på Handla Miljövänligts kansli av sakkunniga inom det område som produktmärkningen berör, och gäller typiskt sätt i upp mot fem år. Varje sakområde har ansvariga handläggare som tack vare sin specialkompetens arbetar med det området. 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. Handläggarna kan också initiera en eller flera rapporter som kan ligga till grund för kriteriernas utformning. Det finns en tanke om att det inte ska vara bara en person som gör kriterierna, utan att det ska vara ett samarbete.

När kriterierna är klara skickas de ut på remiss för synpunkter till licenstagare, branschorganisationer, myndigheter och andra intressenter som miljömärkningsorganisationer. Många av dessa aktörer har man haft kontakt med under tidigare stadier av arbetet. Inom Bra Miljöval menar man att det är centralt för alla som arbetar med miljömärkning att ha god marknadsinsikt och kontakt med ett flertal aktörer under formulerandet av kriterierna. När kriterierna tillslut går ut på remiss är det, som ett resultat av detta, oftast inte några särskilda överraskningar för vare sig handeln, producenter eller myndigheter, även fast det alltid kommer att finnas synpunkter.

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 gemensam bas för medlemmarna i det globala miljömärkningsnätverket, *Global Ecolabelling Network* (GEN) i vilken man är medlem sedan 1996.<sup>16</sup> Remissförfarandet uppfattas som en

---

<sup>16</sup> Se GEN certifikat, hämtat 27.05.2013 via <http://www2.naturskyddsforeningen.se/upload/bmv/filer/bmv-genices-certificate.pdf>.

viktig del av processen, och man anser att det hjälper till att underbygga trovärdigheten, kvaliteten och tillämpbarheten av kriterierna hos producenterna. Producenternas synpunkter ses som viktiga och beaktas i allra högsta grad. Engagemanget hos enskilda producenter skiljer sig dock från område till område. Många producenter är väldigt miljöintresserade och tycker att miljömärkningsarbetet är viktigt, inte minst eftersom det är en del av deras verksamhet.

Vikten av att ha en bra dialog med producenterna är något som också återkommer i diskussionerna om själva kriterieskrivandet. Det måste finnas tillräckligt med tillgänglig teknik som inte är så kostsam för företag att verksamheten går under. Att ha insyn i hur produktutvecklingen är en fördel då kriterier skrivs, för att kunna föreslå gångbara alternativ.

*Det är väldigt viktigt att vi lyssnar på vad de [producenterna] säger, för det är ju ingen idé att göra kriterier som inte går att uppfylla [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Som nämnt ovan gäller kriterierna upp emot fem år innan de revideras. I början gjordes ändringar oftare då marknaden utvecklades snabbt, och man såg sig tvungen att skärpa kriterierna för vissa produkter oftare för att inte få en för stor andel märkta produkter. En fördel med att kriterierna får gälla lite längre är att processerna med att ta fram kriterier är relativt tunga och tidskonsumerande. Några inom Bra Miljöval menade vidare att man vill ge producenterna tid att känna att det är värt att konvertera sina produkter.

Enligt Bra Miljöval försöker man idag lägga kriterierna inom varje område på en nivå som gör att ca 25-30 % av produkterna ska kunna klara kraven. Tanken är att man ska få en tillräckligt stor andel märkta produkter så att konsumenterna ska kunna hitta miljömärkta alternativ i sina vanliga butiker, samtidigt som man vill föregå och så att säga visa vägen för skärpningar i lagstiftningen. Även om det inte finns konkreta belegg för att så faktiskt är fallet menar man att faktum att producenter ändrar sina produkter är ett starkt argument gentemot politiker att skärpa kraven i lagstiftningen inom respektive område. Med andra ord, finns det ingen som kommer att opponera en skärpning i lagstiftningen – för att de redan uppfyller kraven – är argumenten att inte lagstifta svaga.

På Naturskyddsföreningens hemsida lyfts även konsumenternas roll fram: ”När lagarna inte räcker till och företagen inte orkar, behövs medvetna konsumenter som väljer det som är bäst för miljön.” Vad gäller själva nivåerna på kriterierna dras också en parallell till lagstiftningsarbetet, och inom Naturskyddsföreningen är man öppen med att det inte alltid är lätt att lägga sig på rätt nivå trots att föreningen nu har flertal år bakom sig i miljömärkningsarbetet.

*Det handlar väldigt mycket om att förstå vad som är möjligt, och ställa det i relation till det som man tycker är måsten. Ur ett miljöperspektiv är det ingen svårighet att sätta upp en hierarki - det här är idealet - att sen optimera på hur långt man kan nå med hjälp av det här redskapet, det kräver lite fingertoppskänsla och insikter [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Enligt handläggarna var det också viktigt att kriterierna sattes på korrekt nivå då man såg märkningen, inte bara som ett styrmedel för de som låter märka sig, men också ett sätt att påverka producenter indirekt genom att sätta en ribba för vad som är acceptabelt ur ett miljöperspektiv.

Förutsättningarna för kriterieskrivandet och eventuella revideringar skiljer sig från område till område, då processen kan se väldigt olika ut beroende på vad det är som ska märkas. Om, inom en hel bransch, en viss företeelse inte har dokumenterats eller dokumenteringen har lämnats centralt, och det därför inte redan finns ett utvecklat system att rapportera, innefattar kriterieutvecklingsprocessen också förfrågningar och försök att samla in den typen av information. Att kriterierna i sig också påverkar hur licenstagarna ser på sin verksamhet är ytterligare något man framhäver. Det framhävs att desto fler generationer av kriterier som utvecklas, desto mer påverkan har Naturskyddsföreningen i hur branschen i fråga räknar eller lämnar statistik. Kriterierna på vissa områden har reviderats kontinuerligt samtidigt som det finns andra områden, som textilområdet, där de kriterierna som skrevs 1995-1996 fortsatte gälla fram till 2012, då den andra omgången kriterier blev antagna.

### *Kontrollen*

#### Övergripande kontrollstruktur

En rad kontroller utförs för att säkerställa att licenstagarna, de företag som använder sig av Bra Miljövals märkning, faktiskt uppfyller de kriterier som Bra Miljöval utfärdat för respektive produktområde, både vid ansökan om licens för att få använda sig av Bra Miljövals märke (en s.k. ansökningskontroll) och årligen därefter. När kriterierna revideras får licenstagarna söka om licens igen, enligt de nya kriterierna. Förutsättningarna för kriterier, bedömningar och kontroll med mera är olika inom de olika produktområdena, vilket gör det svårt att generalisera om den övergripande strukturen. Som nämnts ovan utförs kontrollen vid ansökan i princip av samma handläggare som är med och tar fram kriterierna. Detta under själva bedömningen av ansökan. För den årliga kontrollen används, inom de flesta områden, företagets eller licenstagarnas egna revisorer. Man har medvetet försökt utforma både kriterier och kontrollen 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. Detta skiljer sig från det sätt som exempelvis Svanen valt att arbeta där man använder sig av en poängmatris med en samlad bedömning av en produkts miljöpåverkan. Enligt en sådan poängmatrismodell kan vissa aspekter kompenseras mot andra, vilket representanter från Bra Miljöval menar kan skapa en viss flexibilitet som är positiv. Sättet som Bra Miljöval valt att arbeta har dock andra fördelar genom att deras arbetssätt gynnar transparens och reproducerbarhet. Transparens syftar på organisationens arbetssätt, och inte enskilda företags produktionsprocesser, och man är tydlig med att man inte lämnar ut några företagshemligheter, och att en av anledningarna till att man kan genomföra kontrollen på det sätt man gör är att producenterna har stort förtroende för organisationen bakom Bra Miljöval och Naturskyddsföreningen.

På samma sätt som kriterieframtagandet skiljer sig åt från område till område, skiljer sig som nämnt ovan också kontrollmomentet beroende av vad det är som kontrolleras. Av naturliga skäl krävs mer tid att bedöma kriterier som skrivs för första gången, så kallade förstagenerations kriterier, vid ansökningskontrollen än vad det gör att bedöma kriterier som har utvecklats över en längre period. Om det inte finns en "färdig modell" och kriterier ska utvecklas inom ett område som man inte har arbetat med alls tidigare bryter man ny mark. I en sådan situation 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 om 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 finns flera hundra produkter är, av naturliga skäl, annorlunda från de områden där det bara finns ett fåtal licenstagare.

Vad gäller de dokument som efterfrågas 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. Det är intressant att notera att revisorerna inte är miljörevisorer 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 utger sig för att ha medlemmar som är rådgivare och specialister inom hållbarhetsredovisning men, igen, det är en organisation för finansiella revisorer.

