

Egendeclaration istället för miljömärkning: en reaktion mot regelexplosionen

Sofia Nilsson

Egendeclaration istället för miljömärkning: en reaktion mot regelexplosionen

Sofia Nilsson

Score rapportserie 2005:5
ISBN 91-89658-33-7
ISSN 1404-5052

*Egendeklaration istället för miljömärkning:
en reaktion mot regelexplosionen*

Sofia Nilsson
sofia.nilsson@hhs.se

SCORE
Stockholms centrum för forskning om offentlig sektor
106 91 Stockholm

Abstract

This paper discusses why Swedish paper and pulp producers have chosen to abandon the Nordic Swan and, in its place, commit to Paper Profile. A distinction is here made between “rules” such as the Swan, and “information” such as Paper Profile. Paper Profile is an environmental declaration developed by leading Scandinavian paper and pulp producers. The declaration presents environmental data under set parameters, but lacks reference points. The Swan is an environmental label with fixed criteria-levels. The paper suggests that the specific structure in the Swedish paper and pulp market is central for explaining the industry’s simultaneous decision to leave the Swan and launch Paper Profile. Furthermore, it is here proposed that the environmental labeling system failed to differentiate the market and did not live up to its multi-stakeholder ambitions. Other important factors for understanding why companies perceive the Swan as an incompatible instrument are its inherent inflexibility and its failure to function in business-to-business situations. The paper also discusses Paper Profile as regulated information, where the practical employment of the declaration adds a dimension of implicit standardization.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<u>FÖRKORTNINGAR</u>	5
<u>BEGREPPSFÖRKLARINGAR</u>	6
<u>1. INLEDNING</u>	7
<u>2. MILJÖKOMMUNIKATION OCH PAPPER</u>	11
<u>2.1. Frivilliga miljökommunikationsverktyg</u>	12
<u>2.1.1. Svanen och EU-blomman</u>	12
<u>2.1.2. Bra Miljöval</u>	15
<u>2.1.3. Paper Profile</u>	16
<u>3. VARFÖR ÖVERGAVS SVANEN?</u>	18
<u>3.1. Förutsättningar</u>	19
<u>3.1.1. Ett utrymme öppnas</u>	19
<u>3.1.2. Marknadsstruktur: branschbojkott och interna makt demonstrationer</u>	20
<u>3.2. Kritik mot Svanen</u>	22
<u>3.2.1. Profilerings och internationalisering</u>	23
<u>3.2.2. Investeringsstung industri med behov av flexibilitet</u>	26
<u>3.2.3. Användarbehov</u>	28
<u>3.2.4. Dålig förankring</u>	30
<u>3.3. Kritik mot Paper Profile</u>	31
<u>3.3.1. Stora krav på användaren</u>	32
<u>3.3.2. Transparens kontra granskning: en fråga om trovärdighet</u>	34
<u>3.3.3. Miljöpoliser</u>	35
<u>4. REGLER KONTRA INFORMATION</u>	37
<u>4.1. Paper Profile: information i teorin, standardisering i praktiken</u>	37
<u>4.2. Intern makt demonstration snarare än extern konflikt</u>	38
<u>4.3. Marknadsdifferentierare?</u>	39
<u>4.4. Användarvänlighet</u>	40
<u>4.5. Övervärderade paketlösningar</u>	41
<u>5. REFERENSER</u>	42

Bilaga: Paper Profile deklARATIONEN

FÖRKORTNINGAR

AOX	Adsorbable Organic Halogen Compounds
BNP	Bruttonationalprodukt
CEPIFINE	European Association of Fine Paper Manufacturers (den europeiska föreningen för finpapperstillverkare)
COD	Chemical Oxygen Demand
ECF	Elemental Chlorine Free
EPD	Environmental Product Declaration
EDTA	Ethylenediaminetetraacetic Acid
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
EU	Europeiska Unionen
FSC	Forest Stewardship Council
ISO	International Organization for Standardization
NMN	Nordiska Miljömärkningsnämnden
PCR	Product Category Rules
PEFC	Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes
SMN	Svenska Miljömärkningsnämnden
SNF	Svenska Naturskyddsföreningen
TCF	Totally Chlorine Free
WTO	World Trade Organization (Världshandelsorganisationen)
WWF	World Wide Fund for Nature (Världsnaturfonden)

BEGREPPSFÖRKLARINGAR

AOX	Betecknar mängden klor bundet till organiska föreningar i avloppsvatten i samband med klordioxidblekning
COD	Betecknar mängden syre som förbrukas vid fullständig kemisk oxidation av ämnen i avloppsvattnet
ECF papper	Papper som tillverkas av massa som blekts utan klorgas men med klordioxid
Finpapper	Gemensam beteckning på tryck- och kopieringspapper
Kopieringspapper	Kontorspapper som används av organisationer och privatpersoner för kopiering
Mjukpapper	Mjukt papper såsom exempelvis toalett- och hushållspapper
TCF papper	Papper som tillverkats av massa som blekts med kemikalier helt utan klor
Tryckpapper	Halvfabricerat papper som vidarebehandlas hos tryckerier till färdiga trycksaker
Trycksak	Tryckpapper som vidarebehandlats av tryckerier och blivit en färdig tryckprodukt, exempelvis tidningar, journaler och broschyrer

1. INLEDNING

Vi har under senare år kunnat skönja en uppsjö av nya formella regler ta form för allt från bolagsstyrning till skogsbruk. I takt med att reglerna blivit fler och mer mångfacetterade har också antalet regelsättare vuxit; från att tidigare främst ha varit knutet till nationalstaten upptas regelsättningsarbetet idag av ett allt bredare organisationsspektrum. Samhällstrenden går alltså mot fler, om än frivilliga, regler och istället för nyliberal avreglering talar samhällsteoretiker numera om omreglering.¹ Ett område där aktörerna dock frångått reglering för att istället satsa på ett alternativ till regler är miljöarbetet i den svenska massa- och pappersindustrin. De svenska papperstillverkarna har under senare år valt att hoppa av miljömärket Svanen och utvecklat egendeklarationen Paper Profile. Pappersfallet kan således ses som en reaktion mot tillväxten av frivilliga regler där industrin istället tagit saken i egna händer. Den här rapporten kommer att diskutera och analysera den konflikt som uppstått mellan Svanen och papperstillverkarna.

Sverige är världens fjärde största exportör av massa och papper, exporten år 2003 om 80 miljarder kronor utgjorde cirka tio procent av den totala exporten.² Den svenska massa- och pappersindustrin rankas som Europas tredje största och den svenska produktionen täcker en dryg tiondel av EU-ländernas pappersbehov. Sverige är således en riktig pappersstormakt.³ Men framgångarna har också kantats av vassa utlåtanden och heta debatter, där branschens negativa miljöpåverkan varit under luppen.

Enligt opinionsunderökningar dominerade miljöfrågan som det största samhällsproblemet år 1988; därefter tycks svenskarnas oro för miljön ha minskat väsentligt.⁴ Under slutet av 1980-talet uppmärksammades också rön om klorblekningens negativa miljöeffekter.⁵ I samma veva som miljödebatten blossade upp på riktigt kom miljöorganisationer och massmedia att rikta hård kritik mot papperstillverkare, som bland annat ålades skulden för missbildade fiskar, syrefattiga vattendrag och utsläpp av svårnedbrytbara kemikalier. Kanske ledde den bristfälliga tilliten till industrins förmåga att egenhändigt lösa miljöproblematiken till att ett antal miljömärkningar

¹ Ahrne och Brunsson, 2004a.

² Den svenska exporten av exempelvis bilar och bildelar uppgick samma år till 114 miljarder kronor.

³ Skogsindustrierna: Föreningen Sveriges Skogsindustrier, 2003.

⁴ Miljöpartiet kom för övrigt in i riksdagen år 1989. Se vidare Holmberg och Weibull, 2004; Bennulf, februari 1999.

⁵ Thorén, 1999.

poppade upp under slutet av 1980-talet, exempelvis Bra Miljöval och Svanen.

Som ett led i miljökommunikationsarbetet i början av 1990-talet anslöt sig många svenska pappersbruk till den officiella nordiska miljömärkning- en Svanen. I början av år 2001 fanns hela 92 Svanenlicenser för kopierings- och tryckpapper i Norden och 16 i Sverige. Till exempel hade pappersjättar som M-real och Stora Enso finpapper med Svanens logotyp, papper som stod för cirka 80 procent av den svenska produktionen.⁶ Men något hände på miljömärkningsmarknaden under år 2001 som gjorde att Svanens produktlicenser för papper hastigt och drastiskt sjönk i antal. När Svanens nyreviderade papperskriterier trädde i kraft under sommaren 2001 valde företagen att inte ompröva sina licenser. Men papperstillverkarna stod för den skull inte tomhänta; i samma veva som bruken övergav Svanen lanserade ett antal ledande svenska, finska och norska pappersproducenter egendeklarationen Paper Profile. Idag finns endast sex licenser för papper som är beviljade av det svenska sekretariatet och totalt 23 i Norden. Stora Enso Ny- mölla är det enda större bruk i Sverige som har kvar Svanenlicenser, och då enbart på sitt kopieringspapper.⁷

En av huvudtankarna bakom miljömärkningarna likt Svanen, EU-blomman och Bra Miljöval är att de ska fungera som statusladdade marknadsförings- verktyg för de licensierade företagen och deras produkter. Genom att märka sina produkter med en trovärdig och kraftfull miljölogga, ska företaget kunna profilera sig som ett gott miljöval och på så vis vinna konkurrens- fördelar bland de alltmer miljömedvetna konsumenterna. För att inte ur- vattna märkningarna arbetar således Svanen, EU-blomman, och till viss del även Bra Miljöval, efter en så kallad trettioprocentprincip. Detta innebär att endast de 30 procent ur miljösynpunkt bästa produktalternativen på mark- naden ska bära miljölogotypen. Märkningarna spelar således en roll som differentierare på marknaden; de produkter som innehar licens ska klassifi- ceras som de främsta. Samtidigt kan följderna bli att det kan vara svårt för företag att klättra nedåt i stegen när de väl valt att följa en statusregel som exempelvis Svanen.⁸

I *Regelexplosionen* (2004) lyfter Ahrne och Brunsson fram ”information” som ett alternativ till regler. Miljömärkningarna Svanen är ett exempel

⁶ Stora Enso är världens största papperstillverkare. Skogsindustrierna: Föreningen Sveriges Skogsindustrier, 2003.

⁷ Stora Enso har även flera stora bruk i Finland som har kvar licenser för kopieringspapper.

⁸ Ahrne och Brunsson, 2004b.

på en tydlig regel med explicit uppställda kravnivåer som licenstagarna måste leva upp till. Kraven speglar således regelsättarnas värderingar kring vad de anser vara relevanta kriteriekategorier och rimliga nivåer. Egende-klarationen Paper Profile kan å andra sidan betecknas som information och innebär rätt och slätt att aktören, här företaget, informerar om vilka metoder och system som använts eller vilka värden som uppnåtts, utan att förhålla sig till på förhand uppsatta referenspunkter.⁹ Paper Profile består av ett A4-ark där miljödata redovisas i sifferform och text under ett antal givna parameterrubriker. Bladet saknar uppställda miljökrav eller jämförande index. Innehållsdeklarationen på yoghurtförpackningen är ett annat exempel på information medan det gröna nyckelhålmärket tillhör regelkategorin eftersom det finns specifika kriterier som måste följas för att erhålla licensen.

Att välja informationsalternativet Paper Profile före regelalternativ såsom Svanen kan naturligt nog skapa mer flexibla, individuella och situationsanpassade lösningar för företagen. Tanken är vidare att information är en tillräcklig sporre för att ändra beteenden i positiv riktning, i det här fallet företagens miljöhänsyn. Regler, å andra sidan, är mindre flexibla, innehåller starkare värderingar om vad som är rätt och riktigt och förutsätter ett löfte om belöning i någon form för de som ansluter sig, alternativt sanktion för de som bryter mot regeln eller som väljer att helt stå utanför.¹⁰

Kampen mellan regler och information kan ses som en kamp om position i regleringsutrymmet. Ahrne och Brunsson (2004a) beskriver begreppet regleringsutrymme som omfånget av de regleringsfrågor som behandlas inom en viss offentlig beslutsprocess, alternativt inom en viss politisk enhet. Regleringsutrymmet domineras ofta av stora och mäktiga aktörer, exempelvis statliga myndigheter och storföretag, som sinsemellan tävlar om plats och positionering för att kunna maximera kontrollen över regleringens innehåll och existens. Reglering är sålunda resultatet av en förhandlingsprocess mellan ömsesidigt beroende spelare. Detta leder i praktiken ofta till mixade kompromisslösningar snarare än ren reglering eller ren frivillighet, så kallad ”reglerad/framtvingad självreglering”. I pappersfallet tycks Svanen ha blivit utkonkurrerad ur regleringsutrymmet då de alltsedan introduktionen av Paper Profile inte längre på ett direkt sätt kan påverka företagens miljöarbete.

