

Miljödiplomeringsens betydelse för små och medelstora företag

- en studie av Göteborgs kommuns miljödiplomeringsprogram – tillämpning, problem och möjligheter.

The significance of Environmental Diploma for Small and Medium-sized Enterprises. - a research of Gothenburg Municipality's environmental diploma - implementation, associated problems and possibilities.



LUNDS
UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Examensarbete:
Rada Dobriyanova

Handledare:
Mikael Backman

© Copyright Rada Dobriyanova

Miljöstrategi
Lunds universitet
Campus Helsingborg
Box 882
251 08 Helsingborg

Tryckt av Media-Tryck
Biblioteksdirektionen
Lunds Universitet
Lund 2005

Sammanfattning

I denna studie analyseras Göteborgs kommuns miljödiplomeringsmodell, dess tillämpning, problem och möjligheter. Syftet var att studera vad företag och revisorer accentuerar på, vilka problem och brister som förekommer samt hur miljöprestanda och miljökommunikation uppfattas i certifierade respektive diplomerade företag. Ett annat syfte var att studera vilka orsakerna är bakom att en del diplomerade företag hoppar av sitt diplom och andra avvaktar med att diplomera verksamheten.

Studien omfattar enkäter, fallstudier och telefonintervjuer. Enkäterna skickades till 40 företag och av dem svarade 22. Fallstudier genomfördes i 7 av dessa 22 företag. 38 telefonintervjuer genomfördes.

Det visade sig att ju högre miljöengagemanget är hos företaget inklusive ledningen, desto större är möjligheterna att nå ständig förbättring av miljöprestandan. Problemområdena är: identifieringen och värderingen av miljöaspekter; mätning av miljöprestanda; formulering av mätbara miljömål och bristfällig miljökommunikation. Rapporten visar att de vanligaste orsakerna bakom det faktum att företagen hoppar av diplommet eller avvaktar är: valet av ISO 14001, EMAS eller andra standarder; osäkerhet om huruvida diplommet skapar något värde för företaget; omstruktureringar; det faktum att företagen anser sig kunna bedriva aktivt miljöarbete även utan diplom; ointresse från personalens och ledningens sida och tidsbrist. Dessutom visade det sig att tjänsteföretagen är mest kritiska till diplomeringsprocessen. Dessa riktade sin kritik mot att de olika punkterna i checklistan ger lika mycket poäng och att diplomeringsprocessen värderas otillräckligt i förhållande till priset.

Rapporten visar att möjligheter till förbättringar finns. Identifiering, värdering och mätning av miljöaspekter kan ske med hjälp av olika verktyg. Den externa miljökommunikationen kan förbättras genom att offentliga organ stöder företagen finansiellt. Slutligen ges förslag till kvalitetssäkring av diplomeringsystemet, vilket kan öka miljödiplomets värde för det enskilda företaget.

Nyckelord – certifiering, checklista, EMAS, ISO 14001, miljöarbete, miljöaspekter, miljödiplomeringsmodell, miljöengagemang, miljökommunikation, miljömål, miljöprestanda, mätning, möjligheter, problem, små och medelstora företag, ständig förbättring, tillämpning, värde.

Abstract

This study analyses Gothenburg Municipality's environmental diploma, its implementation, associated problems and possibilities. The purpose was to study what companies and auditors accentuate on, what problems and voids are present, and how environmental performance and environmental communication are interpreted by certified companies and by those with diploma. Another purpose was to study the causes behind the fact that some of the companies with environmental diploma quit the programme and others await.

Studies include questionnaires, case studies and interviews. The questionnaires were sent to 40 companies of which 22 answered. Case studies were undertaken in 7 of the 22 companies. 38 interviews were undertaken.

It was showed that the higher environmental engagement of the company, the better are the possibilities for achieving continual improvement of the environmental performance. The problem areas are: identification and evaluation of environmental aspects; measurement of environmental performance; definition of quantified targets and insufficient environmental communication. The paper shows that the main reasons behind the fact that companies quit their programme or await, are: the choice of ISO 14001, EMAS or other standards; uncertainty about the revenues of an environmental diploma; structural reorganizations; the fact that the companies consider it possible to manage their environmental issues even without an environmental diploma; lack of interest from the staff and the management, and lack of time. Furthermore it became obvious that the service enterprises were most critical about the benefits with environmental diploma. They criticize that the different items of the checklist give the same scoring and that the diploma are not sufficiently appreciated considering its price.

The paper shows that there are some possibilities for improvement. The identification, evaluation and measurement of environmental aspects may be executed with the help of different tools. The external environmental communication may be improved by financial assistance from governmental organizations. Finally a proposal for quality insurance of the environmental diploma is given, which may increase the value of the diploma for the company.

Keywords – aspects, associated problems, checklist, continual improvement, EMAS, environmental communication, engagement, environmental diploma, implementation, ISO 14001, measurement, possibilities, small and medium sized enterprises, targets, value.

Förord

Jag vill tacka mina båda handledare: Peer-Erik Carlsson vid Miljöförvaltningen i Göteborg och Mikael Backman vid Internationella Miljöinstitutet vid Lunds universitet. Deras insatser i form av rådgivning och rekommendationer värderas högt. Vidare vill jag tacka samtliga personer som jag intervjuat, både direkt, via telefon och enkäter. Jag vill också tacka personer i min närhet som inspirerade och stöttade mig under arbetets gång.

Innehållsförteckning:

Sammanfattning	4
Summary	5
1. Inledning	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problemställning	7
1.3 Syfte och frågeställningar	8
1.4 Avgränsningar	8
2. Metodik	8
2.1 Undersökningsgruppen	9
2.2 Insamling av primär data	9
2.2.1 Enkäter, Telefonintervjuer och Fallstudier	10
2.2.2 Avgränsning av primär data	11
2.3 Insamling av sekundär data	11
2.3.1 Källor	11
2.3.2 Avgränsning av sekundär data	11
3. Teori	11
3.1 Drivkrafter för miljödiplomering	12
3.2 Jämförelse mellan Göteborg kommuns miljödiplomering och ISO 14001/EMAS	12
3.3 Problem med tillämpningen av miljöledningssystem/miljödiplomering	14
4. Resultat	15
4.1 Miljöprestanda	15
4.1.1 Resultat	15
4.1.2 Sammanfattning av resultat	21
4.2 Extern kommunikation av miljöarbetet	22
4.2.1 Resultat	22
4.2.2 Sammanfattning av resultat	25
4.3 Varaktighet av ett diplom	26
4.3.1 Resultat	26
4.3.2 Sammanfattning av resultat	28

5. Möjligheter till förbättring	28
5.1 Miljöprestanda	28
5.1.1 Hur kan tjänsteföretagen få hjälp med identifiering och värdering av miljöaspekter?	29
5.1.2 Hur kan miljöaspekterna/miljöprestandan mätas?	29
5.1.3 Att formulera mätbara miljömål.	30
5.1.4 Tydligare revisioner.	31
5.2 Extern kommunikation av miljöarbetet	31
5.2.1 Hur kan miljökommunikationen förbättras?	31
5.3 Varaktighet av ett diplom	32
5.3.1 Hur kan de små företagen motiveras till att välja att miljödiplomera sin verksamhet?	32
6. Slutsatser	32
6.1 Miljöprestanda	32
6.2 Extern kommunikation av miljöarbetet	33
6.3 Varaktighet av ett diplom	33
7. Rekommendationer	34
Tackord	34
Referenser	35
Ordlista	37
Bilaga A	38
Bilaga B	40
Bilaga C	41
Bilaga D	42

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Begreppet industriell hållbar utveckling får ökad betydelse i dagens samhälle. Effekterna i form av konkurrensfördelar, bättre rykte för företagen och ökad resurseffektivitet har lett till att företagen själva har börjat inse vikten av att satsa på miljö. Det är dock främst större företag som bedriver ett systematiskt miljöarbete genom att välja ett eller båda av de mest kända miljöverktygen idag: certifiering enligt standarden ISO 14001 eller registrering enligt EU förordningen EMAS. Mindre företag använder däremot inte i lika hög grad de ovan nämnda verktygen. Detta på grund av att de flesta mindre företagen upplever svårigheter vid implementeringen av dessa standardiserade miljöledningssystem (Löfkvist m. fl., 2000). Huvudsvårigheterna sammanfattas av Hejdenmark (1999), Hansson (2000) samt många andra på följande sätt:

- Tidsåtgången för att genomföra arbetet
- Dokumenteringen är alltför byråkratisk
- Språket och strukturen på förfarandet är svårförståeligt
- Certifieringsprocessen är alltför dyr

Därför har de flesta av de mindre företagen valt att avstå från att certifiera/registrera verksamheten. Detta trots att de små företagen i hög grad bidrar till olika miljöföreningar på grund av sitt stora anta.. Hela 99 % av samtliga företag utgörs av små företag (10-49 anställda), medan de medelstora endast står för 0,6 % av näringslivet (http://www.scb.se/templates/tableOrChart____30142.asp). Det finns med andra ord behov av miljöledningssystem speciellt anpassade till små företag.

För att underlätta för små företag att bedriva systematiskt miljöarbete har ett flertal kommuner tagit fram s k miljödiplomeringsprogram av olika slag. Flera av diplomeringsprogrammen bygger på FR 2000 och ISO 14001/EMAS.

Miljöförvaltningen i Göteborg har tillsammans med Göteborgsregionens kommunalförbund tagit fram ett miljödiplomeringsprogram som inte är branschspecifikt. Detta program bygger på systemen ISO 14001 och EMAS (Diplomgruppen, 2004). År 1998 etablerades ett nätverk för miljödiplomeringsprogram. Medlemskap innebär att man kan miljödiplomera sin organisation enligt Göteborgsmodellen och får då tillgång till allt framarbetat material inklusive marknadsföringsmaterial såsom ”miljösnurran”, Miljödiplomeringsens logotype. Det är för närvarande 29 kommuner som ingår i nätverket. Av dessa är 13 i Göteborgsregionen. De resterande kommunerna är följande: Aneby, Borås, Eda, Falkenberg, Falköping, Falun, Hallsberg, Jönköping, Munkfors, Strängnäs, Sundsvall, Timrå, Vingåker, Värnamo, Växjö och Örebro (www.miljo.goteborg.se). Endast i Göteborgsregionen har 340 verksamheter miljödiplomerats sedan starten 1995.

Huvudelementet i diplomeringsmodellen utgörs av en checklista som ska uppfyllas till 75% och denna innefattar tio obligatoriska punkter. Dessa är:

- miljöansvarig person
- dokumenterad miljöutredning
- miljöpolicy
- miljöplan
- miljöutbildning

- kemikalieinventering
- skriftliga rutiner för miljögranskning vid inköp
- skriftlig miljödeklaration från leverantörer och entreprenörer
- avfallsredovisning
- regelbunden miljöinformation inom företaget.
(www.miljo.goteborg.se)

På ovanstående hemsida kan man även hitta checklistan för år 2004 som pdf-dokument.

Det har påvisats att Göteborgsmodellen leder till miljömässiga vinster vad gäller miljöeffekter, miljömål och miljöförbättringar (Wedberg, 2002). Det har även konstaterats att miljöledningssystem enligt ISO 14001/EMAS inte alltid leder till förbättrad miljöprestanda (Ammenberg, 2003).

Hejdenmark (1999) fann att endast få av de små certifierade företagen kommunicerar sitt miljöarbete externt. Wedberg (2002) fann samma sak avseende företag diplomerade enligt Göteborgsmodellen.

Ett faktum är dessutom att en del företag diplomerade enligt Göteborgsmodellen hoppar av sitt diplom och andra avvaktar med att diplomera verksamheten (Wassenius, 2001).

1.2 Problemställning

Problematiken kan uttryckas i följande påståenden:

- Miljöledningssystem enligt ISO 14001/EMAS innehåller få konkreta miljömässiga förbättringsmål. De företag som tillämpar dessa miljöledningssystem anger ofta som drivkraft att det är ett kundkrav att ha ett miljöledningssystem och de har egentligen ingen ambition att förbättra sin miljöprestanda (Effektivare miljöledningssystem; Naturvårdsverket, 2003). Företag som är diplomerade enligt Göteborgs kommuns miljödiplomeringsmodell har oftast fler miljömässiga förbättringsmål och har minskat sin miljöpåverkan i högre grad (Wedberg, 2002). Det finns dock bristfälliga jämförelser mellan ISO 14001/EMAS och miljödiplomerarna avseende det praktiska arbetet med förbättringen av miljöprestanda. Ett exempel på det sistnämnda är hur företag upplever arbetet med förbättring av sin miljöprestanda och hur de mäter sin miljöpåverkan.
- Få av de mindre företagen sprider information om sitt miljöarbete externt (Hejdenmark, 1999). Bland de certifierade små företagen är det många som upplever svårigheter med att marknadsföra sitt miljöledningssystem (Löfkvist m.fl., 2000). Av de diplomerade småföretagen är det endast få som aktivt marknadsför sitt miljöarbete (Wedberg, 2002). Orsakerna är dock dåligt undersökta.
- Trots påvisade positiva miljömässiga och ekonomiska vinster i de småföretag som är miljödiplomerade enligt Göteborgs kommuns miljödiplomeringsmodell hoppar en del av sitt miljödiplom. En annan grupp företag anmäler sitt intresse men avvaktar med att diplomera verksamheten (Carlsson, 2004). Orsakerna har endast i viss grad analyserats (Wassenius, 2001).

1.3 Syfte och frågeställningar

Ett syfte med mitt arbete var att analysera hur miljöarbetet med hjälp av Göteborgs kommuns miljödiplomeringsmodell fungerar jämfört med ISO 14001/EMAS. Vidare var syftet att studera vad företag och revisorer accentuerar på, vilka problem och brister som förekommer samt hur miljöprestanda och miljökommunikation uppfattas i certifierade respektive diplomerade företag. Ett tredje syfte med uppsatsen var att identifiera orsakerna bakom det faktum att somliga av de miljödiplomerade företagen hoppar av diplomeringsprogrammet och somliga anmäler sig men ej avslutar sin miljödiplomering.