#### Två exempel: Textil och Livsmedelsbutik

Två områden där kontrollen av dokumentation, den så kallade formella kontrollen, kompletterats av andra kontrollmoment är märkningen av textil och livsmedelsbutiker. Kriterierna för båda dessa områden reviderades under 2012 och 2013. Då produktionen bakom textilier ofta innefattar ett antal led i en produktionskedja som vanligtvis sträcker sig över stora geografiska områden begär handläggare på Handla Miljövänligts kansli in dokumentation från flera fabriker. Processen i sig kan vara mer tidskrävande än inom andra områden då produktionen och därmed det som kontrolleras har en större geografisk spridning, och det därför kan ta tid att få fram all relevant information.

Kriterierna för butiksmärkning skiljer sig från textilmärkning, då denna märkning inte rör en geografiskt spridd verksamhet, men de kan samtidigt sägas ha en större vidd på så vis att de omfattar ett större aktivitets- eller verksamhetsområde: utöver kontrollen av enskilda produkters sammansättning omfattar de både butikernas eget miljöarbete och hur de arbetar gentemot konsumenterna. Med andra ord täcker de hur butikerna återvinner, arbetar med matspill, köper in el och arrangerar sina transporter samt hur deras sortiment av miljömärkta produkter ser ut. Kontroll av formell dokumentation, som inköpslistor och avtal med leverantörer, används men är inte tillräckligt för att kontrollera kriteriernas efterlevnad.

#### Märkning av Textilier

1994, två år efter Pilgrimsfalken och Bra Miljövals produktmarkering hade lanserats, arrangerades ett seminarium i Göteborg med representanter för textilsektorn mot bakgrund av att föreningen ville börja jobba med kriterier för textil.

Som nämnt ovan kom de första kriterierna för textil ut 1995. Inom Naturskyddsföreningen menar man att området var lite av ett gränsfall för märkning, men att det vid den tidpunkten låg i tiden att framställa så kallade eko-kollektioner och att handeln därför var intresserad av att man skulle ta fram en Bra Miljöval märkning också för textilier. Kraven sträcker sig från att omfatta produktens sammansättning till beredningen (inklusive specifika processteg), men berör också själva resursförbrukningen och avloppsreningen vid produktionen samt etiska och sociala företagskrav. Man använder sig även av andra certifikat men ställer då krav på att

dessa ska vara utfärdade av organisationer som i sin tur ska vara ackrediterade.<sup>17</sup> Man godtar i vissa fall GOTS som står för Global Organic Textile Standard som verifikation till en rad krav för den så kallade lägre nivån av kriterier (klass två) med hänvisning till att GOTS krav till stor del liknar de krav man själva ställer i sina kontroller.

En problematik som man tar upp med märkningen av textil är att det finns få producenter som väljer att märka sig. På Handla Miljövänligts kansli säger man att underlagen som behövs vid ansökningskontrollen är ”omfattande”, och det kan därför ta tid att få in alla nödvändiga dokument. Kraven är många och spänner över många processteg.

*Det är mycket eget arbete som krävs av den som söker licens och det kan också kännas svårt att sätta sig in i alla krav som skall uppfyllas. Men att miljömärka sin produkt visar ju i handling att man tar miljöfrågan på allvar och inte bara säger att man vill satsa på miljön [intervju med representant för Handla Miljövänligt, mars 2013].*

Man menar också att det är betydligt enklare då sökande företag har sin produktion i Sverige. Om produktionen är situerad i andra länder, läggs ansvaret för att fabriken uppfyller de krav som sätts för märkning av textil på den blivande licenstagaren. För färger och kemikalier kräver handläggarna som utför kontrollen vid ansökan in så kallade säkerhetsdatablad. Genom säkerhetsdatabladen intygar textiltillverkaren att vissa ämnen inte används eller att särskilda processer följs. Textiltillverkaren måste också intyga att färgtillverkaren eller färgtillverkarna inte använder de ämnen som kriterierna förbjuder. Då det är tillverkaren som sitter på kunskapen om kemikalierna är det han eller hon som kan svara på detaljfrågor om toxicitet med mera, inte personen som använder den. Den ansvariga i ett färgeri skall däremot lista vilka kemikalier och färger som används där, då kunskapen och insynen om detta finns där. Underskrifter krävs med andra ord av flera parter.

*Det [systemet] bygger på att det inte bara är den i textilfabriken, den ansvariga, som säger att "den här färgen är okej" utan vi kräver en underskrift också av den som har tillverkat den [intervju med representant för Handla Miljövänligt, mars 2013].*

Många företag levererar redan till Europa och har därmed en vana att tillhandahålla säkerhetsdatablad. Det som kan bli problematiskt är om textilproducenten i sin tur använder sig av inhemska producenter av färger och kemikalier. Det förekommer att en och samma fabrik har två olika sorters produktioner – en som görs för export, där dyrare färger används och där de nödvändiga databladen finns, och en som görs för andra sammanhang där inte samma krav ställs. I dessa sammanhang blir det viktigt att säkerhetsställa att de olika produktionerna hålls åtskilda.

Vad som kommer att ingå sticksprovskontroller inom textilområdet varierar från år till år. Exempel på stickprov inom textilområdet som nämndes av handläggarna på Handla Miljövänligt kansli var stickprov på ett recept, på spårbarhet av ett kemiskt ämne i textil, tvättråd eller pH.

---

<sup>17</sup> Ackreditering är ett formellt erkännande av att ett företag eller en organisation har kompetensen att utföra vissa specificerade uppgifter inom provning, kontroll och certifiering. Se [www.swedac.se](http://www.swedac.se).

## Märkning av Livsmedelsbutik

De första kriterierna för Bra Miljöval Livsmedelsbutik kom ut 1998. Kraven omfattade både själva sortimentet – att det skulle finnas ett stort sortiment miljömärkta produkter – och butikens egen energianvändning, återvinning och miljöarbete. Vissa av kraven, som att butiken tydligt skyltar med att den är Bra Miljövalmärkt, går att uppfylla först när butiken blivit märkt. Andra krav, som de som gäller andelen miljömärkta produkter eller inköp av el, kan verifieras genom dokument som butiken eller butikerna skickar in. 2013 reviderades och utökades kriterierna, som nu även omfattar vissa informationsinsatser från butikernas sida gentemot konsumenterna för produkter som hårfärg och parfymade barnprodukter, där ett förbud av vissa ämnen eller komponenter inte ansetts möjlig.

För kontrollen tar man här hjälp av föreningens ideellt engagerade medlemmar som går ut i butikerna på oanmälda besök och fyller i en checklista på att butiken har uppfyllt villkoren för miljömärkning av livsmedelsbutik. Bra Miljöval uppmuntrar de ideella kontrollanterna att ta bilder som de sedan skickar till Handla Miljövänligts kansli, tillsammans med formuläret eller checklistan. Tanken är att kontrollen ska gå att utföra enkelt genom att i största möjliga mån endast kryssa i ”ja” eller ”nej” som svar på frågorna på checklistan. På kansliet refereras dessa medlemmar till som Bra Miljövals ”ögon i butiken”. Man väljer i detta fall att förlita sig på sina egna medlemmar snarare än, till exempel, använda sig av butikernas eller licenstagarnas egna revisorer eller även en annan organisation (som man gjort med GOTS för kontrollen av textilmärkning).

Under deltagande i en butiksrevision av kedjan Willy's framkom att de som utförde kontrollen på ideell basis uppfattade att de hade dubbla roller, dels som Bra Miljövals representanter och dels som personer med ett starkt miljöintresse och engagemang. Detta var också något man uppmärksammat inom föreningen. Man har därför inom föreningen känt att det har varit viktigt att informera de ideellt engagerade medlemmarna om att de måste vara tydliga i sina två roller, så att eventuella åsikter inte uppfattas som åsikter från Naturskyddsföreningen. Man menar att det är viktigt att särskilja funktionen som kontrollant och rådgivare. Kontrollanterna går ingen kurs innan de utför butikskontrollerna men Naturskyddsföreningen tillhandahåller telefonutbildningar till de som är intresserade, och ansvarig handläggare på Handla Miljövänligts kansli finns också tillgänglig på telefon under de perioder då kontrollerna pågår.

Beroende på vilken typ av avvikelse som noteras infaller olika konsekvenser. För mindre avvikelser, som avsaknaden av en hyllmarkering vid ekologiska produkter, informeras butiken muntligen och ombeds därefter skriftligen bekräfta att de åtgärdat problemet. Noteras fler eller större fel kan kansliet fatta beslut om att göra återbesök, vilket debiteras med 850 kr/timmen dock minst 1300 kr. Vid större fel, som vid underlåtenhet att åtgärda brister trots upprepade påpekanden, kan butikerna åka ur systemet. Vid underlåtenhet att åtgärda brister trots påpekande, kan en straffavgift på 1000 kr/veckan tillämpas. På frågan om detta hänt ofta svarade kontrollanten under butiksrevisionen att när så varit fallet har det handlat mer om att engagemanget för att miljömärkas, över huvud taget, sinat på grund av till exempel chefsbyte.