⁹ Piper, Ryding och Henricson, 2004, betecknar miljömärkningar som ”kvalitativ information” och egendeklarationer som ”kvantitativ information”.

¹⁰ Ahrne och Brunsson, 2004b.

Det studerade fallet kompliceras ytterligare av komplexiteten i miljöbegreppet. Miljö utgör ett sammansatt kunskapsområde som definieras olika av olika lekmän och experter. Vad som anses vara bra kontra dålig miljöhänsyn är således inte självklart. Den vetenskapliga oenigheten gör att miljöfrågor ofta avgörs av så kallat stigberoende, det vill säga att det finns något att utgå ifrån som är accepterat.¹¹

Konflikten mellan Svanen och pappersindustrin öppnar upp för en rad frågeställningar. Varför frångick papperstillverkarna Svanen? Vilka bevekelsegrunder låg bakom konflikten? Fungerade inte miljömärkningen som företagen önskade? Gav Svanen inte den extrabonus som initialt är tänkt, upplevdes regeln som alltför allmängiltig och rigid, eller fanns andra argument? Hur upplevs och motiveras arbetet med Paper Profile? Hur vågade industrin överge statusregeln Svanen då detta riskerade att resultera i dåligt anseende och bristande förtroende? Vann bruken ny mark, alternativt förbättrade sina positioner, i regleringsutrymmet? Slutligen, utgörs Paper Profile deklARATIONEN av ”ren” information eller finns inslag av standardisering/reglering även här?

Totalt har tio intervjuer med elva intressenter från pappersproducenterna Holmen Paper, Stora Enso Nymölla och M-real Husum, miljömärkningsorganen Bra Miljöval och Svanen, pappersgrossisten Svenskt Papper samt återförsäljarna Nordiskt Papper och Svanströms genomförts. Samtliga av de tre pappersproducenterna har ett mer eller mindre aktivt engagemang inom Paper Profile initiativet.¹²

Nedan följer en beskrivning av de olika verktyg för miljökommunikation som finns att tillgå för svenska pappersproducenter. I avsnitt tre förs en diskussion kring de förutsättningar som möjliggjorde för bruken att frånga Svanen till förmån för Paper Profile. Därefter behandlas argumenten för och emot Svanen respektive Paper Profile med syfte att utröna varför en konflikt uppstått i just pappersfallet. Avslutningsvis analyseras resultaten med hjälp av befintlig regleringsteori.

¹¹ Ahrne och Brunsson, 2004b.

¹² För en fullständig lista över intressenter, se sid. 43.

2. MILJÖKOMMUNIKATION OCH PAPPER

Förutom gällande miljölagstiftning och miljödomar har det sedan en tid tillbaka funnits ett antal frivilliga miljökommunikationsverktyg att tillgå för massa- och papperstillverkare. I ISO 14020-serien urskiljs tre typer av miljökommunikationsverktyg på produktnivå. Typ I innebär miljömärkning där en tredjepartsgranskare kontrollerar att på förhand givna kriterier uppfylls. Typ III kretsar kring tredjepartsgranskade miljödeklarationer, så kallade Environmental Product Declarations (EPD), där tanken är att miljöinformation med hjälp av produktspecifiserade regler, så kallade Product Category Rules (PCR), ska möjliggöra en jämförelse mellan likvärdiga produkter. Typ II, slutligen, syftar till företags och branschorganisationers egna miljöuttalanden kring valda miljöaspekter. Dessa egna miljöuttalanden är inte certifierade och granskas normalt inte heller av en utomstående part.

Det finns en stor mängd pappersprodukter på marknaden: kopieringspapper, tryckpapper, fett täta papper (exempelvis bakformar och bakplåtspapper) och mjukpapper (exempelvis toalett- och hushållspapper), för att nämna några. Papper som genomgår en ytterligare förädlingsprocess hos tryckerier benämns trycksaker (exempelvis broschyrer, tidningar och kataloger). Eftersom de olika pappersprodukternas miljöpåverkan skiljer sig åt har miljömärkningssystem ofta separata kriteriedokument för dem. Fokus för denna studie ligger dock främst på kopieringspapper och tryckpapper, så kallat finpapper.

Det finns idag tre miljömärkningsprogram med kriteriedokument av typ I och en miljödeklaration av typ II för produktkategorin kopierings- och tryckpapper tillgängliga för svenska företag: Svanen, EU-blomman och Bra Miljöval respektive Paper Profile. I Sverige finns för närvarande inga certifierade miljödeklarationer av typ III för papper. För produktkategorin tryckpapper erbjuder endast Svanen och EU-blomman licenser.¹³ Bra Miljöval och EU-blomman används dock inte av något svenskt företag, vare sig för kopieringspapper, tryckpapper eller för trycksaker. Bra Miljöval har dock licenstagare för mjukpapper. För att förtydliga vad en miljömärkning innebär har Svanen, Bra Miljöval och KRAV gemensamt formulerat följande punkter som viktiga för ett miljömärke: (1) omfattande och kontrollerbara miljökrav, (2) oberoende kontroll av produkterna, (3) krav som

¹³ Bra Miljöval har gjort en utredning kring trycksaker men inte fattat något beslut om huruvida kriterier ska utvecklas.

fastställs oberoende av producenten, (4) livscykelperspektiv och (5) successiv skärpning av kraven.¹⁴

Men papperstillverkare har inte bara anammat märkningar och/eller deklarerationer på produktnivå, även skogsråvaran och bruket som helhet certifieras allt oftare. För skogsbruk används idag främst två standarder på den svenska marknaden: Forest Stewardship Council (FSC) och Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC). FSC är ett partsammansatt initiativ som förespråkas av miljöorganisationer såsom Världsnaturfonden (WWF) och Svenska Naturskyddsföreningen (SNF). PEFC är skogsägarnas egen standard och saknar stöd hos tidigare nämnda miljöorganisationer.¹⁵ Därutöver har de allra flesta bruk även infört något av de certifierade miljöledningssystemen Eco Management and Audit Scheme (EMAS) eller ISO 14000. Vi kommer i denna studie inte att gå närmare in på dessa certifieringssystem.

För att förstå bakgrunden till det studerade fallet bör man även, i stora drag, känna till distributionskanalerna för papper. Massan och pappret produceras ofta vid samma bruk. Därefter säljer bruket det färdiga pappret vidare till grossister. De i särklass största pappersgrossisterna i Sverige är Svenskt Papper och Papyrus som ägs av papperstillverkningsjättarna M-real respektive Stora Enso. Grossisterna säljer sedan pappret vidare till återförsäljare som i sin tur säljer till slutkonsumenter såsom privatpersoner, företag och offentliga organisationer.¹⁶

2.1. Frivilliga miljökommunikationsverktyg

2.1.1. Svanen och EU-blomman

Det officiella miljömärket Svanen instiftades av Nordiska Ministerrådet år 1989. Sverige, Norge, Danmark, Finland och Island är involverade i arbetet genom varsitt sekretariat och varsin nämnd, i Sverige det ickevinstdrivande aktiebolaget SIS Miljömärkning respektive Svenska Miljömärkningsnäm-

¹⁴ Miljömärkarna. URL (2005-02-15): [www.miljomarkarna.se/miljomarken/miljomarken.asp].

¹⁵ För den som är intresserad av att läsa mer om den latenta konflikten mellan FSC och PEFC kan rekommenderas Boström, 2002; Brunnen (red.), februari 2004.

¹⁶ När det gäller offentlig upphandling får inköparen inte kräva att produkterna ska vara miljömärkta enligt Lagen om offentlig upphandling (1992:1528). Däremot får de ställa krav kring produktens miljöpåverkan, till exempel hur stora utsläpp som gjorts och vilka kemikalier som använts vid tillverkningen.

den (SMN).¹⁷ Arbetet sker på uppdrag av regeringen. De nationella nämnderna är partssammansatta med representanter från myndigheter, miljöorganisationer, samt handeln och industrin. Nämnderna samordnas i sin tur i Nordiska Miljömärkningsnämnden (NMN), den högsta instansen där beslut formellt fattas om vilka produktgrupper som ska omfattas av Svanen samt vilka krav de ska uppfylla. Sommaren 2004 frångicks beslutsfattande enligt konsensusprincipen och nu krävs istället kvalificerad majoritet, vilket innebär att minst fyra av de fem länderna måste komma överens. Innan nya kriterier tas upp i de nationella nämnderna och därefter i NMN går ärendet ut på en öppen remissrunda. Dels finns en standardiserad remisslista och dels sammanställs en anpassad adressatlista för varje enskild produktgrupp. När ett kriteriedokument är fastställt kan företag ansöka om produktlicens hos de enskilda ländernas sekretariat, i Sverige SIS Miljömärkning.

Svanens kriterier revideras vart tredje till femte år och företagen måste då ompröva sina licenser. Svanenmärkningen riktar sig till producenter vars produkter säljs på den nordiska marknaden, vilket innebär att märkningen även kan innehas av företag som är baserade utanför Norden.

Sedan år 1994 har SIS Miljömärkning även hand om den europeiska miljömärkningen EU-blomman. EU-blommans kriterier tas fram av nationella organisationer i EU:s medlemsländer på uppdrag av EU kommissionen och regleras genom EU-förordningen om ett gemensamt miljömärke. I Sverige administreras även arbetet med EU-blomman av SIS Miljömärkning. För tillfället finns inga svenska papper med EU-blomman och vi kommer inte heller att gå närmare in på märkningen.¹⁸ Enligt Svanen är tanken att Svanen ska finnas på den nordiska marknaden och EU-blomman på den europeiska.

Svanens kriterier för papper återfinns under kategorin ”tryckpapper” men innefattar inte enbart papper för tryck och utskrifter utan även kopieringspapper. Kriterierna reviderades senast i december 1999 och var giltiga parallellt med de gamla kriterierna till juni 2001, då de gamla kriterierna slutade att gälla. I mars 2005 släpper Svanen omarbetade kriterier och produktkategorin döps då om till ”kopierings- och tryckpapper”.

¹⁷ I SMN finns representanter från Naturvårdsverket, WWF, Svensk Dagligvaruhandel, Svenskt Näringsliv, Kemikalieinspektionen, Miljöförbundet Jordens Vänner, Svenska Kommunförbundet, Konsumentverket och Sveriges konsumentråd.

¹⁸ Det enda nordiska företag som har EU-blomman för kopierings- och tryckpapper är danska Dalum Papir. Svenska SCA har licens för mjukpapper.

Svanens papperskriterier bygger i stort på fyra områden: skogsbruk, kemikalier, utsläpp och energiförbrukning. Svanen kräver att minst 15 procent av pappersfibrerna ska komma från ett certifierat skogsbruk, alternativt att minst 50 procent ska bestå av returpapper. Både PEFC och FSC kan tillämpas, men måste först godkännas av sekretariaten. För kemikalier krävs bland annat att de måste vara lättnedbrytbara. Klorgas får inte användas vid blekning men däremot klordioxid, så kallat ECF papper. Det tredje området innefattar utsläpp såsom COD, AOX, fosfor, svavel, kväveoxider och koldioxid. Kraven för skogsbruk och kemikalieanvändning är fasta och absoluta. Utsläppskraven beräknas dock genom en matris där licenstagaren ges möjlighet att väga de olika parametrarna mot varandra. Ett företag kan således vara mindre bra inom ett område om detta vägs upp inom ett annat. Utöver dessa tre områden ställer Svanen krav på energianvändningen samt avfallet, som skall källsorteras.

Sedan mars 1996 har Svanen även infört produktkategorin ”trycksaker” som omfattar dagstidningar och tidskrifter, produktkataloger och telefonkataloger, reklamtryck, böcker samt block och häften. Enligt Svanen står själva tryckeriprocessen för cirka hälften av den negativa miljöbelastningen och pappret för den resterande halvan. Svanen ansåg alltså att det inte längre var tillräckligt att endast pappret levde upp till miljökraven, även tryckprocessen behövde säkras. I kriterierna för trycksaker krävs bland annat att minst 90 procent av produktens vikt ska utgöras av papper som klarar Svanens kriterier för ”tryckpapper”¹⁹; det ingående pappret behöver alltså inte vara Svanenmärkt utan endast uppfylla Svanens krav. För att möjliggöra detta har Nordisk Miljömärkning, paraplyorganisationen för de fem ländernas sekretariat, upprättat en lista över godkända papper som inte har Svanenmärkning men som uppfyller Svanenkraven. Listan uppdateras ständigt och finns att tillgå för berörda tryckerier. De bruk som väljer att använda systemet granskas i sin tur av Nordisk Miljömärkning mot en administrativ avgift, men de betalar alltså inga licensavgifter. Möjligheten att märka slutprodukten finns även för återförsäljare av tryckpapper, men nyttjas inte i någon vidare utsträckning.²⁰ Totalt finns det idag 227 Svanenlicenser för trycksaker på den svenska marknaden.