Följande frågeställningar rörande miljöprestanda och extern kommunikation kommer att behandlas:

- Hur företagen upplever arbetet med ständig förbättring av sin miljöprestanda.
- Hur företagen mäter sin miljöprestanda.
- Hur det kontrolleras att företagen ständigt förbättrar sin miljöprestanda.
- Vad orsakerna bakom bristfällig extern kommunikation är.
- Vilka problem/brister som förekommer vid tillämpningen av miljödiplomeringen.
- Vilka krav kunderna ställer till sina leverantörer.

Målet är att få en ökad kunskap om hur miljöarbetet fungerar i miljödiplomerade företag, liksom att se vilka möjligheterna till förbättring är, samt att ta fram förslag för att avhjälpa identifierade problem och ge rekommendationer.

1.4 Avgränsningar

- Studien omfattar endast små och medelstora företag med upp till 249 anställda
- Studien omfattar endast små och medelstora företag som är diplomerade enligt Göteborgs miljödiplomeringsmodell eller har hoppat av, respektive ej har avslutat diplomeringen
- Endast privatägda företag tas upp i studien.
- Studien tar både upp företag som är diplomerade för första gången och de som är omdiplomerade.
- Studien omfattar diplomerade företag inom Göteborgs business region och inom Örebro kommun. De resterande kommunerna tas inte med i studien.
- Jämförelsen med certifierade/registrerade företag baseras endast på befintliga undersökningar.

2. Metodik

I följande kapitel redogörs tillvägagångssättet för studien, vilka metoder för insamling av data som använts samt varför de olika metoderna har använts.

Riktlinjer i form av mål, syfte och avgränsningar för studien utformades av författaren i samråd med handledare. Uppsatsen bygger på en empirisk studie där information insamlades både direkt från företag, Miljöförvaltningen i Göteborg, samt från litteratur. Undersökningen är strukturerad på följande sätt: urval av undersökningsgrupp, insamling av primär data samt insamling av sekundär data.

Både kvantitativa och kvalitativa studier användes vid insamlingen av data. Den kvantitativa metoden användes för att kunna få resultaten i procentsatser och på det sättet få en uppfattning om olika resonemang. Den kvalitativa metoden användes för att förstå dessa resonemang och få djupare insikt om företagens åsikter (Trost, 1994).

2.1 Undersökningsgruppen

Undersökningsgruppen består av SME i följande storleksklasser.

Tabell 1. Klassificering av SME.

Kriterie	Mikroföretag	Småföretag	Medelstora företag
Antal anställda	0-9	10-49	50-99 och 100-249

Hämtad från <http://www.unece.org/indust/sme/def-eu.htm>

Detta är en klassificering enligt EU:s lista. EU ställer också upp finansiella kriterier, men dessa tar jag inte hänsyn till i denna studie och därför exkluderas de från tabellen.

Vidare har undersökningsgruppen delats upp efter branschtillhörighet enligt följande:

- Handel, hotell och restaurang (här ingår butiker, grossister, hotell och restaurang)
- Finans- och företagstjänster (här ingår banker, konsultverksamhet, reklambyråer, och annan serviceverksamhet)
- Tillverkningsindustri (här ingår övriga tillverkande företag och tryckerier, grafiker)
- Bygg- och fastighetsverksamhet (här ingår även bostads- och fastighetsbolag)
- Transport och kommunikationer
- Utbildningsverksamhet

(källa: NUTEK)

Storleksklassificeringen samt branschfördelningen har gjorts i syfte att möjliggöra jämförelser. Undersökningsgruppen består endast av privatägda företag. I Sverige är hela 99% av företagen privatägda (http://www.scb.se/templates/Listing1____19851.asp). Som urvalsmetod valdes s k kvoturval, d v s ett urval som är representativt för en viss grupp (Trost, 1994).

2.2 Insamling av primärdata

Empiriska delen av studien baseras på val av företag enligt följande kriterier: att företaget klassas som SME och att företaget är diplomerat enligt Göteborgs kommuns miljödiplomering. De kvantitativa och kvalitativa undersökningarna genomfördes med hjälp av:

- två enkäter
- tre telefonintervjuer
- sju fallstudier

Informationen insamlades under mars-april, 2004. Den bearbetades m h a databearbetningsprogrammet "Excel" och "Word" i "Windows".

2.2.1 Enkäter, Telefonintervjuer och Fallstudier

Två enkäter formulerades varav den första innehöll 15 frågor. De inledande tre frågorna syftade till att få fram grundläggande fakta om respektive företag och de resterande 12 innehöll både öppna och slutna frågor med svarsalternativ. Den andra enkäten innehöll 9 frågor, för var och en av dem gavs fyra svarsalternativ. Orsaken till att två enkäter istället för en formulerades, var att:

1. Enkäten skulle bli ganska stor och därmed kanske avskräcka en del företag att svara.
2. Den andra enkäten var mer av typen ”barometer” och innehöll endast åsiktsfrågor.

Frågorna utformades så att de skulle bli korta, konkreta och lättförståeliga. Båda enkäterna syftade till att öka förståelsen för hur arbetet med miljöprestanda och extern kommunikation fungerar eller uppfattas i de miljödiplomerade SME. Målgruppen var företagets miljöansvariga/chefer och dessa antogs vara bekanta med dessa begrepp.

40 SME valdes genom kvoturval ur miljödatan på nätet och ur listor hämtade från Miljöförvaltningen i Göteborg (<http://www.envirocert.com/ecomedia/mdb/simple.aspx?TAB=mdb>). Företagen kontaktades både via e-post och per telefon. Av de 40 svarade 22 vilket ger en svarsfrekvens på 55 %. Det är en relativt bra svarsfrekvens och bortfallet berodde antagligen på tidsbrist från företagets sida. Någon bortfallsanalys behövdes inte då svarsfrekvensen var över 50 % (Trost, 1994). Av dessa 22 företag var fyra mikroföretag (0-9 anställda), 16 var små (10-49) och två var medelstora (50-99).

Tre korta telefonintervjuer genomfördes. De första två syftade till att klargöra orsakerna bakom att en del miljödiplomerade företag hoppar av sitt diplom och en annan grupp inte har startat något diplomeringsarbete trots att de anmält intresse. För båda dessa grupper formulerades ett frågeformulär som innehöll en fråga med sju svarsalternativ. En tredje intervju syftade till att öka förståelsen för kundernas krav avseende miljöarbetet bland sina leverantörer (en del av dessa företag ingick i enkätundersökningen). Frågeformulär med två öppna frågor togs fram för detta ändamål.

I första intervjun svarade 14 av de 21 företag som hoppat av sitt diplom. Det ger en 67-procentig svarsfrekvens vilket är en hög svarsfrekvens. I andra intervjun svarade 17 av de 30 som avvaktar med diplomeringen vilket motsvarar en 57-procentig svarsfrekvens. (www.temo.se)

I tredje intervjun intervjuades 7 av de största kunderna till några av de undersökta företagen.

Slutligen genomfördes 7 fallstudier som innebar att 7 av de företagen som besvarade enkäten besöktes. Fallstudierna innehöll:

- en djupintervju
- en del av företagets dokumentation
- observationer på plats

Varför valdes kvalitativa fallstudier som metod? I en kvalitativ fallstudie är det viktigt att fånga olika åsikter och synsätt. Fallstudien skapar en bättre förståelse av den dynamik som ligger bakom en företeelse. Dessutom visar fallstudien på komplexiteten i en situation, d v s det

faktum att inte bara en utan många faktorer spelar in. Sist men inte minst hämtar fallstudien sin information från olika källor (Merriam, 1994).

De 7 fallstuderade företagen presenteras i bilagan. All information presenteras på ett anonymt sätt.

2.2.2 Avgränsning av primärdata

På grund av tidsbrist och begränsade ekonomiska resurser valdes 40 av totalt ca 120 privatägda företag med ett aktuellt diplom. Vidare har ett mätfel förekommit då någon av svarspersonerna inte förstod alla frågorna och därför inte svarat fullständigt. Dock har dessa fel rättats vid fallstudierna.

Både vid de personliga besöken och telefonintervjuerna kan det förekomma subjektivitet i svaren på grund av att olika människor har olika åsikter. Detta kan minska undersökningens tillförlitlighet. Med tillförlitlighet menas att undersökningen går att upprepa med samma resultat (Trost, 1994). Detta försökte jag undvika genom att styra svarspersonerna i rätt riktning m h a sammanfattande frågor.

2.3 Insamling av sekundärdata

Sekundärdata inom miljöledning och miljödiplomering insamlades under februari-mars.

2.3.1 Källor

Data hämtades ur en rad olika källor:

- Lunds universitets bibliotek
- Biblioteket vid CAMPUS Helsingborg
- Biblioteket vid Internationella Miljöinstitutet vid Lunds universitet
- ELIN databasen för tidningar och tidskrifter
- Internet
- Miljöförvaltningen i Göteborg
- Kurslitteratur

2.3.2 Avgränsning av sekundärdata

Litteratur som behandlade företag standardiserade enligt ISO 14001/EMAS tog endast delvis upp de minsta företagen. Litteratur som behandlade miljödiplomering kunde endast delvis besvara undersökningsfrågorna. Dessa källor utgör således en viss begränsning avseende möjligheterna att göra fullständiga jämförelser.

3. Teori

I det här kapitlet ska följande behandlas:

- vilka drivkrafterna är bakom det faktum att företag väljer att diplomera sig
- vad likheterna och skillnaderna är mellan Göteborgs diplomering och certifiering/registrering enligt ISO 14001/EMAS och slutligen

- vilka de vanligaste problemen med tillämpningen av miljöledningssystem är, både i diplomerade och certifierade företag.

Kunniga inom området har getts utrymme att besvara dessa frågor.

3.1 Drivkrafter för miljödiplomering

Vad driver SME att välja miljödiplomering framför en certifiering/registrering enligt ISO 14001/EMAS? Birkenheim m.fl. (1999) pekar på fem grundläggande orsaker:

- Tid – Fokus på reducering av den interna arbetstid som går åt för företaget för att uppnå en form av miljöledningssystem.
- Kostnad – Att miljödiplomera sig kostar inte så mycket som ISO 14001 eller EMAS, och det finns program som är helt gratis. Priset är baserat på antalet anställda.
- Dokumentering – Hantering av rutiner och dokument som är nödvändiga för EMAS/ISO 14001 anses som alltför byråkratisk. Miljödiplomeringarna däremot kräver mindre dokumentering vilket anses vara en fördel för SME.
- Språk – Språket i ISO 14001/EMAS upplevs som svårtförståeligt till skillnad från språket i miljödiplomeringarna vilka ofta innehåller lättförståeliga och praktiskt inriktade checklistor.
- Belöningsystem – Det finns ett fåtal diplomeringsmodeller som delar ut diplom ”på vägen”. Dessa kan användas i den externa miljökommunikationen på ett tidigt stadium och på så sätt stimulera och kanske finansiera ett fortsatt arbete. Företaget ges också möjligheter att visa övriga intressenter att man påbörjat ett aktivt miljöarbete vilket kan vara en slags ”försäkring” mot krävande kunder.

Wassenius undersökning pekar också på att den vanligaste orsaken för SME att välja diplomering är tid och kostnad. En annan orsak påstås vara att diplomeringen är ett bra sätt att börja sitt miljöarbete med, särskilt för de små företagen (Wassenius, 2001).

Andra drivkrafter som t ex eget engagemang, ökad konkurrenskraft och kundkrav driver företag att välja ett miljöverktyg (Wedberg, 2002). Att det blir just miljödiplomering beror på att en del SME endast verkar på den lokala marknaden och/eller har som sin största kund kommunen de är verksamma i (Birkenheim m.fl., 1999).

3.2 Jämförelse mellan Göteborgs kommuns miljödiplomering och ISO 14001/EMAS

Göteborgs kommuns miljödiplomering har den fördelen jämfört med andra modeller att den är relativt komplett, dvs den kan leda fram till en EMAS registrering/ISO 14001 certifiering utan en mängd kompletteringar (Birkenheim m.fl., 1999). Grundskillnader och likheter kan sammanfattas enligt följande tabell:

Tabell 1. Skillnader och likheter mellan Miljödiplomering och ISO 14001/EMAS.

ISO 14001	EMAS	Miljödiplom
Internationellt	Inom EU och EFTA	Nationellt
Företag och organisationer	Företag och organisationer	Mindre verksamheter
Resurskrävande	Resurskrävande	Ej resurskrävande
Miljöpolicy	Miljöpolicy	Miljöpolicy
Miljöplan	Miljöplan	Miljöplan
Omfattande rutiner och	Omfattande rutiner och	Begränsade rutiner och

dokument	dokument	dokument
Extern revision	Miljöredovisning	Fastställd kravnivå
Certifiering	Extern revision	Extern revision
	Registrering	Diplom

Källa: Presentation av Göteborgs miljödiplomeringsmodell, 2003.

Däremot motsvaras inte kraven på miljöpolicy, miljömål och miljöplan helt av de krav som ställs enligt ISO 14001/EMAS. Dessa ska beskrivas ytterligare därför att de är av yttersta betydelse för att uppnå högre miljöprestanda.

Tabell 2. Skillnader och likheter i miljöpolicy, miljömål och miljöplan mellan Miljödiplomering och ISO 14001/EMAS.

