

4a. Dennis Friis Thaagaard:

Er virksomhederne altid så ansvarlige, som de siger?

Teksten er fra Kristeligt Dagblad, 28. februar 2018.

Dennis Friis Thaagaard (f. 1970), administrerende direktør for firmaet Sustainor, der rådgiver virksomheder i bæredygtighed.

Det er virkelig svært at gennemskue.

Du er ved at købe et par nye bukser og vil gerne vide, om det nu også er det rigtige valg, hvis du vil passe på klima, miljø, menneskerettigheder og truede dyrearter. Kan du stole på det, producenten skriver – og kan du gennemskue de
5 statements, mærkninger og certificeringer, der lovprises bag på mærkatet? De fleste kender situationen. Vi skal købe et produkt. Vi vil gerne træffe et oplyst valg. Vi vil gerne købe det rigtige – forstået som det, der gavner vores verden.

Altså et bæredygtigt produkt. Men hvor er det svært. Enten kan vi ikke gennemskue de smukke ord, producenten kommer med. Eller måske er produktet
10 overklistret med fine logoer, som viser, at dette må være super bæredygtigt. Ellers kan vi slet ikke finde nogen information i det hele taget.

Udvalget af forbrugsvarer er blevet enormt, og det er de færreste varer, der udelukkende vil fange dig med en lav pris. Langt de fleste lokker med, at netop denne vare er rigtig lækker, giver dig bedre venner, lækrere hår, holder længere eller er
15 god for verden.

Det sidste er blevet ekstremt centralt de seneste 5-10 år. Bæredygtighed og samfundsansvarlighed er blevet et standardargument for rigtig mange produkter.

Og det bygges ikke altid på fakta, men følelser. Bare man får brandet sit produkt som en gave til verden, skal det nok kunne aflæses på salgsstatistikkerne.

20 Dette gør livet voldsomt svært for den bevidste forbruger, som gerne vil bruge sine sparepenge på bæredygtige produkter.

Fænomenet har også et navn – nemlig greenwashing. Det stammer fra whitewashing, som er hvidvaskning af sorte penge. Greenwashing er grønvaskning af sorte virksomheder. Det gælder om at få virksomheden og produkterne til at fremstå bedre, end de reelt er. Det kan lyde, som om virksomhederne bare er ude på at
25 snyde os.

I langt de fleste tilfælde er greenwashing ikke gjort bevidst fra virksomhedens side. De er ofte lige så meget i vildrede som forbrugerne og forsøger derfor at fremhæve alle de gode egenskaber, de kan komme i tanke om.

30 Har vi som forbrugere i det hele taget en chance for at opdage greenwashing? Den amerikanske organisation Underwriters Laboratories har beskrevet de syv synder inden for greenwashing:

1. Det skjulte regnestykke: Nogle produkter fremhæves som bæredygtige, fordi de for eksempel er lavet af økologisk bomuld. Men hvis man så har tilsat en masse
35 giftstoffer i farvningen, er det jo ikke specielt bæredygtigt alligevel.

2. Mangel på bevis: Mange produkter hævder at have en masse gode bæredygtige egenskaber. Men de kan ikke bakke det op med beviser eller eksterne mærkninger eller certificeringer.

3. Vage formuleringer: Man ser ofte formuleringer som ”naturlig” eller ”uden

40 tilsætningsstoffer”. Men det betyder jo ikke, at det er et bæredygtigt produkt. Der kan stadig være problemer med for eksempel dyrevelfærd og brug af medicin i dyreopdræt, når det drejer sig om fødevarer.

4. Falske anbefalinger: Et produkt kan give indtrykket af at være anprist af en ngo¹, en certificeringsmyndighed eller andre, som kunne blåstemple produktet
45 uden, at det reelt er sket.

5. Irrelevante oplysninger: Det er lækkert at kunne beskrive ens produkt som meget bæredygtigt. Sommetider er oplysningerne bare fuldstændig irrelevante, som for eksempel når man skriver, at et produkt er frit for kemi, som faktisk allerede er forbudt. Dette ses sommetider hos producenter af køleskabe, der reklamerer med, at deres produkter er fri for freon² – som blev forbudt i 1987.
50

6. Det mindste af to onder: Ofte hævder en virksomhed, at den er bedre end de andre i branchen – for eksempel en cigaretproducent, der laver en økologisk cigaret. Eller et olieselskab, der genbruger sin papemballage. Dette er meget anvendt i visse brancher, som notorisk ikke har det store blik for samfundsansvar.

55 7. Den direkte løgn: Her er der fusket med for eksempel økologimærket, eller man hævder, at produktet og virksomheden laver nogle positive tiltag, som slet ikke har hold i virkeligheden. Det er sjældent, man møder dette, da de fleste virksomheder godt ved, at man hurtigt risikerer at blive gennemskuet.

