

The Green Way

Sara Linge, Iulia Mircan

Om oss

Vi som står bakom The Green Way Project är Iulia och Sara, två studenter som läser vår sista termin på Linköpings Universitets program SLM (Språk, Litteratur och Medier).

Projektidén The Green Way fick vi eftersom vi tyckte att det saknades en samlingsplats för fakta om miljön, gröntvättning, företags miljöpåverkan och vad man som enskild individ kan göra själv för att leva och agera hållbart i ett konsumtionsbaserat samhälle.

Informationen finns utspridd över hela internet, men vi ville ha den samlad på ett ställe, både för oss och alla andra.

Sociala medier

[Instagram](#)

[TikTok](#)

[Facebook](#)

Detta är en återpublicering av bloggen [The Green Way](#).

Ett projektarbete i kursen *Att publicera i den medierade offentligheten* vt 2023 som publicerats av

Linköping University Electronic Press i serien: [Linköping Electronic Press Workshop and Conference Collection](#), Nummer 30

ISSN: 2003-6523

© Författarna. Denna publikation är licensierad under en [Creative Commons Erkännande 4.0 Internationell Licens](#).

Vad är Greenwashing? Hur märker jag det?



Bild: Ant Rozetsky via [Unsplash](#)

Greenwashing eller gröntvättning har man talat om sedan mitten på 1980-talet, men det är först på senare år som det verkligen börjat komma på tal. Gröntvättning kallas det när ett företag eller verksamhet överdriver hur hållbart och bra för miljön det är, med hjälp av bland annat marknadsföring och kommunikation. Detta görs bland annat för att kapitalisera på det ständigt ökande intresset för miljöfrågor, och/eller för att dirigera om fokus från möjliga miljöförstöringar som görs av samma verksamhet eller företag. Gröntvättning är därför oftast ett medvetet val från företagen att vilseleda konsumenten, men det kan också ske omedvetet. Detta händer om felet ligger utanför företaget, som till exempel hos leverantören. Ansvaret ligger dock ändå på företaget att undersöka vem de samarbetar med, och på senare tid har det blivit mer vanligt att faktiskt hålla företagen till svars för deras miljöpåverkan.

Generella exempel på gröntvättning är bland annat när ett företag säger att deras produkt är packad med eller producerad av återvunnet material, men utelämnar att de som gör produkterna måste arbeta under dåliga förhållanden eller att fabriken orsakar mycket utsläpp. Ett annat exempel är att en ingrediens eller produkt marknadsförs som etiskt hållbar, utan att det tydligt framkommer hur eller varför det är så. Ett tredje exempel är att endast en del av sanningen presenteras: till exempel att företaget framför att deras produktionsutsläpp har minskat, men i verkligheten har utsläppen på det hela, räknat med konsumenternas utsläpp i och med användandet av produkten, istället ökat, vilket företaget väljer att utelämna för att se bättre ut.

Så hur kan du veta om ett företag gröntvättar eller inte? Världsnaturfonden [WWF](#) använder sig av en fyrstegsmetod för att identifiera hur genuint ett företag är: buzzwords, bevis, verifikation och hållbarhet.

Buzzwords: Använder sig företaget av ord som bara låter bra, eller ord som faktiskt betyder något? Vad betyder egentligen "eko"? Har "vegancertifierad" någon mening? Används orden i en meningsfull kontext, eller slängs de bara in i företagets uppdragsbeskrivning för att locka de som är miljö- och hållbarhetsintresserade?

Bevis: Om en produkt eller tjänst marknadsförs som hållbar, finns det tydliga bevis på att så är läget? Finns det allmäntillgänglig data eller statistik om hur eller på vilket sätt tjänsten eller produkten åstadkommer något bra för planeten och miljön? Håll utkik efter verifierade certifikat – finns det certifikat betyder det att produkten eller tjänsten uppfyller kraven som ställs. Krav för certifieringar kan man enkelt själv Googla fram och läsa och ta egna ställningstaganden huruvida det är någonting man ställer sig bakom.

Verifikation: Har informationen som ges ut om produkten eller tjänsten verifierats av en utomstående part? Exempelvis om det krävs att en tredjepart verifierar ett certifikat så vet man att det finns en faktisk lista av kriterier som uppfylls. Om det inte är så, kan det vara så att företagen bara använder sig av buzzwordsen, och risken blir då att det bara är tomma ord.