Miljödiplomering		
<i>Miljöpolicy</i>	<i>Miljömål</i>	<i>Miljöplan</i>
1. visar företagets ambitionsnivå och är relevant till verksamheten	1. övergripande och detaljerade	1. har syfte att strukturera miljöarbetet och beskriva hur varje miljömål skall uppnås
2. innefattar företagets övergripande mål	2. de övergripande beskrivs oftast i miljöpolicy	2. kan innehålla båda övergripande och detaljerade miljömål
3. innefattar åtagande om ständiga förbättringar	3. de detaljerade innefattas i miljöplanen	3. ingår fördelning av ansvar, d v s vem som är ansvarig att målet uppfylls
4. formuleras enkelt och kortfattat		4. vilka åtgärder som ska vidtas för att uppnå målet
5. är dokumenterad, införd, undertecknat av ledningen och kommunicerat till anställda		5. ekonomiska resurser och tidsplaner för att uppfylla målen
ISO 14001/EMAS		
1. samma som miljödiplomeringen	1. samma som miljödiplomeringen	1. samma som miljödiplomeringen
2. utgör grunden för att fastställa och följa upp övergripande och detaljerade miljömål	2. vid införande av övergripande miljömål skall hänsyn tas till lagstiftning, betydande miljöaspekter, tekniska möjligheter, ekonomiska krav, samt synpunkter från intressenter.	2. tekniska resurser
3. samma som miljödiplomeringen plus förebyggande av föroreningar	3. både övergripande och detaljerade miljömål skall vara förenliga med miljöpolicy och åtagandet att förebygga föroreningar.	3. samma som miljödiplomeringen
4. samma som miljödiplomeringen		4. samma som miljödiplomeringen
5. samma som miljödiplomeringen		5. samma som miljödiplomeringen
6. åtagande om att följa lämplig miljölagstiftning		6. innehåller eventuellt behov av anlåtande av speciell kompetens.

Källa: Diplomgruppen, 2004. Miljödiplomperm.
Termen m.fl., 1999. Miljöledning för mikroföretag.

Dessutom kräver diplomeringen, liksom ISO 14001/EMAS, en miljöutredning/identifiering av betydande miljöaspekter, garantier att företaget följer lämplig lagstiftning, att en miljöansvarig utses samt utbildningskrav och regelbunden information till all personal. De påtagliga skillnaderna rör mest de omfattande dokument och rutiner som krävs i ISO 14001/EMAS samt kostnaden. Kostnaden beräknas vanligtvis efter företagets storlek eller omsättning. Genomsnittskostnaden är 4000-6000 kr. För Göteborgsmodellen är kostnaden för nydiplomering 9100 kr och för en omdiplomering 5500 kr. Den genomsnittliga totala kostnaden för certifiering av små företag (20-49 anställda) ligger däremot på 303 333 kr. För EMAS registrering är minibeloppet 10 000 kr och maximibeloppet 100 000 kr. Årsavgift tillkommer. Denna motsvarar 25 % av registreringsavgiften. Dessutom tillkommer konsultkostnader (Miljöarbete i småföretag – en ren vinst, 2003).

3.3 Problem med tillämpningen av miljöledningssystem/ miljödiplomering

Vilka är de största problemen som förekommer vid tillämpningen av miljöledningssystem enligt ISO 14001/EMAS resp. Göteborgsmodellen?

Pia Heidenmark från IIIIEE menar att de flesta företag fokuserar på kraven i ISO 14001/EMAS, dvs på systemet och inte på förbättringen av miljöprestanda. Dessutom tillägger hon att många företag upplever svårigheter med att sätta bra miljönyckeltal/indikatorer vilka underlättar en uppföljning av företagets miljöprestanda (Heidenmark, 1999). Ammenberg från Linköpings universitet menar samma sak och tillägger att kraven och formuleringarna är otydliga, särskilt i ISO 14001. EMAS däremot har lite tydligare krav och fokuserar mer på miljöprestanda. Ammenberg förklarar det här faktumet med att det inte finns någon fastställd kravnivå avseende miljöpåverkan eller prestanda som ett certifierat/registrerat företag bör ta hänsyn till. Ett annat problem som han belyser är att standardiserade miljöledningssystem inte ställer några krav på konkreta miljömässiga förbättringsmål. Vidare menar han att många företag har problem med att identifiera, avgränsa och värdera de betydande miljöaspekter som orsakas av organisationens aktiviteter/verksamheter, produkter eller tjänster. Allt detta, tillsammans med det faktum att revisorer huvudsakligen fokuserar på systemkrav vid revidering, är orsaken till att MLS inte leder till att viktiga miljöförbättringar nås (Ammenberg, 2003).

En annan rapport skriven på uppdrag av NUTEK visar att mindre företag upplever miljöledningssystem som byråkratiska, tidskrävande, storföretagsanpassade och att kravdokumenten har ett för komplicerat språk. Dessutom är bristande engagemang från ledningen tillsammans med motivationsbrist och kunskapsbrist en lika viktig orsak till varför tillämpningen av MLS försvåras. Ett annat problem som rapporten talar om är bristen på marknadsföring av MLS och dess innebörd bland småföretagen. Marknadsföringsproblemet beror även på att mindre företag ofta har begränsade resurser för just marknadsföring (Miljöarbete i små företag, 2003).

Problemet med att identifiera och värdera miljöaspekter/miljöpåverkan kan förklaras med att ISO 14001 inte specificerar några metoder för identifiering och värdering av miljöaspekter (Lawrence m.fl., 2002). Ett annat problem är att de indirekta miljöaspekterna oftast utelämnas i MLS p g a okunskap eller svårigheter att kvantitativt uppmäta dessa samt det faktum att några företag fokuserar på mindre betydande miljöaspekter (Procope och Axelsson, 2003).

Problem som förekommer i miljödiplomerade företag har inte undersökts så utförligt. Befintliga undersökningar pekar på följande:

- Miljödiplomeringen är inte branschspecifik och det försvårar tillämpningen framför allt för handels, hotell och restaurangbranschen. Dessa branscher har i största grad uttryckt missnöje med att checklistan inte är tillräckligt anpassad till deras typ av verksamhet. Därför har många av dessa övergått till branschspecifika miljöledningssystem.
- Några punkter på checklistan anses vara komplicerade att arbeta med. Dessa är transporter, lokaler och kemikaliehantering.
- Svårigheter att uppskatta hur stor del av miljömålen som uppfylls p g a att företag inte sätter kvantifierbara mål.

(Wassenius, 2001).

Ett annat problem för miljödiplomerade organisationer är bristande marknadsföring. Det är endast få företag som marknadsför miljödiplomeringen (Wedberg, 2002). Orsakerna till detta har inte undersökts ännu.

4. Resultat

Resultaten från enkät, telefonintervjuer och fallstudier kommer att delas upp på miljöprestanda, extern kommunikation av miljöarbetet och varaktighet av ett diplom. Resultaten från enkäterna redovisas först i gruppen samtliga företag och sedan branschmässigt och storleksmässigt i de fall där en stor skillnad upptäcks. I redovisningen av fallstudierna vävs materialet ihop och därefter analyseras resultatet. Slutligen sammanfattas resultatet för varje underrubrik.

4.1 Miljöprestanda

Här kommer att behandlas:

- Allmänt om MLS
- Miljöaspekter
- Miljömål
- Revisorernas roll

Sambandet mellan dessa analyseras i syfte att se hur arbetet med miljöprestanda fungerar, vilka svårigheter de diplomerade företagen stöter på, hur det kontrolleras att företagen ständigt förbättrar sin miljöprestanda och vilka andra faktorer som är avgörande för att uppnå bra miljöprestanda.

4.1.1 Resultat

Av de 40 företag som mottog enkäter svarade 22, d v s 55 %.
Indelningen i olika företagstyper anges nedan.

Mikroföretag – 18 %

Små företag – 72 %

Medelstora företag – 10 %

Branschmässiga fördelningen ser ut enligt nedan:

Tillverkande – 18 %

Bygg- och fastighetsbranschen – 27 %

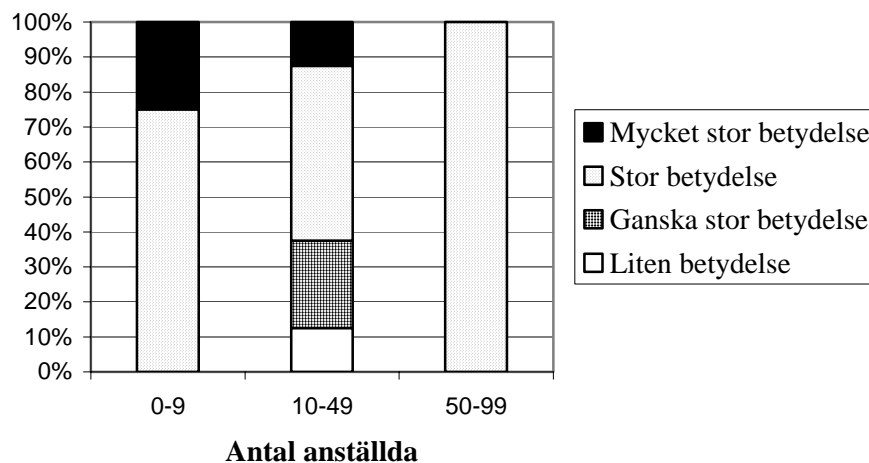
Handel, hotell och restaurang – 14 %
Transporter och kommunikationer – 14 %
Finans- och företagstjänster – 27 %

Fallstudier genomfördes i 7 av dessa 22 företag enligt nedan. Alla är små företag med 10-49 anställda.

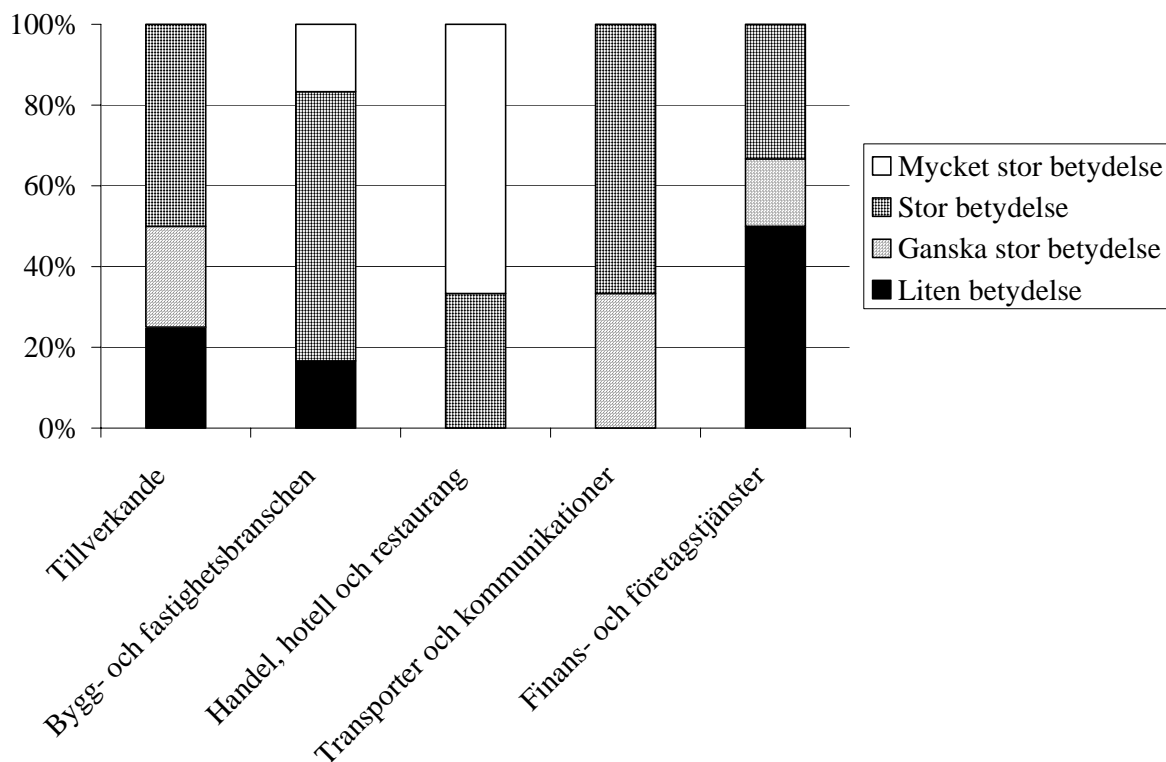
2 tillverkande
2 bygg/fast
2 finans- & företagstjänster
1 handel/hotell/restaurang

ALLMÄNT OM MLS

Av de 22 företag som besvarade enkäterna angav 63 % att eget miljöengagemang hade stor betydelse under arbetet mot en miljödiplomerings. 50 % uppgav att kundkraven hade stor betydelse. Endast 9 % angav att miljöengagemanget hade liten betydelse och 13 % uppgav att miljöengagemanget hade ganska stor eller mycket stor betydelse. 22 % uppgav att kundkraven hade en liten betydelse och 13 % att de hade en ganska stor eller mycket stor betydelse. Störst andel bland samtliga branscher uppgav att miljöengagemanget var av stor betydelse för dem. Kundkraven visade sig vara viktigt för alla branscher utom tjänsteföretagen. Majoriteten av dessa svarade att kundkraven är av liten eller ganska stor betydelse. Däremot märktes det en tydlig storleksmässig skillnad bland de olika företagen. Resultaten sammanställs nedan:



Figur 1. Företagets bedömning av det egna miljöengagemangets betydelse under arbetet mot en miljödiplomerings.



Figur 2. Företagets bedömning av kundkravets betydelse under arbetet mot en miljödiplomering.

Av diagrammen ovan syns tydligt att det egna engagemanget är en större drivkraft för mikroföretagen än kundkraven där svaren varierar, från liten betydelse till ganska stor eller stor betydelse. De små företagen uppvisar däremot en jämnare bedömning mellan kundkraven och det egna miljöengagemanget. För de medelstora företagen har det egna miljöengagemanget lite större betydelse än kundkraven. Men det bör anmärkas att antalet små och medelstora företag är litet och resultatet därför kunde bli annat under andra omständigheter.