I Sverige är ansökningsavgiften för Svanenlicens 18 000 kronor. Därutöver tillkommer en årlig avgift om 0,3 procent av företagets omsättning på

¹⁹ När det gäller böcker, block och häften är kravet att minst 80 procent av produktens vikt måste klara Svanens kriterier.

²⁰ Ett undantag är Nordiskt Papper vars försäljning främst är riktad mot kommuner och lands-ting.

de Svanenmärkta produkter som licensen avser, med en maxgräns på 350 000 kronor per produktgrupp och produktionsställe. Omprövningsavgiften uppgår till 9 000 kronor.

2.1.2. Bra Miljöval

År 1987 lanserade SNF miljömärkningen Bra Miljöval, ”världens tuffaste miljömärkning”.²¹ Initiativet ses delvis som ett resultat av 1980-talets heta debatt om klorblekning. Missbildade fiskar, problem med reproduktion bland fiskar och syrefattiga havs- och sjöbottnar²² var några av de miljöproblem som tydligt kunde ses i närheten av pappersmassafabriker. Till sammans med Miljöförbundet²³ lanserade SNF i denna veva en lista riktad mot konsumenter där svenskproducerat papper rankades efter hur mycket klororganiska föreningar som släppts ut vid tillverkningen. Huruvida det är Bra Miljövals förtjänst att klorutsläppen från massaindustrin halverades under perioden 1990 till 1993 samt att det idag inte tillverkas något papper med klorgasblekning i Sverige får förbli en öppen fråga.

SNF:s styrelse beslutar om Bra Miljövals kriterier samt vilka produktgrupper Bra Miljövals kriterier ska tas fram för. Till skillnad från Svanens partssammansatta nationella nämnder fastställs kriterierna för Bra Miljöval av SNF:s styrelse eller generalsekreterare, beroende på produktområde. Vid framtagandet av nya kriterier sker dock en öppen remissrunda och experter, företag och branschorganisationer med flera involveras. Arbetet med Bra Miljöval administreras av SNF:s rikskansli i Göteborg. I likhet med Svanenmärkningen skärps Bra Miljövals kriterier efterhand. En gång om året görs en revision av alla de licensierade företagen. Som ett led i internationaliseringen togs år 2003 texten Bra Miljöval bort från logotypen med pilgrimsfalken.

Bra Miljövals kriterier för papper kom första gången år 1988 med huvudsaklig målsättning att minska utsläppen av klororganiska föreningar. Under de närmast påföljande åren reviderades kriterierna relativt tätt och nya parametrar infördes medan befintliga skärptes. De nuvarande kriterierna från år 1998 innehåller hårdare krav för kemikalieanvändning och inkluderar även krav på produktionen av skogsråvaran samt energianvändningen. Papperskriterierna gäller för kopierings-, tryck-, skriv-²⁴ och mjuk-

²¹ Bra Miljöval. URL (2005-03-04): [www.snf.se/bmv].

²² Syrefattiga bottnar beror på tjocka lager sediment som kommer från trä rester från massatillverkningen.

²³ Nuvarande Miljöförbundet Jordens Vänner.

²⁴ Skrivpapper är här detsamma som Svanens utskriftspapper.

papper samt för pappersmassa.²⁵ Till skillnad från Svanen saknar Bra Miljöval licenser för produktgruppen trycksaker. Sedan kriterierna reviderades år 1998 finns endast licenser för mjukpapper (exempelvis hushållspapper, toalettpapper och servetter), inget kopierings-, tryck- eller skrivpapper är märkt med Bra Miljöval.

Mer specifikt kräver Bra Miljöval att den ingående pappersmassan består av minst 30 procent returfiber eller skogsråvara som godkänts av FSC, PEFC certifiering tillåts inte. Företaget måste redovisa vilka kemikalier som ingår i tillverkningen; högst två viktprocent av det färdiga papperet får bestå av ämnen som är svårnedbrytbara och högst en viktprocent får bestå av färgämnen.²⁶ Till skillnad från Svanen, som godkänner ECF papper, kräver Bra Miljöval att pappret är helt klorfritt, så kallat TCF papper. För att erhålla Bra Miljövals märkning måste även en viss andel av den inköpta elen uppfylla kraven för Bra Miljövalmärkt el.²⁷ Det färdiga papperet måste också vara lätt att återvinna. Samtliga av Bra Miljövals krav är fasta och absoluta. Ansökningsavgiften uppgår till 10 000 kronor per papperskvalitet,²⁸ en årlig licensavgift om 5 000 kronor samt 0,15 kronor per ton massa.

2.1.3. Paper Profile

Paper Profile lanserades under våren 2001. Initiativet är en form av miljödeklaration av ISO typ II, ett så kallat eget miljöuttalande, där miljöinformation redovisas i form av faktiska värden i ett färdiguppställt formulär. Paper Profile är framtaget av ledande europeiska pappersproducenter och drivs i föreningsform av de nio medlemsföretagen Arctic Paper, Holmen Paper, Klippan, M-real, Myllykoski, Norske Skog, Sappi Fine Paper Europe, Stora Enso och UPM-Kymmene. Tillsammans står dessa företag för en stor del av världens massa- och pappersproduktion. Föreningen är öppen för nya medlemsföretag efter enskild ansökan och prövning. Medlemmarna måste vara pappersproducerande företag. Medlemmarna har en röst vardera och beslutar gemensamt om vilka parametrar som ska ingå i deklarationen. De svenska och finska Skogsindustrierna är adjungerade på mötena men saknar beslutsrätt. Arbetet med Paper Profile sköts av en administratör på Finska Pappersingenjörsföreningen. Medlemmarna delfinansierar den administrativa servicen genom en årsavgift om några tusen kronor.

²⁵ Kriterierna omfattar inte kartong.

²⁶ Vissa färgämnen är totalförbjudna liksom komplexbildaren EDTA.

²⁷ Bra Miljömärkt el innebär bland annat att den inte får komma från kärnkraft; ett krav som politiserar el licensen.

²⁸ Av en papperskvalitet kan företaget tillverka många olika märkta produkter.

Paper Profile består av ett informationsblad om en sida där ”neutral” miljödata redovisas. Deklarationen saknar förbestämda kravnivåer, jämförande index eller andra referenspunkter. På formuläret ska brukets miljöledningssystem samt råvaruanskaffningens miljöaspekter redovisas, det vill säga varifrån voden kommer och huruvida den är certifierad eller inte. Deklarationen innehåller också ett antal miljöparametrar: utsläpp till vatten av COD AOX, kväve och fosfor (i kilo per ton) samt utsläpp till luft av svaveldioxid, kväveoxider och koldioxid (i kilo per ton). Därefter ska produktens sammansättning redovisas i procent.²⁹ Det finns också två rader för det fasta avfallet till deponi och förbrukning av inköpt el. Slutligen ska kontaktperson på företaget och dennes kontaktuppgifter finnas med.³⁰ De flesta parametrarna i Paper Profile återfinns således också i kravkriterierna för Svanen, EU-blomman och Bra Miljöval, med undantag för detaljerad kemikalieanvändning.³¹

För att alla bruk ska använda samma beräkningsmodeller och samma vikter finns även en sexsidig instruktionsmanual att tillgå. I manualen förklaras relativt utförligt vad som ska finnas med under de olika rubrikerna samt hur värdena ska räknas fram.

Till skillnad från miljömärkningarna saknar Paper Profile krav på extern revision. Däremot står det tillverkaren fritt att tredjepartsgranska miljöparametrarna, till exempel inom ramen för företagets miljöledningssystem. Om tredjepartsgranskning ägt rum markeras detta i högra hörnet av Paper Profile formuläret.

Värt att notera är att ett av de mest drivande företagen bakom Paper Profile, M-real, valt att lägga till två sidor till sina Paper Profile formulär. På dessa extra sidor redovisas bland annat omgivningsfaktorer, det vill säga var bruket är placerat, samt transporter, hur råvaran är anskaffad och hur avfallet tas om hand.

²⁹ Vid redovisningen av produktens sammansättning redovisas den procentuella andelen returfiber, kemisk massa, mekanisk massa, annan massa, pigment och fyllmedel, bindemedel samt fukt.

³⁰ Deklarationen finns att tillgå som bilaga.

³¹ I deklARATIONEN finns dock den översiktliga redovisningen av produktens sammansättning i procent. Augustinsson, 2002.

3. VARFÖR ÖVERGAVS SVANEN?

Svanen reviderade alltså sina kriterier för produktkategorin tryck- och kopieringspapper i slutet av år 1999. De gamla kriterierna löpte parallellt med de nya ända fram till juni 2001, då de gamla slutade att gälla. För att bibehålla sina miljömärkningar var papperstillverkare nödgade att ompröva sina licenser hos Svanen. Innan de gamla kriterierna trädde ur kraft hade Svanen 92 licenser för tryckpapper; tillsammans stod dessa produkter för en stor del av den nordiska marknadens papper för tryck, utskrifter och kopiering.³²

Vid tiden för Svanens kriterierevidering var många svenska papperstillverkare starkt missnöjda med Svanen. När de nya skärpta kraven lanserades valde det stora flertalet bruk att inte lämna in omprövningsansökningar till Svanen. Detta resulterade i att antalet licenser för tryckpapper sjönk kraftigt och idag finns endast sex Svanenmärkta tryckpapper i Sverige och totalt 23 i Norden.

Men papperstillverkarna stod för den skull inte tomhänta. Istället hade det nya miljökommunikationsinitiativet Paper Profile varit under utveckling och kunde lanseras på marknaden under våren 2001, strax innan Svanens nyreviderade kriterier trädde i kraft. Bruken menar dock att det var en tillfällighet att Paper Profile blev färdig i samma veva som deras Svanenlicenser upphörde.

Historien bakom Paper Profile är aningen oklar och initiativet tycks vara ett resultat av flera parallella arbetsspår. En grupp svenska papperstillverkare påbörjade under mitten av 1990-talet utvecklandet av produktspecifika regler enligt ISO typ III (EPD), men lyckades inte komma överens. Samtidigt pågick ett arbete på Europainivå inom European Association of Fine Paper Manufacturers (CEPIFINE) där försök gjordes att utveckla en produktdeklaration av typ III. Eftersom den nordiska massa- och pappersindustrin står för en stor del av den totala europeiska produktionen tillhör Nordenbaserade företag huvudaktörerna inom CEPIFINE. När det svenska arbetet med en miljödeklaration av typ III gick i stöpet bestämde sig de involverade företagen istället för att ge sig på en egendeklaration av typ II. Förutom svenska, finska och norska papperstillverkare var grossister såsom Svenskt Papper och Papyrus till viss del involverade i processen. Arbetet intensifierades och ledde slutligen fram till Paper Profile. CEPIFINE är för övrigt inte involverade i dagens Paper Profile.

³² Förutom dagstidningspapper som aldrig har varit märkt.

3.1. Förutsättningar

När brukens Svanenlicenser trädde ur kraft skapades ett tomrum på regelmarknaden; det fanns inte längre några regler på produktnivå för papper. Det skulle troligen ha varit svårt för bruken att överge den pålitliga miljömärkningen Svanen utan att uppvisa något alternativ. Lanseringen av Paper Profile kan mot denna bakgrund ses som ett sätt för bruken att bibehålla sin trovärdighet som miljökämpar. De upphörde inte med sitt miljöengagemang utan valde bara en annan väg för sitt arbete. Vi ska nu ta en närmare titt på de omständigheter som möjliggjorde för pappersindustrin att lämna statusregeln Svanen och istället övergå till den egna deklARATIONEN Paper Profile.

