



**LUNDS
UNIVERSITET**
Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

Kan man sälja ansvarsfullt företagande?

En rapport skriven av:

Linda Bensed och Tove Hellstam-Segergren

Handledare:

Mikael Bergmash och Stefan Gössling

Kandidatuppsats, 10 p

VT 2006

Sammanfattning

- Titel:** Kan man sälja ansvarsfullt företagande?
- Författare:** Linda Bensed och Tove Hellstam-Segergren
- Handledare:** Mikael Bergmash och Stefan Gössling
- Problemställning:** Ett ansvarsfullt företagande är idag en viktig konkurrensfördel. Företagen måste kunna balansera ekonomiska intressen med miljöfrämjande åtgärder och på ett trovärdigt sätt kunna visa att de arbetar för en hållbar utveckling. Det finns många alternativ gällande en investering i sociala och miljöfrämjande åtgärder men det saknas ofta riktlinjer för hur arbetet bör genomföras. Genom Kyotoprotokollets olika projekt har en marknad uppstått där organisationer erbjuder företag en möjlighet att investera i projekt för att reducera koldioxidutsläpp. Vad en investering i denna marknad innebär är det få undersökningar som visar.
- Syfte:** Syftet med vår rapport är att ur ett trovärdighetsperspektiv undersöka organisationer som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp. Vi vill belysa vilka metoder organisationerna arbetar med samt vad en investering i dessa resulterar i.
- Metod:** Vi gör en kvalitativ undersökning med fokus på en textanalys av utvalda företags hemsidor. Undersökningen är deskriptiv och baserad på redan befintliga teorier. Vår teoretiska referensram utgörs av begreppet corporate social responsibility (CSR) samt teorier om förtroende och nätverk. Utifrån vår teoretiska referensram analyseras det insamlade materialet med hjälp av en analysmodell av meningsinnehållet.
- Resultat:** Utifrån vår undersökning av faktorer inom organisationsstruktur, information, ekonomi och certifiering kan vi konstatera att det finns många brister i serviceorganisationernas verksamheter. Enbart en av serviceorganisationernas metoder menar vi vara långsiktigt hållbar. Därutöver visar vår undersökning att även om serviceorganisationerna bidrar till att uppmärksamma problemet med flygets inverkan kvarstår dilemmat att projekten av ekonomiska skäl genomförs i utvecklingsländer. Vi drar slutsatsen att Kyotoprotokollet och även serviceorganisationerna bidrar till att flytta fokus från det verkliga problemet, att minska energiförbrukning i de industrialiserade länderna.
- Nyckelord:** Serviceorganisationer, koldioxidutsläpp, miljöfrämjande åtgärder, Kyotoprotokollet, CSR, ansvarsfullt företagande, trovärdighet, hållbarhet.

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	I
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	II
1. INLEDNING	1
1.1 INLEDANDE ORD	1
1.2 PROBLEMSTÄLLNING	2
1.3 SYFTE	3
1.4 FRÅGESTÄLLNING	3
1.5 AVGRÄNSNING	3
1.6 DISPOSITION	4
1.7 BAKGRUND	4
2. TEORI	7
2.1 CSR - ANSVARSFULLT FÖRETAGANDE	7
2.2 ATT SKAPA TROVÄRDIGHET	9
2.3 PASSFORM	10
2.4 NÄTVERK OCH SAMARBETE	11
2.5 METODER FÖR KOMPENSATION AV UTSLÄPP	12
2.5.1 <i>Trädplantering</i>	12
2.3.2 <i>Byte till lågenergilampor</i>	13
2.3.3 <i>Solcellsdrivna kök</i>	14
3. METOD	16
3.1 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	16
3.2 VAL AV METOD	17
3.3 KÄLLKRITIK	19
4. SERVICEORGANISATIONER	20
4.1 ATMOSFAIR	20
4.2 THE CARBONNEUTRAL COMPANY - FUTURE FOREST	22
4.3 CLIMATE CARE	25
4.4 FACE FOUNDATION	28
5. ANALYS	32
5.1 ORGANISATIONERNAS VERKSAMHET	32
5.1.1 <i>Trovärdighet och organisationsstruktur</i>	32
5.1.2 <i>Trovärdighet och tillgång till information</i>	33
5.1.3 <i>Trovärdighet och ekonomi</i>	36
5.1.4 <i>Trovärdighet och certifiering</i>	38
5.2 FÖRETAGENS METODER	41
5.2.1 <i>Trädplantering</i>	41
5.2.2 <i>Byte till lågenergilampor</i>	43
5.2.3 <i>Solcellsdrivna kök</i>	44
5.3 FÖRDELAR OCH NACKDELAR MED SERVICEORGANISATIONERNAS TJÄNSTER	45
5.3.1 <i>Fördelar</i>	45
5.3.2 <i>Nackdelar</i>	45

6. AVSLUTNING	47
6.1 SLUTSATSER	47
6.2 DISKUSSION OCH FÖRSLAG	49
KÄLLFÖRTECKNING	53
BILAGA 1	57
BILAGA 2	58
BILAGA 3	59
BILAGA 4	60
BILAGA 5	62
TABELLER	
Tabell 5.1.2 Vilken information finns presenterad på hemsidan?.....	35
Tabell 5.1.3 Ekonomiska fakta.....	38
Tabell 5.1.4 Vilken certifiering använder serviceorganisationerna sig av?.....	40
Tabell 5.2 Sammanfattning av serviceorganisationernas metoder	44

1. INLEDNING

I detta avsnitt ger vi läsaren en introduktion till det problemområde vi har valt att studera. Vi presenterar även vårt syfte och de frågeställningar som vi utgår ifrån samt uppsatsens avgränsningar. Avsnittet avslutas med en presentation av uppsatsens disposition och den politiska bakgrunden kring vår problemställning.

1.1 Inledande ord

”Frågan är idag inte längre om klimatet kommer att förändras på grund av människans aktiviteter, utan snarare hur mycket, var och när.”¹

Halten av växthusgaser ökar stadigt i vår atmosfär och mängden koldioxid har ökat med 30 procent sedan industriella revolutionen i mitten av 1700-talet.² Industrieländernas höga krav på levnadsstandard orsakar 53 procent av dagens koldioxidutsläpp.³ Med växthuseffekten kommer även en ökad temperaturhöjning vilken påverkar jorden och vårt klimat. Förändringen är oundviklig men människan har fortfarande möjlighet att påverka när den sker och hur mycket.⁴ Både på nationellt och internationellt plan arbetar man idag i olika projekt för att minska utsläpp av växthusgaser. Många viktiga tekniska uppfinningar har skapat förutsättningarna för en positiv utveckling. Vindturbiner, hydrobilar och bränslecellsteknologi är exempel på teknik som skulle kunna reducera utsläpp av koldioxid med 30 till 50 procent. Men tekniken kan inte ensam åstadkomma en förändring utan det krävs politiska och ekonomiska krafttag samtidigt som sociala och kulturella hinder måste övervinnas.⁵

¹ Kvarnäck, Maria. (2002). *Klara fakta om klimatförändringen*. Naturvårdsverket, Danagårds Grafiska, Ödeshög, s 19

² Kvarnäck 2002

³ Svenska naturskyddsföreningens hemsida. www.snf.se (Läst 2006-05-15)

⁴ Kvarnäck 2002

⁵ ibid.

1.2 Problemställning

Företagens miljöarbete har blivit en fråga om överlevnad. Det är en affärsstrategisk fråga som drivs framåt av både myndigheter, miljöorganisationer och en alltmer medveten marknad.⁶ Ett ansvarsfullt företagande är idag en viktig konkurrensfördel. Hotet om klimatförändringen medför en viktig ekonomisk och konkurrensmässig risk men också en möjlighet.⁷ Företagen måste kunna balansera ekonomiska intressen med sociala och miljöfrämjande åtgärder. De måste även på ett trovärdigt sätt kunna visa att de med genuina intentioner försöker bidra till en hållbar utveckling. Marknaden kommer att bedöma företagets insats utifrån dess motiv; ett socialt eller ekonomiskt intresse. Ett ansvarsfullt företagande kräver kunskap, insikt och engagemang och det finns inga genvägar till ett effektivt arbete. Svårigheten för företagen är dock ofta att det ännu inte finns någon etablerad standard för hur de bör planera och genomföra sina åtgärder och arbeta för en hållbar utveckling.⁸

Genom Kyotoprotokollets olika projekt har en marknad uppstått där organisationer erbjuder företag och privatpersoner en möjlighet att investera i projekt för att reducera koldioxidutsläpp. Även volontära projekt har startats upp som ett alternativ för sociala och miljöfrämjande investeringar. Till skillnad från projekten inom Kyotoprotokollet ligger de volontära projekten utanför protokollets ramar och de flesta arbetar efter egna koncept och inte efter någon utarbetad riktlinje.⁹ Vad en investering i denna nya marknad egentligen innebär är det få undersökningar som visar. Det finns idag en uttryckt frustration över den bristande informationen om både om säljarens erbjudande och om projektens kvalitet.¹⁰ Samtidigt växer marknaden stadigt och tycks locka till sig allt fler kunder. Vi vill därför undersöka hur effektiv en investering i denna marknad är för företag som vill arbeta med ansvarsfullt företagande. Kan dessa erbjudanden hjälpa till att bidra till en hållbar utveckling och stärka investerarnas konkurrenskraft på marknaden?

⁶ Rydebrandt, Anders & Köhler, Niklas. (1999). *Miljöcertifierade företag Sverige 1999*. Challengium Information: Motala

⁷ Cogan, Douglas G. (2006). *Corporate Governance and Climate Change: Making the Connection*. Ceres Inc. Boston.

⁸ Löhman, Ola & Steinholtz, Daniel. (2003). *Ansvarsfullt Företagande: Corporate Social Responsibility i Praktiken*. Ekerlids förlag AB: Stockholm

⁹ Taiyab, Naada. (2005). *Exploring the market for 'Development Carbon' through the voluntary and retail sectors*. International Institute for Environment and Development (IIED): London.

¹⁰ *ibid.*

1.3 Syfte

Syftet är att ur ett trovärdighetsperspektiv undersöka organisationer som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp. Vi vill belysa vilka metoder organisationerna arbetar med samt vad en investering i dessa resulterar i.

1.4 Frågeställning

De frågeställningar vi kommer att utgå från är följande:

1. Hur drivs serviceorganisationerna? Redovisar organisationerna sin verksamhet på ett trovärdigt sätt?
2. Vilka metoder arbetar serviceorganisationerna med? Vad resulterar de i?
3. Är en investering i en serviceorganisation ett effektivt sätt att kompensera för koldioxidutsläpp?

1.5 Avgränsning

Det finns idag ett 20-tal organisationer som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp.¹¹ Vi har valt att avgränsa oss till fyra representativa organisationer. Marknaden av dessa, vilka vi valt benämna serviceorganisationer, har växt fram sedan början av 1990-talet men det är först under 2000-talet som flertalet företag har uppstått. Vi har därför begränsat undersökningen utifrån den information som funnits tillgänglig om företagen. Vi kommer att studera tre av de metoder som serviceorganisationerna använder sig av och fokusera på ett specifikt projekt inom varje metod. Då vi är begränsade av rapportens omfång har vi inte möjlighet att djupanalysera samtliga av företagens projekt. En övergripande beskrivning av varje organisation ingår emellertid.

Även om privatpersoner ingår i serviceorganisationernas kundgrupp så kommer denna grupp inte belysas här. Vår rapport fokuserar på en investering i serviceorganisationerna ur ett företagsperspektiv. Där serviceföretagens kunder diskuteras begränsar vi därför oss genom att endast inkludera företagskunder. I analysen av hur företagen beräknar kompensation av koldioxidutsläpp undersöker vi endast de utsläpp som orsakas av flyget. Ytterligare en avgränsning gör vi i den teoretiska delen där vi utgår ifrån begreppet corporate social responsibility (CSR) vilket också är grunden vid vår analys.

¹¹ Se bilaga 1

1.6 Disposition

Denna rapport består av sex delar. I inledningen redogörs för problemformuleringen samt syftet med uppsatsen och vilka frågeställningar vi utgår ifrån. Vi ger även en bakgrund till hur man på den politiska arenan har agerat inför klimatfrågorna. I uppsatsens teoridel presenteras den teoretiska ramen. Vi utgår här främst från begrepp som CSR (corporate social responsibility), förtroende och nätverk. Här presenteras även de olika metoderna som serviceorganisationerna arbetar med. I metoddelen diskuteras val av metod, källkritik samt rapportens validitet. Under organisationsbeskrivningen presenteras de serviceorganisationer vi valt att analysera. I analysen undersöks organisationerna utifrån vårt teoretiska perspektiv. I den avslutande delen presenteras och diskuteras våra slutsatser och vi ger även förslag på framtida forskning.

1.7 Bakgrund

Miljöfrågan diskuterades på FN:s konferens ”The Human Environment” i Stockholm 1972 och de deltagande länderna satte då upp FN:s miljöprogram, *UNEP*. Först i mitten på 1980-talet efter påtryckningar från miljöaktivister och oberoende organisationer kom klimatförändringar upp på den politiska agendan. Vetenskapliga bevis för att människans sätt att leva påverkar klimatet negativt presenterades.¹² Som en första åtgärd skapade UNEP tillsammans med The World Meteorological Organisation (WMO) 1998 *IPCC*, Intergovernmental Panel of Climate Change. IPCC:s syfte är att ta fram och sammanfatta vetenskapliga, tekniska och socioekonomiska fakta om klimatforskningen på ett objektivt, öppet och transparent sätt.¹³ IPCC:s första rapport kom 1990 och konstaterade att befolkningstillväxten och dess konsekvenser leder till allt större utsläpp av växthusgaser. IPCC har sedan dess presenterat flera rapporter och publikationer som varit normgivande för studenter, politiker och forskare. Mer specifika mål med bindande åtgärder har satts upp i och med skapande av Kyotoprotokollet 1992. Målet är att mellan 2008 och 2012 minska utsläppen med 5 procent av 1990 års utsläpp. Protokollet erbjuder tre mekanismer för att så kostnadseffektivt som möjligt uppnå målet.¹⁴

¹² Harris, Frances (red). (2005). *Global Environmental Issues*. John Wiley & Sons Ltd: West Sussex. s 155

¹³ IPCC: s hemsida (a). www.ipcc.ch. Tillgänglig på:
<http://www.ipcc.ch/about/faq/IPCC%20Introduction.pdf> (Läst 2006-04-25)

¹⁴ UNFCCC:s hemsida. www.unfccc.int. (Läst 2006-04-25)

Mekanismen för ren utveckling (CDM) innebär att de deltagande länderna inom Kyotoprotokollet investerar i ett koldioxidbesparande projekt i ett land som inte har åtaganden enligt protokollet. Blir projektet godkänt som ett CDM-projekt utfärdas ett CER-certifikat (Certified Emission Reduction). Certifikatet utfärdas av CDM-styrelsen och specificerar hur mycket koldioxid som sparats och därmed kan tillgodoräknas.¹⁵ För att projektet ska bli godkänt som CDM-projekt måste det vara ”additionellt”. Detta innebär att det utan projektet inte skulle ha uppstått en koldioxidreducering. Ytterligare ett krav är att projektet blir övervakat av en oberoende tredje part. Syftet med CDM är även att stödja utvecklingsländerna. De projekt som inte blir godkända som CDM-projekt räknas i stället som volontära projekt och den kompensation som åstadkoms benämns i stället VER (Voluntary Emission Reduction).¹⁶

Gemensamt genomförande (JI) fungerar på samma sätt som ett CDM-projekt förutom att investeringen görs i ett land som har åtaganden inom Kyotoprotokollet.¹⁷ *Handel med utsläppsrätter* är protokollets tredje mekanism. Utifrån denna mekanism har Europeiska unionen (EU) på eget initiativ skapat världens största marknad av utsläppsrätter på företagsnivå. Den första handelsperioden pågår mellan 2005 och 2007 och involverar 25 länder och 11 500 företag inom EU. Dessa företag står för cirka 50 procent av de totala utsläppen inom unionen. Ytterligare en handelsperiod kommer att inledas 2008 för att pågå till 2012 då fler företag kommer att involveras. Utsläppsrätterna fördelas gratis till de företag som berörs av handelssystemet. Företag som uppnår lägre utsläpp än vad de blivit tilldelade kan sälja rättigheter till andra företag. Företag som däremot har högre utsläpp åläggs att betala en straffavgift på 40 euro per ton koldioxidutsläpp. Priset på utsläppsrätterna styrs av tillgång och efterfrågan. Priset påverkas även av hur de två andra mekanismerna, CDM och JI, utnyttjas och om länder utanför EU ansluter sig till handelssystemet.¹⁸

Kyotoprotokollet inkluderar dock inte flyget i sin åtgärdsplan trots att detta transportmedel står för den största ökningen av utsläpp av växthusgaser. 1992 var flyget orsak till 3,5 procent av den globala uppvärmningen och med dagens utveckling kommer

¹⁵ Eklöf, Gunnar. (2005). *Spruckna Illusioner – CDM i praktiken*. Svenska naturskyddsföreningen: Stockholm

¹⁶ Taiyab 2005

¹⁷ Eklöf 2005

¹⁸ Naturvårdsverkets hemsida. www.naturvardsverket.se. (Läst 2006-04-25)

flygets utsläpp fördubblas på 20 år.¹⁹ Enligt IPCC är det svårt att göra exakta beräkningar på flygets miljöpåverkan då dess negativa effekt är större än enbart koldioxidutsläppet. I genomsnitt använder sig därför IPCC av en indexfaktor (Radiative Forcing Index, RFI) som multipliceras med det beräknade koldioxidutsläppet för att ge en siffra ekvivalent med totala inverkan av samtliga växthusgaser.²⁰ Genom att multiplicera med denna indexfaktor redovisas den inverkan samtliga växthusgaser från flygets utsläpp har. Fram till och med 2050 menar de att en indexfaktor mellan 2.4 och 3.6 bör användas där 2.7 är den siffra som var aktuell 1992.²¹

¹⁹ Åkerman, Jonas. (2004). *Sustainable air transport – on track in 2050*. Centre for Environmental Strategies Reserch. KTH:Stockholm. Åkerman, Jonas & Gössling, Stefan. (2006). *Låt flyget betala utsläppet*. Svenska Dagbladet. 2006-04-16. s A5

²⁰ Se bilaga 2

²¹ IPCC:s hemsida (b). www.ipcc.ch. Finns tillgänglig på: www.gride.no/climate/ipcc/aviation/064.htm. (Läst 2006-05-14)

2. TEORI

Här presenteras vår teoretiska referensram där vi tar upp begreppet corporate social responsibility (CSR), hur trovärdighet skapas samt nätverkens funktion för företagen. Här redogör vi även för de metoder som serviceorganisationerna använder sig av.