De ideella kontrollanterna fattar inga beslut om åtgärder eller vad konsekvenserna blir av en viss avvikelse. De tittar och skriver ner vad de ser. Beslut om eventuella åtgärder fattas av Handla Miljövänligts kansli. Butikerna kan söka dispens från kriterierna. De enskilda handläggarna kan dock inte fatta några beslut om detta då de, enligt butiks kontrollanten, *”sitter närmast licenstagarna och har därför lättast att bli vänskapskorrupperade”*. Beslut

om dispens tas därför efter diskussion av en kvalitetsäkringsgrupp som består av alla anställda på kansliet i Göteborg, det vill säga, alla som jobbar med miljömärkning oavsett område.

Det är intressant att här notera att både medlemmarna som hjälper till med kontrollen och de som arbetar med Bra Miljöval in om föreningen är medvetna om problematiken med att ha en nära relation till de man kontrollerar. Ett sätt att se på lösningen som används för kontrollen av butiksmärkningen är att man väljer att behålla kontrollen inom organisationen, men distanserar sig från de objekt man kontrollerar genom att använda sig av sina ideellt engagerade medlemmar och skapa procedurer där beslut om åtgärder fattas i större grupper.

### Framtida utveckling

Som beskrivits ovan är kontrollen inom Bra Miljöval inte organiserad på ett enhetligt sätt. Organisationen tycks ha utvecklat olika kontrollmetoder som passar den typ av märkning det gäller. Gemensamt för flertalet märkningar är att kontrollen har skötts av handläggarna själva, ofta med stöd av labbrapporter och andra dokument som speglar innehållsmätningar av olika slag. Att en rimlighetsbedömning och även eventuella stickprov inte är en garanti för att en licenstagare faktiskt uppfyller alla krav var något man inom Bra Miljöval inte funderat på så mycket tidigare. Igen, det underströks att kontrollen i sig inte varit något problem, och att allt skötts på ett väldigt bra sätt. Problemet var snarare att man inte riktigt känt till *hur* revisorerna arbetat. En av de intervjuade handläggarna uttryckte sig på följande vis:

*Jag tror absolut att kontrollen har skötts på ett utmärkt sätt egentligen. Men det är ingen som har vetat hur det har gått till [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Andra handläggare menade, å andra sidan, att det faktum att Naturskyddsföreningen har byggt upp Bra Miljöval på det sätt som gjorts har varit utifrån en medveten strategi. Man har varit medveten om att det inom den ekologiska certifieringen är en stor kostnad att anlita kontrollanter, och också varit fokuserade på att de ”goda produkterna” inte skall straffas med för höga kostnader för certifieringen. Grundtanken har med andra ord varit att de producenter som märker sig med Bra Miljöval borde få fördelar jämfört med alla de som inte anstränger sig. Enligt denna handläggare låg viljan att hålla kostnaderna nere för de ansökande företagen till grund för beslutet att inte göra platsbesök generellt, och var likaså skälet till att årliga kontroller görs via företagets egna revisorer (som man menar har en hög egen trovärdighet och är avhängiga av sin oberoende ställning gentemot licenstagaren). Att Naturskyddsföreningen engagerar hela föreningen i märkningsarbetet handlar både om att de har en nationell närvaro på ett naturligt sätt och därmed kan utföra kontroller varsomhelst, men också om att licenstagaren på så vis får en miljökunnig relation som hjälper dem att känna att ansträngningarna är uppskattade

Diskussioner pågår för tillfället om att engagera så kallade miljörevisorer, bland annat kring MIS, Miljörevisorer i Sverige, för att få folk med rätt kompetens. Ekonomiska hänsynstaganden spelar dock en viktig roll, så man är medveten om att ökade krav på kontrollen också skulle medföra ökade kostnader, vilket i sin tur slutligen skulle belasta licenstagarna.<sup>18</sup>

*Så det är väl där vi är. Vad vill vi? Hur stort? För ska man garantera hundra procent, allting kostar ju, och vem ska betala det? Då kanske vi måste börja ta ut en kontrollavgift och det får inte kosta hur mycket som helst [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

---

<sup>18</sup> MIS, Miljörevisorer i Sverige, är en branschorganisation för miljörevisorer som etablerades 1991, [www.miljorevisor.se](http://www.miljorevisor.se).

Det finns således en medvetenhet om problemen som kan uppstå då man lägger ut kontrollverksamheten, och därmed delegerar kontrollen, till konsulter som är beroende av betalningen för just denna kontroll. Ett sätt att se på detta ställningstagande, eller lösning, är att det kan finnas en tanke om att en miljöorganisation, med otvivelaktigt miljöintresse, legitimerar själva miljömärkningsarbetet. Detta, snarare än själva strukturen bakom kriterieskrivande och kontrollorganiseringen, är i sin tur vad som är avgörande för det starka förtroendet som Bra Miljöval har på marknaden. En så kallad multistakeholder logik, eller anpassning efter normen att separera kriterieskrivande från kontroll, tycks vara underordnat syftet med organisationen bakom märkningsarbetet. Man hänvisar bland annat till FSC som en illustration över hur separation mellan kriterieskrivande och kontroll inte varit någon garanti för en så kallad oberoende certifiering och därmed förtroendeingivande märkning. Hänvisningar gjordes också till diskussionerna som förts om hur korrumperade certifierare inom FSC varit i sin roll.

Det finns med andra ord en intressant spänning i att man å ena sidan inte ser det som Naturskyddsföreningens syfte eller uppdrag att ha en märkning. Å andra sidan poängterar man gärna fördelarna med att det just är en miljöorganisation som står bakom märkningen, då intresset bakom märkningsarbete då otvivelaktigt har sitt fokus på att genom märkningen förbättra miljön. Att Naturskyddsföreningen har en märkning menar man dock är logiskt, i och med föreningens konsumentrådgivande roll, och då märkta produkter är ett sätt som underlättar för konsumenter att välja. Naturskyddsföreningen beskrivs som en hybrid mellan en konsumentorganisation och en miljöorganisation, och det påpekades också att det var ont om konsumentorganisationer som arbetar med miljökonsumtion och eller miljömärkning.

## **Miljömärkningen Bra Miljöval - För vem eller vad görs märkningen och vad styr märkningsarbetet?**

I detta avsnitt redogör jag för hur man inom föreningen ser på sitt arbete, för vem eller vilka man menar att man gör märkningen, vad som styr märkningsarbetet, vilka intressenter man tycker är betydelsefulla och vad man inom föreningen tror ligger bakom av Bra Miljövals höga anseende.

### *För vem eller vad görs märkningen?*

Det blev tydligt under diskussionerna om Bra Miljövals framväxt att handeln haft stort inflytande i besluten om vilka produkter man valde att märka. Ett svar på frågan om för vem eller vad märkningen togs fram skulle därmed i korthet kunna var konsumenterna. Med andra ord kan ett svar vara att handeln efter påtryckningar från konsumenthället har varit de huvudsakliga drivande parterna och att Naturskyddsföreningen främst agerat för att fylla detta behov. Samtidigt menar man inom Naturskyddsföreningen idag att märkningsarbetet är en del av föreningens större miljöarbete, och att fokus därmed ligger på att skapa produktmärkningar på områden där man kan göra störst påverkan snarare än där det kan finnas en stark efterfrågan. Vissa inom föreningen menar att kriterier aldrig skulle tas fram inom områden där efterfrågan saknades. Samtidigt finns det områden, som försäkringar som diskuterats ovan, där föreningen har varit drivande i både efterfrågan och utbudet. Det huvudsakliga tycks vara att området i sig ska ha stor potential att lösa betydande miljöproblem. Utvecklingen tycks därmed ha gått från ett samarbete med handeln, där de områden som pekades ut som önskvärda att märkas till stor del var kopplade till vad de stora dagligvarukedjorna ansåg gångbart, till ett system där märkningen primärt ses som ett strategiskt verktyg för föreningens miljöarbete, vilket följande citat illustrerar.

*Det är ingen affärsidé i sig att en miljöorganisation ska ha en miljömärkning, utan det är ju för att vi vill att det ska komma bra och hållbara och mindre miljöbelastande produkter på marknaden [...] Om vi ska hjälpa konsumenter att välja så ska man ju hjälpa att välja där det spelar väldigt stor roll [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Som nämnts i föregående avsnitt är det intressant att notera att miljömärkningen, både i officiella dokument och under intervjuer, refereras till som ett redskap eller ett verktyg för att uppnå de förändringar man siktar på som miljöorganisation. Med andra ord är det något man som miljöorganisation aktivt och öppet använder sig av och på samma gång vill distansera sig från.