Hållbarhet: Om en produkt eller tjänst hävdar att de är hållbara, försäkra dig om att de faktiskt är (eller åtminstone försöker vara) hållbara i alla tre [hållbarhetspelarna](#): miljö, social, och ekonomisk hållbarhet (ESG). Oftast hamnar fokus på miljöaspekten, och de andra två bärande pelarna glöms eller göms bort. Försök så gott det går att välja företag som inte bara fokuserar på miljöaspekten av hållbarhet, utan även social och ekonomisk hållbarhet.

Med dessa fyra kriterier kan du själv ifrågasätta de företag du köper från, och kan därför lättare ta reda på om ett företag uppfyller dina egna idéer och krav om hållbarhet. Alla har inte samma förutsättningar att leva hållbart, men detta kan fungera som ett bra ramverk.

Vill du veta mer om miljöpåverkan från exempelvis modeindustrin? [Klicka här!](#)

För att läsa om tre exempel på företag som anklagas för gröntvättning, [klicka här!](#)

Exempel på gröntvättning



Bild: [Brian Yuri](#) via [Unsplash](#)

I den här texten kommer vi att gå igenom några exempel på gröntvättning eller möjlig gröntvättning. Vår intention är inte att svartmåla dessa företag och vi påstår inte heller att de inte gör något alls för miljön. Istället så vill vi att exemplen ska visa att företag kanske försöker framstå som lite bättre än vad de egentligen är, och att det kan leda till gröntvättning. Företagen kan antingen medvetet försöka vilseleda, men det kan också vara så att de har fått felaktig information. Gröntvättning kan alltså vara ganska så komplicerat och sällan helt svart eller vitt.

Det första exemplet är H&M, som under sommaren 2022 undersöktes av [Quartz](#), en nyhets sida som fokuserar på internationell ekonomi och hållbarhet. H&M hade på sin hemsida visat sina klädesplagg tillsammans med kort som visade hållbarhetspoäng som inte bara var missledande utan rentav fulla av falsk information. Mer än hälften av korten hävdade att det tillhörande plagget var bättre för miljön än vad det egentligen var, och inte alls mer hållbara än plaggen som de jämförde med. H&M är världens näst största modeföretag, men mycket av kläderna slängs när de inte blir sålda. Genom sina utsläppsmål och marknadsföring av kläder som "Conscious Choice" har de råkat vilseleda sina kunder och gröntvätta sitt företag.

Ett annat exempel är elbilsjätten Tesla, som enligt en studie från Arabesque inte avslöjar sina utsläpp av växthusgaser. Studien är dock inte tillgänglig för allmänheten, men den har rapporterats om i bland annat [Forbes](#). När Arabesque tittar på utsläpps delen av miljöaspekten förväntar de sig att företag ger två viktiga data: siffror i ton för både direkta och indirekta utsläpp och tydliga mål för utsläppsreducering. Datan får heller inte vara äldre än två år. Genom att göra detta blir det tydligt och enkelt att låta ansvariga stå till svars. Teslas utsläpp visas i grafer där de utelämnar exakta siffror, och datan i Teslas rapport över 2019 är i själva verket från 2017. Enligt rapporten har de inte heller hållit sig till sina utsläppsmål. Att tuga är guld är inte alltid sant. 2018 fick Tesla böter på \$139,500 av

Bay Area Quality Management District, då tekniska problem hade lett till höga utsläppsnivåer av kväveoxider mellan 2013 och 2016. Även den federala miljöskyddsmyndigheten i USA, Environmental Protection Agency, undersöker just nu Tesla efter att de inte har bistått med data som visar att de uppfyller vissa krav ur Clean Air Act från 1963. Tesla marknadsför sig och sina elbilar som det hållbara alternativet, men denna granskningen visar att så kanske inte är fallet.

Ett sista exempel är IKEA, som 2020 enligt den brittiska miljöorganisationen Earthsight anklagas för att använda sig av olagligt avverkat trä från Ukrainska urskogar. [Aftonbladet](#) granskade under 2021 detta genom att bland annat resa till Ukraina och se skogarna, där friska träd fälldes under förespegligen att de är skadade eller sjuka på olika sätt. Träet i fråga är FSC-märkt, vilket också har lett till funderingar om själva Forest Stewardship Council, som uppmuntrar till hållbart skogsbruk genom sitt certifieringssystem FSC, faktiskt är så bra som det verkar? IKEA nekar till att de har använt sig av olagligt avverkat trä, men Earthsight rapporterar att FSC-missen inte bara sker i Ukraina, och därför kan påverka ännu mer än vad som framkommit hittills. Allt som allt, även om olagligt avverkat trä kan ha använts är IKEA ett av de bästa företagen i världen i pålitlighet kring hållbarhet och miljö, och FSC är fortfarande ansett som den högsta standarden för ackreditering av skog.