2.1 CSR - Ansvarsfullt företagande

“The business has become, in the last half century, the most powerful institution on the planet. The dominant institution in any society needs to take responsibility for the whole”²²

Willis Haman, World Business Academy

Företagens roll har förändrats genom historien och samhällets utveckling. Den nya tekniken medför att företagens värderingar, planer och agerande blir allt mer synliga och uppmärksammade av omvärlden.²³ Idag har vi en ökad kunskap om företagens inverkan på samhälle och miljö. Med hjälp av denna kunskap har många miljöorganisationer och andra aktivister arbetat för att få företagen att bidra till en hållbar utveckling och ta sin del av ansvaret. Samhällets förändring av värderingar såsom moral och etik ökar pressen på företagen. Allt fler företag har nu insett vikten av att implementera en strategi för ansvarsfullt företagande som en del av sin affärsverksamhet och begreppet corporate social responsibility (CSR) har vuxit fram. En definition av begreppet är:

” Actions that appear to further some social good, beyond the interest of the firm and what is required by law”²⁴

Då begreppet är relativt nytt finns ännu inga fastslagna teoretiska ramar eller allmängiltig praxis. Det är stora skillnader mellan olika länders och kulturers normer för och arbete med CSR. Trots en mängd olika definitioner är dock konceptet om ansvarsfullt företagande tydligt. Det handlar om en kontextspecifik, strategisk och proaktiv företagsstrategi. Detta innebär att företagen måste balansera ekonomiska intressen med sociala och miljöfrämjande åtgärder. Företagens CSR-agerande kan innebära allt från inkorporerade av mer sociala och miljöfrämjande produkter inom produktion och tillverkningsprocesser,

²² Löhman & Steinholtz 2003, s 139

²³ Panwar Rajat et al. (2006). *Corporate responsibility - Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry*. Forest Products Journal. Vol 56, nr 2. Sid. 4-12.

²⁴ McWilliams Adagail et al. (2006). *Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*. Journal of Management Studies. Vol 43, nr 1. Sid 1-18

stöd åt lokala organisationer, miljövänlig teknik, återvinning samt olika åtgärder för att motverka utsläpp och föroreningar. Lewitt är en av många forskare som kritiserat CSR som fenomen och menar att företagen övertar ett arbete som ursprungligen är landets och regeringens uppdrag. Företagen kan därför inte fokusera på sin kärnverksamhet.²⁵ CSR har även kritiserats för att slösa med företagens resurser som i stället skulle kunna investeras internt och öka värdet för aktieägare.²⁶ De som argumenterar för CSR menar att företagen måste tillgodose en mängd olika intressegrupper utanför ägare och aktieägare vilka kan inverka på företagens resultat. Om ett företag upplevs av omvärlden som rättvist, etiskt och trovärdigt kommer detta att gynna den ekonomiska utvecklingen samt skapa förutsättning för en hållbar konkurrensfördel på marknaden. Motiven för ett företag att ägna sig åt ett ansvarsfullt företagande varierar från legala krav till att öka produktiviteten eller förbättra den ekonomiska vinningen. Företagen förbättrar sin kundattraktivitet genom ett ansvarsfullt företagande och intresset för investeringar tycks öka i dessa företag. Genom ett tydligt etiskt och miljöfrämjande arbete stärker företagen sin legitimitet på marknaden vilket ökar förutsättningarna att överleva perioder av hård konkurrens eller nedgång i branschen.²⁷

Även medarbetare på företag som arbetar med CSR har visat sig uppleva en större motivation och trivsel på sin arbetsplats. Utvecklingen visar att allt fler nationella och internationella regler medför ett ökat krav på företagen att ansvara för ett förebyggande och motverkande av utsläpp och miljöförstöring och ett främjande av jämlikhet, hälso- och skyddsfrågor på arbetsplatsen.²⁸ Jämfört med konkurrensen om varor och tjänster behöver företagen inte alltid vara bäst på ansvarsfullt företagande. Det är inte en tävling man måste vinna. Vad som däremot är essentiellt är *hur* man väljer att delta då det är på dessa grunder företaget kommer att bli bedömt. Genom ett ansvarsfullt företagande kan företaget påverka relationen till kunderna och skapa en grogrund för lojalitet och känsla av samhörighet. Genom att agera på ett mer hållbart vis kan företaget visa *hur* de applicerar sina värden i företaget och inte enbart *att* de gör det.²⁹

²⁵ McWilliams et al. 2006

²⁶ *ibid.*

²⁷ Panwar et al. 2006

²⁸ *ibid.*

²⁹ Löhman & Steinholtz 2003

WBCSD- World Business Council for Sustainable Development menar att ett CSR-arbete bör inkludera bland annat:³⁰

- Att företagets ledning klart deklarerar sin ståndpunkt och sitt åtagande gentemot omvärlden,
- Att man utvecklar och implementerar tydlig policies för hela organisationen,/---/
- Att företaget reducerar sina ”ekologiska fotavtryck”, både i sin produktion och i produktledet,
- Att man sätter upp målsättningar: arbete inom miljö och sociala områden,
- Att förvaltad kapital som man äger rätten till förses med restriktioner i enlighet med de sociala och miljömässiga principer som gäller för de övriga områdena,
- Att man visar upp ett aktivt engagemang i det omgivande samhällets utveckling,/---/
- Att man har en redovisning av verksamheten inom alla ovan nämnda områden som är öppen och tydlig i syfte att ge en ärlig och klar bild av företagets aktiviteter och deras påverkan och att man låter redovisningen bli granskad.

2.2 Att skapa trovärdighet

Att satsa på ett ansvarsfullt företagande är inte en helt okomplicerad process. Kundernas reaktioner till sociala och miljöfrämjande åtgärder är inte alltid entydigt positiva och ofta mycket komplexa. Beroende på företagets motiv kan kundernas inställningar till åtgärderna variera. Även om projektet i sig kan förbättra sociala eller miljömässiga förhållanden kommer kunderna att bedöma företaget utifrån dess grundläggande motiv; ett ekonomiskt eller ett socialt intresse.³¹ Då många olika faktorer inverkar på denna process är det essentiellt för företaget att utföra olika framtidsanalyser innan projekt genomförs. Detta gäller då både kundernas åsikter och reaktioner samt projektet företaget är intresserat av. Hur företaget kommunicerar sitt ställningstagande har också visat sig vara av stor vikt för kunderna. Värderingar såsom moral och etik bör uppfattas som en genuin intention och inte som en del av marknadsföringen. Denna typ av kommunikation har i stället visat sig göra mer skada än nytta för företaget som då i stället anklagas för ”greenwashing” och uppfattas ha en oseriös marknadsföring. CSR-initiativ är även en kostnadsfråga som kan vara särskilt viktig för de företag som är känsliga för kortsiktiga kostnader. Det finns dock övertygande bevis för att ett väl genomfört CSR-arbete kommer att leda till ökade intäkter.³²

³⁰ Löhman & Steinholtz 2003 s 20

³¹ Becker-Olsen Karen L. et al. (2006). *The Impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour*. Journal of Business Research, Vol 59, nr 1. Sid.46-53

³² Panwar et al. 2006

Ett sätt att minska riskerna och öka trovärdigheten för företagets CSR- arbete är att certifiera sina projekt. En tredje oberoende part kan säkra kvaliteten på projektet och på så sätt visa omvärlden att en viss standard upprätthålls. Genom att ha transparenta ”hållbarhetsredovisningar” visar företaget även sina ärliga avsikter. Det är också ett sätt att erkänna både styrkor och svagheter inom företaget och ett viktigt steg i en lärandeprocess. Allmänhetens krav på information blir allt större och med dagens teknik har företagen stora möjligheter att tillgodose dessa. Genom relevant, regelbunden och pålitlig information beträffande verksamhet, finanser, struktur och resultat kan företaget öka sin trovärdighet och stärka sina omvärldsrelationer.³³

2.3 Passform

Precis som teoretikern Michael Porter menar att det bör finnas en passform (fit) mellan företagets mål, vision, image och positionering bör även dess ansvarsfulla företagande stämma överens med övriga aktiviteter. De olika aktiviteterna bör vara konsekventa, verka ömsesidigt förstärkande och genomsyras av en röd tråd. Initiativ som har en god passform med tidigare agerande, förväntningar och kunskap kan lättare integreras i kundens kognitiva struktur. På så vis kan detta stärka länken mellan företaget och dess sociala eller miljöfrämjande agerande och stärka marknadspositionen och konkurrenskraften.³⁴ Denna teori stöds även av Reynold Levy som menar att CSR-arbetet bör stämma överens med företagets hjärta vilket han jämför med företagets mål. Arbetet med CSR måste också vara ett uttryck av dess själ vilket Levy menar vara företagets värderingar.³⁵

En tydligt kommunicerad och positiv positionering är även viktigt då det hjälper konsumenterna att förstå hur företaget förhåller sig till omvärlden samtidigt som det är ett sätt att differentiera sig från konkurrenterna. Risken är annars att företaget underminerar relationen till olika intressegrupper och företagets position på marknaden. Avsaknaden av kongruens mellan företagets olika agerande och uttalanden riskerar att resultera i en minskad trovärdighet och kan leda till ett ifrågasättande av företagets existens och motiv. Det är av största vikt att de som arbetar med marknadsföring har kunskap om detta för att

³³ Löhman & Steinholtz 2003

³⁴ Porter, Michael. (1996). *What is strategy?* Harvard Business Review. November-December. Sid. 61-77

³⁵ Levy, Reynold. (1999). Se Becker -Olsen et al. 2006

inte riskera att en positiv åtgärd i stället försämrar företagens rykte, position och ekonomiska vinning.³⁶

2.4 Nätverk och samarbete

Genom globaliseringsprocessen har gränser mellan ekonomiska system brutits ner och utvecklingen uppmuntrar till en ökad integration av systemen. Olika krafter såsom teknologiska framsteg, tredje världens fortsatta tillväxt, ökad kommunikation och distribution har gemensamt bidragit till en global ekonomi. Genom avregleringar och politiska förändringar har transnationella företag utvecklats. Resultatet blir en gränslös värld som ökar beroendeförhållandet mellan olika instanser. För företagen innebär detta att det krävs ökat fokus på både samarbete och konkurrens för att kunna överleva på en mer osäker och dynamisk marknad.³⁷ En viktig faktor bakom ett ökat samarbete är arbetet för en hållbar utveckling. Då globaliseringen inneburit en ökad förståelse och kunskap om hur vi förvaltar jordens resurser ökar även fokus på företagens hantering av miljöfrågorna. Företagen måste ta hänsyn till allt fler intressegrupper och beakta hur man arbetar för att bidra till en hållbar utveckling.

”En intressent är en individ, grupp eller annan företeelse som kan påverka eller påverkas av företagets verksamhet”³⁸

Samarbete mellan olika företag, sektorer och gränser är då ett effektivt sätt att gemensamt kunna bidra till en bättre förvaltning av resurser samtidigt som olika intressegruppers behov lättare kan tillgodoses.³⁹ Enligt Porter är ett företags värdekedja det centrala och viktigaste begreppet för företag i en globaliserad värld. Värdekedjan representerar den länk som binder olika företag samman. Genom detta samarbete och nätverk kan företagen skapa ett gemensamt värde av tjänster och produkter som är högre än vad de enskilt skulle kunna erbjuda. Porter menar även att hela nätverkskonceptet handlar om att genom sina samarbetspartners kunna öka värdet hos det egna företaget och

³⁶ Becker -Olsen et al. 2005

³⁷ Fyall, Alan & Garrod, Brian. (2005). *Tourism Marketing, A Collaborative Approach*. Channel View Publications: Clevedon

³⁸ Löhman & Steinholtz 2003, s 129

³⁹ Löhman & Steinholtz 2003

att detta är det enda sättet att vara hållbart konkurrenskraftiga. Genom att välja samarbetspartner som motverkar de egna svagheter och ökar eller bidrar med nya styrkor kan samarbete vara ett sätt att differentiera sig från konkurrenterna.⁴⁰ Samarbeten mellan företag kan variera i tid och integreras i olika grader och anta olika former. Även om det finns mycket att vinna på att skapa relationer med andra företag är det viktigt att beakta vissa faktorer innan ett samarbete inleds. Enligt teoretikern Garrod Fyall bör det finnas en viss passform mellan det egna och samarbetspartners företag. Mål och värderingar bör stämma överens och omvärldens reaktioner på samarbetet bör analyseras i förväg. Övriga intressegrupper bör ha en positiv inställning till samarbetet. Projekten bör vara välplanerade, partners välvalda och avkastningen bör vara hög i förhållande till insatsen.⁴¹

De nya relationsfokuserade teorierna om marknadsföring och samarbete betonar även vikten av ett långsiktigt perspektiv för att minska transaktionskostnaderna.⁴² Genom att utveckla ett samarbete och nätverk av partners som baseras på ett ömsesidigt förtroende och en förståelse kan den ekonomiska vinningen för samtliga maximeras. Förtroendekapitalet i ett partnerskap uppnås genom öppenhet och ärlighet, både företagen emellan och ut till övriga intressenter. Detta kräver att information om de olika företagens beslut och ställningstaganden finns tillgängliga och är både korrekta och relevanta.⁴³

2.5 Metoder för kompensation av utsläpp

I detta avsnitt kommer vi att presentera tre olika metoder för att kompensera för koldioxidutsläpp. Metoderna används av de företag vi senare i uppsatsen kommer att analysera.

2.5.1 Trädplantering

Skogen är en del av den globala kolcykeln där koldioxid tas upp och släpps ut i atmosfären via fotosyntesen, respiration, förruttelse och förbränning. Jordens skogsområden påverkas både av klimatförändringar såsom temperaturhöjningar, ökad nederbörd, väderfenomen samt avverkning. Detta inverkar negativt på möjligheten att lagra kol i skogsplanteringar. Dynamiken inom skogens ekosystem beror till stor del på interaktionen mellan olika biologiska cykler såsom kolcykeln, näringscykeln och vattencykeln. Samtliga av dessa

⁴⁰ Porter (1995). Se Fyall & Garrod 2005

⁴¹ Fyall (2003). Se Fyall & Garrod 2005

⁴² Fyall & Garrod 2005

⁴³ Löhman & Steinholtz 2003, s 129

system är känsliga och påverkbara av människan.⁴⁴ Det har därför länge diskuterats huruvida skogen kan inräknas i olika projekt som syftar att minska koldioxiden i atmosfären. Kontroverserna har resulterat i att andelen skogsprojekt inom CDM-marknaden har sjunkit dramatiskt. Det kan dock konstateras att världens skogar idag binder över 1 200 billioner ton kol vilket motsvarar ungefär det dubbla av den totala mängden koldioxid i vår atmosfär. Skogens insatser hotas dock av jordbruk, bränsle- och timmerbehov där framförallt de tropiska skogarna är i fara. Skogen absorberar mellan 20 och 25 procent av de utsläpp som orsakas av förbränning av fossila bränslen och är därför en viktig del av kolcykeln. Samtidigt medför skogsskövlingen ett ökat utsläpp av koldioxid i atmosfären och står idag för ungefär 20 procent av de totala koldioxidutsläppen som orsakas av människan.⁴⁵

Enligt IPCC kommer skogsområden att kunna öka sin halt av kollagring under första halvan av 2000-talet för att sedan plana ut och minska under andra halvan av seklet.⁴⁶ Vidare menar de därför att inga säkra beräkningar gällande skogens framtid och dess roll som kolupptagare går att genomföra för perioder längre än ett par decennium.⁴⁷ IPCC ställer höga krav på de trädplanteringsprojekt som ingår i Kyotoprotokollet och som tillåts ingå i en nations besparingar av koldioxid. Samtliga projekt ska övervakas för evigt eftersom oväntade händelser närhelst kan underminera projektets validitet. Projekten ska mätas årligen och besparingarna får registreras först i efterhand. Inga projekt vars livstid överstiger en femårsperiod anses relevanta inom Kyotoprotokollet.⁴⁸

2.3.2 Byte till lågenergilampor

Lågenergilampor verkar skonsamma mot miljön då de producerar mycket ljus men använder lite energi. Resultatet blir att behovet av elektricitet minskar.⁴⁹ Då produktionen av elektricitet ofta är den process som inverkar negativt på miljön genom kärnkraftverk, fossila bränslen och liknande, är lågenergilampor ur den synvinkeln ett bra alternativ. Lågenergilamporna är effektiva då de tar tillvara 25 procent av elen och omvandlar denna

⁴⁴ Watson, R.T. et al. (2000). *Summary for policymakers Land Use, Land-Use Change and Forestry*. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)

⁴⁵ Reid, H. et al. (2004). *Using wood Products to mitigate Climate Change: A review of Evidence and Key issues for sustainable development*. International Institute for Environment and Development: London.

⁴⁶ Kvarnäck 2002

⁴⁷ Watson 2000

⁴⁸ ibid.