En av handläggarna som varit med från början menade vidare att Bra Miljöval, i vissa fall, dragit sig tillbaka då tekniken utvecklats, då det utvecklats andra system eller märkningar som fortsatt märkningsarbetet inom det specifika området. Ett sådant exempel är märkningen av batterier. Naturskyddsföreningen lade ner batterikriteriearbetet när ett teknikskifte på marknaden gjorde att den teknik man ville få bort faktiskt försvann. Svanen har sedan fortsatt med kriterier för batterier. På Naturskyddsföreningen har man dock ansett att kriterier för batterier handlat om mer marginella miljöproblem i relation till insatsen.

Märkning av försäkringar och el är exempel på områden där föreningen fattat strategiska beslut om att introducera miljömärkningar. Det vill säga, där eventuell efterfrågan från konsumenter inte kan antas ha varit den drivande faktors initialt. Man menar att miljömärkning är ett sätt att påskynda utvecklingen mot det bättre genom att de producenter som är bättre miljömässigt får en extra fördel. Detta är något som skrivs in i kriteriedokumentet och därmed också något som föreningen skyltar öppet med. Man använder termer som *naturens försvarsadvokat* och *grön konsumentsombudsman* vilket ytterligare

bekräftar att det officiella syftet med märkningen är att skapa ett verktyg i föreningens miljöpåverkansarbete.

*Vad styr förenings- och märkningsarbetet?*

En aspekt som är intressant vad gäller Bra Miljöval som också skiljer märkningen från andra miljömärkningar är kopplingen till Naturskyddsföreningen. Ett exempel då det blev tydligt hur föreningens historia markerat förenings- och märkningsarbetet var märkningen av vattenkraft. Då föreningen bildats av personer som varit engagerade i miljöfrågor när vattenkraften byggdes ut i början på 1900-talet, fanns initialt ett enormt motstånd till att sätta en grön stämpel på el producerad med vattenkraft. På Handla Miljövänligts kansli beskrev man det i följande termer.

*[F]öreningen bildades av herrar som ville skydda natur från en gigantisk vattenkraftsexploatering som ju förödde jätteytor, och sen kom vi plötsligt och gjorde kriterier för vattenkraft och plötsligt satte vi en grön stämpel på vattenkraft. Alltså det upprörde något otroligt, det var väldigt fundamentalt liksom [...] De första kriterierna reviderades ganska snart, och vid det tillfället så höll föreningen på att splittras i två, därför det var så känsligt. Men tack vare att vi har en god demokratisk process, att folk satte sig ner och pratade med varandra och accepterade de olika synsätten så har vi nu idag ett starkt system som avkastar mer pengar än samhällets till restaurering och effektiviseringsarbeten och biologisk mångfaldsåterställande [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Attityder och normer inom Naturskyddsföreningen anses likaså vara ett av skälen till att man inte kan marknadsföra sitt märke i mediereklam, som till exempel svenskt Sigill gjort på sistone. Det har varit svårt att få en slags styrelseaccept på tanken att investeringar i marknadsföring och reklam skulle kunna ha långsiktigt positiva effekter för Bra Miljöval, att intäkterna från fler licenstagare skulle ge ökade möjligheter att göra fler kriterier. Man menar att det inte finns ekonomi inom föreningen för sådan reklam och marknadsföring, men poängterar också att det finns ett starkt motstånd från vissa medlemmar att överhuvudtaget betala för reklam.

Ett tredje exempel där det blev tydligt hur märkningsarbetet påverkas av strömningar inom föreningen är i relation till FSC. Konflikten inom FSC och beslutet från Naturskyddsföreningens sida att gå ut ur samarbetet som föreningen haft med svenska FSC användes som illustration av hur märkningens miljöpåverkansarbete i vissa fall fick ge vika för ställningstagande inför föreningens medlemmar. Man menade att detta var en del av att vara en demokratisk organisation, där starka röster – om än till antalet i minoritet – kan få starkt inflytande. Skogsfrågan gavs som ett exempel på hur en välartikulerad grupp med hög kompetens och inblick i hur det faktiskt ser ut på marknaden kunde få stort inflytande i beslutet att avsluta samarbetet med svenska FSC.

Trots att det fanns exempel på svårigheter som hade kommit upp på grund av kopplingen till miljöorganisationen ansågs fördelarna väga tyngre.

*[D]et är ju klart ett dilemma att sitta i miljöorganisation för att man kan ju ha olika tidshorisonter på sina prioriteringar. Och en problematik med att vara miljömärke som drivs av en miljöorganisation det är ju att miljöorganisationen kan ha mer bråttom än miljömärkningen kan leverera. Så från tid till annan kan kriterier vara osynkade mot policy beroende på att man på policynivå tycker att det borde gå fortare eller att man ändrar. Och så i vissa perioder är vi välsynkade då blir det väldigt starkt [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

## *Intressenter*

### Konsumenter och konsumentorganisationer

Som diskuterades inledningsvis kan miljömärkningen ses som ett förtroendeverktyg genom vilket producenterna kan kommunicera till konsumenterna att deras produkter eller tjänster fyller vissa krav vad gäller miljöhänsyn. Som nämnts ovan kommunicerar Naturskyddsföreningen inte om sitt miljömärke genom direktreklam, utan snarare genom att man anordnar aktiviteter som Miljövänliga veckan och Klädbytdagen. Hur man arbetar och kommunicerar mot konsumenter ligger bortom omfånget av föreliggande studie, men är en fråga som vore intressant att gå vidare med i framtida studier.

Till frågan om Bra Miljöval samarbetade med konsumentorganisationer menade representanten från Naturskyddsföreningen att samarbetet med de större konsumentorganisationerna var marginellt. En av förklaringarna man gav till detta var att konsumentorganisationerna inte satte miljöfrågorna särskilt högt upp på agendan, utan snarare fokuserade på mer traditionella konsumentfrågor.

*Deras inställning till miljömärkning är ibland lite kryptisk och det tror jag mycket handlar om att de egentligen inte bryr sig. De brukar säga att det är viktigt att vi bara har EU-blomman och det är jättekorkat ur miljöperspektiv, men det är nog politiskt att tänka så tror jag [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Det fanns samtidigt en förståelse att konsumentorganisationerna behövde fördela sina resurser, att det fanns andra frågor där konsumentorganisationer hade en större roll, och att valet bakom vilket märkningsarbete som stöttades kunde ha att göra med detta snarare än kvalitén på själva märkningsarbetet.

*[D]e behövs mer när det gäller traditionella konsumentfrågor som tillgång, åtkomst, mandat, makt, hur nya tjänster utvecklas och att det utvecklas med konsumentlagstiftning som grund. Det händer ju massor på tjänsteutbud, där vi ska bli konsumenter i många nya aspekter i livet, där det inte finns en upparbetad kunskap och där jobbar de ganska mycket. Och även på produkter som har varit reglerade förut men som är avreglerade nu finns det väldigt mycket att göra, som med finansiella tjänster [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

### Producenter

Att man inom Bra Miljöval arbetar mot producenterna är tydligt då det är producenterna som betalar licensavgifterna och därmed ”köper” märkningen. Detta blev särskilt tydligt i diskussionerna om på vilken nivå kriterierna för Bra Miljöval skulle sättas. Som märkning, vill man inom Bra Miljöval få med sig och gynna de producenter som arbetar för att förbättra sin miljöpåverkan, samtidigt som man, som miljöorganisation, vill försäkra konsumenterna som köper de märkta produkterna om att kriterierna bakom märkningen är att lita på från miljöhänsyn. Det är en balans med andra ord, att vara skarpa nog att kunna fungera som märkning och bli accepterade av de som märker sig, samtidigt som man måste vara trovärdiga nog för att de mest ideologiska intressenterna ska känna att de kan stå för märkningen.

På Handla Miljövänligts kansli är man medveten om att det inte går att bibehålla en märkning om man inte har något att erbjuda producenterna, vilket följande citat illustrerar.

*[D]e skulle inte betala för licensen om de inte tyckte att de fick något för det. Vi finns ju där för att vi erbjuder någonting som marknaden vill betala för. Skulle vi inte göra något nyttigt så skulle de inte köpa licenser och då skulle vi inte kunna driva systemet och detsamma med Svanen [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*



Vad gäller producenternas roll i remissförfarandet hänvisar man också inom Bra Miljöval till GEN:s krav (för en beskrivning av GEN, se ovan avsnitt om Kriterieframtagande på s. 12). Handläggarna på Handla Miljövänligts kansli poängterade också att remissförfarandet endast innebär att producenterna får en möjlighet att komma med synpunkter, och att själva beslutet alltid ligger hos Naturskyddsföreningen. Faktum kvarstår dock, att utan producenternas samarbetsvilja skulle märkningen inte uppnå sitt syfte.