15 snabba fakta



Bild: *The Donkey Sanctuary* via Flickr (CC BY-NC-SA 2.0)

Visste du att modeindustrin står för 10% av jordens utsläpp enligt en [analys](#) från Business Insider? Eller att 59% av [analyserade modedeföretag](#) har gjort ogrundade och missledande hävdanden om hållbarhet kring produkter och tjänster? Kanske visste du inte heller att mindre än 1% av kläder på global nivå faktiskt återvinns?

Att modeindustrin och Fast Fashion påverkar oss och klimatet är inte nytt, men faktiska fakta kan kännas både svårt och överväldigande att hitta. Vi har samlat ihop fakta om gröntvättning tillsammans med hoppfulla fakta om klimatkampen till en enkelt läsbar lista. Klicka dig gärna vidare för att få reda på mer om industrier, miljöpåverkan och gröntvättning.

- *Gröntvättning är ett globalt problem.*
 - Gröntvättning sker över hela jorden. Både större och mindre företag gör sig skyldiga till det, och mycket av ansvaret som borde läggas på företag hamnar på kunden och konsumenten. Våga ställa krav!
- *Under 2021 ökade försäljningen inom svensk detaljhandel med 6%*
 - Totalt uppgick försäljningen i den svenska detaljhandeln till 884 miljarder kronor, vilket indikerar att vi handlar mer än tidigare.
- *10% av jordens koldioxidutsläpp kommer från modeindustrin.*

- Enligt [Business Insiders](#) analys står modeindustrin för 10% av jordens koldioxidutsläpp. Det är mer utsläpp än vad som blir till från alla internationella flygningar och sjöfart tillsammans.
- *Mellan 80 och 150 miljarder nya klädesplagg.*
 - Används per år globalt sett. Konsumtionen av nya klädesplagg har ökat med 400% jämfört med vad den var för 20 år sedan.
- *Kläd- och textilindustrin använde under 2015 79 miljarder kubikmeter vatten.*
 - Detta går att jämföras med hela EU som under 2017 använde 266 miljarder kubikmeter vatten.
- *Runt 20% av vattenföroreningar per år kommer från den globala textilindustrin.*
 - Dessa föroreningar är bland annat kemikalier, mikrofiber och mikroplaster.
- *Människorna i Europa konsumerar nästan 26 kg textilier per person och år.*
 - Samtidigt slänger de runt 11 kg kläder per person och år.
- *Hållbarhet kostar.*
 - Många företag flyttar produktion till platser och länder där arbetskraften är billig. Är produkten billig är risken stor att distributionskedjan också är det. Då är risken större att någon av de tre delarna av ESG (environment, social och government) eller miljö-, social-, och ekonomisk hållbarhet som de kallas på svenska, inte uppfylls och företaget inte är så schysst som man kanske ville hoppas.
- *“Etisk”, “eko” “grön” och andra relaterade ord har inte tydliga och standardiserade definitioner.*
 - Precis som vi skrev i vårt [första inlägg](#), kan företag ibland använda sig av buzzwords som låter bra men betyder lite. På det sättet kan företag komma undan med gröntvättning enkelt genom att säga att en produkt är bra på ett visst sätt utan att göra någonting för att säkerställa det.

Men bara för att det finns mycket negativt betyder det inte alls att det bara är hopplöst. Vi har också samlat en liten lista med positiva saker för att hjälpa oss se framåt.

- *79% av [tillfrågade konsumenter](#) säger att hållbarhet är viktigt för dem.*
 - Detta tyder på att konsumenter bryr sig och lägger stor vikt på hållbarhet, vilket betyder att mer fokus kommer att läggas på det. I kombination med bättre koll på vad gröntvättning är så kommer det genuina utbudet öka med efterfrågan.
- *Hållbar energi har blivit billigare att producera.*
 - Priserna för vatten, vind och solenergi blir [lägre för varje år](#). Tillammans med att mängden fossila bränslen som finns minskar ökar chansen att det går från modefluga till standard med hållbar energi.
- *Runt 70% av [tillfrågade ungdomar](#) i åldern 16-25 är [oroade för klimatet](#).*

- Att vara orolig låter kanske inte som något bra, men ungdomen är framtiden. Exempel på ungdomar som gör skillnad är aktivisten Greta Thunberg och [Auroragruppen](#). Den sistnämnda är en grupp som leds av ungdomar för att stämma svenska staten för att de inte behandlar klimatkrisen som en kris.
- *Under 2022 installerade EU solkraft motsvarande 41.1 GW.*
 - Det är tillräckligt för att ge el till mer än [12 miljoner europeiska hushåll](#), och en nästan 50-procentig ökning från solkraften 2021. Solkraften är viktig för att stå emot miljö- och energikriser, och ett stort steg i rätt riktning.
- *FN introducerar MARS.*
 - MARS är ett nytt [satellitbaserat system](#) från FN för att se metangasutsläpp som kommer att implementeras för att ta reda på var metangasutsläpp sker och vilket företag eller regering som ligger bakom utsläppen, för att hjälpa till att hålla de ansvariga.
- *Ozonlagret läker.*
 - En [studie](#) som publicerades i Nature 2020 har kommit fram till att ozonlagret mår progressivt bättre och bättre, och att ozonlagret potentiellt kan återhämta sig helt.