⁴⁹ SOU 2005:51. Edman, Stefan. *Bilen, Biffen, Bostaden. Hållbara laster – smartare konsumtion*. Jordbruksdepartementet. Stockholm: Fritzes.

till ljus medan motsvarande siffra för en vanlig lampa är 5 procent. Värmen från lågenergilampor är dock mycket lägre än den som alstras från vanliga lampor. Skillnaden är så stor att den påverkar behovet av uppvärmningen av huset i övrigt. Under kalla perioder kommer radiatorer att ta över en del av den el som annars besparats av lågenergilampor. I dessa fall är den minskade värmen en faktor värd att beakta då den egentliga energibesparingen kanske blir mindre än beräknat.⁵⁰

Andra faktorer som kan påverka den tänkta besparingen är lampornas och övriga värmeaggregats placering. Då flera faktorer inverkar kan det därför vara svårt att förutsäga den egentliga besparingen även om ett byte till lågenergilampor alltid resulterar i ett minskat elbehov. Samtliga lågenergilampor innehåller en viss mängd kvicksilver som är skadlig både för människa och för miljö. Ny teknik har kunnat reducera mängden kvicksilver med 80 procent men ännu har den i de flesta fall inte ersatts helt. Lågenergilamporna är därför klassade som farligt avfall och ska lämnas till miljöstationerna. Trots en del tveksamheter menar Energimyndigheten att det finns starka motiv att använda lågenergilamporna. Detta då de kan leda till att totalbehovet av energi kommer att minska om än i varierad mängd.⁵¹

2.3.3 Solcellsdrivna kök

”Solenergin som varje år når jordytan [...] är cirka 10 000 gånger större än energin i världens årliga förbrukning av fossila bränslen. Möjligheten att effektivt omvandla den direkt till användbara energibärare är avgörande för att på sikt kunna bygga ett globalt hållbart energisystem fritt från utsläpp av växthusgaser”⁵²

Solceller räknas som en förnybar energikälla vilket innebär att skapandet av energin inte utnyttjar ändliga resurser. Det finns därför en enorm kapacitet att skapa energi på ett effektivt sätt. De vanligaste solcellerna fungerar genom att solstrålarna via reflektorer direkt omvandlar strålarna till energi utan att något förbrukas.⁵³ Nackdelen är dock att solenergiteknik fortfarande är relativt outvecklad och dyr att framställa. Dessutom behövs

⁵⁰ Energimyndigheten. (1994). *Fyra frågor om Lågenergilampor*. Energimyndigheten: Stockholm.

⁵¹ *ibid.*

⁵² Korsfeldt, Thomas. (2004). *El från solen – energi och industri i Sverige. Utredning av Energimyndigheten för Näringsdepartementet*. Energimyndigheten: Stockholm.

⁵³ *ibid.*

de stora mängder solenergi för att producera el då endast 15 procent av solljuset omvandlas till energi. Fördelen med solceller är att den är småskalig och går att använda i flera olika situationer och syften.⁵⁴

Det finns flera olika modeller av solcellsdrivna kök där effektiviteten varierar. Det enklaste köket kallas för solboxkök. Genom en glas- eller plastskiva reflekteras solstrålarna ner i en box som har mörka absorberingsplattor i botten. Dessa omvandlar energin från strålarna till värme.⁵⁵ En mer avancerad solcellsteknik innebär en ackumulering av energin i form av ånga. Fördelen med denna teknik är att det inte behövs direkt solljus för att producera energi.⁵⁶ Även om detta skulle kunna vara framtidens teknik finns det mycket som talar för att andra typer av elproduktion kommer att hinna före. Solceller är ett relativt dyrt sätt att producera el men framförallt saknar det intresse på marknaden.⁵⁷

⁵⁴ Korsfeldt 2004

⁵⁵ Solarcookings hemsida. www.solarcooking.org. (Information om solcellskök). (Läst 2006-05-10)

⁵⁶ Gahdia Solar Energy System Pvt Ltds hemsida. www.gahdiasolar.net. (Läst 2006-04-25)

⁵⁷ Korsfeldt 2004

3. METOD

I detta avsnitt beskrivs vårt tillvägagångssätt och de metoder vi valt att använda. Vi diskuterar och reflekterar över de valda metoderna och materialets validitet och tillförlitlighet utvärderas.

3.1 Tillvägagångssätt

Vårt arbete inleddes med att via Internet söka efter företag som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp och vi fann ett 20-tal organisationer.⁵⁸ Som Ejvegård menar måste utgångspunkten för det insamlade materialet vara relevant för syfte och frågeställning.⁵⁹ För att göra ett urval bland de organisationer vi funnit utgick vi därför från tre kriterier: att de har *etablerat* de metoder de arbetar med, att det fanns *tillgänglig information* om organisationerna samt att de arbetar på ett *varierande* sätt. Att organisationerna använde sig av etablerade metoder ansåg vi vara viktigt då vi ville kunna utvärdera hur effektiva dessa var. Tillgänglig och tillräckligt med information om organisationerna och de metoder de använder var av stor vikt då vi baserar vår uppsats på detta. Under rapportens gång upptäckte vi emellertid att en av de organisationer vi har valt att studera, Atmosfair, ännu inte överfört pengar till något av sina projekt. Vi valde ändå att fortsätta studera denna då vi ansåg att organisationens planerade metoder och verksamhet var intressant och kunde berika vår analys.

För att skapa en förståelse för hur organisationerna arbetar ville vi få en så heltäckande bild av marknaden som möjligt. Vi valde därför organisationer med olika strukturer, metoder och affärsidéer. Vi har också valt både vinstdrivande och icke-vinstdrivande organisationer. I vissa fall var informationen på hemsidorna bristfällig och vi kontaktade då organisationerna per mail eller telefon för att få de fakta vi behövde. Vi har i första hand försökt att kontakta chefer inom företaget men i de fall vi inte lyckats har vi utgått från den kontakt vi kunnat etablera. Vi har dock inte lagt någon vikt vid kontaktpersonens position då vårt syfte enbart var insamling av fakta. I samtalen och e-

⁵⁸ Se bilaga 1

⁵⁹ Ejvegård, Rolf. (2003). *Vetenskaplig metod*. Studentlitteratur:Lund.

postmeddelandena har vi informerat om vilka vi är samt syftet med kontakten för att de tillfrågade ska få en korrekt uppfattning om vår avsikt med frågorna.⁶⁰ För att nyansera informationen från organisationerna har vi även valt att samla in uppgifter från exempelvis World Forest Movement och Sink Watch som kritiserar organisationernas verksamhet. För att få en mer objektiv bild har vi även samlat in fakta från olika myndigheter såsom Energimyndigheten och Naturvårdsverket samt från icke-statliga organisationer såsom UNFCCC och IPCC.⁶¹ Även här har den huvudsakliga insamlingen bestått av textanalyser på organisationernas hemsidor där telefonsamtal och e-postmeddelanden har varit ett komplement.

I undersökningen av serviceorganisationernas metoder för kompensation av koldioxidutsläpp har vi inriktat oss på trädplantering, utbyte till lågenergilampor samt solcellsdrivna kök. Dessa metoder upplevde vi vara de tre vanligaste och det fanns tillgänglig information för en analys. Vi analyserar fyra olika organisationer; Atmosfair (solcellsdrivna kök), CarbonNeutral (trädplantering), Climate Care (utbyte till lågenergilampor) samt Face Foundation (trädplantering).

3.2 Val av metod

För att på ett så effektivt sätt som möjligt få en täckande bild av serviceorganisationerna valde vi att samla in information via skriftliga dokument.⁶² Rapporten bygger på en kvantitativ metod genom analyser av texter på organisationernas hemsidor och med kompletteringar i form av samtal och e-postmeddelanden.⁶³ Utifrån befintliga teorier har vi dragit slutsatser ur vårt insamlade material och har använt en deduktiv metod för att sammanlänka teori och empiri. Patel och Davidson menar att objektiviteten i en uppsats stärks genom ett deduktivt arbetssätt då uppsatsen blir mindre påverkad av författarens subjektiva åsikter.⁶⁴

⁶⁰ Patel, Runa & Davidson, Bo. (2003). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur:Lund.

⁶¹ Patel & Davidson 2003, s 64

⁶² Andersen, Heine (red.). (2004). *Vetenskapsteori och metodlära. En introduktion*. Studentlitteratur:Lund. s 74

⁶³ Johannessen, Asbjörn & Tufte, Per-Arne. (2004). *Introduktion till Samhällsvetenskaplig metod*. Liber AB:Malmö. s 87

⁶⁴ Patel & Davidson 2003, s 23

Vår undersökning är deskriptiv vilket innebär att vi har utgått från en aspekt av problemområdet och gjort en mer grundläggande undersökning där vi redogjort för redan befintliga fakta.⁶⁵ För att på ett trovärdigt sätt kunna analysera det insamlade materialet är det viktigt att komprimera, strukturera och sammanställa det på ett systematiskt sätt. Detta då själva tolkningen och analysen av materialet förutsätter ett välsystematiserat material.⁶⁶ Johannessen & Tufte menar att skillnaden mellan textdokument och information från samtal är obetydlig ur ett analysperspektiv. Eftersom målet med vår undersökning är att få fram meningsinnehållet i det insamlade materialet har vi därför använt samma modell genom hela analysen, *analys av meningsinnehåll*.⁶⁷ Analysen har byggts upp i fyra steg: helhetsintryck och sammanfattning av meningsinnehållet, koder, kategorier och begrepp, kondensering samt en sammanfattning.⁶⁸

För att skapa ett helhetsintryck och sammanfatta materialet har vi sammanställt informationen om varje organisation under rubriken serviceorganisationer. Informationen är indelad under rubriker där varje stycke har ett centralt tema. I kodningen och kategoriseringen av serviceorganisationerna görs en systematisk genomgång av det insamlade materialet. Centrala begrepp sammanställs i olika matriser. Utifrån dessa matriser har vi abstraherat vårt material genom kondensering vilket innebär att vi kopplar ihop vår teoretiska referensram med vårt insamlade material.. Denna del av analysen är indelad utifrån våra tre frågeställningar. I den första delen har vi analyserat serviceorganisationernas struktur utifrån ett trovärdighetsperspektiv. Vi har här ämnat besvara vår första frågeställning. I kondenseringsens andra del har vi analyserat metoderna för kompensation av utsläpp för att besvara frågan om hur metoderna fungerar samt vad de resulterar i. I den sista delen av kondenseringsen har vi undersökt fördelar och nackdelar med att använda serviceorganisationernas tjänster. Vi vill här ta reda på om en investering i en serviceorganisation är ett effektivt sätt att kompensera för koldioxidutsläpp. Analysen avslutas med en sammanfattande matris över de undersökta serviceorganisationerna styrkor och svagheter.⁶⁹

⁶⁵ ibid. s 13

⁶⁶ Johannesson & Tufte 2003, s 105-108

⁶⁷ ibid.

⁶⁸ ibid.

⁶⁹ Se bilaga 5

3.3 Källkritik

Genom källkritiken värderas materialet i en textanalys och trovärdigheten bedöms. Vi bedömer fyra olika kriterier: *Äkthet*, vilket kräver att källan ska vara det den uppger sig vara. *Tidssamband* visar på tidsförskjutningen mellan källans berättelse och den verkliga händelsen. Ju kortare tid, desto trovärdigare är berättelsen. *Oberoende* innebär att en primär källa är mer trovärdig än en sekundär. *Tendensfrihet* ska visa av att det inte finns några tvivel om att källan vinklar fakta.⁷⁰ Genom att använda officiella kontaktuppgifter, publicerat material och hemsidor har vi försökt garantera källans äkthet. Eftersom huvuddelen av materialet kommer från primära källor har vi sökt tillgodose kravet på källans oberoende. Genom att använda respektive företags hemsidor säkrar vi även ett kort tidssamband och uppdaterade uppgifter. För att beakta tendensfriheten har vi sökt källor från flera håll och med olika intressen i frågan. Med detta uppnår vi en så korrekt bild som möjligt av problemområdet.

Vi som författare till uppsatsen har själva styrt vårt val av källor.⁷¹ Det innebär naturligtvis att en undersökning med utgångspunkt i andra serviceorganisationer kunde ha fått ett annat resultat. Vi anser dock att de källor vi använt till vår uppsats har en bredd som styrker resultatets relevans. Vi är även medvetna om att vår tidigare kunskap och erfarenhet inom det undersökta området har betydelse för resultatet. Vi lyfter därför inte enbart fram fakta som stödjer våra argument utan även motsägande fakta har lyfts fram.⁷² Vår rapport baseras på både information från organisationerna, kritiker till dessa samt information från oberoende källor. För att försäkra oss om rapportens validitet har vi samlat in information från en mängd olika källor med olika tankar kring problemställningen och även använt oss av en analys av meningsinnehållet i empirin.⁷³

⁷⁰ Thurén, Thorsten. (2005). *Källkritik*. Liber AB:Stockholm. s 9

⁷¹ Johannesen & Tufte 2003, s 27

⁷² Patel & Davidson 2003, s 64-65

⁷³ Patel & Davidson 2003, s 102-103

4. SERVICEORGANISATIONER

I detta stycke presenterar vi en sammanställning av vårt insamlade material om serviceorganisationerna. Informationen är indelad under rubrikerna organisation, ekonomiska fakta, projekt samt en projektbeskrivning. Vi sammanfattar även de olika serviceorganisationerna i organisationsscheman.⁷⁴

4.1 Atmosfair

Organisation

Den tyska rese- och arrangörsorganisationen Anders Reisen skapade tillsammans med miljöorganisationen Germanwatch företaget Atmosfair i maj 2005. Atmosfair är en icke-vinstdrivande organisation som arbetar med att kompensera för de utsläpp som orsakas av flyget. De totala utsläppen från flygresan, vilket är det kunden erbjuds att kompensera för, beräknas genom koldioxidutsläppet multiplicerat med indexsiffran 2.7. Atmosfair skriver att kompensation av koldioxidutsläpp endast är den näst bästa lösningen för att förbättra miljön. De donerar därför fem procent av sina inkomster till FN:s fond som arbetar för att hjälpa människor att anpassa sig till de klimatförändringar som sker. De har även information på hemsidan om alternativ till flyget såsom videokonferenser och nattåg.⁷⁵

Ekonomiska fakta

Då organisationen har funnits i ett knappt år finns ingen tillgänglig årsredovisning. Vi har dock fått uppgifter om att organisationen under 2005 hade 160 000 euro i intäkter.⁷⁶ Då inget av de projekt Atmosfair presenterar på sin hemsida ännu har blivit godkänt som ett CDM-projekt har de inte heller investerat pengar i projekten.⁷⁷ Informationen om detta presenteras dock inte tydligt på hemsidan och kunderna kan redan nu betala för att kompensera för sina utsläpp. Priset för ett ton koldioxid är enligt organisationens hemsida 15 euro (exklusive moms). De kompensationer som besparas genom projekten registrerar Atmosfair hos tyska myndigheter (DEHST) för att säkra att kompensationen inte säljs fler gånger. Enligt Atmosfair måste de inte investera pengarna direkt utan kan investera i projekt inom två år från kundens inbetalning. Organisationen uppger att de varje år måste

⁷⁴ Se bilaga 3

⁷⁵ Atmosfairs hemsida. www.atmosfair.de. (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

⁷⁶ Müller, Robert. Informatör om CDM-projekt på Atmosfair. Mailkorrespondens, 2006-05-08

⁷⁷ ibid.

uppvisa dokument där de förpliktigar sig att minst 80 procent av de inkomna pengarna kommer att investeras i projekt.⁷⁸

Projekt

De projekt som Atmosfair kommer att köpa CER från är:

- Förnybar energi
- Andra energibesparande åtgärder

Atmosfair initierar inte några egna projekt utan planerar enbart att köpa CER (Certified emission reduction) från redan befintliga projekt som arbetar med förnybar energi eller andra energibesparande åtgärder. De betonar på sin hemsida att valet av projekt grundar sig på strikta kriterier i linje med Kyotoprotokollet och att de enbart investerar i godkända CDM-projekt. Atmosfair uppger vidare att de projekt de köper CER ifrån ska certifieras av oberoende och av FN godkända organisationer som övervakar och gör beräkningar på projekten. Efter att betalningen har registrerats får kunden ett personligt certifikat som garanterar att de utsläpp som hon/han har betalt för verkligen kommer att kompenseras. Även om de vid beräkningarna använder sig av en mängd olika rapporter påpekar Atmosfair själva att det är en omöjlighet att få helt säkra siffror på hur mycket utsläpp en flygning orsakar.⁷⁹

Atmosfair presenterar tre projekt på sin hemsida. I Brasilien ämnar de återvinna sopor från ett universitet för att skapa energi att driva byggnaden med. Projektet har utformats men utvärderas för att godkännas som ett CDM-projekt. I Sydafrika är målet att använda solceller för att generera energi och el. Projektet har ännu inte påbörjats utan är i en utvärderingsfas. Det tredje projektet, solcellsdrivna kök i Indien, startade 2005 och innefattar nu solcellsdrivna kök på 16 olika platser i Indien.⁸⁰ Atmosfair har ännu inte investerat i projektet då de inväntar CDM-certifikat.

⁷⁸ ibid.

⁷⁹ Atmosfairs hemsida

⁸⁰ ibid.