På frågan om MLS leder till förbättrad miljöprestanda, uppgav 13 % ”i mycket hög grad”, 40 % ”i ganska hög grad”, 40 % ”i viss grad” och 7 % ”inte alls”. Lika många företag ansåg att MLS leder till förbättrad miljöprestanda ”i ganska hög” eller ”i viss grad”. Endast ett företag ansåg att MLS inte alls leder till förbättrad miljöprestanda. Branschmässigt och storleksmässigt uppvisades inte några stora skillnader. Vid fallstudierna framgick det att samtliga företag utom ett upplever arbetet med ständig förbättring av miljöprestanda som positivt och att diplomeringsmodellen är ett bra stöd på vägen dit.

Ytterligare två frågor ställdes kopplade till miljöledningssystemets funktion. Svaren på frågan om miljöledningssystemet leder till uppfyllandet av relevant lagstiftning och på frågan om MLS leder till ökad konkurrenskraft, återges nedan:

Tabell 1. Fördelning av svar på frågan om MLS leder till uppfyllande av relevant lagstiftning och på frågan om MLS leder till ökad konkurrenskraft.

Svaren på frågan om MLS leder till uppfyllande av relevant lagstiftning:	Svaren på frågan om MLS leder till ökad konkurrenskraft:
Inte alls – 7 %	Inte alls – 7 %
Något – 33 %	Något – 40 %

Ganska hög grad – 47 %
Mycket hög grad – 13 %

Ganska hög grad – 47 %
Mycket hög grad – 7 %

Svaren visar att majoriteten anser att MLS underlättar uppfyllandet av relevant lagstiftning och leder till ökad konkurrenskraft i ganska hög grad. Endast ett företag ansåg att MLS varken har bidragit till uppfyllandet av relevant miljölagstiftning eller ökad konkurrenskraft.

Företagen tillfrågades om de planerar att gå vidare mot ISO 14001 eller EMAS och svaren blev:

Mot ISO 14001 – 9 %
Mot EMAS – 5 %

Totalt 14 % av företagen tänker antingen certifiera eller registrera verksamheten. Orsakerna är främst kundkrav och konkurrensskäl samt det faktum att företagen verkar på den nationella marknaden och/eller den internationella marknaden.

Enkelheten i ett MLS enligt Göteborgsmodellen och att fokuset ligger på miljöarbetet uppskattas högt av en majoritet av de studerade företagen. En del aspekter hos Göteborgsmodellen uppskattades mindre, exempelvis att modellen är mindre anpassad till tjänsteföretag och dessa företag upplever även arbetet som mest problematiskt. Vidare ansåg två av de studerade företagen att det brister i engagemanget från ledningens sida och att detta försvårar arbetet med ständig förbättring.

MILJÖASPEKTER

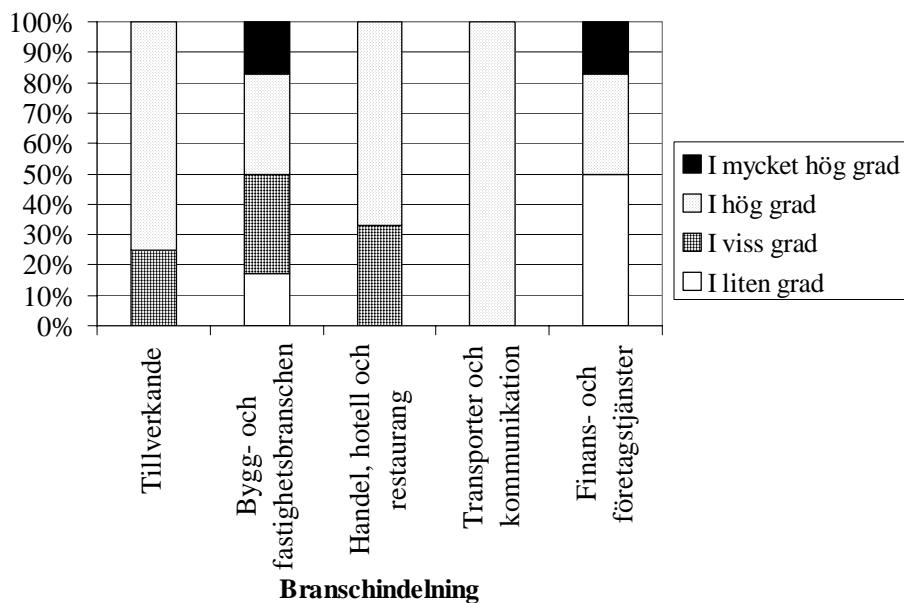
De vanligaste betydande miljöaspekterna som de undersökta företagen identifierat och jobbar med är: transporter, kemikalier, avfallshantering. Andra miljöaspekter är mer beroende av företagstypen. Fyra av företagen (18 %) uppgav inte några svar på frågan om vilka betydande miljöaspekter de identifierat. Fyra angav varierande svar så som: ”inga särskilda”; ”ganska få på g a at vi är tjänsteföretag”; ”vi är ett rent tjänsteföretag” och ”som tjänsteföretag har vi haft det svårt att identifiera miljöaspekter”. Vid fallstudierna framgick det att miljöaspekterna identifierades och värderades med hjälp av checklistan och att de utgick från verksamhetens miljöpåverkan. Fem av företagen angav att de inte sätter några indikatorer/miljönyckeltal på miljöaspekterna men att de funderar på att utarbeta sådana. Det visade sig att tjänsteföretagen upplever identifieringen och värderingen av miljöaspekter som problematisk. Detta på grund av att tjänsteföretag oftast har en relativt liten miljöpåverkan. Alla utom två av de fallstuderade företagen ansåg att det var svårt att mäta de betydande miljöaspekterna och att de behöver mer hjälp med detta.

MILJÖMÅL

På frågan om i hur hög grad företagen hänvisat till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål, återges svaren nedan:

I liten grad – 18 %
I viss grad – 18 %
I hög grad – 54 %
I mycket hög grad – 13 %

Majoriteten av företagen hänvisar till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål. Branschmässigt ser resultatet ut på följande sätt:



Figur 3. De olika branschernas hänvisning till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål.

Man kan se att det finns ett klart samband mellan branschtillhörigheten och hänvisningen till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål. Alla företag tillhörande ”Transporter och kommunikationer” hänvisar i hög grad till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål. Sedan kommer i turordning ”Tillverkande”, ”Handel, hotell och restaurang”, ”Bygg- och fastighetsbranschen” och ”Finans- och företagstjänsterna”, där polariseringen av svaren är störst. Hälften av de sistnämnda företagen hänvisar till de betydande miljöaspekterna i liten grad, och den andra hälften i hög eller mycket hög grad. Bygg- och fastighetsbranschen uppvisar en variation i svaren, men ändå uppgav 50 % av dessa att de hänvisar till de betydande miljöaspekterna i ganska hög eller hög grad.

På frågan om andelen mätbara detaljerade miljömål, återges svaren nedan:

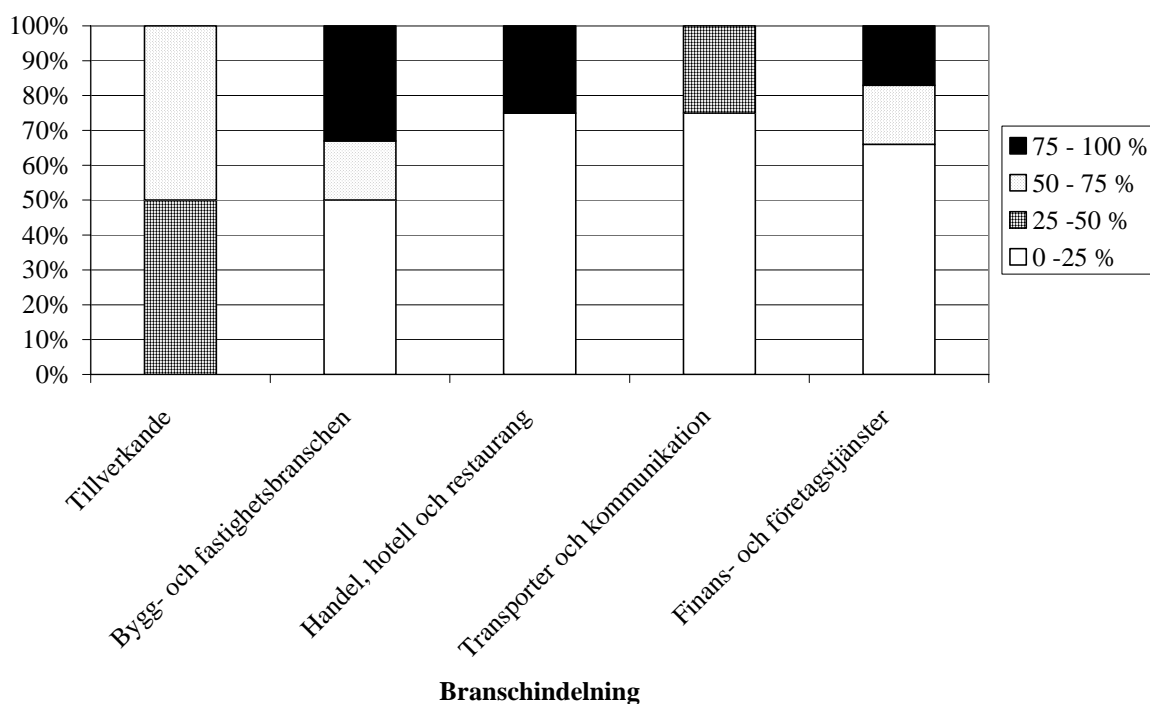
- 0 – 25 % - 50 %
- 25 – 50 % - 14 %
- 50 – 75 % - 18 %
- 75 – 100 % - 18 %

Hela 50 % mäter inte alls eller i liten grad de detaljerade miljömålen. 18 % mäter sina miljömål i hög eller i mycket hög grad. Men det bör sägas att företagen har tolkat denna fråga på olika sätt. Tre av de fallstuderade företagen uppgav att deras andel mätbara miljömål är 50 – 75 % och tre att andelen är 75 – 100 %. Dessa ansåg att det endast handlar om tidsatta miljömål. Egentligen har de inga procentsatta detaljerade miljömål. Vidare noterades att några detaljerade miljömål liknar de övergripande. Uppenbarligen är det problematiskt för en del företag att skilja mellan dessa två typer av miljömål.

Den storleksmässiga indelningen gav inte några överraskande skillnader beroende på det faktum att majoriteten företag hör till gruppen ”små företag”. Branschmässigt uppvisades större skillnader.

Figur 4 visar att tillverkande företag har flest mätbara miljömål och tjänsteföretagen minst andel. Resten av branscherna uppvisar varierande resultat, men man bör ta hänsyn till att företagen tolkade denna fråga på olika sätt. I Bilaga C återges exempel på detaljerade miljömål som några av de undersökta företagen har formulerat.

Dessutom uppgav alla utom två av de fallstuderade företagen att de upplevde svårigheter med att sätta mätbara detaljerade miljömål. Vidare angav de att de skulle vilja få mer hjälp med att formulera sådana miljömål. I Bilaga D presenteras de fallstuderade företagen.



Figur 4. Andelen mätbara detaljerade miljömål fördelade på olika branscher. På frågan om hur lätta de uppsatta målen är att nå, återges svaren nedan:

Mycket lätta – 14 %
 Ganska lätta – 18 %
 Ganska svåra – 64 %
 Mycket svåra – 4 %

Majoriteten av företagen anser att de uppsatta målen är ganska svåra att nå. Betydligt mindre andel företag anser att målen är ”mycket lätta” och ”ganska lätta att nå”. Det visar att företagens ambitionsnivå i de undersökta företagen, är ganska hög. Inga stora branschmässiga eller storleksmässiga skillnader uppvisades.

REVISORERNAS ROLL

Miljöförvaltningen i Göteborg har utsett 9 revisorer till att sköta revideringen av miljöledningssystemet. Någon standardrutin för revidering av om företagen förbättrar sin miljöprestanda eller ej finns inte. Däremot är företagens betydande miljöaspekter och detaljerade miljömål tillsammans med uppfyllandet av den fastställda kravnivån av stort intresse vid revideringen. Alla revisorer har samma kriterier men de kan ha sina egna tolkningar främst avseende dokumentationen. (Intervju med P-E. Carlsson, Göteborgs miljöförvaltning; 2004).

Det bör sägas att ett av de fallstuderade företagen uttryckte ett visst missnöje med revisorerna. Företaget menade att revisorerna inte ställer några tydliga krav.

4.1.2 Sammanfattning av resultat

De viktigaste resultaten avseende miljöprestanda sammanfattas i tabell 2.

Tabell 2. Sammanfattande slutsatsen avseende miljöprestanda från 22 företag.

- Miljöengagemanget är en stor drivkraft mot en miljödiplomerings och därefter kommer kundkraven.
- Ju högre miljöengagemanget är hos företaget inklusive ledningen, desto större är möjligheterna att nå ständig förbättring av miljöprestanda.
- Miljöledningssystem enligt göteborgsmodellen leder i många fall till förbättrad miljöprestanda liksom ökad konkurrenskraft och uppfyllandet av relevant lagstiftning
- Arbetet med ständig förbättring av miljöprestanda upplevs som positivt av de flesta företagen.
- Majoriteten av företagen hänvisar i hög grad till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål.

Men,

- Det finns branschmässiga skillnader i hänvisningen till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål.
- Identifieringen och värderingen av miljöaspekter upplevs som problematiskt främst bland tjänsteföretagen.
- Mätningen av miljöaspekterna/miljöpåverkan är svårt för de flesta företagen.
- Kvantifierbara/procentsatta miljömål är svårt att formulera.
- Revisorerna har inte någon standardrutin vid revision av om företagen har förbättrat sin miljöprestanda eller inte.

4.2 Extern kommunikation av miljöarbetet

Med extern kommunikation av miljöarbete menas sättet på vilket företagen sprider information om sitt miljöarbete/marknadsför sig till utomstående.