[...] Greenwashing er skidt. Det spreder *fake news*, det skaber det forkerte forbrug, det giver skuffede forbrugere, det skader klima og miljø og giver mere børnearbejde.
60

Heldigvis tyder meget på, at det bliver et mindre udbredt fænomen af den grund, at virksomhederne arbejder på at forbedre deres reelle samfundsansvar.

65 Det endelige dødsstød kommer med en kombination af en skarpere lovgivning på markedsføring, mærkning, produktion og produktsikkerhed, en større kompetence i virksomhederne til at arbejde med bæredygtighed og en endnu større efterspørgsel på bæredygtige produkter. Det vil give et højere niveau og en større gennemsigthed. Derved vil man fjerne byrden på forbrugernes skuldre og gøre det umuligt at træffe det ikke-bæredygtige valg.

¹ *ngo*: forkortelse for non-governmental organization; 'regeringsuafhængig organisation'. En organisation, der er økonomisk og organisatorisk uafhængig af en regering og selv indsamler penge til at gennemføre aktiviteter.

² *freon*: populær betegnelse for gassen CFC, der eksempelvis kan fungere som kølemiddel i køleanlæg eller som drivmiddel i spraydåser. Stoffet menes at virke nedbrydende på ozonlaget i Jordens atmosfære.

4b. Timme Bisgaard Munk: Greta Thunberg tager fejl – greenwashing er en dyd

Teksten er bragt i Berlingske 3. september 2020.

Timme Bisgaard Munk (f. 1972), chefredaktør og universitetslektor.

Greta er ikke længere sur, hun er skuffet.

Til det sidste klimatopmøde holdt Greta Thunberg derfor en flammende tale om hvordan og hvorfor. Et langt værre og større problem end klimakrisen var opstået. (...) Vi har til Thunbergs store skuffelse adskilt ord og handling. Handlingerne har fortabt sig i de uforpligtende anprisninger. Flere og flere lader som om, at de kæmpede for klimaet uden at gøre noget for alvor. Det er ren reklame og vidtløftige løfter. Små pilotprojekter fyldte i offentligheden og forandrede ikke for alvor noget.

Klimakampen er blevet en altinkluderende folkesport, hvor alle, som vil være med, kan være med. Faren er, at de falske profeter og sidste dages hellige har narret os til at feste videre i baren på Titanic. »Greenwashing« kaldes det farlige fænomen, Greta advarer imod, hvor folk og virksomheder smykker sig med lånte, grønne fjer. På samme måde som alle gik med frihedskæmperarmbind i befrielsens første dage. En smart og gratis »freedomwashing« uden for alvor at have betalt prisen for sine holdninger.

Greta tager bare fejl. *Greenwashing* er ikke problemet, men en del af løsningen.

Befrielsessommerens¹ freedomwashing vækkede kærligheden til Danmark. Det er en dyd, og det skal vi være glade for.

Forsvaret finder vi i Antikkens etik.

Aristoteles² sætter den personlige oplevelse og indsats i fokus. Den moralske dannelse sker ifølge de gamle grækere ikke ved at følge en regel, men ved at føle et ansvar. Retssamfundet er ikke summen af regler, det er den sociale og fælles sans for retskaffenhed.

Vi løser ikke klimakrisen ved blot at indføre love og regler. Vi løser det ikke i Folketinget og FN. Vi løser det ved at føle og gøre det sammen. Netop derfor har små handlinger og anprisninger stor betydning.

Netop derfor skal så mange med som muligt.

Det har nok ikke den store betydning for jordkloden med min sortering af plastik, men netop stor betydning som den samlede sum af dydige mikrohandling.

Som Aristoteles udtrykker det: Vi er, hvad vi gør og gentager.

At være dydig er derfor ikke blot en handling, men en vane. Lige nu skaber vi miljøvenlige vaner og moralske normer. Det skal vi ikke skamme os over, men derimod være stolte af. Det er ikke et problem. Vi lever det ud, så det lever i verden og samfundet som en social norm. Vi erfarer det med og på vores krop i vores hverdag. Så for at vende Greta på hovedet: Den største fare er ikke symbolske ord og handlinger. Den sande og større fare er, hvis vi ikke giver plads til, at alt og alle kan føle et ansvar for klimaet med plads til selv de største *greenwashing-synder* og selv de mindste bidrag.

Klimakampen er en fælles følelse, før det er et forbud, ikke omvendt.

¹ *Befrielsessommeren*: forfatterens udtryk for tiden lige efter 2. verdenskrig.

² *Aristoteles*: (384-322 f.v.t.), græsk filosof.