Solcellsdrivna kök i Indien

Projektet använder sig av en ny sorts teknik som har utvecklats i samarbete med tyska och indiska institutioner där solstrålarna omvandlas till ånga som ackumuleras för användning vid ett senare tillfälle. Projektet drivs av det privatägda aktiebolaget Gahdia Solar Energy Systems Pvt Ltd. Gahdia är experter på denna solcellsteknik och installerar och övervakar även projektet.⁸¹ Projektets mål är att använda solceller för att generera energi till att driva spisarna med i stället för ved eller olja. Detta menar Atmosfair leder till både en minskning av koldioxidutsläpp och en renare luft inne i köken. Ytterligare en fördel som tas upp i projektbeskrivningen är att projektet genererar arbetstillfällen. Dels behövs det personal som installerar köken och dels behövs det personal som sköter dem. Den indiska regeringen ställer sig positiv till projektet och målet är att utrusta kök på skolor, sjukhus och kloster runt om i Indien. Projektet beräknas spara totalt cirka 294 000 liter diesel per år på de 16 olika platserna som köken hittills har installerats på.⁸² Vad varje installation av ett kök kostar har vi inte fått uppgifter om då Gahdia inte delger allmänheten sin årsredovisning.⁸³ Enligt Atmosfairs hemsida beräknas projektet fortgå till och med 2012 och de förväntar sig under denna period att bidra till ett minskat koldioxidutsläpp med totalt 4000 ton.⁸⁴

4.2 The CarbonNeutral Company - Future Forest

Organisation

Företaget registrerades 1997 och är Englands äldsta företag inom branschen. Företaget är vinstdrivande och har cirka 20 personer som arbetar på huvudkontoret i London. CarbonNeutral är ett registrerat varumärke för Future Forest. Affärsidén grundar sig i övertygelsen om att utsläpp av växthusgaser kan mätas och därför även kompenseras för genom ett antal olika projekt. Företaget erbjuder kompensationer för alla typer av transporter och andra verksamheter som verkar negativt på miljön.⁸⁵ Gällande flygets utsläpp erbjuds företagets kunder enbart att kompensera för koldioxidutsläppet och inte för samtliga växthusgaser. De använder sig inte av något RFI-index i sina beräkningar.⁸⁶

⁸¹ Atmosfairs hemsida

⁸² ibid.

⁸³ Gahdia, Deepak. Vd på Gahdia Solar Energy Systems Pvt Ltd. Mailkorrespondens, 2006-04-28

⁸⁴ Atmosfairs hemsida

⁸⁵ CarbonNeutrals hemsida. www.carbonneutral.com. (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

⁸⁶ CarbonNeutral, telefonsamtal, 2006-05-08

Ekonomiska fakta

CarbonNeutral har inte någon tillgänglig årsredovisning på sin hemsida och har heller inte besvarat förfrågningar angående detta via mail eller telefon. De siffror som finns tillgängliga beskriver projekt inom trädplantering och presenteras i dokumentet "The Science & Policy Background to Sequestration by Forestry".⁸⁷ Enligt tidigare undersökningar av företagets intäkter 2004 fördelades dessa med: direkta projektkostnader 25 procent, marknadsföring 25 procent, certifiering och verifikation 25 procent och övriga 25 procent spenderades på löner och administrativa kostnader. Företaget menar att efterhand som skalekonomiska fördelar byggs upp kan en högre procentandel användas direkt till projektkostnader.⁸⁸ Kunderna kan välja att investera sina pengar i en portfölj av projekt som arbetar med trädplantering, energieffektivisering eller förnybar energi. Kostnaden för ett ton koldioxid varierar beroende på vilken projektportfölj som kunden väljer att investera i. Den som företaget för tillfället erbjuder kunden har ett tonpris på 7.4 engelska pund (inklusive moms).⁸⁹

Projekt

De projekt CarbonNeutral arbetar med inkluderar:

- Trädplantering
- Utbyte av koldioxidgenererande energi mot förnyelsebar energi
- Investeringar i energieffektivisering

CarbonNeutral verkar på den volontära marknaden utanför Kyotoprotokollet. För närvarande presenterar företaget 15 projekt på olika platser i världen, både i industriländer och utvecklingsländer. I sju av länderna satsar de på trädplantering, i fyra på förnybar energi såsom solenergi och biobränsle. I övriga fyra projekt satsas pengar på att byta ut gamla glödlampor mot mer energisnåla samt mer energieffektiva och miljövänliga ugnar. Inget av projekten utförs, ägs eller styrs av CarbonNeutral utan kundernas pengar investeras i projektpartners företag.⁹⁰ För samtliga skogsprojekt görs framtida beräkningar

⁸⁷ CarbonNeutrals hemsida (a). Rapport: The Science & Policy Background to Sequestration by Forestry. Tillgänglig på: <http://www.carbonneutral.com/uploadedfiles/Sequestration%20by%20forestry-TCNC.PDF> (Läst 2006-04-26)

⁸⁸ Taiyab 2005

⁸⁹ CarbonNeutral, telefonsamtal

⁹⁰ CarbonNeutrals hemsida

av koldioxidbesparingar under en 100-års period från den dagen projektet påbörjas. För andra projekt görs beräkningarna utifrån den använda utrustningens uppskattade livslängd, upp till max 25 år.⁹¹ Företaget anger att samtliga projekt ska granskas och mätningar av resultat ska upprepas minst en gång vartannat år eller oftare om eventuella förändringar uppstår. Genom sin portfolio av blandade projekt menar CarbonNeutral att eventuella risker sprids. De garanterar dock inte att ett projekt tillåts bestå orört under den planerade livstiden.⁹² Samtliga av företagets projektbeskrivningar avslutas med:

*"/---/The projects, however, are neither owned nor operated by the CarbonNeutral company and we do not take responsibility for the operation, maintenance or condition of the projects./---/"*⁹³

För 2004 certifierade konsultbyrån KPMG verksamheten som helhet. CarbonNeutral uppger att varje år kommer en extern tredje part att verifiera dess verksamhet.⁹⁴ Hur mycket koldioxidbesparingar som projekten resulterat i totalt anges inte på företagets hemsida. Under varje projekt presenteras däremot hur många ton koldioxid som kompenseras för i det enskilda projektet eller beräknas kompensera.⁹⁵ Enligt uppgifter från tidigare undersökningar var företagets besparingar av koldioxid under 2004 120 000 ton och totalt 750 000 ton sedan starten.⁹⁶

Trädplantering

CarbonNeutral mäter trädplanteringar utifrån tillgänglig information om platsens klimat, trädart och skötsel av projektet. De beräknade besparingarna av koldioxid görs i förhållande till ett *baseline scenario*. Detta innebär att mängden kompenserad koldioxid styrs av beräknat upptag av koldioxid under de närmsta 100 åren, minus beräknat upptag om projektet inte genomförts samt eventuellt läckage. Beräkningarna ska även inkludera kalkylerad risk såsom koldioxidläckage och teknisk underprestation. CarbonNeutral uppger att deras valda beräkningsmetod är vanligast inom volontärsektorn då framtida samt långsiktiga beräkningar är mer praktiska och användbara för att kunna matcha utsläpp med ett särskilt projekt. Då skog ofta tar upp lite koldioxid i början och i slutet av sin livstid

⁹¹ CarbonNeutrals hemsida (a)

⁹² *ibid.*

⁹³ Carbon Neutrals hemsida

⁹⁴ *ibid.*

⁹⁵ *ibid.*

⁹⁶ Taiyab 2005

menar CarbonNeutral att en beräkning utifrån ett genomsnittligt upptag ökar validiteten. Dessutom menar företaget att den metod som används inom Kyotoprotokollet skulle kräva regelbundna kontroller för att säkerställa att köparen får sin kompensation tillgodosedd på annat vis om skogen exempelvis skulle skövlas. För beräkningar av hur många träd som krävs för att neutralisera 1 ton CO₂ menar företaget att det inte finns någon exakt formel. Inom en plantage kan det finnas träd som fälls och andra som får växa och en blandning av arter inom olika åldrar. Upptaget av koldioxid kommer därför att variera. CarbonNeutral använder sig därför av en förenklad form i sina kunderbjudanden med ett beräknat medelvärde på 5 träd per ton koldioxid.⁹⁷

4.3 Climate Care

Organisation

Climate Care startade 1998 i syfte att motverka den globala växthuseffekten. Det är en vinstdrivande organisation och är ett varumärke för Climate Care Trust Limited som är ett aktiebolag. Climate Cares styrelse "Environmental Steering Committee" har en rådgivande roll och här sitter sex personer med bakgrund från olika miljöorganisationer såsom WWF, Forum for the Future, Third Generation Environmentalism samt från Climate Care Trust Limited. Företaget erbjuder kompensation för alla typer av utsläpp.⁹⁸ Då kunden betalar för att neutralisera sina utsläpp satsar Climate Care pengarna på samtliga projekt via en portfölj. På så vis kommer riskerna att spridas och då ökar möjligheterna att målen uppnås. Detta då Climate Care menar att några projekt kommer att gå sämre än förväntat och några bättre.⁹⁹ Gällande flygets utsläpp erbjuder Climate Care enbart kompensation för samtliga växthusgaser och beräkningarna är då baserade på ett RFI-index på 2.0.¹⁰⁰ En femtedel av intäkterna investeras i trädplantering då Climate Care menar att 20 procent av världens koldioxidutsläpp orsakas av skogsbränder och skogsskövling.¹⁰¹

⁹⁷ CarbonNeutrals hemsida (a)

⁹⁸ Climate Cares hemsida. www.climate.org (2006-04-04 till 2006-05-20)

⁹⁹ ibid.

¹⁰⁰ Telefonsamtal Climate Care, 2006-05-08. Climate Cares hemsida (a). Finns tillgänglig på: http://www.climatecare.org/media/documents/pdf/Aviation_Emissions_&_Offsets.pdf (Läst 2006-04-17)

¹⁰¹ Scholfield, Nicola. Ansvarig på kundrelationer på Climate Care. Telefonsamtal 2006-04-20

Ekonomiska fakta

Företaget presenterar årsredovisning från 2004 på sin hemsida. Här redovisas en sammanfattning av företagets balans- och resultaträkning.¹⁰² Inga detaljerade uppgifter om specifika projektkostnader anges dock. Enligt företagets hemsida kostar det 7.50 engelska pund (inklusive moms) att kompensera för ett ton koldioxid. Enligt Nicola Scholfield på Climate Care avsätts cirka 60 procent av intäkterna till projekten.¹⁰³

Projekt

Climate Care fokuserar på tre typer av projekt:

- Förnyelsebar energi
- Energieffektivisering
- Trädplantering

Climate Care utför inte själva projekten utan samarbetar med olika projektpartners. Dessa projektpartners är både ideella organisationer och mindre vinstdrivande företag.¹⁰⁴ Climate Care arbetar med projekt i tredje världen då företaget menar att de koldioxidbesparingar som görs där inte inräknas i Kyotoprotokollets mål om reducerad koldioxid. Skulle projekten göras inom Europa menar de att risken finns att dessa då skulle ingå i en nations totala reduktion av koldioxid. I stället menar Climate Care att de fungerar som ett komplement till Kyotoprotokollet då de åtgärdar problem som inte inkluderats i protokollet såsom flygtrafikens utsläpp. Dessutom anser Climate Care sig vara ett billigare alternativ till protokollets CDM-projekt. Detta då Climate Care menar att de arbetar hårt för att minimera transaktionskostnader och kunna satsa till fullo på sina projekt.¹⁰⁵

För närvarande arbetar företaget med elva projekt där två, ett i Sydafrika och ett i St. Lucia, fokuserar på att byta gamla glödlampor mot nya mer energisnåla. I Honduras, Indien, Madagaskar och Bangladesh är fyra projekt placerade där Climate Care sponsrar inköp av ugnar som producerar mindre skadlig rök och kräver mindre bränsle. I Rajahstan arbetar företaget för att minska behovet av ved för uppvärmning och matlagning. I Uganda sponsras ett projekt för att plantera träd i regnskogen.¹⁰⁶ För trädplanteringsprojekt

¹⁰² Climate Cares årsredovisning 2004

¹⁰³ Scholfield 2006

¹⁰⁴ ibid.

¹⁰⁵ Climate Cares årsredovisning 2004

¹⁰⁶ Climate Cares hemsida

beräknas livslängden vara 100 år.¹⁰⁷ I Skottland har Climate Care tillfört pengar åt Monteith Nursing Home för att de ska kunna byta sina oljepannor mot vedeldning. I Indien har Climate Care sponsrat delar av uppbyggnaden av vindkraftverk.¹⁰⁸ Projekten uppges vara certifierade av olika oberoende tredje parter och kompensationen beräknar företaget genomföra under hela projektets livslängd. Climate Care kan inte ge några garantier att den exakta motsvarande besparingen från en kund utförs. Företaget menar att det finns en viss svårighet i arbetet då inga standarder finns etablerade och de enbart kan skapa sina egna riktlinjer.¹⁰⁹ I förtexterna till årsredovisningen 2004 skriver Tom Morton, företagets vd, att Climate Care åtagit sig att kompensera för 48 800 ton koldioxid under året vilket är en fördubbling sedan 2003. Hur mycket som företaget sparat genom sina åtgärder redovisas dock inte.¹¹⁰

Climate Care i Sydafrika, Lågenergilampor

Ett av Climate Cares nio projekt är lokaliserat i Sydafrika och har pågått under 2004 och 2005. Arbetet innebär att vanliga glödlampor byts ut mot lågenergilampor. Projektet sparar elektricitet som annars genereras av kol till 95 procent i Sydafrika. Climate Care uppger att de har samarbetat med olika ekologiska skolor som genomfört bytet på plats.¹¹¹ Endast en grupp är dock nämnd vid namn; The Ladysmith Enviro Club. Gruppen består av sex tonårsflickor och Avril Wilkinson, en lokal miljöaktivist i Sydafrika. Gruppen slöt avtal med Climate Care 2004 som då donerade 4000 lågenergilampor till projektet. Climate Care uppger att 2000 lampor leder till besparing av 578 ton CO₂. Under 2005 säger sig Climate Care ha medverkat till att byta 50 000 lågenergilampor vilket lett till en minskad klimatpåverkan, lägre elräkningar för befolkningen samt ett minskat energibehov. Eskom, ett lokalt energibolag, nämns som tredje oberoende part som verifierar projektet. Eskoms rapport är en uträkning som beskriver vilka besparingar som är möjliga att uppnå om projektet genomförs. En lokal konsultbyrå ska enligt Climate Care sedan ha kontrollerat projektet genom att knacka dörren hos de hushåll eller platser där lampbyten skett.¹¹² Trots

¹⁰⁷ Morton, Tom. Vd på Climate Care. Mailkorrespondens, 2006-04-20

¹⁰⁸ Climate Cares hemsida

¹⁰⁹ ibid.

¹¹⁰ Climate Cares årsredovisning 2004

¹¹¹ Climate Cares hemsida

¹¹² ibid.

direkta förfrågningar om namn på de företag som utfört kontrollerna får vi inga svar av Climate Care.

”We have contracted a local energy consultancy in Cape Town to carry out door to door monitoring to ensure that the lamps have been installed, are working properly and to get feedback from the users about how we may improve the project.”¹¹³

Philips Lighting har producerat lågenergilamporna och Climate Care säger sig stå för 100 procent av kostnaderna. Företagets insats i projektet representeras av den summa som betalats för lågenergilamporna. Enligt Morton var det ett lagerförsäljningspris vilket är en kommersiell hemlighet. Morton menar även att detta projekt var en del av en lärandeprocess för Climate Care som de kommer att dra nytta av i framtida arbete.¹¹⁴

4.4 Face Foundation

Organisationen

Face Foundation, vilken vi valt att benämna Face, bildades 1990 av den holländska elektricitetsnämnden (SEP)¹¹⁵ för att stödja en minskning av växthuseffekten genom att plantera skog. Face affärsidé är ”mer skog – mindre CO2”.¹¹⁶ Sedan år 2000 fungerar Face som ett icke-vinstdrivande företag och samma år skapades ett dotterbolag, Business for Climate. År 2002 bytte dotterbolaget namn till Climate Neutral Group (CNG). Enligt Denis Sliker, vd på Face, fanns det två anledningar till skapandet av CNG. Dels behövde Face ytterligare en finansiär sedan SEP dragit sig ur samarbetet och dels ville Face bli mer kommersiella.¹¹⁷ Organisationens vd beskriver Face som bolaget med expertisen och som i samarbete med andra organisationer genomför projekten. CNG, menar han vidare, ska marknadsföra och sälja kompensationsandelar för nästan samtliga utsläpp som kunder vill kompensera för.¹¹⁸ Förutom samarbetet med CNG arbetar Face med en mängd olika företag såsom organisationen Green Seat. Det är till Green Seat som kunden hänvisas för

¹¹³ ibid.

¹¹⁴ Morton 2006

¹¹⁵ SEP var en sammanslutning av elbolag i Holland som arbetade med gemensamma frågor

¹¹⁶ Granda, Patricia. (2005). *Carbon Sink plantation in the Ecuadorian Andes. Impact of the Dutch FACE-Proffer monocultures tree plantations' project on indigenous peasant communities*. Action Ecológica: Quito

¹¹⁷ Sliker, Denis. Vd på Face Foundation. Telefonsamtal, 2006-04-10

¹¹⁸ ibid.

att kompensera utsläpp orsakad av flyget.¹¹⁹ Strukturen innebär med andra ord att samtliga kunders inbetalning alltid görs via antingen CNG eller Green Seat. Gällande kompensation för flygets utsläpp erbjuds kunderna ett val mellan kompensation för enbart koldioxidutsläpp respektive för samtliga växthusgaser. Green Seat använder sig av RFI-index 2 för beräkning av samtliga växthusgasers inverkan.¹²⁰

Ekonomiska fakta

Årsredovisningen för 2000 och 2001 finns på organisationens hemsida men för senare redovisningar måste organisationens kontaktas. Av årsredovisningen från 2004, som vi får översänd per post och som är på holländska, kan vi utläsa att de direkta projektkostnaderna motsvarade 52 procent av intäkterna 2004 och 29 procent 2003.¹²¹ Organisationens vd menar dock att andelen av intäkterna som går direkt till projektkostnader varierar mellan 50 och 90 procent beroende på projekt. Han hävdar även att de strävar efter att denna andel ska vara så stor som möjligt. Enligt Sliker kostar det 13 euro (exklusive moms) att kompensera för ett ton koldioxid orsakad av flyget.¹²²

Projekt

Face arbetar med följande tre områden;

- Trädplantering
- Övervakning och bevaring av befintlig skog
- Konsultverksamhet

Face presenterar projekt i form av trädplantering samt övervakning och bevaring av skog i fem olika länder: Holland, Tjeckien, Ecuador, Malaysia och Uganda där de samarbetar med både privata landägare och nationalparker. Organisationen fungerar även som konsulter till andra serviceorganisationer såsom Climate Care. De säljer kunskaper om trädplantering och de hyr även ut ett ”Field-map system” vilket är ett datasystem för att göra mätningar på skogen samt för insamling av information.¹²³ Vid beräkning av hur mycket koldioxid som ett projekt kan spara använder sig Face av ett baseline scenario.