I detta underkapitel kommer att behandlas:

- Drivkrafter för ökad miljökommunikation
- Anledningar till bristfällig miljökommunikation

4.2.1 Resultat

Resultatet visade vikten av ökad miljökommunikation av företagets miljödiplomering.

DRIVKRAFTER FÖR MILJÖKOMMUNIKATION

På frågan om en ökad marknadsföring av miljödiplomeringen underlättar/förbättrar värvandet av nya kunder, behållandet av gamla kunder, företagets image, rekryteringen av väl utbildad personal och kommunikationen med myndigheter har företagen svarat på följande sätt.

Tabell 3. Fördelning av svar på frågan om betydelsen av marknadsföring för miljödiplomeringen.

	inte alls	Något	ganska hög grad	mycket hög grad
Värvandet av nya kunder	12 %	47 %	35 %	6 %
Behållandet av gamla kunder	6 %	65 %	29 %	0 %
Företagets image	0 %	53 %	41 %	6 %
Rekrytering av väl utbildad personal	65 %	29 %	6 %	0 %
Kommunikation med myndigheter	35 %	24 %	29 %	12 %

Den högsta svarsfrekvensen hamnar i svarsalternativen ”något” respektive ”inte alls” för samtliga kategorier. Endast i kategorin *företagets image* har inget företag uppgett svaret ”inte alls”. De mest varierande svaren finner man i kategorin *kommunikation med myndigheter* där åsikterna skiljer sig åt avsevärt. Relativt få företag har svarat *ganska hög grad* respektive *mycket hög grad*. Endast i kategorin *företagets image* har hela 41 % uppgett att marknadsföringen av miljödiplomeringen förbättrar företagets image i ganska hög grad och 6 % i ”mycket hög grad”.

Många av företagen är väl medvetna om marknadsföringens betydelse och enligt resultatet ovan graderas drivkrafterna i följande ordning:

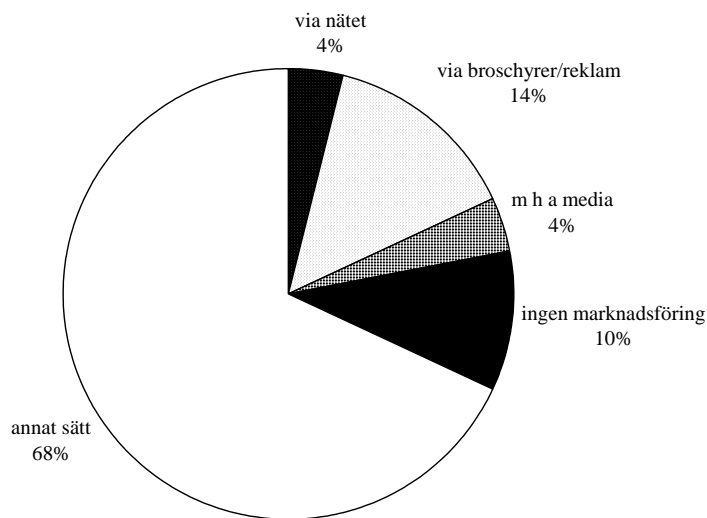
1. Företagets image
2. Värvandet av nya kunder
3. Kommunikationen med myndigheter
4. Behållandet av gamla kunder
5. Rekrytering av väl utbildad personal

Högst uppe hamnar *företagets image* och på botten *rekrytering av väl utbildad personal*. Fem av de fallstuderade företagen ansåg att värvandet av nya, samt behållandet av gamla kunder, är de största drivkrafterna för marknadsföring. De resterande två ansåg däremot att företagets image är den största drivkraften för marknadsföring.

ANLEDNINGAR TILL BRISTFÄLLIG MARKNADSFÖRING

Från tidigare studier har framgått att majoriteten av företagen ej marknadsför sin diplomerings (Wedberg, C.; 2002).

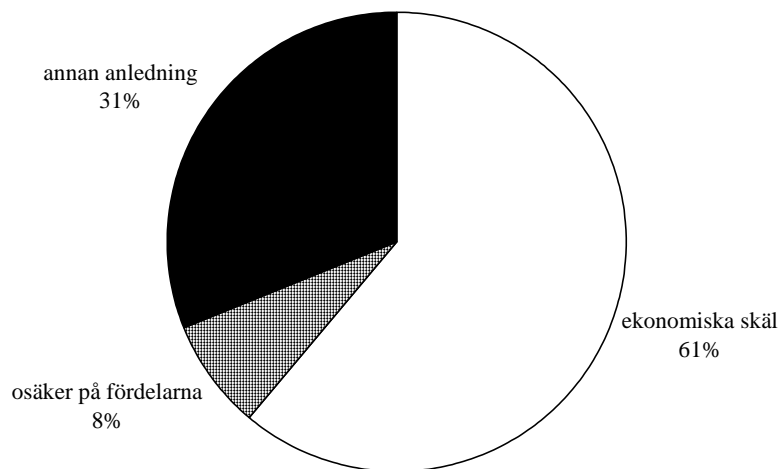
De 22 företagen tillfrågades hur de marknadsför sitt miljöarbete, och om de inte gör det, vilka anledningarna är. Svaren på den första frågan ser ut så här:



Figur 5. Översikt över 22 företags sätt att marknadsföra sitt miljöarbete.

Endast 10 % har svarat att de inte marknadsför sitt miljöarbete, resten har svarat ”på övriga sätt”. Majoriteten marknadsför sitt miljöarbete på andra sätt än det angivna vilket bl a inkluderar presentationer vid möten, helst på begäran av kunder, offerter och information om företaget via utskick till befintliga kunder.

Överraskande nog besvarade 65 % av företagen nedanstående fråga trots att endast 10 % angav att de inte marknadsför sitt miljöarbete.



Figur 6. Företagets svar över vilka anledningarna är bakom att de inte marknadsför sitt miljöarbete (65 % av företagen besvarade frågan).

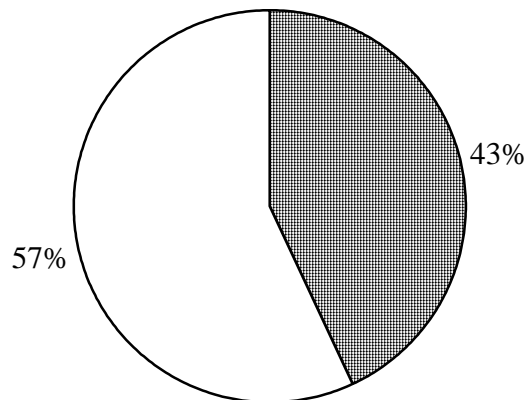
Majoriteten av dessa 65 % angav som främsta anledningen *ekonomiska skäl*. Detta förklaras av att små företag oftast har begränsade ekonomiska resurser och prioriterar andra saker än marknadsföring av sitt miljöarbete. Av de 31 % som angav ”annan anledning” menade 75 % att de passivt marknadsförde sitt miljöarbete eftersom det varken lönade sig ekonomiskt eller affärsmässigt. 25 % angav att företaget inte marknadsför sitt miljöarbete eftersom deras enda kund är kommunen, vilken även utfört själva diplomeringen. Dessutom framgick det vid fallstudierna att orsaken bakom bristfällig marknadsföring inte endast är de ekonomiska resurserna utan även osäkerhet avseende kundernas krav. Enligt dessa företag räcker det oftast att marknadsföra endast miljödiplomeringens logotyp. Det är få kunder som värderar ett miljöledningssystem enligt ISO 14001/EMAS mer än ett icke standardiserat system. För ökad trovärdighet ställdes två frågor till sju av de största kunderna till några av de undersökta företagen. På frågan om vilka miljökrav företagen ställer på sina leverantörer, återges svaren nedan:

Tabell 4. Fördelning av svar på frågan: Vilka miljökrav ställer företaget på sina leverantörer?

	Antal i procent
Miljöarbete av något slag	43 %
Systematiskt miljöarbete av något slag	57 %

Majoriteten ansåg att leverantören bör ha något slags systematiskt miljöarbete. Vid ytterligare förfrågning angav de att MLS enligt ISO 14001/EMAS inte är ett krav. Det går bra med system som FR 2000 och miljödiplomering.

Resultatet på frågan om ett certifierat/registrerat miljöledningssystem värderas högre än ett som inte är det, återges i figur 7.



Figur 7. Fördelning av svar på frågan: Värderar företaget ett certifierat/registrerat miljöledningssystem högre än ett som inte är det?

Resultatet visar en ganska jämn fördelning bland svarsalternativen vilket överensstämmer med resultatet på första frågan. Av dessa som värderar ett certifierat/registrerat miljöledningssystem högre, angav två att de poängsätter de olika systemen. Den enda kunden som är en offentlig myndighet, angav att det vid offentliga upphandlingar har betydelse vilket MLS företaget har. Högsta poäng får företag med ISO 14001/EMAS följt av företag med FR 2000 och lägst poängsätts miljödiplomerade företag. Leverantörer som saknar några av dessa system får ingen poäng alls.

4.2.2 Sammanfattning av resultat

De viktigaste resultaten avseende marknadsföring sammanfattas i tabellen nedan:

Tabell 5. Sammanfattning av resultat rörande marknadsföring.

- Få av de undersökta företagen marknadsför aktivt miljödiplomeringen
- De vanligaste drivkrafterna för marknadsföring av miljödiplomeringen är att förbättra företagets image och värva nya/behålla gamla kunder.
- Den främsta orsaken bakom bristfällig marknadsföring är bristen på ekonomiska resurser
- Andra orsaker är bl a att marknadsföringen inte lönar sig varken affärsmässigt eller ekonomiskt.

Dessutom,

- Har drivkrafterna för marknadsföring inte något större inflytande på företagen.
- För kunderna är det viktigt med bevis på att deras leverantörer bedriver något slags systematiskt miljöarbete, vilket inte nödvändigtvis behöver vara enligt ISO 14001 eller EMAS.
- ISO 14001 och EMAS värderas däremot högre, speciellt vid offentlig upphandling.

4.3 Varaktighet av ett diplom

Här behandlas orsakerna bakom att en del av de miljödiplomerade företagen hoppar av sitt diplom och en annan del avvaktar med att diplomera verksamheten.

4.3.1 Resultat

Resultatet kommer att delas in enligt:

- Företag som hoppat av sitt diplom
- Företag som avvaktar med att erhålla ett miljödiplom

FÖRETAG SOM HOPPAT AV SITT DIPLOM

14 av totalt 21 företag (66 %) som hoppat av sitt diplom tillfrågades per telefon om orsakerna. Branschvis fördelas företagen enligt nedan:

Handel, hotell och restaurang – 29 %

Tillverkande – 29 %

Bygg- och fastighetsbranschen – 35 %

Finans- och företagstjänster – 7 %

I tabell 6 redovisas svaren på frågan varför företaget hoppar av miljödiplomeringen.

Tabell 6. Orsaker till varför företagen hoppat av miljödiplomeringen.

	Antal i procent
A. För hårda krav.	0 %
B. Diplomet skapar inget värde för företaget.	36 %
C. Vi valde certifiering enligt ISO 14001/registrering enligt EMAS.	36 %
D. Vi kan bedriva aktivt miljöarbete även utan diplom.	21 %
E. Vi är tveksamma till att diplomet ska uppfylla våra behov.	0 %
F. Ointresse från personalens/ledningens sida, tidsbrist.	21 %
G. Annat.	28 %

Det bör anmärkas att ett och samma företag kan ha svarat på flera alternativ. Flest företag har svarat att diplommet inte skapar något värde för företaget och att företaget valt att certifiera/registrera verksamheten. Företagen ansåg vidare att diplommet inte är lika känt på den nationella och internationella marknaden som de ”stora” systemen ISO 14001 samt EMAS och därför inte skapar något värde för företagen. Företagen tillfrågades vidare om varför de valt just ISO 14001. Kundkraven och konkurrensskäl angavs som svar.

I svarsalternativet *annat* återfinns 28 % av företagen. Dessa ombads ange vad. Alla utom ett företag har angett omstruktureringar av något slag som anledning. Det resterande företaget har angett att de valt ett annat system för systematiskt miljöarbete, nämligen FR 2000, detta p g a att det för det första omfattar både miljö, arbetsmiljö och kvalitet och för det andra att detta är ett standardiserat system. Andra orsaker för företagets beslut, är som anges ovan, att företaget aktivt kan bedriva miljöarbete även utan miljödiplom och att det finns ett ointresse och tidsbrist från personalens och ledningens sida.

FÖRETAG SOM AVVAKTAR MED ATT MILJÖDIPLOMERA SIG

17 av totalt 30 företag (56 %) som avvaktar med att miljödiplomera sig tillfrågades om orsakerna. Branschvis fördelas företagen enligt nedan:

Tillverkande – 30 %
Bygg- och fastighetsbranschen – 41 %
Finans- och företagstjänster – 23 %
Utbildningsverksamhet – 6 %

Svaren på frågan ovan återges i tabell 7.

Tabell 7. Orsaker till varför företagen inte diplomerat verksamheten än.

