

**GREENWASHING**  
**FAIR ACTION**

# GREENWASHING

## Kort beskrivning av projektförslaget

Det blir allt vanligare att företag marknadsför sitt hållbarhetsarbete. Samtidigt finns det ett gap mellan vad företagen säger att de gör, och hur det faktiskt ser ut i verkligheten. Nästan hälften av företagens miljöpåståenden är överdrivna, vilseledande eller vaga, visar en granskning inom EU (Konsumentverket, 2021).

Att framställa en produkt som mer hållbar, än vad den i själva verket är, kallas för greenwashing. I det här projektförslaget lär du dig om att syna greenwashing i marknadsföring. Utifrån ett journalistiskt arbetssätt får du testa på att granska bilder och annan reklam som rör hållbarhet.

### Tänkbara metoder i projektet

- Journalistiska metoder så som bildanalys, intervjuteknik och grävande journalistik.
- Gruppintervju/er med Fair Action om greenwashing
- Bonus: Egen intervju med ett företag som du väljer att granska

## Förslag på upplägg och genomförande av projektet

1. Du får information om tydliga tecken på greenwashing.
2. Du formulerar frågeställning och söker bakgrundsinformation.
3. Du väljer själv företag att granska och ev. intervju vid behov.
4. Möjlighet att jämföra flera företags hållbarhetskommunikation, men också mot marknadsföringslagen och hur arbetet ser ut i verkligheten.
5. Möjlighet att anmäla missvisande marknadsföring som greenwashing.

## Varför göra detta som ditt gymnasiearbete?

Att kommunicera om sitt hållbarhetsarbete är en viktig del i företagets marknadsföring. I det här förslaget får du kunskap om hur kommunikationen bör göras på rätt sätt, både pressetiskt och enligt marknadsföringslagen. Du får också chansen att göra ett gymnasiearbete som gör skillnad, på riktigt. När vi översvämmas av information från mängder av olika källor är det extra viktigt att öva sin förmåga till källkritik. Välj ett företag som intresserar dig, få stöd genom Future Minds kunskapsprogram och börja samarbeta med Fair Action, som dagligen granskar svenska företags hållbarhetsarbete.

## BAKGRUND

Du möts dagligen av marknadsföring som förklarar varför just den här tröjan är bra för klimatet. Eller vilken positiv inverkan just den här skon har för människor och miljö. ”Buy this sweater and save the planet!”. Det kanske inte låter exakt så, men du känner igen argumenten. Inte sant?

Fair Action granskar svenska företags hållbarhetsarbete. Vi jobbar bland annat med att få svenska modeföretag att ta ansvar för sin påverkan på människor och miljö. En viktig del i arbetet är att företagen är ärliga och transparenta i sin hållbarhetskommunikation. Så är tyvärr inte fallet många gånger.

**En ny granskning** av över 300 miljöpåståenden i reklam visar att nära hälften saknade grund (Konsumentverket, 2021). Samtidigt vill allt fler konsumenter göra hållbara val. Här finns det en stor risk att du som konsument - omedvetet - påverkar människor och miljö negativt.

Till exempel är det inte tillåtet för företag att säga att vad som helst är ”hållbart”. Enligt Marknadsföringslagen måste företag kunna bevisa det de påstår, och vara tydliga med information mot konsumenten om på vilket sätt varan eller tjänsten är hållbar, vare sig det gäller ekologisk, social eller ekonomisk hållbarhet.

Greenwashing används inte bara vid förskönande kommunikation av något som ska vara bra för människor och miljö. Det är också en metod för att leda bort uppmärksamhet från något dåligt.

**Ett exempel** är när företag, vars verksamhet har en negativ miljöpåverkan, lyfter fram hur man sparar in på kopieringspapper. Och sedan säger att det är lösningen på hela företagets miljöansvar. Att spara in på papper är såklart bra för miljön, problemet här är att företaget använder det som dimridå för huvudproblemet, eller något annat i sin verksamhet som skadar människor och miljö.

Genom ett journalistiskt arbetssätt kan du nu i ditt gymnasiearbete granska företags hållbarhetskommunikation för att se vilken reklam som kan klassas som greenwashing (och om du vill - anmäla dem!).



# LÄNKAR OCH MATERIAL

## **Konsumentverket, 2021, granskning av miljöpåståenden i reklam inom EU.**

<https://www.konsumentverket.se/aktuellt/nyheter-och-pessmeddelanden/pressmeddelanden/2021/eu-granskning-av-miljopastaenden-i-reklam-visade-att-nastan-halften-saknade-grund/>

## **Marknadsföringslagen**

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/marknadsforingslag-2008486\\_sfs-2008-486](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/marknadsforingslag-2008486_sfs-2008-486)

## **Intervjuteknik: Tips inför intervjun**

<http://ungmedia.se/intervju/>

## **Övning: Bildanalys**

[https://fairaction.se/wp-content/uploads/2021/06/Övning\\_Bildanalys.pdf](https://fairaction.se/wp-content/uploads/2021/06/Övning_Bildanalys.pdf)

## **Övning: Greenwashing-bingo**

[https://fairaction.se/wp-content/uploads/2021/06/Övning\\_GreenwashBingo.pdf](https://fairaction.se/wp-content/uploads/2021/06/Övning_GreenwashBingo.pdf)

## **Greenwashing: Varningssignaler och hur du anmäler**

[https://jordensvanner.se/anmal\\_greenwashing/](https://jordensvanner.se/anmal_greenwashing/)

## **Greenwashing i Sverige: Instagramkonto med exempel på greenwashing**

<https://www.instagram.com/greenwashingisverige/>