¹¹⁹ Face Foundations hemsida. www.stichtingface.nl. (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

¹²⁰ Green Seats hemsida. www.greenseat.com (Läst 2006-04-27)

¹²¹ Face årsredovisning 2004

¹²² Sliker telefonsamtal, 2006

¹²³ Face Foundations hemsida

Detta innebär att de på en 100-årsperiod beräknar skillnaden mellan hur mycket koldioxid som kan sparas om projektet genomförs jämfört med om det inte gör det. Face arbetar för att samtliga nyplanteringsprojekt ska godkännas som CDM-projekt.¹²⁴ Hittills har Face planterat och bevarat cirka 50 000 hektar skog men hur mycket detta motsvarar i koldioxidbesparingar finns det ingen information om på hemsidan.¹²⁵ Per mail fick vi dock uppgifter om att organisationen 2004 kompenserade för cirka 300 000 ton CO₂ samt för cirka 400 000 ton CO₂ 2005. Med motiveringen att rapporterna som visar detta var för tekniska har vi inte fått ta del av dem.¹²⁶ De projekt som Face arbetar med och som inte kan bli tillgodoräknade som CDM-projekt, såsom övervakning av skog, räknas i stället som volontära projekt (VER). Face menar dock att även de volontära projekten följer de krav som ställs på CDM-projekten. För att verifiera sina projekt använder sig Face sedan 1998 av det schweiziska företaget SGS. Enligt Face är det en oberoende organisation som bland annat har specialiserat sig på att certifiera miljö- och skogsprojekt. SGS godkänner Face metod för beräkning av den mängd koldioxid som kan besparas och verifierar att beräkningen stämmer genom ett "Certificate of Project Design". Detta certifikat har samtliga av Face projekt tilldelats. De kontinuerliga kontrollerna och övervakningarna utförs i samtliga projekt i samarbete med de tjeckiska företaget IFER (The Institute of Forest Ecosystem Research) samt i vissa projekt även med en lokal oberoende organisation. Även övervakningen certifieras av SGS.¹²⁷ De projekt som blir godkända får ett certifikat av SGS som är giltigt i fem år. Certifikatet överlämnas av Face till Triodos Bank där ett "Triodos Climat Clearing House" upprättats. Här registreras intyget vilket innebär att utsläppsrätterna inte kan säljas mer än en gång.¹²⁸

Trädplantering i Ecuador

Projektet i Ecuador driver Face tillsammans med Profafor vilket är ett ecuadorianskt företag som etablerades och finansierades av Face. Face är idag den enda aktieägaren i företaget.¹²⁹ Profafors uppgift är att starta upp trädplanteringar och "fixera"

¹²⁴ Face Foundations hemsida

¹²⁵ Face Foundations hemsida

¹²⁶ Sliker, Denis. Vd på Face Foundation. Mailkorrespondens, 2006-04-12

¹²⁷ ibid.

¹²⁸ Sliker telefonsamtal 2006

¹²⁹ Face Management Report 2004

koldioxidutsläpp. De marknadsför sig genom sloganen ”Let us save the climate!”.¹³⁰ Trots att Face menar att de arbetar för att alla nyplanteringsprojekt ska vara godkända som CDM-projekt har detta projekt ännu inte fått ett CDM-certifikat. Enligt projektbeskrivningen har projektet dock potential att bli godkänt. Face-Profafor har cirka 160 kontrakt med olika markägare i Anderna. Markägarna har deltagit i beslutet angående vilka trädarter som ska planteras. Markägarna sköter själva planteringen medan Face tillhandahåller material och tekniska kunskaper. Därför menar Face att de tillsammans med Profafor äger rätten till kompensationen av koldioxidutsläpp medan landägaren äger träden. Projekten anses på en 100-årsperiod i genomsnitt kunna kompensera för 100 ton CO₂ per hektar med en maximal kompensation på 180 ton efter justering för risker och avvikelser. Under de första 20 åren beräknas en genomsnittlig besparing på 3-10 ton CO₂ per hektar.¹³¹ Övervakningen av projektet sker genom ett samarbete mellan Profafor, Face, IFER samt av EcoCiencia vilket är en lokal organisation i Ecuador.¹³² Målet var ursprungligen att plantera 75 000 hektar skog i Ecuador men endast 20 000 hektar i projektet certifierades av SGS den 21 december 2001 för en femårsperiod.¹³³

¹³⁰ Granda 2005

¹³¹ Face Foundations hemsida

¹³² ibid.

¹³³ SGS hemsida. www.sgs.com. (Läst 2006-04-17)

5. ANALYS

Utifrån vår teoretiska referensram analyserar vi här serviceorganisationernas verksamhet och metoder. Analysens tre delar utgår från våra tre frågeställningar..

5.1 Organisationernas verksamhet

I analysens första del ämnar vi att besvara vår första frågeställning: *Hur drivs serviceorganisationerna och redovisar organisationerna sin verksamhet på ett trovärdigt sätt?* Vi utgår här från begrepp om trovärdighet ur teoridelen och presenterar även sammanfattande matriser över våra resultat.

5.1.1 Trovärdighet och organisationsstruktur

De organisationer vi undersökt bygger sin affärsidé på det ökade behovet av att inkorporera CSR i varje affärsplan. CSR skulle därför kunna ses som en produkt eller tjänst som säljs vidare till olika företag. Som teorin visar måste företagen, för att ge ett trovärdigt intryck, övertyga kunderna om att det sociala och miljöfrämjande arbetet inte bortprioriteras genom ett vinstintresse. I detta avsnitt analyserar hur väl organisationsstrukturen stödjer det miljöfrämjande arbetet.

Climate Care anger att de undviker att arbeta med CDM-projekt då de på så vis minskar transaktionskostnaderna och undviker byråkratiska processer. Vår undersökning visar dock att deras partners i vissa fall är vinstdrivande företag och att de även anlitar Face för att genomföra projekt. För kunden innebär detta att de investerade pengarna i sämsta fall passerar via tre organisationer eller företag som var och en tar sin del av pengarna. När dessutom 10 procent av intäkterna går till aktiebolaget Climate Care Trust Limited försvinner ytterligare en del av kundernas investering. Vi menar att organisationsstrukturen därför skapar onödiga omkostnader och därmed underminerar företagets trovärdighet. CarbonNeutral utför inte heller några projekt på egen hand utan anlitar i stället andra organisationer som driver projekten. Som vår undersökning visar avskriver sig även CarbonNeutral uttryckligen ansvaret för samtliga projekt. Denna bristande kontroll över det resultat verksamheten producerar motverkar trovärdigheten och ökar riskerna i en investering.

Face organisationsstruktur innebär att kunderna alltid gör sin inbetalning via två andra företag, Green Seat eller CNG. Därefter anlitar Face andra organisationer eller företag för att i samarbete med dessa utföra projekten. På detta sätt försvinner delar av intäkterna och avsättningen till direkta projektkostnader minskar. Även om Face är en icke-vinstdrivande organisation menar vi att de genom denna struktur inte lyckas uppvisa en effektiv verksamhet. Strukturen i organisationen Atmosfair innebär att de köper in certifierade utsläppsrätter (CER) vilka har skapats av ett aktieföretag. Även om Atmosfair inte är vinstdrivande kommer en investering i organisationen indirekt bli en vinst i aktieföretaget. Enligt vårt organisationsschema kan vi konstatera att det finns många likheter mellan de vinst- och ickevinstdrivande organisationerna.¹³⁴ Precis som i de vinstdrivande företagen menar vi att strukturen i de ickevinstdrivande organisationerna är ineffektiv ur ett kundperspektiv och att vinstintresse riskerar hamna i konflikt med miljöfrämjande åtgärder.

5.1.2 Trovärdighet och tillgång till information

Kunderna måste kunna visa upp en trovärdig redovisning för sitt CSR-arbete och därför är det viktigt att serviceorganisationerna förser dem med möjligheter att lyckas. Serviceorganisationerna måste därför genomsyras av en relevant, regelbunden och pålitlig information beträffande verksamhet, finanser, struktur och resultat. Vi ämnar därför i detta avsnitt analysera hur väl serviceorganisationerna uppfyller kravet på tillgänglig information.

Årsredovisning

Endast två av de fyra företagen vi har undersökt, Climate Care och Face Foundation, har en tillgänglig årsredovisning på sin hemsida. Även om Climate Care förser sina intressegrupper med en årsredovisning saknas relevant information. I redovisningen presenteras varken en fullständig balans- eller resultaträkning utan endast ett sammandrag av dessa. Årsredovisningen från Face är mer detaljerad och innehåller både en verksamhetsberättelse och en fullständig balans- och resultaträkning. Vi anser dock att det finns väsentliga brister eftersom den på hemsidan endast finns tillgänglig från 2000 och 2001. Årsredovisningarna för 2002-2005 fås först efter en direkt förfrågan hos

¹³⁴ Se bilaga 3

organisationen och finns då endast tillgängliga på holländska. Vi menar därför att varken Climate Care eller Face till fullo uppfyller kravet på regelbunden och relevant information då de inte förser sina kunder med en fullständig redovisning. CarbonNeutral presenterar ingen årsredovisning på hemsidan men via telefon informeras vi om att en sådan finns och är tillgänglig för allmänheten. Trots upprepade förfrågningar får vi emellertid aldrig tillgång till denna. Utifrån teorin menar vi att om nämnda organisationer har ärliga och genuina intentioner i sin verksamhet borde de lägga vikt vid att förse intressegrupper med relevant och tillräcklig information. Vi anser inte att de har lyckats utnyttja de tekniska möjligheter Internet erbjuder. Den bristande informationen leder till att serviceorganisationerna riskerar att underminera sitt eget arbete och trovärdighet. Atmosfair har inte hunnit sammanställa någon årsredovisning för 2005 då de startade i maj samma år. Vi anser det däremot vara en stor brist att det aktiebolag Atmosfair köper in sina CER från inte erbjuder en offentlig årsredovisning. Det hade varit ett effektivt sätt för Atmosfair att möjliggöra en transparent redovisning för det planerade projektet som helhet.

Kostnader och kompensation av koldioxid

I Climate Cares årsredovisning presenteras totala projektkostnader men vilken summa som investeras i varje specifikt projekt anges inte. Gällande kostnader för projektet i Sydafrika blir vi informerade att priset för de glödlampor som köpts in för energibesparingen är en kommersiell hemlighet. Vi menar att de på detta sätt undanhåller relevant information till sina intressenter. I företagets årsredovisning finns uppgifter om hur många ton koldioxid de åtagit sig att spara varje år. *Hur mycket de faktiskt har sparat* anges däremot inte i något dokument vilket är den siffra vi menar vara den mest relevanta för kunderna. CarbonNeutral presenterar varken kostnader för sina projekt eller totala intäkter. Förväntade och delvis uppnådda besparingar av koldioxid anges dock för varje projekt. Vi menar att företaget därför inte uppmärksammar vikten av att tillräcklig och relevant information och dess betydelse för företagets trovärdighet. I sina årsredovisningar presenterar Face hur stora kostnader projekten medför totalt och även per enskilt projekt per år. De detaljerade kostnadsbeskrivningarna visar på en god intention att uppnå en transparent redovisning, även om den endast finns tillgänglig på holländska. Face uppger på sin hemsida den totala arean av skog som hittills planterats och hur mycket koldioxid varje projekt förväntas bespara under en livstid på 100 år. Hur mycket koldioxid som de

har sparat redovisas dock inte. Vi menar att denna uppgift är den relevanta och borde därför redovisas tydligt på hemsidan. Atmosfair har ännu inte köpt några certifierade utsläppsrätter (CER) då de väntar på att deras projekt ska bli godkända som CDM-projekt. Projektens kostnader presenteras därför inte. Vi anser emellertid att de skulle kunna öka sin trovärdighet genom att redovisa för planerade kostnader och investeringar eftersom projektet redan är etablerat av GTZ och Gahdia Solar. Enligt vår teoretiska utgångspunkt bör redovisning av CSR-arbetet vara öppen och tydligt för att på så vis ge en ärlig och klar bild av företaget. Deras aktiviteter och påverkan bör därför tillåtas bli granskad. Vi anser det här vara särskilt anmärkningsvärt att ingen av de undersökta organisationerna presenterat totalt uppnådda koldioxidbesparingar på sina hemsidor. Utifrån nämnda teorier anser vi därför att organisationerna här har stora brister i sin redovisning och information. Vi anser inte att de lyckas visa på en genuin intention att tydligt redovisa hur de investerar i arbetet för en bättre miljö.

Tabell 5.1.2 Vilken information finns presenterad på hemsidan?

Företag	Års-redovisning	Totalt uppnådda besparingar	Totala Intäkter	Procentandel av intäkter till projekt	Uppges summa investerad i projekt; T-Totala PP-Per Projekt
Atmosfair	Nej	Nej, förväntade besparingar	Nej	Ja	Nej
Carbon Neutral	Nej	Nej, delvis uppnådda/förväntade besparingar per projekt	Nej	Nej	Nej
Climate Care	Ja	Nej, totalt sålda åtaganden	Ja	Ja	Ja (T)
Face Foundation	Ja	Nej, antal ha planterad skog samt förväntade besparingar	Ja	Ja	Ja (T och PP)

5.1.3 Trovärdighet och ekonomi

I vår teori visar vi på vikten av att företag som implementerar CSR inte får ge sken av att låta det ekonomiska intresset överskugga det miljöfrämjande. För att kunna sälja trovärdighet, moral och etik till kunderna bör även den egna affärsverksamheten uppfattas som sådan. I sina kompensationsåtgärder bör de därför kunna uppvisa att de på ett trovärdigt sätt neutraliserar utsläppen. Som säljare av CSR bör serviceorganisationerna även visa att de använder intäkterna effektivt och arbetar för att maximera den andel som går direkt till projektkostnader. Vi kommer därför i detta avsnitt att undersöka den procentuella andelen av intäkterna som går direkt till projektkostnader. Vi analyserar även hur organisationerna kompenserar för flygets utsläpp.

Direkta projektkostnader

Climate Care avsätter cirka 60 procent till direkta projektkostnader. Att de även avsätter 10 procent till sitt moderbolag Climate Care Trust Limited menar vi ger kunderna anledning att ifrågasätta hur väl de kapital som de investerar i företagen förvaltas och investeras. CarbonNeutral är det företag som investerar den lägsta andelen av intäkterna direkt till projekten då denna summa endast är 25 procent. Siffran menar vi tyder på en ineffektivitet i organisationen och ett prioriterat vinstintresse. Hur mycket Face avsätter till direkta projektkostnader skiljer sig mellan uppgifter från den årsredovisning vi tagit del av och de uppgifter vi får från företagets vd. I de båda uppgifterna varierar avsättningen med 60 procentenheter (29-90 procent) vilket skapar en betydlig osäkerhet vid en investering. Då det är viktigt som säljare av CSR att uppvisa en kontinuitet i arbetet menar vi att detta sänker trovärdigheten i företaget. Atmosfair har som intention att avsätta 80 procent av sina intäkter till direkta projektkostnader. Då de ännu inte genomfört några investeringar är detta svårt att utvärdera. Ett överliggande krav på företaget från den tyska regeringen att denna siffra uppnås menar vi dock ökar tillförlitligheten. Som vår undersökning visar är det en betydlig skillnad i direkta projektinvesteringar mellan organisationerna. Var den procentuella gränsen går för en effektiv respektive ineffektiv organisation är svårt att bedöma. Vi menar emellertid att även om Atmosfair ännu inte gjort några investeringar visar de på den mest effektiva och trovärdiga verksamheten av de undersökta organisationerna.

Beräkning av flygets utsläpp

Vår jämförelse mellan företagens beräkningar för totala ton koldioxid som orsakas av en flygresa (Köpenhamn-Singapore-Köpenhamn) visar en skillnad på 1 300 kilo (1.4 ton-2.7 ton). Dessa siffror kan sättas i relation till flygbolaget SAS beräkningar, som beräknar ett utsläpp på 2.3 ton för samma flygresa.¹³⁵ Tre av de företag vi har studerat uppnår koldioxidutsläpp i nivå med SAS medan Climate Care gör en förhållandevis låg beräkning av koldioxidutsläppet med en siffra på 1.4 ton. Serviceorganisationernas beräkningar av de totala utsläppen av växthusgaser av flygresan skiljer sig betydligt. Enligt Climate Cares hemsida multipliceras koldioxidutsläppet med RFI-index 2 för att inkludera övriga växthusgasers inverkan. CarbonNeutral multiplicerar däremot inte koldioxidutsläppet med ett RFI-Index utan kunden kan endast kompensera för koldioxiden. CarbonNeutrals erbjudande kan därför inte sägas neutralisera den flygna resan. I Face erbjudande kan kunden däremot välja att kompensera för enbart koldioxidutsläppet eller för samtliga växthusgaser där RFI-index 2 används. Atmosfairs kunder ges enbart möjlighet att kompensera för samtliga växthusgaser och de använder sig då av IPCC:s RFI på 2.7. Atmosfairs erbjudande menar vi därför vara det som bäst tyder på en god intention att uppnå en fullständig neutralisering av utsläppen. Organisationerna utgår från källor med skilda åsikter angående vilket RFI-index som bör användas. Samtliga källor är namngivna och till synes trovärdiga, något som försvårar bedömningen av beräkningarnas trovärdighet.