	Antal i procent
A. För hårda krav.	12 %
B. Diplommet skapar inget värde för företaget.	12 %
C. Vi planerar istället certifiering enligt ISO 14001/registrering enligt EMAS.	23 %
D. Vi kan bedriva aktivt miljöarbete även utan diplom.	0 %
E. Vi är tveksamma att diplommet ska uppfylla våra behov.	12 %
F. Ointresse från personalens/ledningens sida, tidsbrist.	53 %
G. Annat.	17 %

Ett och samma företag kan ha svarat på flera alternativ. Majoriteten av de tillfrågade företagen ansåg att ointresset från personalens och ledningens sida samt tidsbristen, är anledningen bakom att de avvaktar med diplomeringen. Två av dessa angav att de skulle tänka sig att certifiera verksamheten i framtiden, men att de varken har tid eller ekonomiska resurser just nu. Hela 23 % tänker certifiera verksamheten enligt ISO 14001. Som i gruppen ovan beror detta främst på kundkrav och konkurrensskäl. I svarsalternativet ”annat” återfinns 17 % av företagen. Två av dessa (11 %) angav omstruktureringar i verksamheten och ett (6 %) angav att företaget har valt att istället ”Svan” - märka sina produkter. Lika många företag angav för hårda krav, tveksamhet över om diplommet ska uppfylla företagets behov samt att diplommet inte skapar något värde för företaget som anledningarna bakom att de avvaktar med diplomeringen. Värt att notera är att de två företag som tyckte att diplomeringen ställer för hårda krav båda är

mikroföretag, det ena av dem har 0 anställda. De som ansåg att diplommet inte skapar något värde för företaget och på samma gång uttryckte tveksamhet om diplomeringen kommer att uppfylla deras behov, menade att detta beror på att de inte tror att diplomeringen ska minska deras miljöpåverkan. Först och främst kritiserades det att:

1. De olika punkterna i checklistan ger lika mycket poäng. Företagen anser att några punkter, till ex transporter, skall värderas högre än andra som är av mindre betydelse för verksamheten.
2. Diplomeringen värderas otillräckligt i förhållande till priset, särskilt vid offentlig upphandling.

Värt att anmärka är att dessa företag är tjänsteföretag.

4.3.2 SAMMANFATTNING AV RESULTAT

Resultaten avseende orsakerna bakom det att en del företag hoppar av sitt diplom, samt det att en del avvaktar med att diplomera verksamheten, sammanfattas i tabell 8.

Tabell 8. Sammanfattning av orsaker till varför företag hoppat av eller väntar med miljödiplomering.

- Flest företag hoppar av sitt diplom därför att de väljer att certifiera verksamheten enligt ISO 14001 och p g a att diplommet inte skapar något värde för företaget.
- ISO 14001 väljs både bland företag som hoppat av diplom och bland de som är avvaktande p g a kundkrav, konkurrensskäl och att diplomeringen inte är lika känd i Sveriges och utomlands.
- Företagen hoppar även av sitt miljödiplom p g a omstruktureringar och det faktum att företaget kan bedriva ett aktivt miljöarbete även utan miljödiplom. Även ointresse från personalens och ledningens sida liksom tidsbrist anges som orsaker.
- Flest företag avvaktar med diplomeringen p g a ointresse och tidsbrist från personalens och ledningens sida.
- Företag avvaktar även med diplomeringen p g a omstruktureringar och för hårda krav liksom tveksamhet för om diplommet ska uppfylla företagens behov. Osäkerhet om huruvida diplommet skapar något värde för företaget är också en anledning.
- Det är endast mikroföretag som angivit för hårda krav som orsak för sitt avvaktande.
- Det man är mest kritisk mot, är:
 1. Att de olika punkterna i checklistan ger lika mycket poäng.
 2. Diplomeringen värderas otillräckligt i förhållande till priset, särskilt vid offentlig upphandling.

5. Möjligheter till förbättring

Förbättringsåtgärder och områden inom vilka förbättringar behöver ske presenteras. Dessa är mina egna förslag och de baseras fr.a. på resultatet av föregående kapitel.

5.1 Miljöprestanda

Här kommer att behandlas:

- Miljöaspekter
- Miljömål
- Revisorernas roll

MILJÖASPEKTER

Av föregående kapitel framgick att:

- tjänsteföretagen har svårt med identifieringen och värderingen av företagets miljöaspekter.
- ett problem för de flesta företagen är mätningen av företagets miljöaspekter.

5.1.1 Hur kan tjänsteföretagen få hjälp med miljöaspekternas identifiering och värdering?

Tjänsteföretagen till skillnad från andra branscher har ofta en diffusare bild av sin miljöpåverkan och en stor andel indirekta miljöaspekter, d v s hur andra organisationer (företagets kunder) påverkas av företagets tjänster.

Identifieringen av miljöaspekterna föreslår jag ske genom att:

1. Flödet av material genom företaget kartläggs. Kort beskrivning av hur man gör det återfinns i version 6 av "Miljöparmen" och metoden som används är framtagen av Institutet för Verkstadsteknisk forskning. En utförligare beskrivning av denna metod återfinns i rapporten "Miljöverktyg. En sammanställning av 17 metoder".
2. Den indirekta miljöpåverkan kartläggs. Det är viktigt att tjänsteföretagen inser att de har en indirekt miljöpåverkan. Genom att ställa frågor som "Vem använder våra tjänster", "Vilken miljöpåverkan kan de ge upphov till" osv., kan man ta reda på vilka de indirekta miljöaspekterna är.

Värdering av miljöaspekterna kan ske m h a olika värderingsmodeller. I version 6 av "Miljöparmen" under fliken "Miljöutredning", återfinns en tabell som ska hjälpa företagen med värderingen av miljöpåverkan. Jag föreslår en komplettering och ändring av denna tabell enligt följande:

Tabell 1. Värdering av företagets miljöpåverkan.

Aktivitet/ Material/ Tjänst	Miljöaspekt & Miljöpåverkan	Utsläppt mängd/år	Förbrukad mängd/år	Strider mot lagkrav	Strider mot intressentk rav	Sannolikhet för miljöpåverkan	Konsekvenser av miljöpåverkan
<i>Data t ex</i>	<i>Förbrukning av printertoner t ex</i>			<i>Ja/Nej</i>	<i>Ja/Nej</i>	<i>4-gradig skala</i>	<i>5-gradig skala</i>

Graderingen föreslås ske enligt nedan:

Sannolikhet

1 = Osannolikt

2 = Inträffar sällan

3 = Inträffar då och då

4 = Inträffar alltid

Konsekvens

1 = Liten miljöpåverkan

2 = Medelstor miljöpåverkan

3 = Viss oro från anställda och andra intressenter

4 = Klagomål från anställda och andra intressenter

5 = Strider mot lagkrav/ strängt kundkrav

5.1.2 Hur kan miljöaspekterna mätas?

Miljöaspekterna kan mätas med indikatorer och nyckeltal. Dessa begrepp är inte helt entydiga och definieras av Miljöinformationsutredningen på följande sätt:

- Miljöindikator – är en egenskap i miljön eller i företagets miljöarbete som är observerbart och möjligt att klassificera antingen kvantitativt eller kvalitativt, utan att man därmed avger ett omdöme.
- Miljönyckeltal – uttrycker oftast relationer mellan storheter och kan avse t ex använd energi per produktionsvolym och materialförbrukning (miljöindikator) per omsättning.

Institutet för Verkstadsteknisk forskning (IVF) föreslår följande nyckeltal:

$$\text{Miljönyckeltal} = \frac{\text{Miljöbelastning (miljöindikator)}}{\text{Nyttomått}}$$

Som mått på nytta används bl a:

- Omsättning (kr)
- Antal anställda (st)
- Producerade enheter (st)

(Hansen m.fl., 1999).

För olika branscher finns dessutom olika föreslagna miljöindikatorer och miljönyckeltal. IVF föreslår sådana för Verkstadsindustrin, Livsmedelindustrin och Grafiska mediebranschen. (Hansen m.fl., 1999).

Ytterligare hjälp för mätning av miljöprestanda kan företagen få av den internationella standarden för utvärdering av miljöprestanda ISO 14031. Den kan användas oberoende av vilket miljöledningssystem företaget har. Alla typer av företag oavsett storlek, bransch, lokalisering och komplexitet kan använda standarden. Den följer en processmodell liknande den som finns för miljöledningssystemet ISO 14001. Processmodellen innehåller följande moment:

- **Planera** - Indikatorer för miljöprestanda och indikatorer för tillståndet i miljön väljs ut. Planeringen och urvalet av indikatorer ska bygga på verksamhetens betydande miljöaspekter, dess miljöprestandamål och intressentbehov. Indikatorerna ska vara relevanta, tillräckligt många och presentera kvantitativ eller kvalitativ information i en lättförståelig form.
- **Genomföra** - Framtagning och användning av data sker enligt följande steg:
 - Insamling av relevant data och information. Här faller vikten på tillförlitligheten hos insamlad data.
 - Analys och konvertering av data till indikatorer.
 - Bedömning av organisationens miljöprestanda jämfört med uppställda mål.
 - Rapportering och kommunikation av organisationens miljöprestanda internt, och om företaget vill, externt.
- **Följa upp och åtgärda** - Modellen för miljöprestanda revideras och förbättras.

Dessutom finns det en teknisk rapport ISO/TR 14032 som komplement till standarden vilken innehåller fallstudier vilka illustrerar användningen av ISO 14031 (Piper och Carty, 2003).

MILJÖMÅL

Från tidigare kapitel framgick det att de flesta små företagen finner det svårt att formulera detaljerade, mätbara miljösmål. Nedan ger jag några förslag till hur detta kan ske.

5.1.3 Att formulera mätbara miljösmål

För att kunna formulera mätbara miljösmål bör företagen:

- Känna till den totala miljöpåverkan som en miljöaspekt förorsakar.
- Känna till de nationella kvalitetsmålen, miljölagstiftningen och annan relevant lagstiftning.

Utifrån dessa variabler kan man bestämma en nivå (i procentsatser) om hur mycket någon miljöpåverkan ska minska. Man bör sätta realistiska mål beroende på företagets tekniska möjligheter och ambitionsnivå.

Mitt förslag är att företaget börjar med att sätta en relativt låg nivå på målet. Om företaget upptäcker att den här nivån är lätt att nå, sätter företaget en högre nivå nästa gång. Låt oss säga att målet är att minska pappersförbrukningen med 5 % till år 2005. Om någon minskning inte har skett, analyseras orsakerna till detta. Om man däremot lyckas med att nå det uppsatta målet, höjer man nivån med t ex 10 % till år 2006.

REVISORERNAS ROLL

Av kapitel 4, "Resultat", framgick att revisorerna inte har någon standardrutin vid revision av om företagen har förbättrat sin miljöprestanda eller inte.

5.1.4 Tydligare revisioner

Revisorerna uppmuntras att ställa tydligare krav vid revision av diplomeringen och utarbeta en standardrutin vid revision som gäller för samtliga revisorer och som är anpassad till typen av företag. Vidare uppmuntras revisorerna att ställa mindre krav på hur systemet är uppbyggt och mer på de faktiska förbättringar som företagen har uppnått. Vidare föreslås att några punkter värderas mer än andra beroende på vilken miljöpåverkan företaget har och vilken typ av företag

det rör sig om. Dessutom kan revisorerna titta på vilken typ av miljöstrategi som företaget använder i sitt miljöarbete och uppmuntra en ”produktinriktad” och ”hållbarhetsinriktad strategi”. Den förra är inriktad på att minska företagets indirekta miljöpåverkan och den senare inriktas till alla tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekologiska, den ekonomiska och den sociala dimensionen (Det lönsamma miljöarbetet, 2004). Dessa båda strategier kan uppmuntras genom att de poängsätts vid revisionen.

5.2 Extern kommunikation av miljöarbetet

Det framgick av kapitel 4, ”Resultat”, att :

- Få av de undersökta företagen aktivt marknadsför sin miljödiplomerings
- Den främsta orsaken bakom bristfällig marknadsföring är bristen på ekonomiska resurser.

5.2.1 Hur kan miljökommunikationen förbättras?

För det första bör Göteborgs miljöförvaltning satsa på att uppmuntra de diplomerade företagen att mer aktivt kommunicera sitt miljöarbete. Eventuellt kan offentliga myndigheter, som Naturvårdsverket, hjälpa företagen genom att förse dem med ekonomiskt stöd, det kan inkludera både bidrag och lön. På det sättet kan kännedomen om Göteborgsmodellen öka även utanför ”Göteborgs Business Region”.

Likväl är det viktigt att offentliga organ mera aktivt sprider information om verktygen för miljöarbetet till övriga intressenter, inklusive allmänheten, så att förståelsen för miljöledningsarbetet ökar och kunderna efterfrågar ett sådant system. Företagen stimuleras till att externt informera om de förbättringsåtgärder som de redan genomfört eller kommer att genomföra. Det kan ske genom att företagen publicerar på nätet, s k Miljöledningsdeklaration, vilken omfattar beskrivning av verksamheten samt miljöpolicy, presentation av miljöprestanda – miljömål, betydande miljöaspekter och handlingsprogram. Innehållet i deklarationen kan förändras i takt med företagets miljöledningsarbete och får på det sättet formen av ett dynamiskt dokument i kommunikationsarbetet. På det sättet kan ett flertal målgrupper snabbt nås (Svenska Miljöstyrningsrådet, 2003).

5.3 Varaktighet av ett diplom

Det framgick av kapitel 4, ”Resultat”, att grundorsakerna bakom att diplomaten ibland inte varar länge, är att:

- Företagen väljer att certifiera verksamheten enligt den internationella standarden ISO 14001.
- Det finns ett ointresse från ledningens sida om att bedriva aktivt miljöarbete.
- Det råder osäkerhet om huruvida diplomeringen skapar något värde för företaget.
- Det råder en viss kritik mot diplomeringen som sådan.

5.3.1 Hur kan de små företagen motiveras till att välja att miljödiplomera sin verksamhet?

Detta föreslås ske genom att miljödiplomeringen kvalitetssäkras på något sätt. Göteborgs kommun tillsammans med andra kommuner som utför miljödiplomeringar bör enas om kvalitetssäkringen. Enligt min mening är detta det enda sättet att öka miljödiplomets värde och få de små företagen att välja diplomeringen.

De saker hos miljödiplomeringen som kritiserats är att de olika punkterna i checklistan ger lika mycket poäng och att diplomeringen värderas otillräckligt i förhållande till priset, särskilt vid offentlig upphandling. Därför föreslås att:

- Miljöförvaltningen högre värderar de punkter som ur miljösynpunkt är viktigast för företagen, såsom transporter och kemikalier.
- Vid offentliga upphandlingar värderas företaget inte enbart efter vilket miljöledningssystem företaget har, utan också efter hur mycket företagets miljöprestanda har förbättrats över tiden.

