

Kontroll och certifiering av produktmärkningar

Miljömärkningar på varor är idag en viktig del av arbetet för att skapa ett mer miljövänligt och hållbart samhälle. Märkningarna signalerar att varorna är anpassade till miljön på ett fördelaktigt sätt och underlättar för kunder att välja. För att skapa trovärdighet finns ett system för kontroll i flera lager bakom kulisserna.

Kort om studien

I forskningsprojektet ”Kan vi lita på certifiering?” har forskarna tittat närmare på miljömärkningsorganisationers organisering för och arbete med att skapa trovärdighet. Syftet med studien har i första hand varit att öka förståelsen och förstå underliggande mekanismer när det gäller produktmärkningar. Tidigare forskning har främst gjorts på kriterieutvecklingsarbetet, inte kontrollarbetet, vilket är en lucka denna studie vill fylla.

Inom ramen för projektet har ett flertal metoder, såsom intervjuer, observationer och litteraturstudier (dokument och hemsidor med mera), använts för att samla data om det studerade fenomenet.

Studien har genomförts i tre delar. Först en kartläggning av svenska och internationella miljömärkningar med avseende på kontrollorganiseringen. Sedan fördjupade fallstudier av tre nordiska märkningar i svensk detaljhandel, nämligen Krav, Bra Miljöval och Svanen. Den tredje delen var en studie av konsumenters inställning till miljömärkningar.

Viktig signal

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

Miljömärkningarna skiljer sig från vanliga varumärken genom att det finns en kontrollmekanism kopplad till rätten att använda märkena. Märkena kräver att den som använder dem på sina varor eller tjänster måste anpassa sig till förbestämda kriterier och att en extern part måste kontrollera (certifiera) att kriterierna verkligen följs.

Studien visar dock att de flesta medvetna och miljöintresserade konsumenterna känner till väldigt lite om den bakomliggande organisationen och inte verkar bry sig så mycket heller; de litar i stor utsträckning ändå på att märkena håller vad de lovar.

Kontrollorganisering i flera led

Organisationen bakom miljömärkningarna är komplex och görs ofta i flera lager av certifiering och ackreditering. Den organisation som skriver standarderna för kriterierna som måste uppfyllas för att få rätt att använda märket är ofta den som äger själva märket. I nästa led finns det certifierare som kontrollerar att producenterna som vill använda sig av märket uppfyller kriterierna. Certifieraren kan antingen höra till standardskrivarens organisation (kombinationsmodellen) eller vara oberoende och frikopplad från den standardskrivande organisationen (separationsmodellen).

Därefter följer ett eller flera lager av ackrediteringsorgan som kontrollerar att certifieringsorganisationerna gör sitt jobb på rätt sätt. Det finns även så kallade meta-ackrediterare som kontrollerar ackrediterarna. Forskarna kallar detta för ”den eskalerande

organisationen bakom skapandet av en trovärdig miljömärkning”.

Förenklad bild

Enligt forskarna är dagens kunskap om miljömärkningarna begränsad genom att den information som sprids om miljömär-

ningar; till exempel i form av beskrivningar på märkningsorganisationers egna hemsidor eller jämförelser och rangordningar av olika märkningarna som görs

av andra organisationer och miljöengagerade aktörer; inte ger en rättvisande bild av miljömärken och vad som karaktäriserar dem.

Bilden som förmedlas är generellt sett alltför ensidig och förenklad, vilket gör att producenter, detaljhandelsföretag och konsumenterna inte har ett tillräckligt underlag för att ta informerade beslut. De aspekter som främst tas upp i befintliga beskrivningar av miljömärken och miljömärkningsorganisationer är de kriterier som står bakom olika miljömärken, det vill säga de krav som ställs och behöver uppfyllas.

Kontrollens organisering och utförande lyfts sällan fram, samtidigt som kontrollarbetet är oerhört centralt och resurskrävande; både för märkningsorganisationer i deras strävanden att uppfattas som trovärdiga och för producenterna som är den part som blir kontrollerad.

Kontrollens organisering och utförande lyfts sällan fram, samtidigt som kontrollarbetet är oerhört centralt och resurskrävande ...!

Tio centrala resultat

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

Butiken som förtroendeväktare

Butikens roll i förtroendeskapandet ska inte underskattas – när konsumenten skapar sig en bild av hur trovärdig en märkning är ingår också det förtroende man har för den aktör som säljer produkten. Om butiken är tillräckligt trovärdig kan den rent av ersätta märkningen som garant för miljövänlighet och hållbarhet.

Om butiken å andra sidan saknar en sådan trovärdighet, och upplevs som i första hand affärsdriven, blir det inte bara nödvändigt att garantera miljövänlighet genom en märkning – man kommer också att sakna den trovärdighet som är nödvändig för att skapa en egen märkning. Man blir då beroende av fristående etablerade märkningar.

Kundens uppfattning om butikens miljö-engagemang har alltså stor påverkan på hur viktiga märkningar blir för att kunden ska lita på att det de köper verkligen är ekologiskt. Butikerna är i sig viktiga förtroendeväktare.

FAKTARUTA

Rapporten *Kontroll och certifiering av produktmärkningar* bygger på resultat från forskningsprojektet *Kan vi lita på certifiering?*

Projektledare: Kristina Tamm Hallström, docent, Handelshögskolan i Stockholm.
Övriga projektdeltagare: Lovisa Näslund, fil. dr., Handelshögskolan i Stockholm och Ingrid Gustafsson, doktorand, Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet.

För mer information om detta eller andra projekt som finansieras av Handels Utvecklingsråd, kontakta

Andreas Hedlund
Vd Handels Utvecklingsråd
010-471 85 46
andreas.hedlund@hur.nu

Organiseringen bakom miljömärkningarna är komplex och görs ofta i flera lager av certifiering och ackreditering. /.../ Forskarna kallar detta för "den eskalerande organiseringen bakom skapandet av en trovärdig miljömärkning".



Handels Utvecklingsråd
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm
Telefon 010-471 85 46
www.hur.nu