

Kronik.

Forbrugerne kan ikke bære bæredygtigheden alene

Julie Emontspool og Christina Dahl, Institut for Business & Management, SDU

I dag går næsten alle ind for bæredygtighed. 95 procent af forbrugerne siger i en undersøgelse fra Landbrug & Fødevarer (2019), at de har ændret adfærd eller vil gøre det af hensyn til miljøet.

63 procent af dem placerer ansvaret for bæredygtighed hos forbrugerne, 61 procent hos politikerne og mindre end 50 procent giver det til producenterne. Den fordeling flugter fuldstændig med det nye, idealiserede billede af en ansvarlig forbruger, der løser vigtige, komplekse problemer på samfundets vegne.

Forskere, som bl.a. har analyseret de økonomisk-politiske diskurser ved World Economic Forum i Davos, mener, at ideen om "den ansvarlige forbruger" trækker på nogle moralske forestillinger om ansvarlige vs. uansvarlige forbrugere, og at begrebet i stigende grad bliver anvendt i forskellige politiske kontekster. Samtidig understøttes det kraftigt af virksomheder, der entusiastisk tilbyder en bred vifte af produkter og services, som skal gøre det muligt for forbrugere at løse de globale udfordringer ved fx at holde op med at bruge plastiksugerør, at sortere deres affald nøje og at CO2-kompensere, når de flyver på ferie.

Det kan derfor ikke undre, at forestillingen om den ansvarlige forbruger som løsningen på de globale, bæredygtighedsproblemer også kommer til udtryk i forbruger-



Julie Emontspool. Pressefoto

undersøgelser, i medierne samt i den økonomisk-politiske diskurs. Det ville overhovedet ikke være noget problem, hvis det rent faktisk var sådan, at ansvarlige forbrugere kunne løse de problemer, vi står over for. Men det kan de ikke alene, og i stedet sker det, at hele ansvaret for at redde verden lægges på den individuelle privatforbrugers skuldre.



Christina Dahl, SDU. Pressefoto

UDOVER DEN INDLYSENDE risiko ved at sprede ansvaret ud på et kæmpestort antal små enkeltaktører, som ikke nødvendigvis har magt til at agere på et samfundsmæssigt niveau, er der også andre udfordringer forbundet med denne udvikling. Bæredygtighedsproblemerne er komplekse, og forbrugernes viden er meget ofte for utilstrækkelig til at kunne gennemskue dem. Derfor ser vi tit, at

forbrugergrupper kan modarbejde hinanden, selvom de egentlig har et fælles mål.

Det er der et illustrativt eksempel på i vores aktuelle forskningsprojekt om danskeres forhold til natur og biodiversitet med udgangspunkt i deres egne haver. Projektets foreløbige resultater tyder på, at haveejere er enige om vigtigheden af at gøre noget for biodiversiteten - hvilket stemmer overens med andre studier af danskeres interesse for bæredygtigt forbrug.

På det individuelle niveau ser vi klart, at haveejere har ændret deres forhold til naturen pga. det store offentlige fokus. Bæredygtighed spiller generelt en hovedrolle i de fleste haveejeres vurdering af deres forbrug i og til haven. Men der er stor variation i de konkrete udgaver af, hvad haveejere ser som ansvarligt havehold. Nogle laver hele haven om til en vild insektoase, mens andre holder sig indenfor nogle æstetiske præferencer ved at vælge insektvenlige blomster og etablere mindre, afgrænsede områder dedikeret til kryb og kravl.

Forbrugspraksisserne varierer fra have til have, hvilket skaber et mangfoldigt marked for bæredygtige produkter til haven, som industrien langsomt er ved at få støttet op om.

INTERESSEN FOR BIODIVERSITET ses også i forbrugernes syn på virksomhedernes og det offentlige initiativer til større bæredygtighed. Skuer vi ud over hækken fra privathaven, ser vi blandt forskningsprojektets deltagere, at der er opbakning til de samfundsmæssige

Husk der følger et NYHEDSBREV med denne avis!

Du kan hente det **GRATIS** ved at gå ind på hjemmesiden www.erhvervplus.dk og rulle ned i bunden, hvor du kan tilmelde dig.