*Om man nu har ett kriteriedokument som inte går att uppfylla, då ligger det ju bara på hyllan. Därför är det viktigt att endast de produkter som kan anses som mindre miljöbelastande skall kunna bli märkta, men kraven måste vara möjliga att nå. Samtidigt finns det produkter som aldrig skulle kunna bli märkta på grund av sitt innehåll. I vissa fall kan föreningen önska ännu hårdare krav, men detta skall balanseras mot att märkningen inte kommer att kunna användas av producenterna och då riskerar konsumenten istället att mötas av sämre produkter i butiken [intervju med representant för Handla Miljövänligt, mars 2013].*

Goda relationer till och förtroende från producenterna, liksom en lösningorienterad kultur i Sverige, är något som man inom Bra Miljöval tar fram som en förklaring till märkningens framgång.

*Kollegor utomlands har inte alls samma förtroendefulla situation som man har mellan producenter, även i det här fallet en NGO, och jag tror att det bygger på gammal historik där svenskar var vana att sätta sig vid ett bord och bara lösa ett problem, oavsett vem man representerade [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Det finns en vilja att vara tillmötesgående för producenternas och licenstagarnas behov, och även öppenhet för lösningar som kan innebära att man inom Bra Miljöval gör avkall på sina krav om det kommer fram uppgifter som inte fanns tillgängliga då kriterierna först togs fram.

*Det kan hända att man kommer fram till att man måste modifiera kraven för att verkligheten ser ut på ett sätt och detta blir då ny praxis för alla. Men det gäller inte om det är ett farligt ämne som vi inte anser ska finnas. Då justerar vi inte det. Utan det är snarare andra saker som kan komma fram, som man kanske inte hade kunskap om just vid det ögonblicket när kriteriedokumentet gavs ut [intervju med representant för Handla Miljövänligt, mars 2013].*

Den grundläggande inställningen inom Bra Miljöval tycks vara att det är viktigt att hjälpa företag att göra rätt och inte stänga dem ute endast för att de inte uppfyller alla krav på en gång. För att bli märkt måste licenstagarna naturligtvis klara alla de krav i de gällande kriterierna. Vid kriterierevideringar kan dispens lämnas, exempelvis om testcyklerna inom det företag som märkts tar längre tid än vad man utgick från då det reviderade kravet formulerades, eller om marknadssituationen för företaget drastiskt förändras och gör det svårt att uppfylla kraven. Man vill ha en bra dialog med producenterna och värna om relationerna, och inte "schasa ut företag" som har fått ett hål i processen. Det är också i dialogen med producenterna som producenterna får en insikt i hur deras produkter och verksamhet påverkar miljön, om de inte hade det innan.

### Handeln

Utifrån det material som ligger till grund för föreliggande studie har det inte framkommit att det idag finns något formellt samarbete med handeln (som tidigare var fallet, se avsnitt ovan om märkningens initiala finansiering). Samtidigt nämndes handeln som en av de grupper som intervjupersonerna tog upp som viktigast, vilket igen, kanske inte är förvånansvärt med tanke på hur Bra Miljöval initierades.

*[S]å de intressenter som egentligen är viktigast för märkning och även för KRAVs och för andra certifieringssystem, det är ju daglig varuhandel och offentliga upphandlare. De kan ställa andra*

*typer av absoluta krav för det är de som de facto direkt möter producenten. Du och jag kan inte göra det när vi går till butik eller leta efter en produkt. Har ingen redan valt den åt oss så kan inte vi bekräfta den [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Som citatet illustrerar nämns också offentliga upphandlare, framförallt för att det är dessa, dagligvaruhandel och upphandlare, som är i direkt kontakt med producenterna.

I detta sammanhang blir det intressant att koppla till hur en representant för en av de stora dagligvarukedjorna resonerade om miljömärkningar. Vad gäller kriterieskrivandet menade representanten som intervjuades i samband med denna studie att trovärdigheten bottnade i att kriterierna skrevs i en öppen process, där flera intressenter var involverade i dialogen.

Vad gäller kontrollen menade representanten för dagligvarukedjan att en separation mellan de som skriver kriterierna och de som kontrollerar efterlevnad av kriterierna var viktig. Som nämnts inledningsvis blir det här intressant att resonera om hur Bra Miljöval som märke lyckas att inge förtroende för sin märkning och kontrollen bakom märkningen, samtidigt som man inte följer den struktur som återkommande nämns som väsentlig för en märknings trovärdighet.

I diskussionen med representanten för dagligvarukedjan nämndes samtidigt att det som var viktigt var att de som skrev kriterierna och utförde kontrollen inte var partiska. Transparens i kriterieskrivarförfarandet och kontrollförfarandet var ett sätt att motverka detta och synliggöra potentiella intressekonflikter.

*Det är lite olika delar, och [...] om man tittar först på själva kriterierna för vad en märkning ska stå för så bottnar trovärdigheten väldigt mycket i att det är en öppen process, hur man tar fram de här kriterierna och hur de utvärderas och att det finns mycket transparens i den verktygsäcken [intervju med representant för dagligvarukedja, juni 2013]*

Även om handeln idag inte har en direkt roll i att finansiera märkningen och inte heller aktivt påverkar val nya märkningsområden, är handeln en remissinstans. Som citatet ovan illustrerar har handeln också högt förtroende för kriterieprocessen och därmed märkningens utformning och utveckling.

### Myndigheter

Att ha ett bra samarbete med myndigheter ansågs likaså vara en viktig aspekt i Bra Miljövals förtroendearbete. Kemikalieinspektionen, eller Kemi, var en av de myndigheter som nämndes som en som Naturskyddsföreningen har regelbundna möten och kontakter med ,och det fanns även de inom föreningen som menat att Sverige hade ”världens bästa kemikaliemyndighet”.

*Men sen ges det [förtroende] också, till exempel, av att myndigheter placerar oss som trovärdigt instrument när de kommunicerar vilka märken konsumenten ska välja. Konsumentverket har sådana översikter och där har vi alltid legat bland de riktiga märkena och Kemi skulle också säga samma sak [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Föreningen fungerar också som en viktig remissinstans i naturvårdsfrågor och har en lång tradition av erkännande för sitt arbete från stat och myndigheter. Man menar att detta förtroende inte bara beror på den expertis som föreningen sitter på, utan också på grund av just föreningens historik att driva miljöfrågor inom olika områden.

*[V]i får alla statliga remisser tror jag. Sen väljer vi om vi vill svara på dem eller inte, beroende på om de har någon slags miljökoppling. Och även andra. Och vi tillfrågas i utredningar, eller vi sitter i referensgrupper. Den typen av relation har vi ju som NGO och tack vare den jättelånga*

*historik och expertis vi har på massa områden [intervju med representant för Handla Miljövänligt, februari 2013].*

Kopplingen mellan förtroendet för en märkning och stöd från stat och myndigheter bekräftades av den intervjuade representanten från konsumentorganisationen. Att man i detta fall valt att engagera sig i Svanen, som är ett statligt initiativ, snarare än i Bra Miljöval menade man till mångt och mycket handlade om en prioritering av resurser. Det framhölls också att det var lättare att vara engagerad och samtidigt kritisk om märkningen var ”offentlig”. Det vill säga, det var både en förtroendefråga och ägandefråga vilken märkning man som konsumentorganisation ville stötta.

*[O]m vi ska vara engagerade i miljömärkningen som bred konsumentorganisation så kanske det är viktigt, om vi ska prioritera att vi är engagerade i de [miljömärkningsarbeten] som är samhällsunderstödda, både Svanen och EU blomman. De är stora, de har också ett politiskt stöd och de är ju samma rang [...] Samtidigt är det en frihet, att [kunna] kritisera de miljömärkningar som är mer ”offentliga”. Miljömärkningen är ju ägd av staten helt och hållet nu [...] Det är lite lättare med den typen av offentligt stöttade verksamheter, till skillnad från en märkning som du kanske står bakom och är medlem i och driver och har ett ägandeskap i [intervju med representant för Konsumentorganisation, februari 2013].*

Statens, och myndigheternas, roll för Bra Miljövals genomslag på marknaden har slutligen diskuterats i samband med den roll som stat och myndigheter kan ha som konsument genom reglerna om offentlig upphandling som tidigare citat illustrerat (se under avsnitt om Handeln som intressent). Bra Miljöval lyckades, framförallt, få med sig kommunerna i ett tidigt skede av märkningens utveckling, vilket signalerade ett starkt förtroende för märket samt konkret hjälpte Naturskyddsföreningen att nå ut och kommunicera om Bra Miljöval.