6. Slutsatser

Det visade sig att de undersökta företagen fokuserar på miljöförbättringar i sin tillämpning av Göteborgs kommuns miljödiplomering. Dock förekommer det en del problem vid tillämpningen. Några av dessa är gemensamma för både certifierade/registrerade och miljödiplomerade företag, men det finns likväl möjligheter till förbättring.

6.1 Miljöprestanda

Miljöengagemanget hos företaget, inklusive ledningen, är av betydelse för att nå ständig förbättring av miljöprestandan. Företagen identifierar och värderar sina miljöaspekter främst enligt checklistan och "Miljöpärmerna". Störst svårigheter med identifiering och värdering av miljöaspekter upplevdes av tjänsteföretagen. Mätningen av miljöaspekter/miljöprestanda visade sig däremot vara problematiskt för de flesta av de undersökta företagen.

Majoriteten av företagen hänvisar i hög grad till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål. Det finns dock branschmässiga skillnader; branschen "Transporter och kommunikationer" hänvisar främst till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål, medan tjänsteföretagen anser detta vara av lägst betydelse. Storleksmässigt uppvisades inte några stora skillnader. De detaljerade miljömålen visade sig vara svåra att formulera på ett sätt som gör att de blir mätbara.

Revisorerna visade sig vara en viktig faktor vid diplomering och omdiplomering av verksamheten, enligt några av de undersökta företagen. Det faktum att revisorerna inte har någon standardrutin vid revisionen av diplomeringssystemet och att de ställer otydliga krav, upplevs som mindre positivt.

6.2 Extern kommunikation av miljöarbetet

Studien visade att de undersökta företagen inte kommunicerar sitt miljöarbete i någon större utsträckning. Detta beror främst på bristen på ekonomiska resurser. En liknande situation finner man hos de certifierade små företagen (Hejdenmark, 1999). Vidare visade det sig att de vanligaste drivkrafterna för miljökommunikation är att förbättra företagets image och värva nya/behålla gamla kunder. Samtidigt har dessa inte något större inflytande på företagen. En del av företagen tyckte att miljökommunikationen varken lönar sig affärsmässigt eller ekonomiskt.

Det visade sig att företagets kunder finner det nödvändigt att deras leverantörer bedriver någon form av systematiskt miljöarbete, men det behöver nödvändigtvis inte vara enligt ISO 14001 eller EMAS. De sistnämnda värderas däremot högre som miljöledningssystem, speciellt vid offentliga upphandlingar.

6.3 Varaktighet av ett diplom

En del av företagen hoppar av sitt miljödiplom och andra avvaktar med att diplomera verksamheten. Det visade sig att företagen som hoppar av diplomet branschvis fördelas på "Tillverkande", "Handel, hotell och restaurang", "Bygg- och fastighetsbranschen" och "Finans- och företagstjänster". De avvaktande företagen tillhör "Tillverkande", "Bygg- och fastighetsbranschen", "Finans- och företagstjänster" och "Utbildningsverksamhet".

De vanligaste orsakerna bakom att företagen hoppar av sitt diplom är valet av ISO 14001, EMAS eller FR 2000; osäkerhet om huruvida diplommet skapar något värde för företaget; omstruktureringar; att företaget anser sig kunna bedriva aktivt miljöarbete även utan diplom; ointresse från personalens och ledningens sida, liksom tidsbrist.

Orsakerna var i stort sätt de samma bakom att företagen avvaktar med att diplomera verksamheten. Ytterligare orsaker var tveksamhet för om diplommet kommer att uppfylla företagets behov och för hårda krav. Den sistnämnda orsaken är vanlig bland mikroföretagen, dvs de som har 0-9 anställda.

Resultatet visade att tjänsteföretagen är mest kritiska till diplomeringen och det man är mest kritisk mot är att de olika punkterna i checklistan ger lika mycket poäng samt att diplomeringen värderas otillräckligt i förhållande till priset, särskilt vid offentliga upphandlingar.

7. Rekommendationer

Här sammanställer jag mina rekommendationer till Miljöförvaltningen i Göteborg och till framtida studier.

- Att de övergripande miljömålen skall utgå från företagets miljöpolicy. På det sättet anser jag att klarheten kommer att öka bland företagen.
- Att checklistan anpassas till tjänsteföretagens behov. En separat checklista kan utarbetas för dessa företag.
- Att vidare undersökningar om tillämpning, problem och möjligheter hos miljödiplomeringsprogram som bygger på ISO 14001/EMAS, görs.
- Att undersökningar om andra miljöverktyg, anpassade efter småföretagens behov, görs.
- Att undersökningar om de olika aktörernas inställning till kvalitetssäkring av diplomeringen görs.
- Att man undersöker vilka miljöstrategier de diplomerade företagen tillämpar.

Referenser

- Ammenberg, J.; "Do standardised environmental management systems lead to reduced environmental impacts?"; Dissertation, Linköping university, 2003
- Birkenheim, J., Löfkvist, K., Arnfalk, P. och Backman, M.; "Miljödiplomeringar i Sverige – en delrapport i projekt SMEMAS"; Internationella Institutet för Industriell miljöekonomi vid Lunds universitet, Lund, 1999
- Carlsson P., Miljöinspektör vid Göteborgs miljöförvaltning, Göteborg; "Personlig intervju", Mars 5, 2004
- Det lönsamma miljöarbetet. Strategier och mekanismer i det enskilda företaget; Seminarieversion, NUTEK, April 2004
- Diplomgruppen; "Miljödiplompärm"; Göteborgs miljöförvaltning, Permversion 6, januari 2004
- Effektivare miljöledningssystem – en studie om brister, behov och möjligheter till förbättring; Naturvårdsverket, 2003
- Förbättrad miljöinformation : betänkande / av Miljöinformationsutredningen; Fritze, 1997
- Hansen, O., Zetterberg, L., Åhman, M., Enroth, M., Norberg, C. och Olsson, P.; "Förslag till indikatorer för att beskriva företags och branschers miljöprestanda"; Institutet för Verkstadsteknisk Forskning, 1999
- Hansson, C.; "Standardiserat miljöarbete i de minsta företagen – en delrapport i projekt SMEMAS", Internationella Institutet för Industriell Miljöekonomi vid Lunds universitet, Lund, 2000
- Heidenmark, P.; "Miljöarbete inom svensk tillverkningsindustri – fortfarande myt?"; Internationella Institutet för Industriell Miljöekonomi vid Lunds universitet, Lund, 1999
- Lawrence, L., Andrews, D., Ralph, B. and France, C.; "Identifying and assessing Environmental Impacts: Investigating ISO 14001 approaches"; The TQM Magazine, 14 (1): 43-50, 2002
- Löfkvist, H., Birkenheim, J., Cook, K. och Backman, M.; "Har små och medelstora företag konkurrensfördelar av miljöledningssystem"; Internationella Institutet för industriell miljöekonomi vid Lunds universitet, Lund, 2000
- Merriam, S.; "Fallstudien som forskningsmetod"; Studentlitteratur, 1994
- Miljöarbete i små företag – en ren vinst?; NUTEK, 2002
- Miljöledningssystem – ett viktigt verktyg i näringslivets miljöarbete; Naturvårdsverket, 2000
- Miljöverktyg. En sammanställning av 17 metoder; Institutet för Verkstadsteknisk Forskning, 2000
- Nordström, A.; "EMS – Does it pay off?"; IIEE Master's Thesis 98:21

Piper, L. och Carty, M.; ”Miljömål och indikatorer : drivkraft för ständig förbättring med ISO 14031”; SIS förlag, 2003

Presentation av Göteborgs Miljödiplomeringsmodell; Kursmaterial, 2003

Procope, C. och Axelsson, U.; ”Förbättras miljöprestandan genom miljöledningssystem?”; IVL Svenska miljöinstitutet, 2003

Termen, O., Andersson, A. och Axelsson, P.; ”Miljöledning för mikroföretag”; Studentlitteratur, 1999

Trost, J.; ”Enkätboken”; Studentlitteratur, 1994

Wassenius, I.; ”Utvärdering av Göteborgs kommuns miljödiplomering”; Magisteruppsats, Göteborgs universitet, 2001

Wedberg, C.; ”Vilka är miljömässiga och ekonomiska vinsterna med Göteborgs kommuns miljödiplomering?”; Magisteruppsats, Göteborgs universitet, 2002

Internetkällor

Checklista. PDF – dokument på Göteborgs miljöförvaltningens hemsida, <http://www.miljo.goteborg.se>, 2004-02-17

Definition of SMEs in the European Union, UNECE (United Nations Economic Commission for Europe), <http://www.unece.org/indust/sme/def-eu.htm>, 1998-04-22

Företag inom näringslivet 2001. Dokument på statistiska centralbyråns (SCB) hemsida, http://www.scb.se/templates/tableOrChart____30142.asp, 2003-08-28

Miljödiplomering. Nätverket. Dokument på Göteborgs miljöförvaltningens hemsida, <http://www.miljo.goteborg.se>, 2004-02-13

Miljönätet. Databasen, <http://www.environment.com/ecomedia/mdb/simple.aspx?TAB=mdb>, 2004-03-14

SCB:s företagsregister. Dokument på statistiska centralbyråns (SCB) hemsida, http://www.scb.se/templates/Listning1____19851.asp, 2004-05-04

Studentsidor. Dokument på Temos hemsida, <http://www.temo.se>, 2004-03-02

Ordlista

Begränsningslistan – en förteckning över kemiska produkter som är förbjudna eller vars användning är inskränkt, utgiven av Kemikalieinspektionen.

Detaljerade miljömål – beskriver exakt vad som ska uppnås och när miljömålen planeras vara uppfyllda.

EMAS, Eco Management and Audit Scheme – EU:s frivilliga system för miljöstyrning och miljörevision.

FR 2000 – en nationell standard för miljö, arbetsmiljö och kvalitet, utfärdad av Företagens Riksorganisation.

Förbättringsmål – mål som är direkt inriktade på att minska miljöpåverkan av en viss aktivitet.

Indirekta miljöaspekter – miljöaspekter som konsekvent kan förorsaka miljöpåverkan utanför organisationen.

ISO 14001 – en internationell standard för miljöledning eller miljöstyrning för kvalitetsäkring av miljöarbetet inom ett företag.

Miljöaspekter – delar av en organisations aktiviteter/verksamhet, produkter eller tjänsten som kan inverka på miljön.

Miljödiplomering – frivillig märkning som företag som uppfyller vissa kriterier kan erhålla. Diplomeringen utfärdas av framför allt kommuner.

Miljöprestanda – en ”nivå” på hur väl en organisation förmår hantera sina miljöaspekter.

Mätbara miljömål – uttrycks i någon form av mätbart värde.

NUTEK – Verket för näringslivs- och teknikutveckling.

OBS-listan – en förteckning upprättad av Kemikalieinspektionen över ca 250 kemiska produkter som på grund av sina egenskaper kräver särskilt stor uppmärksamhet ur miljö- och hälsosynpunkt.

SME – (small and medium sized enterprises), små och medelstora företag. Internationellt vedertaget begrepp som innefattar företag med 0 till 249 anställda.

Övergripande miljömål – beskriver i stora drag vilka miljölöften som verksamheten ska uppfylla.

Bilaga A

Enkätformulär 1

Enkätundersökningen har för syfte att analysera hur arbetet med miljöprestanda och extern miljökommunikation fungerar i företag diplomerade enligt Göteborg kommuns miljödiplomerings.

Uppgifter om företaget kommer inte att publiceras.

Om ni har några frågor vänligen kontakta mig via mail eller telefon: 046-211 96 46

Företag:

Kontaktperson:

Telefondagtid:

E-post:

Svara genom att fylla i färg i relevant svarsalternativ.

Branschtillhörighet	Tillverkande företag	<input type="checkbox"/>
	Byggverksamhet	<input type="checkbox"/>
	Handel, hotell och restaurang	<input type="checkbox"/>
	Finans- och företagstjänster	<input type="checkbox"/>
	Utbildningsverksamhet	<input type="checkbox"/>
Antal anställda	0 – 9	<input type="checkbox"/>
	10 – 49	<input type="checkbox"/>
	50 – 99	<input type="checkbox"/>
	100 – 249	<input type="checkbox"/>
Hur stor betydelse hade kundkrav vid beslutet att miljödiplomera företaget?	Liten betydelse	<input type="checkbox"/>
	Ganska stor betydelse	<input type="checkbox"/>
	Stor betydelse	<input type="checkbox"/>
	Mycket stor betydelse	<input type="checkbox"/>
Hur stor betydelse hade eget engagemang under arbetet mot en miljödiplomerings av företaget?	Liten betydelse	<input type="checkbox"/>
	Ganska stor betydelse	<input type="checkbox"/>
	Stor betydelse	<input type="checkbox"/>
	Mycket stor betydelse	<input type="checkbox"/>
När erhöll Ni miljödiplomet?		
Har Ni omdiplomerats?	Ja	<input type="checkbox"/>
	Nej	<input type="checkbox"/>
Hur många gånger har Ni omdiplomerats?		
Vilka betydande miljöaspekter har Ni identifierat?		
I hur hög grad hänvisar Ni till de betydande miljöaspekterna vid formulering av miljömål?	I liten grad	<input type="checkbox"/>
	I viss grad	<input type="checkbox"/>

Hur stor andel av de detaljerade miljömålen är mätbara?	I hög grad	<input type="checkbox"/>
	I mycket hög grad	<input type="checkbox"/>
	0 – 25 %	<input type="checkbox"/>
	25 – 50 %	<input type="checkbox"/>
	50 – 75 %	<input type="checkbox"/>
Hur lätta anser Ni att målen som ni satt upp är att nå?	75 – 100 %	<input type="checkbox"/>
	Mycket lätta	<input type="checkbox"/>
	Ganska lätta	<input type="checkbox"/>
	Ganska svåra	<input type="checkbox"/>
Planerar företaget att gå vidare mot en ISO 14001 – certifiering?	Mycket svåra	<input type="checkbox"/>
	Ja	<input type="checkbox"/>
	Nej	<input type="checkbox"/>
	Planerar företaget att gå vidare mot en EMAS – registrering?	Ja
Nej		<input type="checkbox"/>
Hur marknadsför Ni ert miljöarbete?	Via nätet	<input type="checkbox"/>
	Via broschyrer/reklammaterial	<input type="checkbox"/>
	Med hjälp av media	<input type="checkbox"/>
	Annat	<input type="checkbox"/>
	Vi marknadsför inte vårt miljöarbete	<input type="checkbox"/>
Om Ni inte marknadsför ert miljöarbete, vilka är anledningarna?	Ekonomiska skäl	<input type="checkbox"/>
	Osäker på fördelarna	<input type="checkbox"/>
	Annat	<input type="checkbox"/>

Bilaga B

Enkätformulär 2, typ barometer

Enkätundersökningen har för syfte att analysera hur arbetet med miljöprestanda och extern miljökommunikation upplevs i företag diplomerade enligt Göteborg kommuns miljödiplomering.