3.1.1. Ett utrymme öppnas

Som tidigare nämnts (se avsnitt 2.1.1) introducerade Svanen licens för slutprodukten, den färdiga trycksaken, år 1996. Kravet är dock att huvudråvaran ska vara papper som uppfyller de nordiska miljömärkningskriterierna för tryckpapper, finpapper eller tidningspapper. Men pappret behöver för den skull inte vara Svanenmärkt. Istället kan bruken rapportera miljödata till SIS Miljömärkning. Om miljövärdena lever upp till Svanens kravnivåer hamnar pappret på en särskild lista över godkända men inte märkta papperssorter. Därefter är det upp till tryckerierna att märka slutprodukten. Systemet tycks nyttjas till fullo och idag finns totalt 227 licenser för trycksaker i Sverige. I och med lanseringen av kriterier för trycksaker öppnades ett spelrum upp på den tidigare fullspäckade regelmarknaden och det blev praktiskt möjligt för bruken att ignorera Svanens licensavgifter.

Det handlar alltså här om en business-to-business situation där miljödata kommuniceras genom Nordisk Miljömärknings lista och genom Paper Profiles deklARATIONER. Genom att möjliggöra för tryckerier, men även för återförsäljare av papper, att märka sina produkter flyttas även licenskostnaderna ett steg ned i förädlingskedjan, från bruken till tryckerierna. Ulla Sahlberg, Produktansvarig för papper på Svanen, menar att bruken troligtvis skulle vilja se en fortsatt utveckling i denna riktning där Svanenmärkning och licenskostnader ligger på distributionskedjans sista led.

Med facit i hand förefaller det märkligt att Svanen initialt inte krävde att det ingående pappret var Svanenmärkt och inte enbart uppfyllde SIS Miljömärknings krav. Ragnar Unge, VD på Svanen, förklarar dock att det ur konkurrens- och frihandelssynpunkt inte är möjligt att kräva att det ingäen-

de pappret är märkt eftersom detta skulle strida mot Världshandelsorganisationens (WTO) och EU:s regelverk.

Bruken beskriver den simultana lanseringen av Paper Profile med Svanens nyreviderade papperskriterier som en slump. Christina Nordfeldt, Miljösamordnare på Svenskt Papper, menar att det hade varit svårt att överge Svanen utan att ha någon alternativ avlösare. En sådan situation hade lett till dålig publicitet och badwill:

”Det var kanske därför Paper Profile började växa fram. Man ville inte få badwill om att man inte längre tänkte vara miljömedvetna. Då valde man istället att öppet redovisa: ”Det här är vår miljöpåverkan. Vi är inte sämre nu än när vi hade Svanen. Men vi jobbar efter eget huvud. Vi har ISO, många har också EMAS...”

Samtidigt tyder mycket på att miljöfrågor inte längre anses lika viktiga som de gjorde under slutet av 1980-talet. Även om mätningar visar att människor inte upplever miljöhotet som undanröjt, har beredvilligheten att göra uppoffringar för miljön avtagit. Det sjunkande intresset för miljöfrågor kan också ha spelat in i brukens beslut att lämna Svanen.³³

3.1.2. Marknadsstruktur: branschbojkott och interna maktdemonstrationer

Den svenska pappersmarknaden har en oligopolliknande struktur där relativt få men stora företagskoncerner dominerar. Under senare år har ägar-koncentrationen ökat och genom företagsförvärv har allt större koncerner bildats. Exempelvis gick Stora och Enso ihop i Stora Enso år 1998, M-real är ett resultat av flera påföljande bolagsuppköp, senast Modo Paper år 2000 och tyska Zanders Feinpapiere året därpå, och Arctic Paper har köpt upp det tidigare statsägda polska Arctic Paper Kostrzyn. Totalt har antalet pappersproducerande bruk minskat från 62 år 1980 till 46 år 2003. Samtidigt ökade brukens kapacitet från 7,2 till 11,7 miljoner ton papper mellan åren 1980 och 2003, då de tolv största brukens svarade för 65 procent av den totala kapaciteten. Massatillverkande fabriker har följt en liknande trend och sjunkit i antal från 72 fabriker år 1980 till 45 fabriker år 2003 och den totala kapaciteten ökade från 10,5 till 12,0 miljoner ton massa under samma tidsperiod.³⁴

Enligt Helena Norin, Handläggare på Bra Miljöval, agerar den svenska pappersindustrin generellt relativt samstämmigt. Detta var exempelvis fal-

³³ Naturvårdsverket, juli 2002.

³⁴ Skogsindustrierna: Föreningen Sveriges Skogsindustrier, 2003.

let när flertalet företag valde Bra Miljövals märkning framför Svanens för sitt mjukpapper:

”Ibland är det väldigt tydlig och de gör gemensamma uttalanden. På mjukpapper var det tvärtom, då valde alla oss istället för Svanen.”

Ulla Sahlberg och Ragnar Unge på Svanen menar att bruken troligtvis gick ihop och fattade ett samfällt beslut även när de lämnade Svanen.

”De här besluten fattas uppe på styrelsenivå. Som jag förstått det har det varit en branschbojkott, de har gått ihop.”, säger Ulla Sahlberg.

Bruken avvisar dock påståendet om branschbojkott och hävdar istället att beslutet att lämna Svanen och övergå till Paper Profile fattades enskilt av varje företag. Oavsett om samverkan skett i detta specifika fall eller inte torde en industri med endast ett fåtal aktörer ha bättre utsikter att komma överens om ett gemensamt miljökommunikationsverktyg än en bransch med många och små företag.

Ytterligare en dimension av de bolagsförvärv som gjorts på pappersmarknaden är att kontaktpersonerna ute på företagen inte alltid är svenska. Ragnar Unge på Svanen tror att detta bidragit till att förståelsen för den svenska kulturen och miljötankandet minskat:

”I och med att bruken blev större och slogs ihop kanske man tappade lite grann av den här nordiska känslan. Det var lättare på den tiden när man kunde träffa och resonera med VD:n för MoDo och han var svensk och pratade svenska och kände till Miljöverige och kunde bestämma sig för att Svanen var ett bra instrument att satsa på. Nu sitter VD:n i London. Jag vet inte vad han har för känsla för den nordiska miljömedvetenheten.”

Som tidigare nämnts (se avsnitt 2) ägs de två största pappersgrossisterna i Sverige, Svenskt Papper och Papyrus, av två av de största massa- och papperstillverkarna M-real respektive Stora Enso. Brukens beslut att lämna Svanen tycks ha lett till en del svårigheter i grossisternas dialog med sina kunder, där Svanen upplevdes som enkel att kommunicera medan Paper Profile uppfattades som svår, men även i relationen mellan grossisterna och deras respektive huvudmän. Christina Nordfeldt på Svenskt Papper säger att hennes organisation försökte påverka bruken, däribland Svenskt Pappers huvudman M-real, att lämna in underlag till Svanen för tryckpapper. Om tryckpappret uppfyller Svanens krav, får det även användas för Svanenmärkta trycksaker. Kristina Säfsten, Miljöchef på M-real Husum, håller med om att introduktionen av Paper Profile inneburit vissa komplikationer i relationen till Svenskt Papper:

”Svenskt Papper är förhållandevis självgående. Vi får inte peta i deras verksamhet och de ska agera helt vanligt mot oss också. Det är en jättesvår balansgång och det var speciellt svårt på Paper Profile sidan. (...) De kände av det här likaväl som andra återförsäljare och samtidigt måste de vara lojala mot oss.”

Det tycks alltså ha funnits en intern konflikt mellan Svenskt Papper och ägaren M-real, där grossisten upplevde att Svanen utgjorde ett bättre miljö-kommunikationsverktyg medan ägarna hellre såg att Paper Profile vidareutvecklades.

3.2. Kritik mot Svanen

I och med introduceringen av licenser för trycksaker skapades reella förutsättningar för bruken att frångå Svanenmärkning för sitt tryckpapper. Konstellationen på den nordiska pappersmarknaden med få och stora papperskoncerner kan också ha underlättat för industrin att överge Svanenengagemang och istället komma överens om en egendeclaration.

Respondenterna på Svanen har goda uppfattningar om varför pappersaktörerna valde att överge dem. För det första ansåg många företag att de inte kunde profilera sig tillräckligt med Svanen; det syntes helt enkelt inte hur bra man faktiskt var eftersom alla hade samma Svanlogga. Enligt Ragnar Unge på Svanen hävdade företagen också att de inte fick valuta för sitt engagemang och att licenskostnaderna var för höga. För det tredje upplevdes Svanens krav som stela, allmängiltiga och delvis kontraproduktiva ur miljösynpunkt. Istället menade företagen att det skulle vara bättre för miljön om varje enskilt pappersbruk, utifrån sina unika förutsättningar, gjorde sitt bästa för att minska den negativa miljöbelastningen. Ett fjärde argument var att Svanens reviderade kriterier, som bland annat inkluderade energi- och skogsbruksfrågor, var för komplicerade. Ulla Sahlberg på Svanen tillägger att de nya kriterierna inte var särskilt välförankrade bland företagen och att kommunikationen var bristfällig. Slutligen menar Ragnar Unge att företag överhuvudtaget inte gillar att bli granskade och kontrollerade av en extern aktör.

Svanens tolkning av brukens avhopp överensstämmer till viss del med den bild respondenterna från industrin målar upp. Vi ska nu ta en närmare titt på den process som ledde fram till att företagen till slut beslutade sig för att lämna Svanen och satsa på branschinitiativet Paper Profile. Vilka var egentligen argumenten mot Svanen?

3.2.1. Profilering och internationalisering

Grundtanken och det främsta säljargumentet för miljömärkningar såsom Svanen, EU-blomman och Bra Miljöval är att märkningarna ska kunna användas som konkurrensmedel för de licensierade företagen, ett eftersträvansvärt marknadsförings- och goodwillverktyg förbehållet ett fåtal företag som lyckas leva upp till de ambitiöst ställda kraven. Det är detta mervärde som företagen betalar för i form av licensavgifter. Marie Fahlin, Kriteriesamordnare på Svanen, menar att deras märkning innebär en win-win situation; i takt med att företagen marknadsför sina Svanenprodukter ökar också kännedomen om Svanen generellt och både företagen och Svanen som organisation tjänar på den goda cirkeln. Hon menar dock att Svanen kanske inte lyckats fullt ut med att marknadsföra sig som just en spjutspetsmärkning enbart avsedd för de absolut bästa produkterna.

För att säkerställa att märkningen inte blir en symbol för det vanliga och genomsnittliga, arbetar Svanen och EU-blomman efter en trettioprocentprincip. Detta innebär att endast de produkter som tillhör de 30 procent bästa på marknaden ska ha Svanens respektive EU-blommans logotyp. Om märkningen sprider sig till fler produkter sätts den initiala mervärdestanken ur spel. Skulle alla produkter ha Svanen alternativt EU-blomman är märkningen inte längre särskiljande eller exklusiv. Kraven får alltså inte vara för låtta att leva upp till. Men för att öka miljöhänsynen i industrin, och på köpet också inkassera licensavgifter, är en målsättning att engagera så många företag som möjligt; kraven får heller inte vara för höga. Bra Miljöval hade under begynnelseskedet en liknande gräns, men när kriterierna skärptes följde företagen efter och det blev svårt att revidera kraven direkt därefter. För att göra kraven rimliga tittar Bra Miljöval dock på hur stor andel av produkterna på marknaden som hypotetiskt skulle klara dem. Men huruvida alla som lever upp till kraven även kommer att ansöka om licens vet Bra Miljöval (och Svanen) inte när kriterierna fastställs.

Poängteras bör att Svanenmärkningen även kan innehas av producenter som är baserade utanför de nordiska länderna men vars produkter säljs på den nordiska marknaden. Detta får konsekvenser för trettioprocentprincipen eftersom den tillämpas på samtliga produkter på den nordiska marknaden och inte enbart på de svenskproducerade. Det är inte nödvändigtvis 30 procent av de Nordenbaserade företagens produkter som ska vara Svanenmärkta; distinktionen sker istället bland samtliga produkter som tillhandahålls på den nordiska marknaden. I praktiken kan detta innebära att alla

svenskproducerade produkter inom en viss kategori har Svanen, medan övriga, importerade, produkter inom samma kategori saknar märkningen. Under början av 2000-talet hade i princip alla svenskbaserade pappersföretag Svanenmärkning på sitt tryck- och kopieringspapper medan det var glesare med Svanenlogotyper bland det övriga europeisk- eller nordiskimporterade papperet. Enligt Ragnar Unge på Svanen lämpar sig Svanen bäst på marknader med hård konkurrens och många mindre aktörer eftersom spridningen då blir större och det är svårare för industrin att gå samman.

Eftersom en god majoritet av de stora svenska papperstillverkarna hade Svanenmärkning på sitt finpapper innan kriterierna reviderades år 2001 upplevde företagen att de inte fick valuta för sitt engagemang; alla deras svenska konkurrenter kunde också plocka fram Svanens logotyp. Det blev helt enkelt svårt att profilera sig som ett miljömedvetet företag eftersom alla var lika duktiga enligt Svanens fasta parametersystem.