Nyhedsbrevet Erhverv+ kommer to gange ugentlig med inspirerende erhvervshistorier.



**Danmarks
MEST LÆSTE
erhvervsavis!**

Redaktionschef
Mogens Kruse Jakobsen
mkj@erhvervplus.dk

Kontakt

Tlf. 65 45 53 70 - Mail: erhverv@jfmedier.dk
www.erhvervplus.dk

Erhverv+

- en del af Jysk Fynske Medier

biodiversitetsprojekter, men også at der ikke er enighed om, hvilken type af kommunale og erhvervmæssige initiativer der giver størst værdi. Fx skaber det aktuelle politiske fokus på vilde kommuner debat blandt forbrugerne om, hvordan de offentlige, grønne områder skal se ud og vedligeholdes - og den eftertragtede biodiversitet kan hurtigt blive udfordret, hvis insekternes behov prioriteres højere end praktiske eller æstetiske hensyn.

Selvom vi med forskningsprojektet har kunnet fastslå en bred interesse for biodiversitet, så står det anderledes til, når det kommer til selve haveforbruget. Lige nu er der en stigende interesse for at skabe dyrevenlige, biodiverse haver, men markedet er endnu ikke gearet til at servicere den bæredygtige forbruger. Det er svært for forbrugerne at gennemskue, hvilke produkter der er bæredygtige, og ofte kræver det tid at sætte sig ind i, om en specifik haveartikel er produceret med omtanke for det miljø, man ønsker at gavne gennem sit køb.

Manglende gennemsigtighed i forhold til materialer og produktion tvinger forbrugeren til at søge informationer på egen hånd. Som haveejer med bæredygtighedsambitioner kan man fx nemt komme til at købe en økologisk havemuld, uden at være opmærksom på om denne muld indeholder spagnum fra miljøbelastede tørvemoser. Komplexiteten er simpelthen for overvældende, og forbrugerne har brug for hjælp for at kunne træffe et informeret valg baseret på produkternes oprindelse, behandling og livscyklus. Bæredygtig produktion er et oplagt område for producenter og forhandlere af haveartikler at tage fat i. Udviklingen frem mod det bæredygtige forbrug drives lige nu af forbrugerne, men for at komme i mål med det, skal det understøttes af industrien.

NÅR VIRKSOMHEDER I dag gennemfører bæredygtige initiativer eller støtter en grøn dagsorden, skal de være meget forsigtige med, hvordan de kommunikerer med omverdenen for ikke at blive beskyldt for greenwashing. Man bliver ikke pludselig en bæredygtig virksomhed, bare fordi man lader græsset gro eller reducerer sit papirforbrug, hvis man samtidig har en produktion, der helt tydeligt er det modsatte.

Men i stedet for at betragte bæredygtighed som et nulsumsspil, kan virksomheder med fordel se den som en proces. Også her

gør "mange bække små en stor å", og ved at kigge indad på alle dele af virksomheden og dens produktion eller services, kan man skabe forandring og støtte udviklingen frem mod en mere bæredygtig fremtid.

Vi mangler forsat viden om samspillet mellem privatforbrugerne, industrien og samfundet, og derfor bliver det næste forskningsmæssige skridt at undersøge, hvordan danskerne opfatter bæredygtighedsinitiativer på et lokalt, kommunalt plan. Det gør vi i projektet "Naturen helt tæt på", hvor målet er, at den allerede indsamlede viden sammen med data, der er indsamlet hos projektets industrielle samarbejdspartnere, kan bringe os lidt tættere på at finde den rigtige balance mellem handling på det politiske, det industrielle og de individuelle forbrugers niveau.