#### Relation till moderorganisationen

För de som arbetade på Handla Miljövänligt kansli tycks kopplingen till Naturskyddsföreningen vara en viktig faktor i förklaringen till märkets anseende på marknaden, vilket bland annat togs upp under diskussionerna om kännedomen bakom märket och föreningen. På Handla Miljövänligts kansli menade man att Bra Miljöval ökar kännedomen om föreningen. Man ville också att konsumenterna skulle veta att märkningen var en del av föreningen, då föreningen har högt förtroende.

Som nämndes ovan, i avsnittet om finansieringen av märkningsarbetet, uppkommer tidvis dilemman eller svårigheter på grund av kopplingen mellan Bra Miljövals och Naturskyddsföreningen som miljöorganisation. Exempelen som nämndes var bland annat tidshorisonten på prioriteringar. Det övervägande intrycket var ändå att fördelarna översteg eventuella svårigheter. På Handla Miljövänligts kansli framhävde man också att kopplingen mellan Bra Miljöval och Naturskyddsföreningen var starkare än till exempel Svanens koppling till Nordiska ministerrådet (där man menar att det är ”märket i sig” man lutar på), och att detta var önskvärt då man främst ville framhäva märkningen som en del i Naturskyddsföreningens större arbete. Inom Naturskyddsföreningen finns en uppfattning om att förtroendet för Bra Miljöval är att likna vid ett förtroende för Naturskyddsföreningens aktiviteter i stort. Man vill att Naturskyddsföreningen och Bra Miljöval ska hänga ihop så att medlemmarna och konsumenterna förstår att märkningsarbetet är ett av de viktiga arbetsområden som Naturskyddsföreningen ägnar sig åt.

#### GEN

I detta sammanhang kan det vara intressant att i korthet beröra Naturskyddsföreningens medlemskap i GEN, även om det föreligger olika åsikter om huruvida GEN var att se som en

intressent eller inte. Som framgick under intervjuerna har medlemskapet i GEN dock medfört vissa skyldigheter. GEN, som står för *Global Ecolabelling Network*, är en icke-vinstdrivande sammanslutning (engelska, *association*) av tredjeparts-, certifierings- och märkningsorganisationer som initierades 1994 med syfte att ”förbättra, främja, och utveckla ”ekomärkningen” av produkter och tjänster”.<sup>19</sup> Medlemskapet baseras på en ansökan om medlemskap, där den ansökande måste visa att organisationen uppfyller kraven för medlemskap, exempelvis att en medlem måste följa GEN:s krav på remissförfarande vid kriterieutveckling. Det slutgiltiga beslutet om medlemskap tas under organisationens årsmöte. Inom två år efter ansökan om medlemskap ska den nya medlemsorganisationen genomgå en peer review process som utgår från ISO14024, den så kallade GENICE:s, Global Ecolabelling Network Internationally coordinated Ecolabelling System.

---

<sup>19</sup> <http://www.globalecolabelling.net/>

## Diskussion och slutliga reflektioner

En av de grundläggande frågorna inför denna studie var hur Naturskyddsföreningen arbetar för att Bra Miljöval ska vara trovärdigt som miljömärkning. Med andra ord, hur man inom föreningen arbetar med att göra Bra Miljöval trovärdigt på förtroendemarknaden. Mot bakgrund av den empiri som diskuterats ovan presenteras här tre förklaringar till, eller snarare, reflektioner över hur arbetet med att skapa förtroende för märket Bra Miljöval kan förstås.

### *Miljöorganisationen bakom märkningsarbetet*

Bra Miljövals grund i en oberoende miljöorganisation, det vill säga, i en organisation som inte har som sitt primära syfte att driva ett märkningsarbete, är något som kom upp under intervjuerna med handläggarna på Handla Miljövänligts kansli då förtroendet för Bra Miljöval diskuterades. Enligt handläggarna var kontrollen oberoende på så vis att den utfördes av en *oberoende miljöorganisation*. Det vill säga, en organisation med odelat miljöintresse, oberoende från producenter och statliga initiativ. Det är intressant att notera att detta sätt att se på oberoende, och framförallt oberoende kontroll, skiljer sig från hur oberoende uppfattas inom andra standardiseringssammanhang där oberoendet vanligen avser certifieringsfunktionen som ofta benämns tredjepartskontroll. Oberoendet gäller i dessa fall att de som skriver standarder och kriterier bör vara separerade från de som granskar att kriterierna följs.

Uppfattningen att miljömärkenas trovärdighet är kopplad till vilken typ av organisation som står bakom märkningen dök också upp då kriterieframtagandet diskuterades. Handläggarna på Handla Miljövänligts kansli var tydliga med att det är Naturskyddsföreningen som miljöorganisation som skriver kriterierna. Formellt sett sker kriterieskrivandet också i en sluten process inom organisationen, även fast underlaget baseras på mycket information som samlats in i diskussion med ett flertal parter (diskussioner sker med alla de som har den "kompetens som kriterierna är betjänta av"). Vissa av handläggarna ifrågasatte öppet den så kallade "multistakeholderlogiken" som annars framhävs som just förtroendeskapande inom många märkningsarbeten (Boström 2006). Dessa handläggare menade, tvärtemot, att ett multistakeholder-förfarande inte är något som i sig skapar en bättre miljömärkning då detta innebär att olika intressen avvägs mot varandra. Framförallt ekonomiska intressen sågs som ett hot. Vad som gör en miljömärkning stark och trovärdig är snarare, enligt handläggarna inom Bra Miljöval, miljöengagemanget, kompetensen och sakkunskapen hos de som skriver kriterierna. Enligt detta resonemang likställs oberoende eller opartisk med att vara fri (oberoende) från andra intressen än de rent miljömässiga.

Viljan att framhäva kopplingen mellan Naturskyddsföreningen som oberoende miljöorganisation och miljömärket Bra Miljöval kan med andra ord ses som ett förtroendearbete. Fokus skiftas från strukturen, organiseringen bakom märket, till huvudmannen eller ägaren av märket. Kontrollen är inte oberoende från kriterieskrivandet, men kallas likväl oberoende då den utförs av en oberoende miljöorganisation. Man lyckas med andra ord frångå den starka norm som diskuterats inledningsvis, enligt vilken kontrollen bör vara separerad och oberoende från kriterieskrivande, genom att skifta fokus till Naturskyddsföreningen som miljöorganisation, som bära det tunga värdet som oberoende miljöaktör som märkningen i sin tur kan luta sig mot.

En möjlig slutsats i detta sammanhang skulle kunna vara att vilka krav som ställs på en märkningsorganisation, vad man säger och vad man gör, till stor del påverkas av vilken sorts organisation som ligger bakom märkningsarbetet. Märkningsorganisationer tycks vidare tolka

innehörden av att vara ”oberoende” på lite olika sätt, vilket gör denna fråga lämplig för vidare forskning.

#### *Särkoppling i budskapen - förmågan att hålla flera parter ”varma”*

En andra förklaring till hur Naturskyddsföreningens lyckats skapa, eller snarare bibehålla ett högt förtroende för Bra Miljöval är att man, i sitt miljömärkningsarbete, kommunicerar på något olika sätt, och med något olika budskap, gentemot konsumenter och producenter.

Som illustrerats i genomgången av empirin finns en dubbelhet i hur man inom Naturskyddsföreningen ser på sitt miljömärkningsarbete. Å ena sidan anser vissa att uppgiften att driva en miljömärkning är viktig, och anställda på Handla Miljövänligts kansli påpekar att det var nödvändigt att aktivt arbeta för att utveckla och förbättra märkningens genomslag på marknaden, och de relationer som är nödvändiga för detta. För att få producenter att ändra sig och arbeta på ett sätt som ger långsiktigt positiva förändringar för miljön måste man, med andra ord, vara en god samarbetspartner med producenterna. Å andra sidan, tycks det som om de som arbetar med Bra Miljöval, gentemot konsumenter och allmänhet gärna framhäver sin roll som miljö- snarare än märkningsorganisation, och i denna kommunikation distanserar sig organisationen bakom Bra Miljöval från producenter och eventuella kommersiella intressen och avvägningar. Bland annat så hävdade några personer under intervjuerna att märkningsarbetet endast är något som föreningen använder som *ett* av flera verktyg i det större miljöpåverkansarbetet, och att en miljömärkning inte är något som Naturskyddsföreningen egentligen har som syfte att driva. När produkt- och tjänsteområden för märkning diskuterades, nämnde en av handläggarna på Handla Miljövänligt kansli att Bra Miljöval egentligen endast går in och märker där andra organisationer har lämnat ett utrymme eller där man, som miljöorganisation vill föregå med gott exempel.