”Fördelarna är kommunicerbarheten, och nackdelarna är att den är fast. Det är en svan och du kan inte få tre svanar, du kan inte få guldsvan, den är on/off.”, förklarar Kristina Säfsten på M-real.

En respondent från industrin som vill vara anonym menar att Svanen i likhet med de svenska fackföreningarna en gång gjort mycket bra men idag spelat ut sin roll:

”Svanen är på utdöende.”

Anders Lindström på Holmen Paper understryker emellertid tvärtom att Svanens och EU-blommans snäva trettioprocentgräns ofta upplevs som ett problem eftersom alla inte har en reell möjlighet att klara kraven:

”Tanken är inte att alla ska klara kraven. När man lanserar nya regler är tanken att kanske bara 20 till 30 procent ska klara av kraven. Och det finns ett starkt motstånd till detta i Europa. Vilket också har medfört att EU-blomman har mött så stort motstånd.”³⁵

Bruken vill alltså ha någon sorts garanti för att beviljas miljömärkning men de vill samtidigt att endast de absolut bästa ska få märkning för att inte urholka mervärdestanken. Det tycks således ligga en inbunden paradox i brukens resonemang om mervärde och trettioprocentprincipen; de vill både ha kakan och äta upp den.

³⁵ Holmen Paper har sedan många år ett principbeslut om att inte miljömärka tidningspapper och närliggande produkter. Holmen Papers papper klarar dock Svanens krav och deras kunder kan i sin tur välja huruvida de vill Svanenmärka sin slutprodukt eller ej.

Ett försök att lösa profileringsproblematiken skulle kunna vara att introducera olika nivåer inom ramen för märkningen. Svanen har till exempel diskuterat införandet av en guldsvan för de allra bästa företagen, men kommit fram till att en sådan endast skulle urvattna systemet; till slut skulle alla ha guldsvanen och den vanliga svanen skulle bli värdelös och intetsä- gande. Bra Miljöval har tidigare arbetat utifrån ett tvånivåsystem med ett A- och ett B-lag. Systemet har dock frångåtts eftersom det inte kommuni- cerades i någon större utsträckning. Med tiden identifierades nya miljöpa- rametrar och steget från B-laget till A-laget blev inte naturligt.

Intressenter på Bra Miljöval och Svanen poängterar att Paper Profile, till skillnad från miljömärkningarna, knappast kan användas i marknadsfö- ringssammanhang. Ragnar Unge på Svanen beskriver Svanen som världens mest lyckade miljömärkning sett utifrån hur många som känner till den. Enligt en opinionsundersökning känner 96 procent av svenskarna till Sva- nen och 70 procent anser att märket har en hög trovärdighet.³⁶ Märkningen torde således ha goda förutsättningar att användas för PR hos det enskilda företaget enligt Unge. Han poängterar att Svanen lyckats bygga upp stor trovärdighet kring sig och att märket är vida känt inte enbart i Norden utan även i övriga världen. Miljömärkningsorganen tror inte heller att intresset för deklarationen är särskilt stort ute bland företagen.

”De har hållit på med det i sex år och misslyckats med det. Jag tror inte att de är särskilt nöjda med resultatet.”, säger Ragnar Unge på Svanen.

Frida Hök, Handläggare på Bra Miljöval, ger en liknande beskrivning:

”Det ligger i byrålådan och man skickar iväg det för att visa att man har det.”

Papperstillverkare hävdar å andra sidan att de under senare år upplevt en allt större efterfrågan på detaljerad miljöinformation från sina kunder och att Svanen inte är tillräcklig som kommunikationsverktyg. Kristina Säfsten på M-real beskriver hur hennes organisation fick enkäter om 50 sidor där de i detalj skulle svara på frågor kring utsläpp och dylikt. Paper Profile ses som ett sätt att hantera kundernas alltmer detaljerade miljöefterfrågan:

”Det räcker inte med en svan. Exempelvis Strålfors, Elanders Tryckeri, eller IKEA, de vill ha siffror. (...) Man är beredd att ta svårare beslut än kring en svan eller ej. Och en svan räcker inte för man vill hitta det bästa pappret.”

I takt med att marknaderna vuxit och pappersbruken vidgat sina vyer har den nordiska marknaden minskat i betydelse, och därav också intresset för

³⁶ Se vidare Svanens hemsida. URL (2005-03-19):
[www.svanen.nu/producent/default.aspx?kund=true].

nordiska märkningar. De stora pappersföretagen ser världen som sin marknad och den nordiska eller svenska marknaden upptar endast några procent av deras omsättning.

”Och det är bara i Sverige man är intresserad av Svanen, och den marknaden är så liten.”, menar Kristina Säfsten på M-real.

Paper Profile å andra sidan beskriver sig som

”[e]n frivillig och internationellt harmoniserad miljödeklaration för vägledning vid inköp av papper.”³⁷

På frågan om Paper Profile är bättre lämpad för export än Svanen tvekar ändå intressenterna från pappersindustrin något och menar att initiativet är än så länge relativt nytt och inte hunnit bli känt bland de europeiska kunderna. Kristina Säfsten på M-real förklarar vidare:

”Paper Profile har en chans. Bra Miljöval eller Svanen... Nej, de är ingen fråga för export. (...) Paper Profile är minst lika bra som någonting annat.”

Svanen och Bra Miljöval har tydliga kopplingar till den nordiska marknaden och är sålunda inte de enda miljömärkena som pappersindustrin måste förhålla sig till; en faktor som också kan ha bidragit till lanseringen av Paper Profile. I Tyskland används till exempel Der Blaue Engel, i Österrike Umweltzeichen och i Australien Good Environmental Choice Label. Pappersindustrin upplever det stora utbudet av miljökommunikationsverktyg som svårhanterligt och kostsamt. Enligt Christina Nordfeldt på Svenskt Papper tvingas papperstillverkare tillsätta hela avdelningar för att hålla sig uppdaterade på det stora märkningsutbudet.

3.2.2 Investeringstung industri med behov av flexibilitet

Enligt Ragnar Unge på Svanen riktade bruken även viss kritik mot Svanens licensavgifter, som de hävdade var för höga. Unge menar dock att avgifterna i realiteten troligtvis inte spelade någon avgörande roll för brukens beslut att lämna Svanen. Han får medhåll av Kristina Säfsten på M-real:

”Visst, pengar ska man alltid spara, men det har aldrig varit något avgörande.”

Christina Nordfeldt på Svenskt Papper påpekar att det kortsiktigt var dyrare att lämna Svanen än att ha kvar märkningen eftersom bruken fick trycka nya broschyrer och förpackningar. Margareta Almberg, Quality Engineer på Stora Enso Nymölla, menar dock att avgifterna dels är för höga och dels dåligt konstruerade. Idag betalar varje bruk en årsavgift om 0,3 procent av omsättningen på de Svanenmärkta produkter som licensen avser, med en

³⁷ *Paper Profile Customer Brochure.*

maxgräns på 350 000 kronor per produktgrupp och bruk. Istället för att vara fördelade per bruk, föreslår Almborg att avgifterna skulle kunna slås samman och ligga på moderbolaget, i detta fall Stora Enso. Maxgränsen skulle med ett sådant system nås snabbare och företaget skulle spara pengar.

De stora kostnaderna uppstod istället som en följd av Svanens allmän- giltiga uppbyggnad och bristfälliga flexibilitet, samt de mer eller mindre oförutsägbara kriterierevideringarna. Kristina Säfsten på M-real förklarar att massa- och papperstillverkning är en investeringstung industri som präglas av stora och dyra punktsatsningar. För att leva upp till Svanens allomfattande och kontinuerligt reviderade kriterier måste bruken anpassa hela investeringsplaner därefter:

”I en sådan här investeringstung industri blir det så att ena gången är vi jättebra på utsläpp till vatten på grund av att vi har fått någon investering där på 400 miljoner och då måste de andra områdena stå tillbaka. Och då kan det vara så att vi är nära något kriterium... Och sedan vet vi att vi kan få pengar om några år till nästa satsning. Trappstegen är väldigt stora.”

När bruken går ihop och bildar stora koncerner kan det, enligt Christina Nordfeldt på Svenskt Papper, finnas ett bruk som hamnat på efterkälken miljömässigt, Polen är ett sådant exempel. Det skulle då, anser Nordfeldt, vara bättre att investera alla resurser på en förbättring av det polska bruket snarare än att dutta lite här och där.

Ett annat argument som lyfts fram av intressenter från industrin är att Svanen ställer samma krav på alla. De förklarar att brukens miljöpåverkan till mångt och mycket är avhängig geografisk placering och andra individuella premisser, aspekter som Svanen inte tar hänsyn till. Christina Nordfeldt på Svenskt Papper förklarar att ett litet gammalt bruk som är beläget i inlandet troligen inte har samma miljöproblematik som ett stort modernt bruk som ligger vid ett kraftigt vattenflöde. Den bristande flexibiliteten i Svanenmärkningsen bekräftas av bland andra Margareta Almborg på Stora Enso, som menar att Svanen inte tar hänsyn till helheten:

”Om man nu ska investera i en miljöförbättring, så ska man få välja den själv utifrån sina egna förutsättningar. Varje bruk, beroende på var det är placerat, har olika förutsättningar och bör göra olika saker. Och att då klumpa ihop alla till samma COD till exempel, oavsett om man har sitt utsläpp i Atlanten eller om man har det i en liten å i inre Tyskland, eller inre Sverige, eller inre Finland. Man bör lägga sina pengar där de gör mest nytta och så var det inte, upplevde man i branschen.”

Det blir således uppenbart att industrin inte alltid delar miljömärkningsorganens syn på vad som är bra respektive dålig miljöhänsyn.

Anders Lindström på Holmen Paper anser till och med att svensk miljölagstiftning och miljödomar är mer flexibla än Svanen:

”Vi lever i en värld där miljökrav föreskrivs utifrån väldigt noggranna provningar enligt miljölagstiftning, som resulterar i miljödomar med en massa villkor. Och de kraven på ett bruk tycker vi är satta på en något sånär riktig grund, utifrån både miljömässiga och tekniska möjligheter och ekonomiska förutsättningar, och med hänsyn till förhållandena i omgivningen. Medan de krav som sätts upp i olika sådana här frivilliga miljömärkningar är väldigt stereotypa.”

Ragnar Unge på Svanen tillbakavisar dock kritiken och menar att fördelarna med Svanen inte ligger hos producenterna utan hos konsumenterna, som lättare kan göra miljömedvetna inköp.

Det kan vara svårt att lämna en statusregel likt Svanen då detta kan skapa badwill för den redan illa betrodda industrin. Detta ser bruken också som ett av de stora problemen med miljömärkningar. Kriterierna skärps med jämna mellanrum och varje ny revidering innebär ett nytt riskmoment eftersom företaget då riskerar att exkluderas från systemet.³⁸

”... har man väl gått in i systemet så kostar det rätt mycket badwill om man hoppar av, om man inte då samtidigt erbjuder något annat.”, säger Anders Lindström på Holmen Paper.

Generellt tycks respondenterna från industrin anse att den svenska pappersbranschen håller hög miljöstandard och att branschen som helhet ofta gått i bränschen med sitt miljöengagemang. Christina Nordfeldt på Svenskt Papper menar att vi inte borde stirra oss blinda på pappersindustrin utan istället börja fokusera på andra branscher som inte hunnit lika långt än, exempelvis bilindustrin. Respondenter på Svanen och Bra Miljöval säger dock att intresset för miljö går i vågor och att vi är inne i en svacka för tillfället. För vissa produktsorter har dock miljöorganisationer lyckats påverka normer och beteenden på ett mer bestående sätt. Helena Norin på Bra Miljöval påpekar att svenska konsumenter till exempel utgår från att tvättmedel ska vara miljömärkt eftersom ”alla är det”.

3.2.3. *Användarbehov*

Pappersbruken och -grossisterna handlar inte med privatpersoner utan med tryckerier och återförsäljare; det rör sig alltså uteslutande om business-to-business transaktioner. Enligt intressenterna på bruken kräver olika kund-

³⁸ När papperstillverkarna valde att inte ompröva sina licenser gick Svanen miste om stora intäkter och som en följd därav fick, enligt Ragnar Unge på Svanen, delar av den administrativa personalen sluta. Svanens kriterierevidering innebär således inte bara ett riskmoment för företagen utan även för Svanen.

segment också olika miljödata. För företagskunder såsom tryckerier uppfyller Paper Profile behoven medan Svanen fungerar bäst som miljökommunikationsverktyg för slutkonsumenter, och då främst vanliga konsumenter. Anders Lindström på Holmen Paper, vars papper till stor del säljs vidare till tryckerier, förklarar att hans organisation främst producerar tryckpapper, det vill säga papper som vidarebehandlas innan det når slutkonsumenten. Eftersom Holmen Paper inte möter slutkonsumenten, är dennes eventuella miljökrav inte särskilt uttalade. Holmen Paper rapporterar in miljödata till SIS Miljömärkning och deras kunder kan således märka den färdiga trycksaken med Svanen om de vill.