Du kan følge projektet her: sdu.dk/whoownsnature

“**Når virksomheder i dag gennemfører bæredygtige initiativer eller støtter en grøn dagsorden, skal de være meget forsigtige med, hvordan de kommunikerer med omverdenen for ikke at blive beskyldt for greenwashing.**”

Projektering fra idé til færdigt byggeri

- 40 års erfaring med erhvervs- og landbrugsbyggeri
- Egen tegnestue
- Mulighed for totalentreprise
- Egen tømrer-, murer- og støbeafdeling

Ring for uforpligtende tilbud



Bygmestervej 2
Øster Højst
6240 Løgumkloster
Tlf. 7477 5024
mail@sorensen-byg.dk
www.sorensen-byg.dk

SORENSEN
BYG

Erhverv+ SYDJYLLAND

Målrettet erhvervslivet og den erhvervsinteresserede læser



Uge	Udgivelsesdato (torsdag)	Annoncdeadline (fredag kl. 9)	Indholdstema [TM02]	Områdetema Syddjylland [TM01]
1	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		
2	14. januar	08. januar		Haderslev
3	21. januar	15. januar	Uddannelse & Karriere	
4	28. januar	22. januar		Fredericia
5	04. februar	29. januar	Produktion & Industri (automation)	
6	11. februar	05. februar		Kolding
7	18. februar	12. februar	Sikkerhed (IT)	
8	25. februar	19. februar		Esbjerg
9	04. marts	26. marts	Erhvervsbiler (fremtidens firmabil)	
10	11. marts	05. marts		Sønderborg
11	18. marts	12. marts	Byggeri & Anlæg	
12	25. marts	19. marts		Tønder
13	01. april	26. marts	Kurser, konferencer og møder (julefrokost)	
14	08. april	Mandag 29. marts		Varde
15	15. april	09. april	Offshore & Maritim (Det Blå Danmark)	
16	22. april	16. april		Vejle
17	29. april	23. april	Energi, klima og miljø	
18	06. maj	Torsdag 29. april		Vejle
19	13. maj	07. maj	Transport & Logistik	
20	20. maj	14. maj		Aabenraa
21	27. maj	Torsdag 20. maj	Landbrug & Fødevarer	
22	03. juni	28. maj		Billund
23	10. juni	04. juni	Produktion & Industri (teknologi)	
24	17. juni	11. juni		Trekantområdet
25	24. juni	18. juni	Turisme, hotel og restauration	
26	01. juli	25. juni		Kolding
27	08. juli	02. juli	Penge & Økonomi	
28	15. juli	09. juli		Haderslev
29-31	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		
32	12. august	06. august		Fredericia
33	19. august	13. august	Uddannelse & Karriere	
34	26. august	20. august		Esbjerg
35	02. september	27. august	Offshore & Maritim (Det Blå Danmark)	
36	09. september	03. september		Sønderborg
37	16. september	10. september	Landbrug & Fødevarer	
38	23. september	17. september		Tønder
39	30. september	24. september	Byggeri & Anlæg	
40	07. oktober	01. oktober		Varde
41	14. oktober	08. oktober	Julefrokoster & Firmagaver	
42	21. oktober	15. oktober		Vejle
43	28. oktober	22. oktober	Erhvervsbiler	
44	04. november	29. oktober		Vejle
45	11. november	05. november	Energi, klima og miljø	
46	18. november	12. november		Aabenraa
47	25. november	19. november	Startup/Scaleup (iværksætteruge)	
48	02. december	26. november		Billund
49	09. december	03. december	Transport & Logistik	
50	16. december	10. december		Trekantområdet
51	23. december	17. december	Penge & Økonomi	
52	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		

Antal læsere: 135.000

erhvervsaktive og/eller -interesserede læsere

- + Udkommer sammen med 3 dagblade: *JydskeVestkysten*, *Vejle Amts Folkeblad* og *Fredericia Dagblad*
- + Sendes også direkte til 200 udvalgte virksomheder i udgivelsesområdet
- + Digitalt på erhvervplus.dk og som nyhedsmail
- + E-avis på dagbladenes nyhedssites (36.129 unikke e-avislæsere hver måned) – og via appen "Nyhedskiosken"

Mulighed for annoncering i én eller flere regionale udgaver af Erhverv+:

Fyn, Syddjylland, Vestjylland, Østjylland og Storkøbenhavn

Samlet antal læsere: 327.000 erhvervsaktive og/eller -interesserede læsere

Erhverv+

☎ Annoncesalg tlf. 65 45 53 70
✉ erhverv@jfmедier.dk
🌐 erhvervplus.dk

Læs avisen digitalt
via Nyhedskiosken



Følg
Erhverv+ på



Tilmeld Nyhedsbrev
på erhvervplus.dk