De budskap som Naturskyddsföreningen och Bra Miljöval önskar framhäva till konsumenterna, om oberoende från kommersiella intressen och otvivelaktigt miljöintresse, kan således tyckas gå emot det man, som märkningsorganisation, i andra sammanhang kommunicerar till producenter som ska underkasta sig märkningens kontroll och kriteriedokument: förmågan hos märkningsorganisationen att vara lyhörd för producenternas intressen och svårigheter, och samarbetsvillig i de fall kraven inte uppfyllts. Ett sätt att se på Naturskyddsföreningens förtroendearbete är därför att de, för att bibehålla sin trovärdighet, gentemot konsumenterna visar en sida som framhäver skepticism mot och oberoende från producenter och licenstagare, som i vissa fall kan tyckas löst kopplad till den faktiska verklighet och samarbetsvilja som man som miljömärkningsorganisation i viss mån, trots allt, har till licenstagarna. Här bör det dock noteras att det även är centralt för producenter att Bra Miljöval uppfattas som oberoende från producenterna, för att märket ska uppnå sitt syfte.

#### *Kriterier och kontroll av produkter snarare än processer*

Tidigare forskning (Tamm Hallström & Gustafsson, 2012) har visat att alltmer certifieringsstandarder handlar om standarder av typen ledningssystem där rutiner och processbeskrivningar står i centrum. I detta fall blir revisorn central, som en kontrollant av handböcker och skriftlig dokumentation. Mycket skulle kunna göras endast genom skriftlig korrespondens, men revisorerna intervjuar också personal som får beskriva hur de jobbar med de skriftliga rutinerna, och ber kanske också om att få titta på något exempel på plats. Likaså granskas olika verifikat som stödjer att tillämpningen av en viss rutin sker korrekt. Det behövs med andra ord verifikat som stöd för bedömningen, och det blir mer av bedömning.

I detta sammanhang blir det intressant att återgå och reflektera över Bra Miljövals historia, och hur kriterierna vuxit fram. Märkningen började som en konsumentguide, där Naturskyddsföreningen med hjälp av information som redan fanns tillgänglig (på till exempel

innehållsdeklarationer) skapade ett hjälpmedel för inköpsansvariga och sedermera konsumenter att fatta bra beslut ur miljöhänsyn. Märkningen fungerade med andra ord som en informatör, eller ”de-coder” av fakta och hårddata, snarare än som ett certifikat över att en viss produkt eller tjänst uppfyllt kraven på miljöhänsyn i samband med produktionen eller framtagandet av tjänsten.

Detta kan jämföras med KRAV, FSC och andra liknande standardiseringsprojekt, där fokus initialt varit att skapa rutiner och regler för hur produkter skulle tas fram och därigenom ändra och påverka processer. I det senare fallet blir kontrollen genast av en svårare karaktär, då bedömningar ska göras av *hur* en producent arbetar snarare än *vad* den slutgiltiga produkten innehåller. Traditionellt sett kan man därför tänka att kriterierna inom Bra Miljöval skrivits på ett sådant sätt att kontrollen i princip ska kunna genomföras genom avläsning av labbrapporter, testprover eller innehållsförteckningar. Fokus har med andra ord varit på produkterna själva snarare än på processerna bakom deras framtagande. Typen av kriterier har alltså möjliggjort en kontroll baserad på innehållsanalyser som begränsar bedömningsutrymmet för den enskilda kontrollanten.

Att Naturskyddsföreningen genom Bra Miljöval lyckats få förtroende för sitt märkningsarbete kan därför relateras till den typ av kriterier man som miljömärkningsorganisation valt att fokusera på. En möjlig förklaring till Bra Miljövals höga förtroende, trots avvikande struktur på kontrollförfarandet, skulle med andra ord kunna vara att kriterierna (mestadels) skrivs för produkter snarare än processer, vilket medför att själva kontrollen kan göras på ett sådant transparent sätt att själva organiseringen bakom detta moment uppfattas vara i mindre behov av ”extern” granskning. Transparensen kan därmed tänkas förklara att märkningen uppfattas korrekt och säker, och därmed trovärdig.

Kan gällande kontrollorganisering fortsätta om de krav som ställs blir mer svårbedömda? Det är en synnerligen relevant fråga att ställa med tanke på de förändringar som skett under senare år med de produkter och tjänster som kan märkas. Textil och livsmedelsbutik fick illustrera utvecklingen ovan. På dessa områden blir kriterier och dithörande kontroll mer komplexa då de omfattar en större bredd, både geografiskt och verksamhetsmässigt.

En begränsning i föreliggande studie är att inga samtal förts med enskilda konsumenter (endast en konsumentorganisation). Detta är ytterligare en fråga som skulle lämpa sig för vidare forskning genom att testa ovan nämnda tolkningsförslag gentemot uppfattningen hos enskilda konsumenter. Hur ser konsumenterna på kontrollen bakom märkningar? För vem är kontrollorganiseringen viktig? Vad, om något, skulle motivera en ändring inom Bra Miljövals nuvarande kontrollstruktur? Med föreliggande studie som grund finns goda förutsättningar till fortsatta studier om miljömärkningars organisering och betydelse för dagens alltmer globaliserade samhälle.

## Referenser

- Black, Julia (2008), Constructing and Contesting Legitimacy and Accountability in Polycentric Regulatory Regimes. LSE Legal Studies Working Paper No. 2/2008
- Boström, Magnus (1999), Den organiserade miljörelsen - Fallstudier av Svenska Naturskyddsföreningen, Världsnaturfonden WWF, Miljöförbundet Jordens Vänner, Greenpeace och det Naturliga Steget. Stockholm, SCORE
- Boström, Magnus (2001), *Miljörelsens mångfald*. Lund: Arkiv Förlag
- Boström, Magnus & Klintman, Mikael (2008), *Eco-standards, Product Labelling and Green Consumerism*. Palgrave Macmillan
- Boström, Magnus and Tamm Hallström, Kristina (2010), *NGO power in global social and environmental standard setting*. Global Environmental Politics 10(4)
- Bratt, Cecilia (2011), Assessment of Eco-Labeling and Green Procurement from a Strategic Sustainability Perspective. Blekinge Institute of Technology
- Conroy, Michael (2007), *Branded! How the Certification Revolution is Transforming Global Corporations*, Gabriola Island. BC: New Society Publishers
- Johansson, Johanna (2013), Constructing and contesting the legitimacy of private forest governance: The case of forest certification in Sweden. Umeå universitetet, Statsvetenskapliga institutionen
- Lindeberg, Tobias (2007), Evaluative Technologies. *Quality and the Multiplicity of Performance*, Copenhagen Business School. PhD Series 7.2007
- Marx, Axel (2010), *Global Governance and the Certification Revolution: types, trends and challenges*, i Levi-Faur, David (2011) Handbook on the Politics of Regulation. Cheltenham, Edward Elgar
- Micheletti, Michel (2003) *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*. Palgrave Macmillan
- Näslund, Lovisa & Tamm Hallström, Kristina (2013), *A chain of strangers: creating trust in eco-labels*. Paper presented at the 5th Seminar of the Nordic Research Network on Trust within and between Organizations, Skodsborg, Denmark, 14–15 May 2013
- Tamm Hallström, Kristina & Gustafsson, Ingrid (2012), *Certifiering – förtroende till salu?*, Furusten, Staffan & Werr, Andreas (Red.). *Expertsamhällets organisering*. SIR Årsbok 2012. Lund: Studentlitteratur
- Thedvall, Renita (2010), The role of bureaucratisation in organising 'fair' markets: The case of the Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Stockholm, SCORE
- Weber, Max (1946), *Essays in Sociology*. New York, Oxford University Press, 1946.



## Bilaga 1

### Tidigare forskning

Ett urval av studier som varit till särskild nytta i utformandet av denna studie kommer här redogöras för i korthet. Sammanfattningen utger sig inte för att vara uttömmande, utan bör snarare ses som ett hjälpmedel att förstå de frågeställningar och den information som legat till grund för insamlandet av empirin om Naturskyddsföreningen och dess märke Bra Miljöval.