Bruken ligger långt ifrån slutkonsumentens miljökrav, vilket kan ha bidragit till att de inte heller känner något yttre tryck på att märka sina produkter. Å andra sidan använder möbelindustrin fortfarande Svanenmärkta spånskivor, trots att dessa också utgör halvfabrikat.

Ytterligare en aspekt för val av miljökommunikationsverktyg – märkning kontra deklaration – är produktens primära syfte, det vill säga vad det är som kunden köper. Bruken gör här en tydlig åtskillnad mellan tryckpapper och kopieringspapper. Tryckpappret är ett halvfabrikat som förädlas ytterligare under tryckeriprocessen. Kunden konsumerar inte pappret i sig utan den färdiga trycksaken, exempelvis tidningen, journalen eller broschyren. Det är således det skrivna ordet, layouten eller bilderna som är i fokus för kunden snarare än vilket papper som använts.³⁹ Kopieringspapper å andra sidan ses som en masskonsumtionsprodukt som dagligen används av konsumenter ute i företagen, de offentliga organisationerna eller hemmen; det är alltså kopieringspappret och dess kvaliteter per se som konsumeras och som är intressant för slutkonsumenten.

Enligt Margareta Almqvist särskiljs sålunda kopieringspapper från tryckpapper då den förra produktkategorin kan främjas av en lättkommunicerbar märkning som slutkonsumenten känner igen och litar på, medan den senare saknar ett yttre tryck på miljömärkning. Stora Enso Nymölla är det enda större svenskbaserade bruk som har kvar Svanenmärkning på kopieringspapper. Ulla Sahlberg på Svanen tror att detta lett till fler och nya kunder för Stora Enso, framförallt bland kommuner och landsting. Helena Norin på Bra Miljöval reflekterar kring Svanen och Bra Miljöval som alltför konsumentnära märkningar och tillägger att Svanen haft tidigare problem med

³⁹ Samma resonemang förs även för emballagepapper och kartong som används till förpackningar; till exempel mjölkförpackningar eller IKEA:s möbelemballage. Det är inte pappret som konsumenten köper utan det som finns i förpackningen, det vill säga mjölken eller bordet.

att märka andra produktkategorier som inte är konsumentnära, exempelvis sågkedjeolja.

Vad som definieras som viktiga miljöaspekter varierar med tiden och bruken menar att det är svårt att ständigt vara alla till lags och hänga med i de ständiga svängningarna på miljömarknaden. Eftersom Paper Profile är en datasammanställning över vad bruken anser vara miljörelevant information, tillåts kunden själv avgöra huruvida produkten uppfyller hans/hennes miljöpreferenser. Bruken slipper således anpassa sin miljöpresentation från fall till fall och lämnar det upp till kunderna att göra avvägningar.

Kristina Säfsten på M-real säger att skogsfrågan för tillfället är högaktuell och att andra områden, såsom exempelvis vattenproblematiken, nedprioriteras. Men vilka frågor som uppfattas som angelägna varierar med tiden och i takt med att miljöintresset byter fokus efterfrågas också nya märkningar. Med Paper Profile undslipper således bruken kortsiktiga marknadsfluktuationer.

”Vi slipper få den här diskussionen om att: ’Nej, nu vill vi ha ett FSC märke; nej, nu vill vi ha en svan; nej, nu vill vi ha ett TCF märke.’ Och det hoppar fram och tillbaka för att man är orolig för olika parametrar hela tiden.”, menar Kristina Säfsten på M-real.

Helena Norin på Bra Miljöval håller med vissa reservationer med om beskrivningen ovan:

”De som förespråkar miljödeklarationer menar att ett enkelt miljömärke inte räcker. Folk vill ändå alltid veta mer. (...) Det finns hur många olika krav som helst som kan vara viktiga när man köper någonting. Och då är det klart att Paper Profile kan ge en bredare palett, lite mer information.”

3.2.4. Dålig förankring

En av Svanen framförd anledning till brukens simultana avhopp är bristande förankring och kommunikationsproblem under kriterieframställningsprocessen. I Svanens reviderade krav fanns till exempel nya parametrar för skogsråvaran som företagen inte var bekant med sedan tidigare. Enligt Ulla Sahlberg på Svanen uppstod många missförstånd på grund av den dåliga kommunikationen och företagen tyckte att kraven var alltför strikta:

”Det var först när vi började prata med varandra som man fick lite mer kött på benen kring hur det här kravet är tänkt att fungera. Det här med kommunikationen var väldigt jobbig under den här tiden.”

Informanterna på bruken har ingen tydlig uppfattning kring huruvida de varit tillräckligt involverade i de nya kriterierna eller inte. Idag liksom då

finns inget företag representerat i den partssammansatta SMN, däremot finns en representant från paraplyorganisationen Svenskt Näringsliv och en representant från branschorganisationen Svensk Dagligvaruhandel.

Generellt tycks bruken inte ha några problem med att klara Svanens utsläpps- eller kemikaliekraV. När Svanen reviderade sina kriterier för kopierings- och tryckpapper togs även råvaruanskaffningen med. Detta innebar att en viss del av råvaran skulle komma från certifierad skog enligt FSC eller PEFC, alternativt från returpapper. Margareta Almborg på Stora Enso minns bland annat hur de reviderade kriterierna innehöll direkta felaktigheter:

”De krav som Svanen kom ut med då var väldigt illa genomtänkta, framförallt de krav på skogsråvara som fanns i den ursprungliga remissen vid den tiden. De var felräknade, det stod saker där som var fullständigt idiotiska, och det blev mycket upprört runt det.”

Ulla Sahlberg på Svanen säger att de tog till sig av brukens kritik och ändrade de felaktigheter som fanns. Ytterligare en anledning till varför just råvaruaspekten kan ha vållat olägenheter är, enligt Helena Norin på Bra Miljöval, brukens sedan länge väletablerade leverantörskedjor som det ogärna rubbas på. Att plötsligt bryta upp gamla leverantörsmonster för att få certifierad ved kan således upplevas som svår genomförligt.

3.3. Kritik mot Paper Profile

Pappersproducenterna upplevde en hel del brister med Svanens system. I samma veva som de övergav Svanen introducerades branschinitiativet Paper Profile. Respondenter på Svanen och Bra Miljöval är kritiska till egen-deklarationen och menar att den dels är svår att använda och dels saknar krav på extern verifiering. I och med lanseringen av Paper Profile har dessutom miljömärkarnas roll som marknadspoliser underminerats och öppnat upp för lågpris-papper som producerats på tvivelaktigt sätt.

De flesta intressenter är överens om att Paper Profile är svårare att använda för kunden och ställer högre krav på användaren än ett miljömärke likt Svanen. Enligt Ragnar Unge på Svanen kan Paper Profiles brister sammanfattas i fyra punkter. För det första ligger det ett uppenbart problem i att det är företagen själva som sätter upp de parametrar som ska ingå i deklarationen. För det andra ligger hela tolkningen på användaren. Denne måste således vara väl insatt i miljöfrågor för att förstå vad de olika parametrarna innebär. För det tredje måste användaren även kunna värdera vilka miljöaspekter som är aktuella för stunden och huruvida produkten är bra

eller dålig ur miljösynpunkt. Slutligen bygger Paper Profile på egenkontroll; ingen extern revision som verifierar att de uppgivna värdena faktiskt stämmer krävs.

3.3.1. Stora krav på användaren

Många intressenter både bland miljömärkarna och ute i industrin menar att grossisterna och återförsäljarna tillhörde den grupp som var mest skeptiska till brukens beslut att lämna Svanen och övergå till Paper Profile. Paper Profile upplevs som svårare att kommunicera i jämförelse med Svanen och innebär ett större arbete för grossister och återförsäljare, som fått anordna informationskampanjer och föreläsningar om Paper Profile ute hos sina kunder. På frågan vad grossisterna Papyrus och Svenskt Papper ansåg om lanseringen av Paper Profile menar Ulla Sahlberg på Svanen att Papyrus var nöjda eftersom deras ägare Stora Enso valde att ha kvar Svanenmärkningen på sitt finpapper. Hos konkurrenten Svenskt Papper var bilden dock en annan:

”Svenskt Papper var som jag förstod det väldigt ledsna för det var ett argument för dem att få sälja. Jag får fortfarande samtal från Svenskt Papper, från olika försäljare, där de ber mig kontakta deras huvudmän i Finland och förmå dem att söka licens. De upplever att de hela tiden får bevisa medan Stora Enso går förbi och viftar med Svanenflaggan och kommer in på de stora förhandlingarna.”

Ulla Sahlberg berättar även om det stöd Svanen fick från återförsäljarna, distributionskedjans tredje led:

”Där hade vi jättestöd. Det här med Paper Profile gick inte hem, det var för komplicerat för dem. Och de orkade inte heller. Många inköpare har inte tid att sätta sig in i saker och ting. Jag tänker på Svanströms, de var jättearga. Inköparen sa att hon har 5 000 produkter som hon köper in och hon kan inte läsa och göra bedömningar av olika parametrar och vikter. De ville absolut ha Svanen.”

Tolknings och värderingsmomenten är något som respondenterna på Svanen och Bra Miljöval fäster stor vikt vid och ständigt återkommer till. Den oerfarne användaren besitter inte den kunskap som krävs för att tolka värdena och de tekniska termerna. Även om användaren förstår innebörden i informationen måste han/hon dessutom vara väl insatt i de för dagen aktuella miljöfrågorna för att kunna värdera deklARATIONEN.

”Svårigheten med Paper Profile är att den ställer så höga krav på användaren, som ska försöka ta ett beslut utifrån sina egna värderingar. Är man då inte särskilt insatt i hur papper tillverkas...”, menar Helena Norin på Bra Miljöval.

Hon understryker att deklARATIONEN saknar märkningarnas kravnivå och istället lämnar det till användaren att värdera:

”Vi kanske tittar på samma aspekter men vi har lagt in våra värderingar kring hur mycket naturen tål.”

Christina Nordfeldt på Svenskt Papper stämmer delvis in i kritiken:

”Du kan inte slå Svanen i enkelhet, eller EU-blomman, eller vad du vill. När det gäller Paper Profile kräver det lite mer av dig som läsare. (...) Men sedan är miljö svårt. Vad är miljö? Att vi ska ha så lite kärnkraft som möjligt eller att vi ska släppa ut i vattnet så lite som möjligt?”

Anders Lindström på Holmen Paper menar dock att hans kunder, tryckerierna, är så pass stora och välutrustade att de besitter den miljökompetens som krävs för att förstå och värdera deklarationen. Christina Nordfeldt på Svenskt Papper kompletterar med kontorsvaruhandlare som enligt henne har tillräckliga kunskaper för att klara av Paper Profile eftersom de har miljömedvetna slutkunder.

Respondenter på Svanen och Bra Miljöval är dock tveksamma till företagens miljökunskaper och säger att kommuner och landsting, vanliga företagskunder och även tryckerier saknar den kunskap och den tid som krävs för att tolka och värdera Paper Profiles.

”Om man sitter som inköpare på en kommun eller på ett större företag kanske man inte bara köper papper. Man kanske köper kompressorer, glödlampor... Det är inte rimligt då att ha sådana värderingar själv, man hinner inte.”, säger Helena Norin på Bra Miljöval.

Hon menar att tillräcklig miljökunskaper kan finnas hos grossisterna, men påpekar att värderingsmomentet ändå blir tveksamt eftersom grossisterna ägs av bruken, vars miljövärderingar då riskerar att influera bedömningen.

Respondenter från bruken delar till viss del oron över bedömningssvårigheterna med Paper Profile, men förklarar att deklarationen främst är tänkt som ett jämförelseinstrument.

”Det går inte att plussa parametrarna, det är inget index. (...) Enda sättet för kunder är att jämföra. De köper ofta papper från tre, fyra eller fem bruk och de kan då jämföra.”, förklarar Anders Lindström på Holmen Paper.