Som en följd av de olika uträkningarna varierar även priset per ton koldioxid stort vilket kan ses i tabell 5.1.2. För serviceorganisationernas kunder bör det vara svårt att skapa sig en uppfattning om företagets trovärdighet och pålitlighet vilket försvårar ett bra val. Risker kan här i stället bli att priset får styra eftersom samtligas organisationer hävdar att deras erbjudande neutraliserar flygresan och dess utsläpp. Både Face och Climate Care använder ett RFI-index betydligt lägre än IPCC:s rekommenderade värde (2.4-3.6). Utifrån vår teori menar vi att varken Climate Care eller CarbonNeutral visar på ärliga och genuina intentioner i sitt erbjudande att kompensera för flygresanärens utsläpp. Endast en tredjedel av den egentliga effekten kompenseras för i dessa erbjudanden vilket vi menar vara en

¹³⁵ SAS hemsida. www.sas.se. (Läst 2006-05-15)

vilseledande metod. Det stärker i stället misstankar om att det är vinstintresset i dessa organisationer som styr och att kunderna därför lockas med ett lägre pris.

Tabell 5.1.3 Ekonomiska fakta¹³⁶

Företag	Pris per tCO2 exkl. moms	CPH-SIN-CPH Pris exkl. moms Utsläpp CO2	Andel av intäkt till projekten i % resp. euro	Använt RFI-index	Vad kompensera organisationerna för?
Atmosfair	15 euro	40.1 2.7 tCO2	80 % * 32.4 euro	2.7	Flygets totala inverkan
Carbon Neutral	8.7 euro	19.1 2.2 tCO2	25 % 4.8 euro	Kombination av uppgifter från IPCC	Enbart CO2
Climate Care	7.3 euro	10.2 euro 1.4 tCO2	60 % 6.1 euro	2.0	Enbart CO2
Face Foundation**	13 euro	28.6 euro 2.2 tCO2	29-90% 8.3-25.7 euro	2.0	Kunden väljer

Samtliga beräkningar är avrundande med en decimal till närmsta tiotal.

* Andel som de enligt lag måste uppnå och redovisa till den tyska regeringen.

** Beräkning för flygresor görs på Green Seats hemsida.

5.1.4 Trovärdighet och certifiering

Att låta verksamheten bli granskad är, som vår teori visar, essentiellt för att kunna visa kunder och andra intressegrupper att man har ett attraktivt erbjudande ur ett CSR-perspektiv. Ett effektivt verktyg för att då säkerställa arbetets kvalitet och minimera riskerna för kundernas investering är certifiering. Samtliga serviceorganisationer redovisar någon typ av certifiering för att visa projektens och organisationernas trovärdighet. Vid en närmare granskning kan dock samtliga certifikat ifrågasättas mer eller mindre.

Climate Care anger att de använder sig av en tredje oberoende part för att certifiera sina projekt. Denna part varierar mellan de olika projekten och har ofta lokal anknytning. Många av dem som sägs stå för certifikaten namnges inte. En lokal konsultbyrå anges exempelvis certifiera Climate Cares undersökta projekt i Sydafrika. Denna byrå nämns inte

¹³⁶ Se bilaga 4 för exakt beräkningar

vid namn och inte heller vid direkt förfrågan får vi ett namn av Climate Care. Den rapport av energibolaget Eskom som även sägs vara del i det nämnda projektets certifiering visar sig vid närmare granskning enbart ha gjort förberedande beräkning på besparingar som *kan* uppnås om projektet genomförs. Vi anser därför inte detta vara en valid certifiering. För de 50 000 glödlampor som ska ha bytts under projektet i Sydafrika har endast en trovärdig certifiering uppvisats för 4 000 glödlampsbyten.¹³⁷ För de övriga 46 000 presenteras varken projektpartners eller namn på konsultbolaget som utfört efterkontroller. Då Climate Care inte har någon uppsatt standard att följa bör det vara oerhört viktigt att på ett trovärdigt sätt visa sitt resultat och bevisa väl genomförda projekt. CarbonNeutral använder KPMG, en extern konsultbyrå, för att certifiera verksamheten som helhet. KPMG:s rapport publiceras på CarbonNeutrals hemsida. I sin utvärdering om företaget skriver KPMG;

”There are no generally accepted standards for reporting the implementation of climate change measurement and offset protocols. Future Forests bases its reporting on its CarbonNeutral® Protocol and associated processes”¹³⁸.

Vad som kan konstateras utifrån detta uttalande är att KPMG intygar att CarbonNeutral genomför sina affärer enligt de protokoll CarbonNeutral själva skapat. De två icke-vinstdrivande organisationerna, Atmosfair och Face, uppger att de huvudsakligen arbetar med CDM-projekt vilket innebär att projekten har blivit godkända enligt uppsatta standard i det land där de utförs. Något som vi menar ökar trovärdigheten för Atmosfair och Face är att utförda kompensationer registreras i officiella dokument för att garantera att de inte säljs mer än en gång. Trots att Face menar att samtliga av deras nyplanteringar ska godkännas som CDM-projekt har vi i analysen upptäckt att så inte är fallet. Projektet vi undersökt i Ecuador har inte godkänts som ett CDM-projekt och uppnår därför inte den kvalitet organisationen påstår. Face använder sig i övrigt av en oberoende tredje part för certifiering och verifiering av sina projekt. Det schweiziska företaget SGS har gett samtliga

¹³⁷ Wilkinson, Avril. Gruppledare för The Ladysmith Environmental Group. Mailkorrespondens, 2006-04-18 och Volvo Ocean Adventures hemsida. Projektbeskrivning. Finns tillgänglig på: www.volvoceanadventure.org/site/665.asp?sec=SF&py=2004, (Läst 2006-05-09)

¹³⁸ CarbonNeutrals hemsida. (b) Independent assurance report to Future Forests Limited. Finns tillgänglig på: http://www.carbonneutral.com/uploadedFiles/kpmg%20independent%20assurance%20report%20signed_final.pdf (Läst 2006-05-02)

Face projekt ”Certificate of Project Design”. Att dessa verifikationer och certifikat står som garant för att projekten är hållbara kritiserar av Patricia Granda från World Forest Movement då Face, precis som CarbonNeutral, själva anlitar ett företag och betalar för certifikatet. Granda menar att detta kan jämföras med en lärare som betalas av eleven för att sätta ett betyg.¹³⁹ En sådan certifiering kan inte anses styrka företagets pålitlighet utan riskerar i stället att skapa en känsla av tveksamhet hos kunden. Utifrån nämnda fakta menar vi därför att både Climate Care, CarbonNeutral och Face har stora brister i arbetet med att skapa trovärdighet genom certifiering. Då de är verksamma i en bransch utan etablerad standard eller riktlinje är certifieringen ett av de viktigaste verktygen i förtroendeskapandet.

Gällande Atmosfairs certifiering anger de endast att de satsar på projekt som blir certifierade som CDM-projekt. Trovärdigheten för företaget ökar då de inte bygger denna på en inhyrd certifierare. Atmosfair specificerar däremot inte vilka organisationer som övervakar projekten utan endast att de är godkända av FN. Vi menar dock att det skapas en hög grad av tveksamhet inför deras trovärdighet genom att de accepterar inbetalningar av kunden innan deras projekt blivit godkända CDM-projekt. Detta borde tydligt framgå av informationen på hemsidan.

Tabell 5.1.4 Vilken certifiering använder serviceorganisationerna?

Företag	Typ av certifiering i studerat projekt	Namn på företaget som certifierar	Författarnas bedömning: Valid certifiering?
Atmosfair	Oberoende tredje part	Inte namngivet/CDM	Ännu ej godkänd
Carbon Neutral	Externt konsultbolag	KPMG	Nej
Climate Care	Oberoende tredje part	Namnges delvis	Nej
Face Foundation	Externt konsultbolag	SGS/ delvis CDM	Nej

¹³⁹ Granda 2005

5.2 Företagens metoder

I analysens andra del ämnar vi undersöka de tre olika metoder vi valt att fokusera på: trädplantering, byte av glödlampor samt solcellsdrivna kök. Som grund för analysen använder vi den insamlade informationen om de olika metoder som presenterats i teoridelen. Relevanta begrepp ur övrig teori kommer även att appliceras. Analysens syfte är att kunna besvara vår andra frågeställning: *Vilka metoder arbetar serviceorganisationerna med och vad resulterar de i?*

5.2.1 Trädplantering

De företag som arbetar med trädplantering som metod menar att de motverkar hotet om skogarnas skövling samtidigt som skogen har kapacitet att absorbera mellan 20 och 25 procent av de utsläpp människan orsakar. Metoderna möts dock av en hel del kritik vilket resulterat i att flera företag minskat andelen skogsprojekt i utbyte mot energieffektivisering och energibesparingar.¹⁴⁰ Av Climate Cares projekt består cirka 30 procent av trädplantering mot 75 procent år 2003.¹⁴¹ Av CarbonNeutrals 15 olika projekt består 7 av trädplantering medan Face enbart satsar på trädplantering. Atmosfair satsar inte överhuvudtaget på denna metod. De tre organisationer som arbetar med trädplantering använder sig av framtida beräkningar av skogens absorbering av koldioxid. De sålda kompenstationerna beräknas över hela projektets livstid vilket för samtliga är 100 år. IPCC menar att inga säkra beräkningar gällande skogens framtid och dess roll som ”kolsänka” går att genomföra för perioder längre än ett par decennium.¹⁴² De hävdar också att det även finns en risk för att skogen kommer övergå till att bli en källa för utsläpp av koldioxid. Dessa antaganden är då baserade på dagens förutsättningar och tar inte hänsyn till eventuella skogskövlingar eller klimatförändringar i framtiden.¹⁴³

Att uppföra skogsplantering som projekt för att neutralisera andra koldioxidutsläpp menar IPCC medför även ett antal risker. Det är dels svårt att göra exakta mätningar på kolupptag eftersom de varierar beroende på arter och klimat och dels kan man inte garantera att planteringar får stå orörda. De besparingar av koldioxidutsläpp som skogen beräknas resultera i är inte permanenta. Vid förändring av klimat, användning av marken,

¹⁴⁰ Watson 2000

¹⁴¹ Årsredovisning Climate Care 2004

¹⁴² Watson 2000

¹⁴³ Kvarnäck 2002

skogsbränder och liknande riskerar skogen att åter släppa ut samma mängd koldioxid i atmosfären. Naturfenomen som ”El Niño” kan även medföra att projekten inte får bestå under den period som beräkningarna är genomförda och grundade på. Dessutom jämförs projekten med ett så kallat baseline scenario vilket beskriver mängden koluttag i områden om skogsprojektet inte genomförts. Denna faktor är inte möjlig att säkerställa utan grundas enbart på olika antaganden vilket leder till svårigheter gällande projektets certifiering.¹⁴⁴

Det finns idag ingen utarbetad standard för mätningar av ett baseline scenario. Resultatet blir ofta att företagen bygger sina beräkningar på antaganden och faktorer som gynnar deras egna projekt eller företag och maximerar på så vis fördelarna.¹⁴⁵ De organisationer som arbetar med att kompensera utsläpp genom trädplanteringar hävdar att eventuella läckage av planerat upptag av koldioxid tas med i beräkningarna. Enligt Watsons rapport från IPCC går dessa läckage inte går att uppskatta med tillgängliga mätmetoder utan att kostnaderna för projektet skulle underminera projektets existens. Watson menar därför att de organisationer som handhar projekt med trädplantering ställs inför viktiga val gällande kostnader för att lyckas uppnå exakta mätningar och kunna visa på ett trovärdigt resultat jämfört med projektets lönsamhet.¹⁴⁶ I övrigt anses det även finnas en viss risk för att skogsplanteringsprojekt kan ha en negativ inverkan på omvärlden. Granda har skrivit en rapport om Face projekt i Ecuador. Där samarbetar de med Profafor och stark kritik har framförts. Projektet har inte blivit godkänt som ett CDM-projekt trots att Face enligt sin hemsida säger att deras mål är att samtliga nyplanteringar ska bli godkända CDM-projekt. Vidare konstateras att det finns studier som visar att planteringen av skog har lett till ett ökat utsläpp av koldioxid i atmosfären i stället för besparingar. Detta orsakas av att träden har torkat ut marken och det koldioxid som varit förvarat där har läckt ut. Vidare kritiseras Face för att hävda att lokalbefolkningen gynnas ekonomiskt. Enligt rapporten har markägarna i stället tvingas göra investeringar för att få en eventuell inkomst vid försäljning av timmer i framtiden.¹⁴⁷

Den viktigaste kritiken mot trädplanteringsmetoden byggs på det faktum att koldioxidutsläpp i atmosfären är permanenta medan trädplantering endast tillfälligt kan åtgärda problemen. Förr eller senare kommer koldioxiden i träden att genom sin naturliga

¹⁴⁴ Watson 2000

¹⁴⁵ ibid.

¹⁴⁶ Watson 2000

¹⁴⁷ Granda 2005

cykel släppas ut i naturen igen.¹⁴⁸ Skogen har potential att åtgärda en liten del av miljöproblemen men kan inte substituera en reduktion av växthusgaser med skogsplantering. 90 procent av de minskade utsläppen måste komma från renare bränsle och ökad energieffektivitet. Om 100 miljoner hektar planterades, vilket är ett troligt maximum de närmsta 50 åren, skulle den årliga kolbindningen uppnå 0.4 billioner ton. Detta motsvarar 7 procent av de årliga totala utsläppen i atmosfären, orsakade av människan.¹⁴⁹

5.2.2 Byte till lågenergilampor

Av serviceorganisationerna investerar CarbonNeutral i minst ett och Climate Care i två projekt med energieffektivisering genom byte av vanliga glödlampor till lågenergilampor. Fördelen med denna metod är att de länder där projekten utförs producerar sin energi med fossila bränslen. Genom att byta till mer energisnåla lampor med längre livslängd kommer en direkt besparing uppnås. Energibehovet kommer att minska och därmed förbränningen av fossila bränslen. Även familjerna gynnas då deras elräkningar kommer att sänkas. Det finns dock vissa risker med metoden såsom det faktum att de flesta energisnåla lampor klassas som miljöfarligt avfall och därför bör lämnas till en återvinningsstation. Huruvida denna faktor tas i beaktning framgår inte av företagens projektbeskrivningar.

Utifrån den teori vi utgår från finns det även vissa tveksamheter gällande den faktiska besparingen som kan uppnås. Metoden kan inte heller anses leda till en bestående förändring. Projekten utförs i fattiga länder hos de delar av befolkningen som inte själva har råd att köpa energisnåla lampor. Vid någon tidpunkt kommer därför de utbytta lamporna att förbrukas eller gå sönder och behöva bytas ut. En trolig följd är att hushållen återgår till vanliga glödlampor. Den positiva effekt projektet syftar i att uppnå är därför relativt kortsiktig och leder inte till några långsiktiga förbättringar. Slutsatsen här blir därför även att en kortsiktig lösning inte kan åtgärda ett bestående problem såsom den ökade koncentrationen koldioxid i vår atmosfär.

¹⁴⁸ Kill, Jutta & Pearson, Ben (2003). *Forest Fraud: say no to fake carbon credits*. FERN/SinksWatch:Gloucestershire

¹⁴⁹ Reid 2004

5.2.3 Solcellsdrivna kök

Atmosfair är det enda av de företagen vi har undersökt som presenterar solcellsdrivna kök som ett av sina kommande projekt. Den största fördelen med denna metod är att den inte använder några ändliga resurser såsom olja eller kol och den räknas även som en förnybar energikälla. Vid användandet av köken uppkommer inte heller rök eller partiklar i luften vilket är fallet med de olje- eller veddrivna köken. Nackdelarna med solceller är enligt Naturvårdsverket att det är en relativt dyr metod som inte lyfts fram i marknadsföringen och därför inte uppnått en större genomslagskraft. Solcellsköken är en långsiktig investering som leder både till en direkt och till en framtida energibesparing. Den främjar även lokalbefolkningen då ett minskat energibehov leder till lägre kostnader. Jutta Kill på miljöorganisationen Sink Watch stödjer även denna metod och anser det vara en god miljöinvestering. Dilemmat menar Kill dock vara att detta projekt liksom övriga CDM-projekt inte åtgärdar miljöproblemen i industriländerna.¹⁵⁰

Tabell 5.2 Sammanfattning av serviceorganisationernas metoder

Kännetecken Metod	Fördelar	Nackdelar	Risker	Säker metod	Direkt besparing/Tidsförsjuten besparing
Trädplantering	Absorberar 20-25 % av utsläppen idag. Motverkar negativ effekt av skogskövling	Åtgärdar inte och tar fokus ifrån de egentliga problemen.	Osäker framtid. Riskfylld.	Nej	Tidsförsjutna besparingar (100-årsperiod)
Byte till lågenergilampor	Minskar elbehovet, elräkningar, energieffektiv	Icke-permanent lösning	Tillfällig åtgärd. Går sönder/ersätts med vanliga lampor	Ja, men endast tillfälligt	Direkta besparingar
Solcellsdrivna kök	Effektivt och förnybar källa som inte använder ändliga resurser	En relativt dyr teknik som inte har så stort intresse på marknaden	Inga direkta mer än att metoden anses var dyr	Ja, solceller räknas som en förnybar energikälla.	Direkta och framtida besparingar

¹⁵⁰ Kill, Jutta. Sink Watch, telefonsamtal. 2006-04-27

5.3 Fördelar och nackdelar med serviceorganisationernas tjänster

I analysens tredje del kommer vi att utifrån relevanta begrepp i den teoretiska referensramen analysera fördelar och nackdelar med att investera i ett serviceorganisationer och använda sig av deras tjänster. Vi sammanställer serviceorganisationernas styrkor och svagheter i en matris.¹⁵¹ Vi ämnar här besvara vår tredje och sista frågeställning: *Är en investering i en serviceorganisation ett effektivt sätt att kompensera för koldioxidutsläpp?*

5.3.1 Fördelar

Ett av serviceorganisationernas viktigaste bidrag anser vi vara att de, till skillnad från Kyotoprotokollet, uppmärksammar flygets negativa inverkan på miljön. De ger därmed både flygbolag och flygresenärer en chans att åtgärda en del av de effekter deras resa medför. Den växande markanden av projekt och företag både inom och utanför Kyotoprotokollet bidrar till att ytterligare uppmärksamma klimatproblemet. Serviceorganisationernas verksamhet ger även företag en möjlighet att agera och ta sin del av ansvaret. Många projekt genomförs i utvecklingsländerna och kan i vissa fall även bidra till en positiv utveckling för lokalbefolkningen. Vidare är projekten på den volontära marknaden inte begränsade av restriktioner eller givna standarder. Byråkratiska processer och höga transaktionskostnader kan då undvikas och ge arbetet en möjlighet att bli både mer effektivt och mer ekonomiskt. Å andra sidan har CDM-projekten en fördel i att arbeta efter uppsatta regler och riktlinjer vilket vi menar öka förtroendet för de beräkningar som görs i projekten.