**Magnus Boströms** fallstudie av Naturskyddsföreningen (publicerad separat som Scorerapport, Boström, 1999) var en del av Boströms avhandling *Miljörörelsens Mångfald*. Inte bara av Svenska Naturskyddsföreningen, men också Världsnaturfonden WWF, Miljöförbundet Jordens Vänner, Greenpeace och Det Naturliga Stegets organisation och utveckling studerades.<sup>20</sup> Materialet har bidragit med ett historiskt perspektiv på hur Naturskyddsföreningens miljömärkningsarbete vuxit fram. Då fallstudierna är skrivna för att ge en sammanhållen och överskådlig bild av respektive organisation görs ingen djupare redogörelse för kontrollorganiseringen runt Naturskyddsföreningens miljömärkning. Miljömärkningen Bra Miljöval behandlas som ett av organisationens två aktivitetsområden och de frågor som diskuteras mer djupgående är hur själva standardarbetet vuxit fram samt hur efterfrågan på märkningar mobiliserats. Vissa aspekter av Boströms studie, som redogörelsen av Naturskyddsföreningens lokala organisationsstruktur, är av särskilt intresse för föreliggande studie då delar av kontrollorganiseringen bygger på medlemmarnas engagemang i de lokala nätverken. Butiksmärkningen är ett sådant område, där lokala representanter utför delar av kontrollmomenten i form av butiksbesök med efterföljande rapportering. Detta kommer att diskuteras i mer detalj under det empiriska avsnittet. Boström diskuterar slutligen hur Naturskyddsföreningen har utvecklats parallellt med att de stora miljöproblemen fått genomslag i samhällsdebatten. Omfattningen av Naturskyddsföreningens arbete har ökat och byggts upp genom att lager på lager lagts på den tidigare grunden. Ambitionen har varit att vara bred, och att vända sig till den stora massan. Denna lager på lager utveckling är något som vi också fann vad gäller kontrollorganiseringens utveckling.

En senare studie som berör Naturskyddsföreningens märkningsarbete är **Cecilia Bratts** avhandling från 2011 *Assessment of Eco-Labeling and Green Procurement from a Strategic Sustainability Perspective*. Bratt analyserar processen bakom kriterieskrivandet inom Bra Miljöval från ett strategiskt hållbarhetsperspektiv. Bratts fokus ligger på själva standardskrivarprocessen, hur kriterier tas fram och utvecklas. Organiseringen av kontrollen berörs endast kort i samband med kriterier för medlemskap i *Global Ecolabelling Network* (GEN). Då valet av kriterier påverkar vilka sorts kontroller som utförs har jag under mina intervjuer valt att också ställa frågor om kriteriearbetet. Bratts avhandling har således bidragit med en bra insikt om Bra Miljövals organisering av kriterieframtagande. Då Bratt har intervjuat och fört diskussioner med anställda som arbetat med märkningsfrågorna, om hur de ser på kriterieframtagandet, ger hennes avhandling vidare en möjlighet att diskutera relationen mellan vad organisationen utger sig för att göra och vad som faktiskt sker. Vad gäller själva kriterieframtagandet drar Bratt slutsatsen att det saknas tydliga mål som kan styra kriterieframtagandet och att organiseringen runt detta snarare är ett resultat av ad hoc lösningar. Under samtalen med anställda på Handla Miljövänligts kansli framkom det att situationen verkar ha varit liknande för deras kontrollorganisering, vilket också ter sig

---

<sup>20</sup> *Den organiserade Miljörörelsen*, Fallstudier av Svenska Naturskyddsföreningen, Världsnaturfonden WWF, Miljöförbundet Jordens Vänner, Greenpeace och Det Naturliga Steget, Score rapportserie 1999:9.

naturligt, då kontrollen till viss del är beroende av kriterierna själva. Bratt berör vidare i sin avhandling olika intressenters delaktighet och noterar att varken producenter eller konsumenter är *direkta* aktörer inom kriterieskrivande processen. Då Bra Miljöval är medlem i GEN och följer GEN:s rekommendationer skickas förslag på och revision av kriterier ut på remiss till berörda producenter, men också andra medlemmar inom GEN. Bratt noterar behovet inom märkningsorganisationen att balansera de olika intressena på marknaden. Valet av Bra Miljöval som studieobjekt motiveras slutligen av Bratt med hänvisning till märkets höga anseende och erkännande bland konsumenter. Denna uppfattning delas av de personer utanför Naturskyddsföreningen som jag har intervjuat, och är som nämnt ovan en av de frågor denna fallstudie önskar belysa: det vill säga, frågan om hur Bra Miljöval har lyckats med att få ett högt anseende trots att organiseringen bakom märkningen innebär att kriterieskrivande och kontroll utförs av samma organisation, trots att en separation i andra sammanhang presenteras som viktig för att bibehålla förtroende.

Bratts slutsatser är sammanfattningsvis av intresse för denna studie då kriteriernas utformning och innehåll påverkar hur kontrollen organiseras och utförs. Är kriterierna mätbara siffror, nivåer, som kan tillhandahållas genom verifierade kopior av labbresultat kan kontrollprocessen utformas på ett sätt. Handlar kriterierna å andra sidan om arbetsätt, processer och även mjukare värden som arbetsmiljö ställs andra frågor på sin spets, som vem som ska utföra denna kontroll, hur kontrollantens oberoende ska säkerhetsställas, vilken form som passar bäst etc. Det förefaller som om beslut angående kontrollorganisationen inom Bra Miljöval har vuxit fram allt eftersom nya situationer uppstått, snarare än som en del av en i förväg utvecklad strategi.

**Johanna Johanssons** avhandling *Constructing and contesting the legitimacy of private forest governance: The case of forest certification in Sweden* (2013) har varit av intresse då den diskuterar hur legitimitet för en viss sorts certifiering, skogscertifiering, har byggts upp. Avhandlingen belyser ett område där Naturskyddsföreningen varit drivande, närmare bestämt frågan om kontrollorganisationen bakom FSC:s certifiering, och ger således en inblick i Naturskyddsföreningens syn på certifieringssystem. Johansson redogör för Naturskyddsföreningens kritik av FSC och diskuterar hur föreningen ställer sig kritiskt gentemot det sätt som tredjepartscertifiering inom FSC fungerar i praktiken. Från Naturskyddsföreningen menar man, enligt Johansson, att systemet är korrupt då man tillåter skogsföretagen att själva välja sina certifieringsrevisorer. Det blir därmed intressant att undersöka hur Bra Miljöval arbetar för att inte hamna i liknande situation med risk för korruption. I föreliggande studie framkommer att producenternas egna revisorer i vissa fall används som ett led i den kontroll som är kopplad till Bra Miljöval. Att notera här är dock att de auktoriserade revisorerna som Bra Miljöval använder sig av förväntas ha en oberoende roll gentemot den som revideras. Organisationen har, med andra ord, en upparbetad trovärdighet som utgör ett värde och som märkningen drar fördel av. En inblick i FSC:s arbete var vidare av intresse då detta kom upp vid ett flertal tillfällen under samtalen om kriterieskrivarprocessen och kontrollorganisationen med Handla Miljövänligts representanter.

**Michelle Michelettis** studie av Bra Miljöval i *Political Virtue and Shopping* (2003) har slutligen bidragit till en förståelse för Naturskyddsföreningens märkningsarbete från ett politiskt konsumtionsperspektiv då studien redogjort för det politiska klimat inom vilket Bra Miljöval initierades. Michelettis studie fokuserar på varför enskilda individer engagerar sig i politisk konsumtion, och diskuterar också förutsättningarna för detta i Sverige. Valet att studera Naturskyddsföreningens märke Bra Miljöval motiveras bland annat av initiativets gräsrotskaraktär. Utgångspunkten i studien är att förutsättningarna i Sverige för politisk

marknadsaktivism var begränsade, då den svenska staten hade en historia av att hantera miljöfrågor på ett väl fungerande sätt. Enligt tidigare forskning om politisk konsumtion blir marknaden en politisk arena främst när den traditionella politiska sfären är stängt för grupper eller frågor, eller när ett område karaktäriseras av regleringsproblem. Att det i Sverige funnits en socialdemokratisk tradition av proaktivt och problemorienterad miljöpolitik skulle, enligt detta resonemang, tala emot en utveckling där medborgare känner sig tvungna att vända sig till marknaden för att lösa miljöpolitiska problem. Den starka arbetarrörelsen är, enligt Micheletti, ytterligare ett skäl till varför konsumtionsbaserade lösningar vore osannolika. Varför det i Sverige likväl vuxit fram initiativ som Bra Miljöval och KRAV förklaras med hänvisning till utvecklingen av den så kallade ekologiska modernismen och den ökade individualiserade kollektiva aktivismen detta har gett upphov till. Ekologisk modernism karaktäriseras enligt Micheletti av ett skifte i synsättet då miljöaktivism och ekonomisk tillväxt inte nödvändigtvis behöver stå i stark opposition. Snarare ses dessa två intressen som avhängiga varandra för nya problemorienterade styrningslösningar. Skepticismen mot industrin har gradvis ersatts med en ökad öppenhet att samarbeta med parter som är villiga att föregå med gott exempel, vilket utvecklingen av märken som både Bra Miljöval och KRAV vittnar om.