Vad kan du göra?



Bild: WIX

Det bästa sättet att kämpa mot gröntvättning som individ är att begränsa konsumtion från företag som gröntvättar. Det betyder dock inte att du måste göra dig av med saker du redan har köpt från sådana företag, och det betyder heller inte att du aldrig ska köpa från de företagen igen. Vi förstår att det tillgängliga valet inte alltid är det perfekt "gröna", på grund av kostnad, tillgänglighet eller andra faktorer.

Som lite hjälp på vägen har vi därför sammanställt några sätt för dig att få ut det mesta av dina inköp, med kläder och mode som exempel. Det grönaste valet är trots allt att använda det du redan har till sin fulla potential innan du köper något nytt.

Klicka på pilarna för att läsa mer om varje förslag!

- *Använd kläderna tills de går sönder.*
 - Du kan alltid laga trasiga kläder. Det är både ett tidsfördriv och ett kul sätt att göra dina kläder mer unika. Ett exempel är "[visible mending](#)", vilket översätts till "synlig lagning". Det betyder att man lagar kläder på ett sätt som framhäver området där skadan är på ett konstfullt sätt. En annan möjlighet är att återanvända: gamla t-shirts med coola tryck kan bli [fantastiska tygkassar](#), till exempel. Om kläderna verkligen är bortom räddning på annat sätt, kan de bli städtrasor eller tygrester för framtida projekt.
- *Anordna klädbyten.*
 - Om du har kläder du inte känner att du kan återanvända, eller som du verkligen inte vill behålla, kan du ordna klädbyten med dina vänner. Det är en rolig aktivitet som

ser till att kläderna får ett längre liv. Ett annat alternativ är att anordna en loppmarknad. Att donera kläder var förr ett ganska bra alternativ, men tyvärr har många second hand-butiker redan alldeles för mycket kläder, till viss del på grund av överkonsumtion. Att organisera sina egna klädbyten kan därför vara till hjälp på mer än ett sätt.

- *Köp inte in dig i trender.*
 - Det är lätt att känna att man borde köpa nya kläder när man ser den nyaste trenden på sociala medier. I detta fall är det viktigt att komma ihåg att mode är ett ändlöst kretslopp - det som är häftigt nu kommer inte vara det om ett år, men kanske kommer vara det om fem. Ett sätt att kämpa mot överkonsumtion är därför att ställa några frågor till dig själv innan du köper nytt:
 - *Behöver jag det här?* Oftast köper man kläder för att man vill ha dem, snarare än att man behöver dem. Fråga dig själv om du redan råkar ha ett plagg hemma som fyller en liknande funktion.
 - *Kommer jag gilla detta om ett år?* Du kanske känner dig inspirerad nu, men glöm inte att annonser är gjorda specifikt för att locka en till att köpa saker, vare sig det är något som faktiskt kommer användas eller inte.
 - *Hur kan jag använda plagget till sitt fulla potential?* Ett av de största problemen med "fast fashion" är specifikt att kläderna är gjorda för att vara heta en kort stund och sedan kasseras när nästa trend dyker upp. Fråga dig själv om plagget du vill köpa går ihop med de plagg du redan har, eller om du kommer att behöva köpa flera saker vid sidan om.

Ett annat bra sätt att inte köpa in i trender mindre är att upptäcka och utveckla din egna individuella stil. [Denna artikel](#) riktar sig till de som tycker om att sy, men ger även många bra generella tips på hur man kan börja utveckla sin egen stil.

Dessa punkter betyder dock inte att du inte får unna dig själv ett och annat nytt plagg (eller andra föremål, för den delen) då och då. Listan ämnar bara att hjälpa dig på vägen mot att vara mer uppmärksam på din konsumtion, vilket är bättre både för din plånbok och för planeten.

Tipsen i listan går att tillämpa för de flesta föremål, men för mer specifika tips på hur du kan konsumera etiskt i andra sammanhang finns det mycket information på nätet, inklusive från sidor som [denna](#).