5.3.2 Nackdelar

Utifrån vår undersökning av faktorer inom organisationsstruktur, information, ekonomi och certifiering kan vi konstatera att det finns många brister i serviceorganisationernas verksamheter. Därutöver menar vi att även om serviceorganisationerna bidrar till att uppmärksamma problemet med flygets inverkan kvarstår dilemmat att projekten av ekonomiska skäl genomförs i utvecklingsländer. De billigaste alternativen av

¹⁵¹ Se bilaga 5

kompensationer kommer från projekt som erbjuder mycket små positiva utvecklingseffekter. Ofta erbjuds även en möjlighet att göra snabba vinster vilket riskerar att ta fokus från mer långsiktiga investeringar såsom i förnybar eller mer effektiv energi. Även u-ländernas ekonomi gynnas av att i-länderna investerar i deras projekt.¹⁵² Risken finns att åtgärder på problem i industriländerna då i stället skjuts framåt i tiden.¹⁵³

Påståendet styrks av den kritik som riktats mot Kyotoprotokollet och det politiska systemet som har byggts upp då detta inte fungerar tillräckligt effektivt. CDM-mekanismen blir ett licensierat sätt att fortsätta släppa ut växthusgaser i stället för att tvinga industriländerna att dra ner på förbrukning av kol och olja. Handeln med utsläppsrätter tillåter de industrialiserade länderna att köpa sig fria och utvecklingsländerna blir sorts ”toalett” för de utsläpp som i-länderna orsakar.¹⁵⁴ Detta styrks även av Jutta Kill på Sink Watch som menar att tilltron till Kyotoprotokollet och serviceorganisationernas projekt leder bort fokus från det verkliga problemet.¹⁵⁵ Serviceorganisationernas roll i denna utveckling riskerar därför att ytterligare minska pressen på företagen att genomföra omställningar av sina och västvärldens energisystem.

¹⁵² World Forest Movement. (2000). *Climate Change Convention. Sink that stinks*. World Forest Movement. Finns tillgänglig på: <http://www.wfm.org.uy/actors/CCC/Sinks%20that%20stink.rtf> (Läst 2006-05-04)

¹⁵³ Eklöf 2005

¹⁵⁴ World Forest Movement (2000)

¹⁵⁵ Kill 2006

6. AVSLUTNING

I vår avslutande del sammanfattas undersökningen som helhet. Vi presenterar rapportens resultat och slutsatser. Avslutningsvis reflekterar vi över vårt resultat och diskuterar rapporten i ett större perspektiv där vi även ger rekommendationer till företag som vill satsa på ett ansvarsfullt företagande.

6.1 Slutsatser

Syftet med denna uppsats har varit att analysera marknaden av fyra serviceorganisationer. Vi har utifrån teorier om begreppet corporate social responsibility, nätverk och förtroende studerat fyra organisationer som vi anser vara representativa för branschen. Vi har främst via företagens hemsidor samlat in information för att presentera serviceorganisationerna och dess metoder. Vi har utvärderat organisationerna och deras metoder för att skapa en bild om en investering i organisationerna är ett effektivt sätt att kompensera för koldioxidutsläpp. Vi presenterar här analysens slutsatser utifrån våra tre frågeställningar.

- *Hur drivs serviceorganisationerna? Redovisar organisationerna sin verksamhet på ett trovärdigt sätt?*

Ingen av de undersökta organisationerna handhar själva de projekt de investerar i. De agerar i stället mellanhand mellan investerare och projekt. Som analysen visar använder även vissa organisationer varandras tjänster inbördes vilket ytterligare förlänger ledet mellan kundens investering och utfört projekt. Flera av organisationerna och deras projektpartners är vinstdrivande företag och den procentuella andel som investeras i slutändan riskerar därför att vara betydligt mindre än den siffra organisationerna uppger. Strukturerna i samtliga organisationer har en negativ inverkan på effektiviteten i arbetet, både gällande miljö och ekonomi. Andelen intäkter som investeras direkt i projekten är mycket varierande. Endast Atmosfair visar på en att de, i teorin, förpliktigar sig att bibehålla en större andel av intäkterna till direkta projektkostnader. Vår starkaste kritik mot organisationerna är den bristande tillgången på information om verksamheten och projekten de investerar i. Ingen av organisationerna erbjuder en transparent redovisning i samtliga led, från kundens investering till projektets genomförande. Vi anser det vara

särskilt anmärkningsvärt att ingen av organisationerna skriftligen redovisar hur mycket koldioxid deras insatser besparat totalt. Gällande flygets beräkningar är det endast Atmosfair som visar på en trovärdig beräkning som kompenserar för det totala utsläppet flyget orsakar. Samtliga organisationer brister mer eller mindre i sina certifieringar vilket underminerar trovärdigheten och medför en risk för potentiella investerare.

- *Vilka metoder arbetar serviceorganisationerna med? Vad resulterar de i ?*

Utifrån vår analys drar vi slutsatsen att enbart en av de undersökta metoderna, solcellsdrivna kök, är långsiktigt hållbar. Att man inte i högre grad inriktar sig på att minska energiförbrukningen är anmärkningsvärt. Tre av organisationerna har till största delen inriktat sig på kortsiktiga metoder som inte kan bidra till en hållbar utveckling på lång sikt. Vi ifrågasätter även de långsiktiga mätmetoder på 100 år som används inom trädplantering då vår analys visar att de inte ger ett tillförlitligt resultat. Projekten med glödlamporna är i sig en kortsiktig metod och resultatet i det undersökta projektet anser vi inte vara tillförlitligt.

- *Är en investering i en serviceorganisation ett effektivt sätt att kompensera för koldioxidutsläpp?*

Ingen av organisationerna är i nivå med vad vi ur teorin menar vara en trovärdig och transparent hållbarhetsredovisning. Samtliga saknar helt eller delvis komplett och relevant information, trovärdiga certifieringar och till stor del hållbara metoder. Vidare menar vi att de vinstdrivande företagen, och även i vissa fall de icke-vinstdrivande företagen, inte kan visa på att det miljöfrämjande arbetet prioriteras framför det ekonomiska intresset. Insatsen för investerarna menar vi vara högre än avkastningen då riskerna och nämnda osäkerhetsfaktorer är allt för höga. Utifrån givna slutsatser erbjuder ingen av de organisationer vi undersökt en investering som effektivt kompenserar för koldioxidutsläpp. Vår undersökning visar emellertid att av de utvalda serviceorganisationerna erbjuder Atmosfair den bästa och mest effektiva investeringen. Detta är dock endast ur ett teoretiskt perspektiv och inget vi kunant bekräfta eftersom organisationen inte är verksam idag. Vidare drar vi slutsatsen att Kyotoprotokollet och även serviceorganisationerna bidrar till att flytta fokus från det verkliga problemet, att minska energiförbrukning i de industrialiserade länderna. En stor del av forskningen rörande klimatförändringen stödjer

påståendet att västvärlden måste förändra sin livsstil och ändra sitt konsumtionsmönster. Att enbart kompensera för sin konsumtion är inte en tillräckligt effektiv åtgärd.

6.2 Diskussion och förslag

Växthuseffekten och den pågående klimatförändringen är idag inte längre någon nyhet. Forskare, myndigheter och miljöorganisationer visar genom sitt ställningstagande hur viktigt det är att vi med gemensamma krafter förändrar våra konsumtionsmönster och tar vår del av ansvaret. Företagens roll i denna process är viktig både för företaget och för vårt klimat. Vi kan fortfarande påverka när och hur mycket klimatet kommer att förändras och det är nu vi lägger grunden för vår framtid. Vår rapport visar att det finns olika vägar att välja i ett arbete mot ett ansvarsfullt företagande. Kunskaperna och tekniken finns att kunna genomföra arbetet så att det främjar en hållbar utveckling samtidigt som även företagen gynnas genom en positiv marknadsföring och skapande av trovärdighet. Av de fyra organisationer vi analyserat har vi inte helt kunnat rekommendera någon som ett säkert och attraktivt val i ett ansvarsfullt företagande. I stället har frågan väckts om skapandet av dessa organisationer verkligen grundar sig i en vilja att förbättra miljön? Eller är det endast en ny affärsidé för att tjäna enkla och snabba pengar med en snygg täckmantel? Vi menar att det borde skapas tydligare riktlinjer och en etablerad standard för serviceorganisationerna. På så vis skulle serviceorganisationernas kunder lättare kunna bedöma de erbjudanden som finns idag. För de företag som är intresserade av att investera i ett serviceföretag rekommenderar vi att de som ett första steg undersöker följande faktorer:

- Antal led i organisationsstrukturen, från investering till projekt.
- Erbjuder organisationen transparent redovisning i alla led?
- Redovisas projektkostnader och uppnådda koldioxidbesparingar?
- Undersök hur stor procentuell andel som avsätts till projektkostnader.
- Vad/vilka utsläpp inkluderas i kompensationen och hur beräknas dessa?
- Kan en trovärdig certifiering uppvisas i alla led?
- Använder organisationen långsiktiga och hållbara metoder?

Den marknad som erbjuds idag behöver inte vara enda alternativet för investering i ansvarsfullt företagande. Företag som vill investera i ett CSR-arbete skulle i stället för att investera i serviceorganisationer kunna bidra till en infrastrukturell förändring genom att investera i direkta projekt som syftar till att minska energikonsumtionen i de industrialiserade länderna. Den engelska banken HSBC kan sägas vara en pionjär inom detta område då de på ett kreativt och nytänkande sätt visat hur CSR kan bli en viktigkonkurrensfördel och skapa positiv marknadsföring. Efter att ha undersökt den volontära marknaden av serviceorganisationer på jakt efter ett projekt att investera i konstaterade Francis Sullivan, företagets miljöansvarige, att många tveksamma faktorer medförde en allt för stor risk. I stället valde företaget att satsa på egna energieffektiviserande projekt där de själva kunde kontrollera effektiviteten och projektets kvalitet. Samtidigt bidrog arbetet till mycket positiv uppmärksamhet.¹⁵⁶ Vi menar därför att fler företag skulle kunna utveckla egna projekt i syfte att både kunna bidra till en hållbar utveckling och stärka företagets marknadsposition.

Konkreta exempel på hur andra företag skulle kunna följa HSBC:s exemplar hämtar vi ur Stefan Edmans handlingsplan för en mer hållbar konsumtion, skriven på uppdrag av regeringen. Ett av förslagen innebär en individuell mätning av varmvattenförbrukningen i flerbostadshus i Sverige. Enligt Edman skulle en investering i individuella varmvattenmätare leda till en 25-procentig minskad förbrukning av varmvatten och en ekonomisk besparing på 600 kronor per år och hushåll.¹⁵⁷ Förslagets relevans styrks även av svenska naturskyddsföreningen som menar att Tyskland i jämförelse med Sverige har 30 procent lägre varmvattenförbrukning tack vare en individuell varmvattenmätning i flerbostadshus.¹⁵⁸ Vidare har föreningen tagit fram siffror som visar att den totala energitillgången för att ordna varmvatten till bostäder i Sverige uppgår till 10-12 TWh/år, vilket motsvarar 14.6 procent av den totala producerade kärnkraften 2004.¹⁵⁹

¹⁵⁶ Sullivan, Francis. Miljörådgivare på HCBC. Mailkorrespondens, 2006-04-21

¹⁵⁷ SOU 2005:51

¹⁵⁸ Svenska naturskyddsföreningens hemsida

¹⁵⁹ Svensk energi hemsida: www.svenskenergi.se. Tillgänglig på:
<http://www.svenskenergi.se/energifakta/karnkraft.htm> (Läst 2006-05-14)

Vårt förslag till dem som vill satsa på ett ansvarsfullt företagande är att företagen skapar en fond som stödjer projekt såsom Edmans förslag, inriktade på energieffektivisering och förnybar energi. Delar av fonden skulle även kunna gå till forskning och utveckling av grön energi. Företag, privatpersoner, föreningar och liknande kan då ansöka om bidrag ur fonden för potentiella miljöprojekt. Företagen kan utan mellanhänder investera och stödja de projekt de själva bedömer trovärdiga och långsiktiga. På så vis skapas förutsättningar att åtgärda problem i industriländer och sänka västvärldens energiförbrukning. Samtidigt ges företagen en ökad möjlighet att skapa en positiv marknadsföring.

Som vi skriver inledningsvis kan ett seriöst arbete för ett ansvarsfullt företagande vara en stark konkurrensfördel och i vissa fall även ett sätt att överleva på marknaden. Därför anser vi att företagen måste inse att valet av *hur* de agerar är lika viktigt som *att* agera. Ansvarsfullt företagande handlar därför inte om att *köpa sig fri* utan att *agera sig fri*.

6.3 Reflektioner

Uppsatsen syfte var att utifrån ett trovärdighetsperspektiv undersöka organisationer som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp. Vi ville belysa vilka metoder företagen arbetar med och vad en investering i dessa resulterar i. Med hjälp av våra frågeställningar menar vi att vi lyckats bra med att uppnå målet med vår undersökning. Vi anser att de resultat vi kunnat presentera är relevanta och intressanta för företag som vill investera i ett ansvarsfullt företagande.

På vägen har vi emellertid stött på flera svårigheter och då främst gällande insamling av information. Flera viktiga uppgifter inför vår analys saknades på organisationernas hemsidor och i vissa fall har vi inte heller kunnat få svar av företagen. Vi har endast fått tag på tysktalande personal på Atmosfairs kontor och på CarbonNeutral får vi en uppfattning av att personalen inte har tillgång till säkra uppgifter. I CarbonNeutrals telefonväxeln har vi upplevt personalen som oerfaren och de saknar kunskaper om vad en årsredovisning är och även uppgifter om priser och liknande. Någon ansvarig har vi inte lyckats få svar från på vare sig telefon eller mail. Serviceorganisationernas struktur har även krävt att vi gör efterforskningar i flera led utöver enbart den specifika organisationen. Informationsinsamlingen har därför varit mer tidskrävande än förväntat och vissa uppgifter har saknats. Flera ekonomiska uppgifter och

årsredovisningar har vi inte fått tillgång till och därför inte kunnat göra exakta jämförelser eller analysera samtliga av organisationernas led. Genom att komplettera med personliga intervjuer med ansvariga inom organisationerna hade vi kunnat göra en mer fullständig analys. Vi menar emellertid att det är intressant ur ett kundperspektiv att visa vilken information organisationerna synliggör för allmänheten.

Vidare har vi i denna rapport enbart kunnat täcka upp en liten del av en stor marknad och många nya intressanta frågor har väckts på vägen. Det vore intressant att göra en både bredare och djupare studie av de befintliga serviceorganisationer och deras metoder. Slutligen skulle en studie över mer konkreta miljöfrämjande åtgärder som företagen kan investera direkt i vara ett positivt bidrag till en hållbar utveckling.

Källförteckning

Publicerade källor

Böcker

Andersen, Heine (red.). (2004). *Vetenskapsteori och metodlära. En introduktion*. Studentlitteratur:Lund.

Ejvegård, Rolf. (2003). *Vetenskaplig metod*. Studentlitteratur:Lund.

Fyall, Alan & Garrod, Brian. (2005). *Tourism Marketing, A Collaborative Approach*. Channel View Publications:Clevedon

Harris, Frances (red.). (2005). *Global Environmental Issues*. John Wiley & Sons Ltd:West Sussex.

Johannessen, Asbjörn & Tuft, Per-Arne. (2004). *Introduktion till Samhällsvetenskaplig metod*. Liber AB:Malmö.

Löhman, Ola & Steinholtz, Daniel. (2003). *Ansvarsfullt Företagande: Corporate Social Responsibility i Praktiken*. Ekerlids förlag AB:Stockholm.

Patel, Runa & Davidson, Bo. (2003). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur:Lund.

Rydebrandt, Anders & Köhler, Niklas. (1999). *Miljöcertifierade företag Sverige 1999*. Challengium Information:Motala.

Thurén, Thorsten. (2005). *Källkritik*. Liber AB:Stockholm.

Artiklar

Becker-Olsen, Karen L. et al. (2005). *The Impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour*. Journal of Business Research. Vol 59, nr 1. Sid. 46-53.

McWilliams, Adagail et al. (2006). *Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*, Journal of Management Studies. Vol 43, nr 1. Sid. 1-18.

Panwar, Rajat et al. (2006). *Corporate responsibility - Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry*. Forest Products Journal. Vol 56, nr 2. Sid. 4-12.

Porter, Michael. (1996). *What is strategy?* Harvard Business Review. November-December. Sid. 61-77.