Christina Nordfeldt på Svenskt Papper bedömer själv många Paper Profiles innan de går vidare till kunderna. Hon menar att Paper Profiles även kan användas för att jämföra miljöbelastningsutvecklingen hos en och samma produkt genom att studera deklarationer från tidigare år. Därutöver använder hon de krav som SIS Miljömärkning ställt upp för papper som en typ av referensvärde vid bedömningen. Nordfeldt efterlyser någon form av jämförande standardmall och föreslår att Paper Profile till exempel skulle kunna sammanställa ett genomsnitt för samtliga deklarationer.

Respondenter på Svanen och Bra Miljöval påpekar att det finns miljörelevanta information som inte kan tas med i miljömärkningar men som en deklaration likt Paper Profile lätt skulle kunna inkludera. Ett givet sådant område är hur långt produkten transporterats. Enligt Ragnar Unge är transportfrågan ur konkurrens- och frihandelssynpunkt svårhanterlig för miljömärkningar. Skulle Svanen kräva en maxgräns för hur långt pappret får ha transporterats, skulle detta strida mot WTO:s och EU:s regelverk. Det står på andra sidan Paper Profile helt fritt att i sin deklaration lägga till en rad om hur många kilometer pappret rest.

3.3.2. Transparens kontra granskning: en fråga om trovärdighet

Det finns en tydlig polemik mellan miljömärkarna Svanen och Bra Miljöval å ena sidan och pappersindustrin å den andra kring behovet av extern granskning. Paper Profile kräver inte att de uppgivna värdena verifierats av en utomstående part. De bruk som frivilligt väljer en tredjepartsgranskning kan dock markera detta högst upp i det högra hörnet på deklarationen. Svanen och Bra Miljöval ser däremot den externa revisionen som en av de viktigaste komponenterna i en trovärdig miljömärkning. Miljömärkarna är i första hand inte oroliga över att bruken fiffelar med siffrorna, men däremot att de inte tillämpar likvärdiga beräkningsmodeller när de kommer fram till sina värden. De får visst medhåll av Christina Nordfeldt på Svenskt Papper som berättar att det initialt var svårt att bedöma tillförlitligheten i en deklaration som utvecklats av företagen själva. Hon menar dock att dilemmat lösts, dels tack vare den användarmanual som Paper Profile tagit fram med detaljerade instruktioner kring hur värdena ska beräknas, och dels tack vare att Paper Profile börjat läggas in i brukens miljöledningssystem.

Respondenter från industrin har lite förståelse för kritiken om bristande granskning. Anders Lindström på Holmen Paper resonerar kring ”den svenska transparenta modellen” som en garant för att siffrorna i Paper Profile stämmer:

”Det står för det första på Paper Profile om bruket är certifierat med något miljöledningssystem, och i och med det så finns det någon slags allmän ordning och reda i bruket.”

Han påpekar att data som publiceras i samband med miljörapporterna till länsstyrelsen inte heller verifieras:

”Hela det svenska systemet grundar sig på någon form av moget ansvar. Vi har en öppenhet på något sätt. (...) Vi har ingen utomstående som går in och kontrollerar att det vi skriver är rätt. Det vi lämnar ifrån oss är väldigt tillförlitligt. Vi tycker inte att det krävs någon extern revision.”

Lindström tror att industrins öppna miljöredovisningssystem är unikt för just Norden. Att de nordiska bruken valt att redovisa miljödata öppet är något som även miljömärkarna tycker är ett steg i rätt riktning.

Intressenter från pappersindustrin tycks hysa stor tilltro till miljöledningssystem och miljöredovisningar och menar att Paper Profile i sig är en sorts försäkran om att företaget har ett gott miljöarbete. Miljöledningssystemen sägs utgöra en kvalitetsstämpel gentemot kunderna och en signal om att företaget har kontroll över sin verksamhet. Anders Lindström på Holmen Paper förklarar vidare:

”Om man ska vara krass kan man säga att oavsett vad det heter, om det är Svanenmärkt papper eller om det är Paper Profile, är det för många av våra kunder tillräckligt att veta att vi har Paper Profile, att vi har miljöredovisning. Så tänker de att vi ändå verkar sköta oss på ett OK sätt ur miljösynpunkt.”

Svanen och Bra Miljöval menar att miljöledningssystem i sig inte är något bevis för att företaget sköter sig utan endast ett system för att organisera miljöarbetet.

Enligt Kristina Säfsten på M-real är en av Svanens och Bra Miljövals starkaste egenskaper att de har en tydlig logotyp att märka produkterna med, något som Paper Profile saknar:

”Vi tror ibland att hade vi bara haft ett märke som det stod 'PP' på så skulle det hjälpa. Ibland är det så fruktansvärt lite som behövs. Men samtidigt känner vi som är tekniker och jobbar med miljöfrågor att det inte är riktigt schysst. För det står inte för någonting mer än i och för sig att det finns en miljödeklaration, att vi står för de siffrorna. Och det i sig indikerar att bolaget antagligen har ett bra miljöarbete.”

Att Paper Profile utvecklats av företag för företag är enligt miljömärkarna en betydande svaghet. Helena Norin på Bra Miljöval understryker till exempel att hennes organisation är en genuin och, till skillnad från Svanen, icke-partssammansatt miljöorganisation med det primära syftet att rädda naturen, medan företagets främsta avsikt är att tjäna pengar.

3.3.3. Miljöpoliser

Enligt Ulla Sahlberg på Svanen fyller miljömärkningar även en annan viktig roll på marknaden; de fungerar som ett filter som sorterar bort mindre trovärdiga pappersalternativ dels genom att skapa förväntningar kring miljöaspekter bland konsumenter och dels genom att detaljgranska vissa produkters miljöegenskaper. Idag går det till exempel inte att sälja papper för tryck som inte uppfyller kraven uppställda av SIS Miljömärkning, alterna-

tivt som inte är Svanenmärkt. Papper från länder som Ryssland köps helt enkelt inte av svenska tryckerier. Sahlberg förklarar vidare:

”Vi är lite grann som poliser. Vi håller rent på marknaden och ser till att det inte är vad som helst som säljs här. Vi rör om i grytan. Det kommer till exempel inte in så mycket indonesisk massa från förstörda skogar bakvägen. Vi rensar lite.”

För en tid sedan analyserade Svanen till exempel produkters sammansättning på jakt efter alkylfenoletoxylater, en kemikaliekomponent som man vill rensa marknaden från.⁴⁰ Produkter innehållande kemikalien identifierades och de berörda företagen tvingades åtgärda problemet. Sahlberg tror inte att statsmakten skulle kunna åstadkomma en lika effektiv detaljgranskning på produktnivå som Svanen.

Enligt Ragnar Unge på Svanen begick företagen ett misstag när de felbedömde miljömärkarnas roll som ”miljöpolicer”. Bruken trodde nog att Paper Profile skulle ersätta Svanens polisiära insats och vara ett sätt att slippa lågpriskonkurrens utifrån, det vill säga från producenter utanför EU. Men idag finns, menar Unge, många billigare utländska pappersalternativ och konkurrensen har hårdnat. Paper Profile har således inte fungerat på det sätt som bruken initialt hoppats på och som Svanen en gång gjorde på pappersmarknaden.

⁴⁰ Sedan år 1973 finns ett åtagande inom svensk industri att byta ut alkylfenoletoxylater som råvara vid tvätt och rengöringsmedelsframställning för konsumentbruk. Naturvårdsverket, 2000.

4. REGLER KONTRA INFORMATION

Inledningsvis ställdes ett antal frågor som vi hoppades finna svar på under arbetets gång. Vissa av de initiala frågetecknen har rätats ut, medan nya tillkommit. I detta avslutande stycke diskuteras dragna slutsatser kring det studerade fallet med stöd i befintlig regelteori.

4.1. Paper Profile: information i teorin, standardisering i praktiken

Låt oss ta det från början och försöka reda ut i vilken utsträckning regler respektive information egentligen skiljer sig åt i detta specifika fall. Intressant nog har de involverade Paper Profile företagen valt att i stort inkludera samma miljöparametrar i sin deklaration som de som återfinns i Svanens och Bra Miljövals kriteriedokument. Hade helt andra parametrar valts, hade det troligtvis varit krångligare att motivera övergången. Men genom att ”följa samma stig” som erkända miljömärkningsorgan blir det lättare att legitimera Paper Profile; den information som återspeglas i Svanenlogotypen finns också med på deklarationen.

Paper Profile är dock inte ”ren information”, vissa inslag av explicit standardisering finns även här. Bruken kan inte redovisa vad som helst på sina deklarationer, utan är styrda av de förutbestämda rubrikerna. De kan heller inte lämna vissa rader tomma då detta skulle uppfattas som ofullständigt. Instruktionsmanualen för Paper Profile innehåller dessutom tydliga och detaljerade föreskrifter kring hur de olika värdena ska beräknas samt vad som ska finnas med under rubrikerna, ett bra exempel på så kallad regelstyrd information.⁴¹

Som vi sett har förslag om att göra genomsnittsvärden tillgängliga för inköpare också lyfts fram, värden som skulle kunna ses som en sorts referenspunkt. Respondenten på Svenskt Papper påpekar dessutom att hon brukar jämföra Paper Profiles med SIS Miljömärknings kriterier för att kontrollera att deklarationerna håller måttet. Om detta förfarande är vida använt ute i industrin, skulle Paper Profile kunna ses som indirekt standardiserad. Är det branschpraxis att tolka deklarationen utifrån index såsom Svanens kriteriedokument, skapar den praktiska tillämpningen ett standardiseringsmoment trots att Paper Profile i sig endast innehåller så kallad information. Det är med andra ord inte enbart den explicita utformningen

⁴¹ Ett liknande exempel är läkemedelsfallet. Se vidare Lagrelius och Sjögren, 2004.

som avgör standardiseringsgrad, utan även användarens praktiska förhållningssätt till informationen.

Kopplat till detta finns den allmänna uppfattningen om Svanen som alltför stel och allmängiltig; regeln ställer samma krav på alla medan den investeringstunga pappersindustrin efterlyser flexibilitet och individuellt anpassade lösningar. Egendeklarationen Paper Profile å andra sidan, upplevs som mer situationsanpassad och realistisk. Att självreglering skulle vara flexiblare och mer träffsäker mot praktiken är knappast överraskande och stämmer väl överens med tidigare studier.⁴² På Holmen Paper dras paralleller till gällande miljölagstiftning och miljödomar och respondenten menar att dessa är mer verklighetsanknutna än miljömärkarnas krav. Paradoxalt nog tillhör obligatorisk lagstiftning en av de hårdaste formerna av formella regler och brukar generellt förknippas med allt annat än flexibilitet.⁴³

4.2. Intern maktdemonstration snarare än extern konflikt

Den speciella konstellationen på den svenska pappersmarknaden, med få och stora bruk som i sin tur äger de få och stora grossisterna, tycks ha skapat utrymme för maktutövanden. Grossisterna tillhör den grupp som främst drabbats av brukens beslut att lämna Svanen. Grossisterna tycks för den skull inte förhålla sig passiva till Paper Profile; frustrerade inköpare kontaktar fortfarande Svanen och ber om hjälp med att övertala bruken om att återgå till Svanen. Så här i efterhand är det tydligt att det var ägarna som till slut fick sista ordet och kunde diktera villkoren, det vill säga Paper Profile. Ägar- och maktförhållandena gjorde det således svårt för grossisterna att hävda sig.

En annan aktör som naturligt nog drabbades av lanseringen av Paper Profile var Svanen. I och med Paper Profiles inträde på marknaden uteslöts inte bara Svanen utan även miljöorganisationer, myndigheter och andra intressenter från beslutsprocessen. Paper Profile är som bekant en sluten församling som endast ger tillträde åt andra pappersproducenter; de öppna remissrundornas tid var således förbi. Trots detta uppstod ingen uttalad konflikt mellan Svanen och bruken; Svanen undvek kritiska uttalanden och mediala fördömanden. Istället kan Svanens agerande under den mest intensiva perioden beskrivas som kapitulering i tysthet.

⁴² Se till exempel Ahrnes och Boströms, 2004, tabell på sid. 148.

⁴³ Ahrne och Boström, 2004.

Kampen om positionering i regleringsutrymmet kan sålunda ses som dels en intern men uttalad strid inom brukskoncernerna, och dels en utåtriktad men tiggande konflikt mellan Svanen och bruken. Hade grossisterna (läs Svenskt Papper) stått mer självständiga och inte haft pappersproducenter (läs M-real) som huvudmän, hade situationen idag kanske varit en annan. I ett sådant scenario skulle grossisterna ha haft andra möjligheter till maktutövning, exempelvis genom att aktivt söka sig till andra pappersproducenter, eller genom att skapa en högljudd publik debatt kring brukens avhopp.