Om ni har några frågor, vänligen kontakta mig via mail eller telefon: 046-211 96 46

1. I hur hög grad leder miljöledningssystemet till:

(svara genom att fylla i siffran 0 som i följande exempel:)

	inte alls	något	ganska hög grad	mycket hög grad
Förbättrad miljöprestanda		0		

	inte alls	något	ganska hög grad	mycket hög grad
Förbättrad miljöprestanda				
Uppfyllande av relevant lagstiftning				
Ökad konkurrenskraft				

2. I hur hög grad anser Ni att en ökad marknadsföring av företagets miljödiplom underlättar/förbättrar:

	inte alls	något	ganska hög grad	mycket hög grad
Värvandets av nya kunder				
Behållandet av gamla kunder				
Företagets image				
Rekrytering av väl utbildad personal				
Kommunikationen med myndigheter				

Bilaga C

Detaljerade/kortsiktiga miljömål

I bilagan presenteras fyra exempel på fyra slumpvis valda detaljerade/kortsiktiga miljömål tagna från några av de undersökta företagen.

EXEMPEL 1

1. Vi skall använda Svanemärkta papper och kuvert.
2. Vi skall minska vattenförbrukningen.
3. Att genom ECO-körningsutbildning minska dieselförbrukningen/mil med 5 % samt spara miljön och våra fordon.
4. Minska vår miljöpåverkan vid tvätt av våra lastbilar

Tidpunkt för genomförande

Fortlöpande
2003
Kvartal 1, 2004

2003

EXEMPEL 2

1. Undersöka om ersättningsfärg finns
2. Sammanställa årlig förbrukning av papper och el för att kunna mäta en framtida minskning
3. Utveckla en resepolicy som styr mot miljöanpassat resande
4. Abonnera på grön el

Tidpunkt för genomförande

Juli – 2003
September – 2003

Oktober – 2003
Oktober – 2003

EXEMPEL 3

- B1. Sammanställa vår årliga förbrukning av bränslen och el
2. Fortsatt utbildning av anställda och nyanställda
3. Kontrollera våra viktigaste leverantörers miljöarbete
4. Städningen av kontoret ska, i största möjliga mån, vara kemikaliefri.

Tidpunkt för genomförande

Juni – 2003
Juni – 2003
April – 2003
April – 2003

EXEMPEL 4

1. Minimera avfallsmängderna genom att återvinna krossat glas.
2. Utbildning av alla i Eco-driving.
3. Att övergå till miljömärkt el.
4. Granska alla kemikalier som används i vår verksamhet och jämföra innehållet mot OBS-listan och Begränsningsdatabasen.

Tidpunkt för genomförande

Fortlöpande
Juni – 2004
December – 2004
Juni – 2004

Bilaga D

Fallstudier

Bilagan innehåller anonym presentation av sju fallstudier.

Företag 1

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2003-05, är inte omdiplomerat men har planer på det.

Verksamhetsbeskrivning

Trädgårdsanläggare.

Miljöaspekter

Företaget har identifierat två betydande miljöaspekter: transporter och kemikalier. Miljöaspekterna identifieras och värderas genom checklisten. Dessutom tittar man på vad som används mest, på det sättet avgör man om det handlar om betydande miljöaspekt eller mindre betydande. Viktigt med att få anställda att känna till företagets miljöaspekter, d v s att inblanda dem så mycket som möjligt i miljöarbetet. Mätningen sker vid revision genom att höja nivån. Indikatorer används dock inte ännu. Planeras eventuellt sådana kopplade till transporterna.

Miljömål

Företaget har formulerat enkla, lättuppnåeliga mål relevanta för verksamheten. Brister i kunskap om hur målen kan bli mätbara. Råder behov av hjälp.

Synpunkter om miljödiplomering

Företaget tycker att det bästa med modellen är dess enkelhet, d v d tydlig struktur i form av checklista. Lönar sig mer jämfört med ISO 14001 standarden p g a att den är ekonomiskt fördelaktig och är mer anpassad till mindre verksamheter. Dessutom ger modellen bättre kvalitet åt miljöarbetet.

Företaget finner inte att det finns mindre bra sidor med diplomeringsmodellen. Man är nöjd med samarbetet med Miljöförvaltningen.

Extern miljökommunikation

Skär genom utskick till befintliga och potentiella kunder. Den externa miljökommunikationen lämpas bäst för att värva nya och behålla gamla kunder.

Företag 2

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2000-05, har hittills omdiplomerats tre gånger.

Verksamhetsbeskrivning

Konsultverksamhet.

Miljöaspekter

Företaget har identifierat två betydande miljöaspekter: resor och inköp av datorer. Miljöaspekterna identifieras och värderas genom checklisten och utgår från verksamhetens miljöpåverkan. Mätning av miljöaspekter sker vid revision av verksamheten. Inga indikatorer används för närvarande men det pågår försök med att utarbeta sådana. Huvudproblemet är att hitta rätt indikator. Företaget finner det svårt att identifiera de för verksamheten betydande aspekterna p g a att tjänsteföretag har få sådana och att det råder en viss okunskap, det kan hända att någon aspekt inte identifieras som betydande fast den är betydande.

Miljömål

Det är svårt att hitta på mätbara miljömål eftersom företaget inte har någon stor miljöpåverkan. Problem kan uppstå i att hitta på nya miljömål. Företaget uttrycker en vilja att sätta mätbara miljömål. Det råder behov av hjälp

Synpunkter om miljödiplomering

Företaget tycker att det bästa med modellen är att de får den så kallade "Miljöpärm" eller utbildningsmaterial som köpes av miljöförvaltningen och används för att sätta igång med ett strukturerat miljöarbete. Företaget tycker vidare att det är bra med checklista med fastställd kravnivå.

Däremot anser företaget att det är mindre bra att modellen mest fokuserar på bygg-, handels- och tillverkande företag och inte så mycket på tjänsteföretag som finans- och konsultföretag.

Extern miljökommunikation

Företaget kommunicerar endast själva miljödiplomeringssymbolen via nätet. Anledningen bakom bristfällig marknadsföring är bristande ekonomiska resurser. Däremot tycker företaget att marknadsföringen underlättar värvandet av nya och behållandet av gamla kunder.

Företag 3

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2000.

Verksamhetsbeskrivning

Städning och underhåll av fastigheter

Miljöaspekter

Företaget har identifierat som betydande miljöaspekter transporter, kemikalier och pappersförbrukning. Miljöaspekterna identifieras och värderas genom checklistan och utgår från verksamhetens miljöpåverkan. Värderingen av miljöaspekter upplevs som svårt. Företaget använder Miljöförvaltningens hjälp liksom konsulthjälp. Företaget håller på att utarbeta indikatorer för mätning av miljöaspekter.

Miljömål

Kan bli jobbigt med förbättring av miljöprestanda eftersom det är svårt att hitta på nya miljömål. Företaget försöker att höja nivån på befintliga miljömål. Det är svårt att formulera mätbara miljömål. Råder behov av hjälp

Synpunkter om miljödiplomering

Miljödiplomeringen är ett greppbart system, har enkel struktur och är ett bra stöd för de små företagen. Företaget tycker inte att ett certifierat miljöledningssystem är bättre miljömässigt. Det enda som kan upplevas som mindre positivt är att revisorerna ställer olika krav vid revidering av systemet.

Extern miljökommunikation

Företaget kommunicerar endast själva miljödiplomeringssymbolen via offerter till kunder. Företaget har en bristfällig miljökommunikation. Orsaken är redan etablerade kunder och att marknadsföringen inte lönar sig inom den här branschen.

Företag 4

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2000, har hittills omdiplomerats två gånger.

Verksamhetsbeskrivning

Säljer och levererar kontorsmöbler och möbler för offentlig miljö.

Miljöaspekter

Företaget har identifierat som betydande miljöaspekter dieselförbrukning, vattenförbrukning, oljeavskiljare, sopsortering och leverantörsbedömningar. Miljöaspekterna identifieras och värderas genom checklistan och utgår från verksamhetens miljöpåverkan. Företaget får god hjälp av Miljöförvaltningen. Miljöaspekterna mäts med hjälp av indikatorer.

Miljömål

Kan bli svårt att hitta på för verksamheten relevanta miljömål. Några av målen är svåra att nå. Företaget har mätbara miljömål men de flesta är endast tidsatta.

Synpunkter om miljödiplomerings

Diplomeringsen är ett greppbart system, lätt att arbeta med. Dessutom sätts miljön i fokus istället för dokumentationen.

Extern miljökommunikation

Diplomeringsen kommuniceras bristfälligt, endast logotypen marknadsförs. Orsaken till detta är att endast kommunen ställer krav och att företaget inte är berett att satsa stora delar av sina ekonomiska resurser. I övrigt anser företaget att miljökommunikationen är viktig avseende kunder.

Företag 5

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2003, är inte omdiplomerat men har planer på det.

Verksamhetsbeskrivning

Tillverkande verkstadsföretag.

Miljöaspekter

Företaget har identifierat som betydande miljöaspekter stålprodukternas hushållning, elförbrukning, tjänsteresor, godstransporter och målningsprocessen. Miljöaspekterna identifieras och värderas genom en miljöutredning och utgår från verksamhetens miljöpåverkan. Miljöaspekterna mäts med hjälp av indikatorer. Några av dem är svåra att påverka.

Miljömål

Företaget finner inga stora svårigheter med att formulera mätbara miljömål. Några av målen är svåra att nå. Det beror på att utsläppen kan variera från år till år eller att det är svårt att ändra vanor.

Synpunkter om miljödiplomerings

Diplomeringsen leder till ständig förbättring av miljöprestanda därför att fokus sätts på miljöförbättringar istället för på systemet. Dessutom är kunderna nöjda med systemet. Företaget uppger att ISO 14001 är ett krångligare och dyrare system. Däremot tycker företaget att några punkter i checklistan är onödiga för deras verksamhet.

Extern miljökommunikation

Diplomeringsen kommuniceras bristfälligt, endast logotypen marknadsförs. Orsaken för detta är att företaget redan har etablerat kunder.

Företag 6

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2002, har hittills omdiplomerats en gång.

Verksamhetsbeskrivning

Företaget säljer och tillverkar glasföremål.

Miljöaspekter

Företaget har identifierat som betydande miljöaspekter: pappersförbrukning, transporter lokaler och kemikalier. Det används inte någon särskilt metod för identifiering och värdering av miljöaspekterna. Företaget uppger att värderingen av miljöaspekter upplevs som svårt. Företaget håller på att utarbeta indikatorer för mätning av miljöaspekter. Några av dem är mycket svåra att mäta.

Miljömål

Företaget finner stora svårigheter med att formulera mätbara miljömål. Det är svårt att nå någon högre miljöprestanda eftersom det inte finns något stort intresse för miljöfrågor från ledningens sida.

Synpunkter om miljödiplomering

Diplomeringen är ett enkelt system. Företaget uppger att ISO 14001 är krångligare system. Däremot tycker företaget att revisorerna inte ställer tillräckligt tydliga krav vid revision av systemet och att diplomeringen inte lönar sig ifall kommunen inte ställer några krav.

Extern miljökommunikation

Diplomeringen kommuniceras bristfälligt till externa intressenter, endast logotypen marknadsförs. Orsaken för detta är att företaget redan har etablerat kunder och anser sig inte behöva kommunicera diplomeringen mera aktivt.

Företag 7

Grundfakta

Företaget har diplomerats för första gången år 2001, har hittills omdiplomerats två gånger.

Verksamhetsbeskrivning

Konsultverksamhet

Miljöaspekter

Företaget har identifierat som betydande miljöaspekter avfall, transporter och kemikalier. Företaget identifierar och värderar sina miljöaspekter med hjälp av Göteborgs miljöförvaltning.

I ett tjänsteföretag är det problematiskt att identifiera de betydande miljöaspekterna. Mätningen av miljöprestanda är ett annat problem.

Miljömål

Företaget finner stora svårigheter med att formulera mätbara miljömål. Det är svårt att nå någon högre miljöprestanda eftersom det inte finns något stort intresse för miljöfrågor från ledningens sida.

Synpunkter om miljödiplomering

Företaget upplever miljödiplomeringen negativt framför allt på grund av ledningens brist på intresse. Företaget har erhållit ett miljödiplom på grund av kundkraven.

Extern miljökommunikation

Diplomeringen kommuniceras bristfälligt till externa intressenter, endast logotypen marknadsförs. Orsaken för detta är att det inte lönar sig ekonomiskt.