Åkesson, Jonas & Gössling, Stefan. (2006). *Låt flyget betala för utsläpp*. Svenska Dagbladet, 2006-04-16. Sid. A5.

Rapporter

Cogan, Douglas G. (2006). *Corporate Governance and Climate Change: Making the Connection*. Ceres Inc. Boston.

Eklöf, Gunnar. (2005). *Spruckna Illusioner – CDM i praktiken*. Svenska naturskyddsföreningen:Stockholm.

Energimyndigheten. (1994). *Fyra frågor om Lågenergilampor*. Energimyndigheten:Stockholm.

Granda, Patricia. (2005). *Carbon Sink plantation in the Ecuadorian Andes. Impacts of the Dutch FACE-PROFAFOR monocultures tree plantations' project on indigenous peasant communities*. Acción Ecológica:Quito.

Kill, Jutta & Pearson, Ben. (2003). *Forest Fraud: say no to fake carbon credits*. FERN/SinksWatch:Gloucestershire.

Korsfeldt, Thomas. (2004). *El från solen – energi och industri i Sverige. Utredning av Energimyndigheten för Näringsdepartementet*. Energimyndigheten:Stockholm.

Kvarnbäck, Maria. (2002). *Klara fakta om klimatförändringen*. Naturvårdsverket. Danagårds Grafiska:Ödeshög

Taiyab, Naada. (2005). *Exploring the market for 'Development Carbon' through the voluntary and retail sectors*. International Institute for Environment and Development (IIED): London.

Reid, H. et al. (2004). *Using wood Products to mitigate Climate Change: A review of Evidence and Key issues for sustainable development*. International Institute for Environment and Development:London.

Watson, R.T et al. (2000). *Summary for policymakers Land Use, Land-Use Change and Forestry*. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

World Forest Movement. (2000). *Climate Change Convention. Sink that stinks*. World Forest Movement. Finns tillgänglig på:
<http://www.wfm.org.uy/actors/CCC/Sinks%20that%20stink.rtf> (Läst 2006-05-04)

Åkerman, Jonas. (2004). *Sustainable air transport – on track in 2050*. Centre for Environmental Strategies Reserch. KTH:Stockholm

Offentlig tryck

SOU 2005:51. Edman, Stefan. *Bilen, Biffen, Bostaden. Hållbara laster – smartare konsumtion*. Jordbruksdepartementet. Stockholm: Fritzes.

Elektroniska källor

Atmosfairs hemsida: www.atmosfair.de (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

CarbonNeutrals hemsida: www.carbonneutral.com (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

(a) Rapport: The Science & Policy Background to Sequestration by Forestry.

Tillgänglig på: <http://www.carbonneutral.com/uploadedfiles/Sequestration%20by%20forestry-TCNC.PDF> (Läst 2006-04-26)

(b) Independent assurance report to Future Forests Limited. Finns tillgänglig på: http://www.carbonneutral.com/uploadedFiles/kpmg%20independent%20assurance%20report%20signed_final.pdf (Läst 2006-05-02)

Climate Cares hemsida: www.climatecare.org (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

(a). Finns tillgänglig på:

http://www.climatecare.org/_media/documents/pdf/Aviation_Emissions_&Offsets.pdf. (Läst 2006-04-17)

Face Foundations hemsida: www.stichtingface.nl (Läst 2006-04-04 till 2006-05-20)

Gahdia Solar Energy Systems Pvt Ltds hemsida: www.gahdiasolar.net (Läst 2006-04-25)

Green Seats hemsida: www.greenseat.com (Läst 2005-04-27)

IPCC:s hemsida: www.ipcc.ch

(a) <http://www.ipcc.ch/about/faq/IPCC%20Introduction.pdf> (Läst 2006-04-25)

(b) <http://www.grida.no/climate/ipcc/aviation/064.htm> (Läst 2006-05-14)

Naturvårdsverkets hemsida: www.naturvardsverket.se (Läst 2006-04-25)

SAS hemsida: www.sas.se (Läst 2006-05-15)

SGS hemsida: www.sgs.com (Läst 2006-04-17)

Solarcookings hemsida. Information om solcellskök www.solarcooking.org. (Läst 2006-05-10)

Svensk energis hemsida: www.svenskenergi.se. Tillgänglig på:

<http://www.svenskenergi.se/energifakta/karnkraft.htm> (Läst 2006-05-14)

Svenska naturskyddsföreningens hemsida: www.snf.se (Läst 2006-05-15)

Volvo Ocean Adventures hemsida. Projektbeskrivning. Finns tillgänglig på:

www.volvoceanadventure.org/site/665.asp?sec=SF&py=2004, (Läst 2006-05-09)

UNFCCC:s hemsida: www.unfccc.int (Läst 2006-04-25)

Övrigt

Mailkorrespondens

Gahdia, Deepak. Vd på Gahdia Solar Energy Systems Ltd , 2006-04-28

Morton, Tom. Vd på Climate Care, 2006-04-20

Müller, Robert. Informatör om CDM-projekt på Atmosfair, 2006-05-08

Slieker, Denis. Vd på Face Foundation, 2006-04-12

Sullivan, Francis. Miljörådgivare, HSBC, 2006-04-21

Wilkinson, Avril. Gruppledare för The Ladysmith Enviro Club, 2006-04-18

Telefonsamtal

CarbonNeutral, 2006-05-08

Climate Care, 2006-05-08

Kill, Jutta. Sink Watch, 2006-04-27

Scholfield Nicola. Ansvarig för kundrelationer på Climate Care, 2006-04-20

Slieker, Denis. Vd på Face Foundation, 2006-04-10

Dokument

Management report 2004, Face Foundation

Årsredovisning 2004, Face Foundation

Årsredovisning 2004, Climate Care

Bilaga 1. Sammanställning av serviceorganisationer

Företag	Hemsidaadress
Face Foundation	www.stichtingface.nl
Atmosfair	www.atmosfair.de
Climate Care	www.climatecare.org
Carbon Neutral	www.carbonneutral.com
Green Seat	www.greenseat.com
Trees For Travel	www.treesfortravel.nl
Carbon Zero	www.carbon-zero.com
My Climate	www.myclimate.org
Carbon fund	www.carbonfund.org
Green Fleet	www.greenfleet.com.au
Terrapass	www.terrapass.com
Solar Electric Light Fund	www.self.org
Native Energy	www.nativeenergy.com
Climate Friendly	www.climatefriendly.com
Trees for Life	www.treesforlife.org.uk
Grow a forest	www.growaforest.com
Sustainable Travel International	www.sustainabletravelinternational.org

Bilaga 2. Begreppslista

Baseline Scenario

Begrepp som används vid trädplantering för att beräkna hur stor koldioxidbesparingen i ett projekt är. Beräkningen görs genom att ta beräknat upptag koldioxid under de närmsta 100 åren minus beräknat upptag om projektet inte genomförs. Begreppet syftar på hur mycket koldioxid som hade tagits upp i området om projektet inte genomförts.

CDM-projekt CER (Certified Emission Reduction)

Ett projekt som arbetar enligt mekanismen om ren utveckling (CDM) med att kompensera för koldioxidutsläpp och som har blivit godkänt av CDM-styrelsens inom Kyoto-protokollet. De utsläppsrättigheter som skapas genom CDM-projekt benämns CER, certifierade utsläppsrättigheter

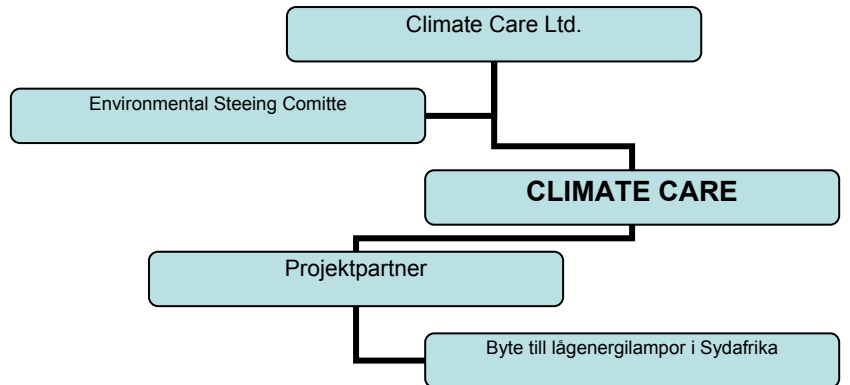
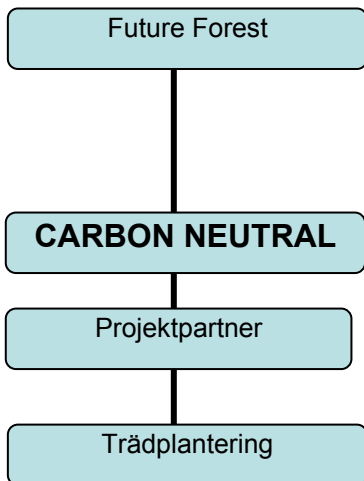
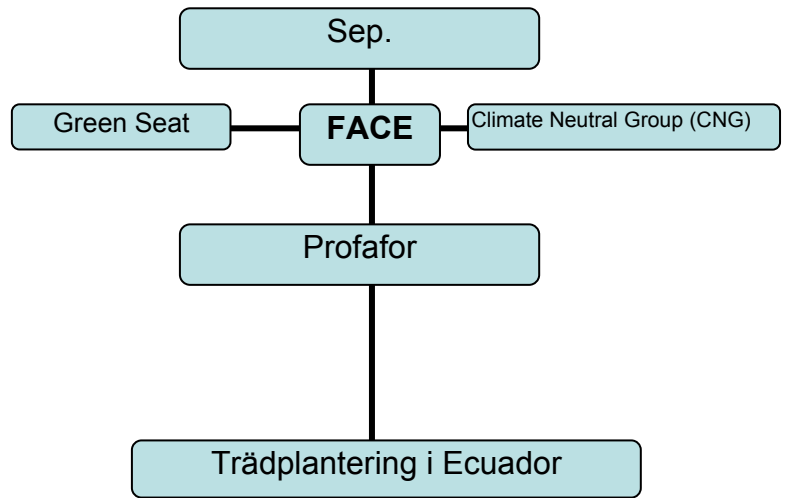
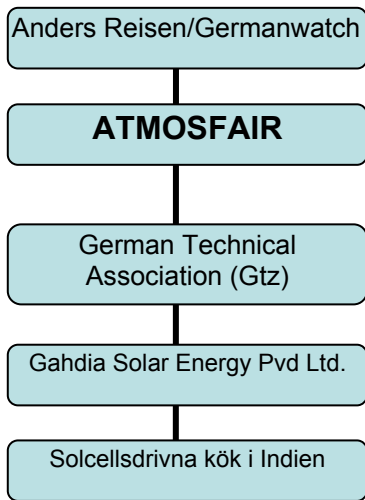
RFI-index

Då flygets inverkan på miljön är större än enbart ett koldioxidutsläpp använder IPCC begreppet RFI-index för att översätta de totala utsläppen som skapas vid förbränning av fossila bränslen till koldioxid. Antal ton koldioxid multipliceras med index för att ge en siffra som är ekvivalent med den inverkan samtliga växthusgaser har på miljön.

Volontära projekt VER (Voluntary Emission Reduction)

Ett projekt som arbetar med att kompensera för koldioxidutsläpp men som inte inräknas i Kyoto-protokollet. De utsläppsrättigheter som skapas genom ett volontärt projekt benämns VER, volontära utsläppsrättigheter.

Bilaga 3. Organisationsschema



Bilaga 4. Beräkningar till tabell 5.1.2

Vid beräkning av priset för att kompensera för det utsläpp flyget orsakar har vi på varje organisations hemsida gjort beräkning i deras kalkylator där vi utgått från samma resa: En tur och retur mellan Köpenhamn/Kastrup och Singapore/International Airport för en person utan mellanlandningar. Då möjligheten har funnits att i kalkylatorn specificera flygbolag och/eller klass, har detta inte gjorts.

För att kunna jämföra de olika bolagen har vi utgått från samma valuta (euro) där samtliga priser är nettopriset.¹⁶⁰ Då inte alla organisationer har specificerat moms och eventuella avgifter på totalpriset har vi valt att beräkna priset för flygresan genom att multiplicera tonpriset med beräknat antal ton koldioxid. Flygets miljöpåverkan anges i måttet ton koldioxid och inkluderar inte övriga växthusgaser. Samtliga beräkningar är avrundande med en decimal till närmsta tiotal.

Atmosfair

Då Atmosfair endast ger kunden möjlighet att kompensera för samtliga växthusgaser flyget släpper ut har vi för att kunna jämföra de olika företagen dividerat deras beräknade utsläpp med det RFI-index de använder, 2.7.

Pris per ton koldioxid: 15 euro (exklusive moms)

CPH-SIN-CPH: 40.1 euro (2.7 x 15)

Antal CO2 utsläpp: 7.2 ton/RFI-index 2.7 = 2.66 -> 2.7 ton

Andel av intäkt som går direkt till projektet i euro: 32.4 euro (40.1 x 0.8)

CarbonNeutral

CarbonNeutral erbjuder kunden flera olika portföljer att investera i. Då det endast är en av dessa som kunden för tillfället kan investera i är det denna vi har valt att göra beräkningen på. Då priset per ton anges av företaget inklusive moms (17.5%) har vi dragit bort denna för att få nettopriset per ton.

Pris per ton koldioxid: 8.7 euro (7.4 engelska pund = 10.5 euro) 10.5 x 0.825 = 8.66

CPH-SIN-CPH: 19.1 euro (2.2 ton x 8.7 euro)

Antal CO2 utsläpp: 2.2 ton

Andel av intäkt som går direkt till projektet i euro: 4.8 euro (19.1 x 0.25)

¹⁶⁰ Samtliga valutaberäkningar är genomförda på X-changes hemsida. www.xchange.se 2005-05-11 kl.11.30-12.25.

Climate Care

Då Climate Care endast erbjuder kunden att kompensera för samtliga utsläpp har vi för att kunna jämföra de olika företagen dividerat deras beräknade utsläpp med det RFI-index de använder, 2.0. Då priset per ton anges av företaget inklusive moms (17.5%) har vi dragit bort denna för att få nettopriset per ton.

Pris per ton koldioxid: 7.3 euro (7.5 engelska pund = 8.8 euro $8.8 \times 0.825 = 7.26$)

CPH-SIN-CPH: 10.2 euro ($1.4 \text{ ton} \times 7.3 \text{ euro} = 10.22$)

Antal ton CO2 utsläpp: 2.79 ton / RFI-index 2.0 = 1.395 \rightarrow 1.4 ton

Andel av intäkt som går direkt till projektet i euro: 6.1 euro (10.2×0.6)

Face Foundation

Beräkningen har gjorts på Green Seats hemsida då det är via den som kunden kompenserar för sina koldioxidutsläpp.

Pris per ton koldioxid: 13 euro (exklusive moms)

CPH-SIN-CPH: 28.6 ($2.2 \text{ ton} \times 13 \text{ euro} = 28.6$)

Antal ton CO2: 2.2 ton

Andel av intäkt som går direkt till projektet i euro: 8.3-25.7 (28.6×0.29 samt 28.6×0.90)

Bilaga 5. Sammanställning av serviceorganisationernas styrkor och svagheter

Organisationer	Styrkor (+)	Svagheter (-)
Atmosfair (icke-vinstdrivande)	<ul style="list-style-type: none"> • Kompenserar för utsläpp från flyget • Initierad av myndighet • Hög andel av intäkter till direkta projektkostnader • Erbjuder endast kompensation för flygets totala utsläpp • Certifiering via FN, endast CDM-projekt • Långsiktiga metoder, direkta besparingar • Officiell registrering av kompensationen 	<ul style="list-style-type: none"> • Köper in CER av aktiebolag • Ej transparent redovisning i alla led • Inga investeringar gjorda i projekt vilket gör det svårt att utvärdera. • Delvis bristande certifiering (ej namngivna FN-organ)
CarbonNeutral (vinstdrivande)	<ul style="list-style-type: none"> • Kompensar för utsläpp från flyget 	<ul style="list-style-type: none"> • Avskriver sig ansvar för projekten • Ingen årsredovisning • Redovisar varken kostnader eller intäkter. Enbart förväntade/delvis uppnådda CO2-besparingar. • Låg andel av intäkter till direkta projektkostnader • Kompenserar ej för flygets totala utsläpp • Oklara beräkningar av flygets utsläpp • Bristande certifiering • Stor andel kortsiktiga metoder. Tidsförsjutna CO2-besparingar

<p>Climate Care (vinstdrivande)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kompenserar för utsläpp från flyget • Tillgänglig årsredovisning • Presenterar totala kostnader/Intäkter 	<ul style="list-style-type: none"> • Ej fullständig årsredovisning • Ineffektiv organisationsstruktur. Avsätter 10 % till Climate Care Trust Ltd • Redovisar ej uppnådda CO2 besparingar • Låg beräkning gällande flygets koldioxidutsläpp • Låg RFI • Bristande certifiering • Stor andel kortsiktiga metoder
<p>Face Foundation (icke-vinstdrivande)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kompenserar för utsläpp från flyget • Tillgänglig och fullständig årsredovisning • Redovisar för totala kostnader/Intäkter samt för specifika projekt • Registrering av kompensationen • Delvis presenterade årsredovisningar • Erbjuder möjlighet kompensera för flygets totala utsläpp 	<ul style="list-style-type: none"> • Ineffektiv organisationsstruktur • Senaste årsredovisning endast via beställning och på holländska • Redovisar ej uppnådda CO2 besparingar • Hög variation i andel av intäkter till direkta projektkostnader • Bristande certifiering • Kortsiktiga metoder • Stor variation i andel av intäkter direkt till projektkostnader • Låg RFI • Bristande certifiering • Kortsiktiga metoder, tidsförskjutna CO2 besparingar