Relaterat till detta tycks den svenska pappersmarknaden präglas av relativt väletablerade och starka företagsrelationer mellan de fåtaliga men enorma aktörerna. Det torde således finnas en viss tillit aktörerna emellan i de olika nätverken. Med tillit kommer också informella regler, normer, som gör att formella regler såsom miljömärkningar blir överflödiga.⁴⁴

I ljuset av detta fall tycks märkningar likt Svanen fungera relativt dåligt på marknader med få och stora aktörer, knapp konkurrens och starka relationer företagen emellan. Utöver den oligopolliknande marknadsstrukturen är det troligt att alltför integrerade ägarstrukturer, med täta och lojala relationer mellan de olika leden i produktions- och distributionskedjan, försämrar förutsättningarna för ett effektivt och välfungerande miljömärkningssystem.

4.3. Marknadsdifferentierare?

I pappersfallet har ett antal dilemman kopplade till regler likt Svanenmärkningen delvis gjort sig till känna. En sådan problematik är trettioprocentprincipen, det vill säga tanken om att Svanen ska differentiera marknaden och endast märka de 30 procent bästa miljöalternativen på en given marknad. Svanens och EU-blommans definition av och gränsdragning mellan den svenska marknaden, den nordiska marknaden och den europeiska marknaden utgör i sig ett komplicerat projekt, och om marknadspreciseringarna är oklara vacklar även trettioprocentprincipen. I pappersexemplet tycks Svanenlogotypen blivit alltför allmängiltig och således förlorat sin marknadsdifferentierande funktion. Trettioprocentprincipen blev helt enkelt för knepig att uppnå. Istället upplevs det som ett bättre alternativ att visa upp de ”goda” miljövärdena i en öppen deklaration likt Paper Profile.

Genom att fatta ett mer eller mindre gemensamt beslut om att överge Svanen och istället satsa på Paper Profile, kunde bruken sätta konkurrensen

⁴⁴ Ahrne och Brunsson, 2004b.

på miljöområdet ur spel. Paper Profile utgör troligen inte en lika tydlig miljösignal som Svanen, vilket innebär att det blir svårare för bruken att uppmärksamma och vinna konkurrensfördelar på ett positivt miljöarbete.⁴⁵ Egendeklarationen torde med andra ord ha ännu sämre förutsättningar än Svanen att fungera som differentierare. Paradoxalt nog verkar bruken fortfarande sträva efter att profilera sig som miljökampare; de ger på frivilligbasis ut årliga miljöredovisningar och lägger till extra sidor till sina Paper Profile deklarerationer för att lyfta fram sitt ”föredömliga” miljöengagemang. Frågan är då om företagen har ett reellt intresse av att kunna profilera sina produkter som goda miljöalternativ, eller om de hellre vill konkurrera på andra premisser, exempelvis utifrån pris och kvalitet?

En av Svanen anförd anledning till att bruken valde att hoppa av var den bristande kommunikationen med och förankringen ute bland företagen. Reglering innebär en förhandlingsprocess, ett givande och ett tagande, mellan ömsesidigt beroende aktörer. Om de reglerade väljer att inte följa de uppsatta frivilligreglerna förlorar regelsättarna inflytande. Om de reglerade å andra sidan inte lyckas leva upp till en erkänd statusmärkning riskerar de att förlora legitimitet. I pappersfallet torde en långsiktigt bristande förankring utgöra en viktig faktor till Svanens misslyckande. Företagen saknar direktrepresentation i Svanens partssammansatta organ och de tycks heller inte vara särskilt angelägna om att aktivt engagera sig i Svanens kriterieframtagande. Måhända uppfattar inte företagen Svanen som en bred och partssammansatt arena där industrins intressen får komma till tals.

Bra Miljöval utgör som bekant inte något partssammansatt forum, även om öppna remissrundor tillämpas. Förankringsfrågan torde således vara än mer problematisk här. Men till skillnad från Svanen kategoriseras SNF:s pilgrimsfalk som en riktig spjutspetsmärkning, enbart avsedd för de absolut vassaste miljöalternativen. Svanen tycks alltså ha brustit inom två centrala områden; dels upplevs märkningen som en dålig marknadsdifferentierare och dels har besluten inte varit tillräckligt förankrade bland de berörda företagen.

4.4. Användarvänlighet

Svanen, EU-blomman och Bra Miljöval är tydliga signaler gentemot slutkonsumenten medan bruken främst vänder sig till andra företag, det rör sig här uteslutande om business-to-business transaktioner. Paper Profile an-

⁴⁵ Se även Samuelsson, 2003-01-30.

vänds enbart av företag i kommunikationen med andra företag. En naturlig följdfråga blir då huruvida miljömärkarnas förmåga att fungera som kommunikationsverktyg i business-to-business situationer brustit, samt om egendeklarationer likt Paper Profile är mer lämpade vid företagstransaktioner? Det finns dock flera exempel där regler anammats av företag även i business-to-business situationer. Möbelindustrin som använder Svanenmärkta spånskivor är ett sådant exempel, FSC certifieringen av skog ett annat.⁴⁶

Ett av de främsta argumenten mot Paper Profile är enligt miljömärkarna att informationen är svår att tolka och att hela värderingsmomentet ligger på (den ofta dåligt insatte) brukaren. Svanens logga däremot, ses som en okomplicerad och direkt symbol för ett gott miljöval. Synsättet implicerar en förbehållslös tilltro till SIS Miljömärknings expertis och värderingar. Den implicita information i statusmärken som Svanen är således lätt att tillgodogöra sig, givet att användaren känner förtroende för regelsättaren och tror sig dela dennes värderingar. Den explicita information som redovisas på Paper Profile kan vara svår att ta till sig för lekmannen, men möjliggör för individuell tolkning och värdering. I pappersfallet har det blivit känt att industrin inte alltid delar Svanens syn på vad som är bra respektive dålig miljöhänsyn; Svanens självpåtagna roll som värderare står här inte oemotsagd.

4.5. Övervärderade paketlösningar

Bruken tycks hysa stor tillit till miljöledningssystem som en garant för företagens pågående miljöengagemang och allmänna ordning och reda. Det ligger en uppenbar risk i att paketlösningar likt miljöledningssystem överskattas av företag och kommuniceras som ett kvitto på ett gott miljöarbete, när systemen i själva verket saknar substantiella kravnivåer och endast stipulerar hur miljöarbetet ska organiseras. Boström och Sandstedt (2004) pekar på en rad problem med allmänna och abstrakta lösningar likt miljöledningssystem. Förutom att metoden i sig (här miljöledningssystem) konstrueras som en lösning på problemet (här den negativa miljöbelastningen), riskerar paketlösningar att leda till ett slentrianmässigt förhållningssätt och en bristande probleminsikt.

⁴⁶ Boström, 2004.

5. REFERENSER

Litteratur

- Ahrne, Göran och Boström, Magnus, 2004, Pendelrörelser mellan frivillighet och tvång. Ur Boström, Magnus (red.) *Den organiserade frivilligheten*. Lund: Liber, sid. 144-162.
- Ahrne, Göran och Brunsson, Nils, 2004a, Från marknadsreglering till regelmarknad. Ur Ahrne, Göran och Brunsson, Nils (red.) *Regelexplosionen*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), sid. 5-7.
- Ahrne, Göran och Brunsson, Nils, 2004b, Regelexplosionen. Ur Ahrne, Göran och Brunsson, Nils (red.) *Regelexplosionen*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), sid. 199-220.
- Augustinsson, Matilda, 2002, *Miljömärkning och miljövarudeklaration som kommunikationsmedel: en fallstudie på kontorspapper*. Magisteruppsats i Miljöredovisning och miljörevision, Centrum för naturresurs- och miljöforskning, Stockholms universitet. URL (2005-02-10): [www.ctm.su.se/file.php?id=5809].
- Bennulf, Martin, februari 1999, *Miljöengagemang i olika grupper av svenska folket: kunskapsläge och vissa förslag till åtgärder*. Rapport till Naturvårdsverket. Statsvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet. URL (2005-04-13): [www.naturvardsverket.se].
- Boström, Magnus, 2004, En mångfald av parter: nya regler i skogen. Ur Ahrne, Göran och Brunsson, Nils (red.) *Regelexplosionen*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), sid. 155-180.
- Boström, Magnus och Sandstedt, Eva, 2004, Är vi på rätt väg? Tendenser, möjligheter och problem. Ur Boström, Magnus och Sandstedt, Eva (red.) *Är vi på rätt väg? Studier om miljöfrågans lösning*. Stockholm: Formas.
- Boström, Magnus, 2002, Skogen märks: hur svensk skogscertifiering kom till och dess konsekvenser. *SCORE:s Rapportserie*, Nr. 3. Stockholms centrum för forskning om offentlig sektor (SCORE). URL (2005-02-09): [www.score.su.se]
- Brunnen, Eleanor (red.), februari 2004, *Footprints in the Forest: Current Practice and Future Challenges in Forest Certification*. FERN. URL (2005-02-09): [img-wiz.odelius.se/wwf/atts/wwf-1073273.pdf].
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart, 2004, Ju mer vi är tillsammans. Ur Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red.) *Ju mer vi är tillsammans: tjugosju kapitel om*

politik, medier och samhälle. SOM-undersökningen 2003. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Lagrelius, Anna-Maria och Sjögren, Ebba, 2004, Reglers mångfald: läkemedelsregering i Sverige. Ur Ahrne, Göran och Brunsson, Nils (red.) *Regelexplosionen*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), sid. 93-125.

Naturvårdsverket, juli 2002, *På väg mot miljöanpassade produkter*. Rapport nr. 5225. Stockholm: Naturvårdsverkets förlag. URL (2005-04-13): [www.naturvardsverket.se].

Naturvårdsverket, 2000, *Miljööverenskommelser: en möjlighet i miljöarbetet?* Rapport nr. 5064. Stockholm: Naturvårdsverkets förlag. URL (2005-04-13): [www.naturvardsverket.se].

Paper Profile Customer Brochure. URL (2005-02-09) [www.paperprofile.com/download/Brochure_SWE.pdf].

Piper, Lennart; Ryding, Sven-Olof och Henricson, Curt, 2004, Miljömärkning och miljödeklarationer: olika sätt att kommunicera resultatet av miljöledningsarbetet vad avser miljöegenskaper hos produkter och tjänster. Ur Piper, Lennart; Ryding, Sven-Olof och Henricson, Curt *Ständig förbättring med ISO 14000*. Stockholm: SIS förlag. URL (2005-03-10): [www.miljostyrning.se/iso14000/miljomarkn.pdf].

Samuelsson, Kenneth, 2003-01-30, Näringslivet på väg att över miljömärkena. *Miljörapporten*.

Skogsindustrierna: Föreningen Sveriges Skogsindustrier, 2003, *Skogsindustrin 2003: en faktasamling*. URL (2005-02-09): [www.skogsindustrierna.org/LitiumDokument20/GetDocument.asp?archive=1&directory=400&document=1782].

Thorén, Roger, 1999, Klor: miljöbov på väg tillbaka. *Sveriges natur*, nr. 5. URL (2005-04-13): [www.snf.se/sveriges-natur/artikel.cfm?CFID=4095994&CFTOKEN=77001478&id=66].

Hemsidor

Bra Miljöval. URL (2005-03-05): [www.snf.se/bmv].

EU-blomman. URL (2005-03-05): [www.blomman.nu].

Miljömärkarna. URL (2005-02-15): [www.miljomarkarna.se].

Paper Profile. URL (2005-03-05): [www.paperprofile.com].

Svanen. URL (2005-03-05): [www.svanen.nu].

Intervjuer

<i>Bra Miljöval</i>	Gruppintervju med Frida Hök, Handläggare, och Helena Norin, Handläggare (2005-01-14)
<i>Holmen Paper</i>	Intervju med Anders Lindström, Technical Director (2005-01-03)
<i>M-real Husum</i>	Telefonintervju med Kristina Säfsten, Miljöchef (2005-02-01)
<i>Nordiskt Papper</i>	Intervju med Fredrik Lidbeck, VD (2005-01-04)
<i>Stora Enso Nymölla</i>	Telefonintervju med Margareta Almberg, Quality Engineer (2005-01-17)
<i>Svanen</i>	Intervju med Marie Fahlin, Kriteriesamordnare (2005-01-17)
	Intervju med Ulla Sahlberg, Produktansvarig för papper (2005-01-17)
	Intervju med Ragnar Unge, VD (2005-01-17)
<i>Svanströms</i>	Telefonintervju med Christian Romero-Hamrin, Produktchef (2005-02-04)
<i>Svenskt Papper</i>	Intervju med Christina Nordfeldt, Miljösamordnare (2005-01-14)