



# Tillsammans affärsutvecklar vi för en hållbar framtid

UPPSALA:2030

# Erik Bengtson

Erik Bengtson är forskare i retorik vid Uppsala universitet och lektor vid Södertörns högskola. Erik forskar bl.a om vad som kännetecknar god grön marknadsföring, samt hur denna kan främjas.

UPPSALA:2030

Vi affärsutvecklar för en hållbar framtid.





# FRÅN GREENWASHING TILL EN POSITIV SAMHÄLLSKRAFT

Erik Bengtson, retorik

[erik.bengtson@littvet.uu.se](mailto:erik.bengtson@littvet.uu.se)

erik.bengtson@littvet.uu.se

bluesky: erikretorik.bsky.social

# Erik Bengtson

- Disputerad i retorik 2019
  - Retorik, argumentation, kunskap
- Forskare, Uppsala universitet
- Lektor, Södertörns högskola



ERIK BENGTSON

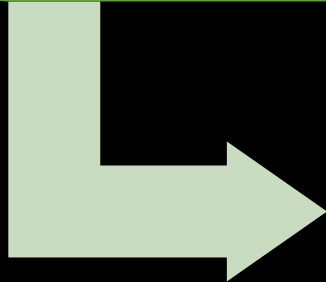
The Epistemology of Rhetoric  
Plato, Doxa and Post-Truth



# Greenwashingens synder

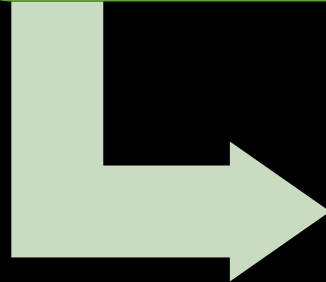
- 1. Dold kompromiss** *(Sin of the hidden trade-off)*
- 2. Inga bevis** *(Sin of no proof)*
- 3. Vaghet** *(Sin of vagueness)*
- 4. Åkallandet av falska märkningar** *(Sin of worshiping false labels)*
- 5. Irrelevant** *(Sin of irrelevance)*
- 6. Det mindre onda** *(Sin of lesser of two evils)*
- 7. Fiffla med sanningen** *(Sin of fibbing)*

Greenwashing

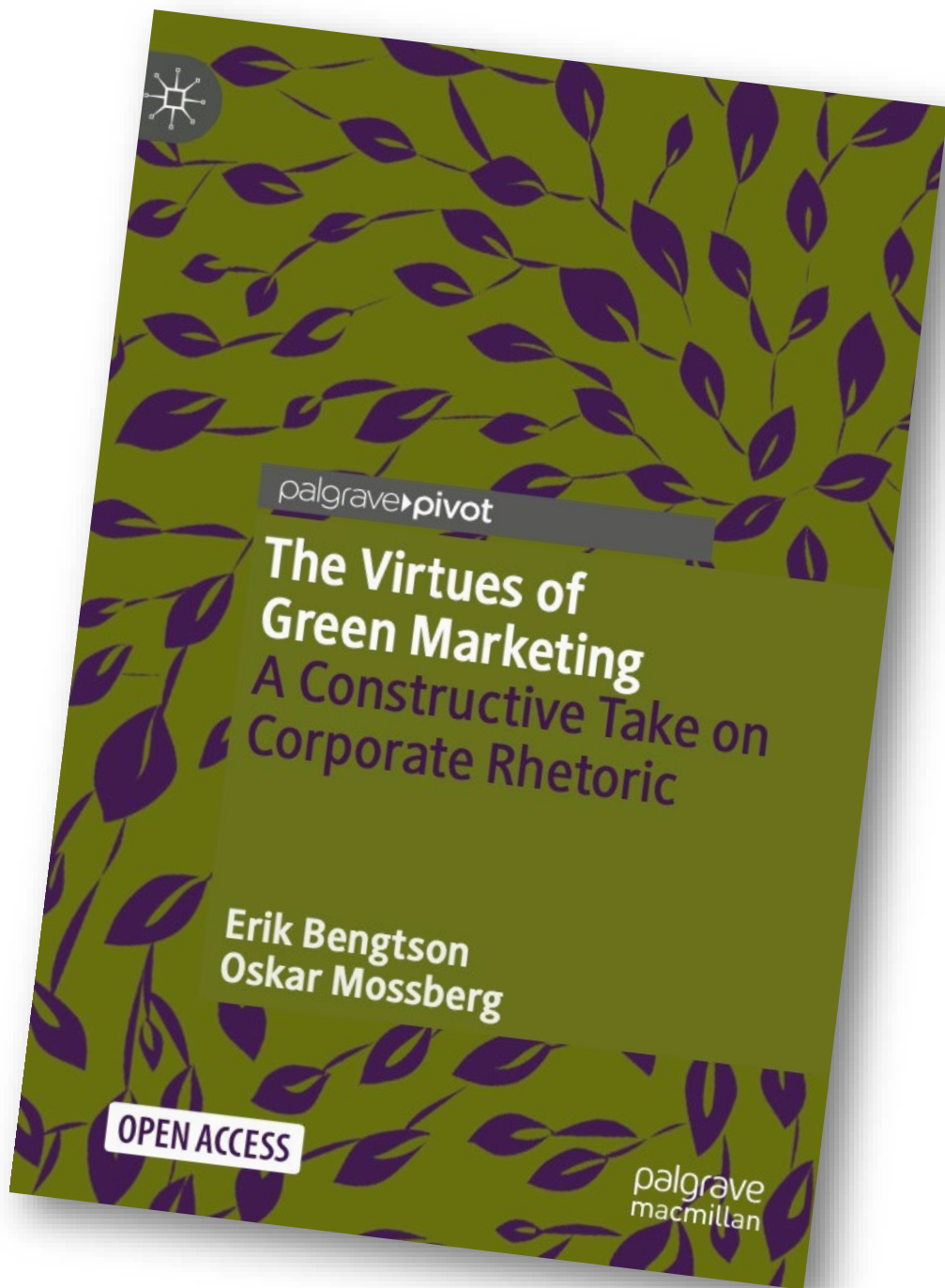


Green  
skepticism

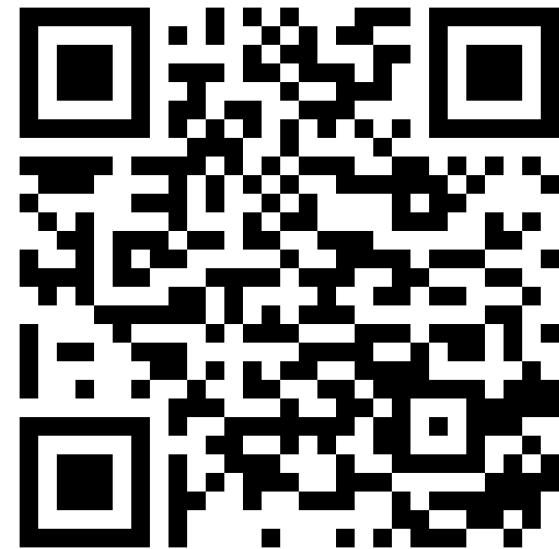
Greenwashing  
criticism



Green  
hushing



# FRÅN GREENWASHING TILL EN POSITIV SAMHÄLLSKRAFT

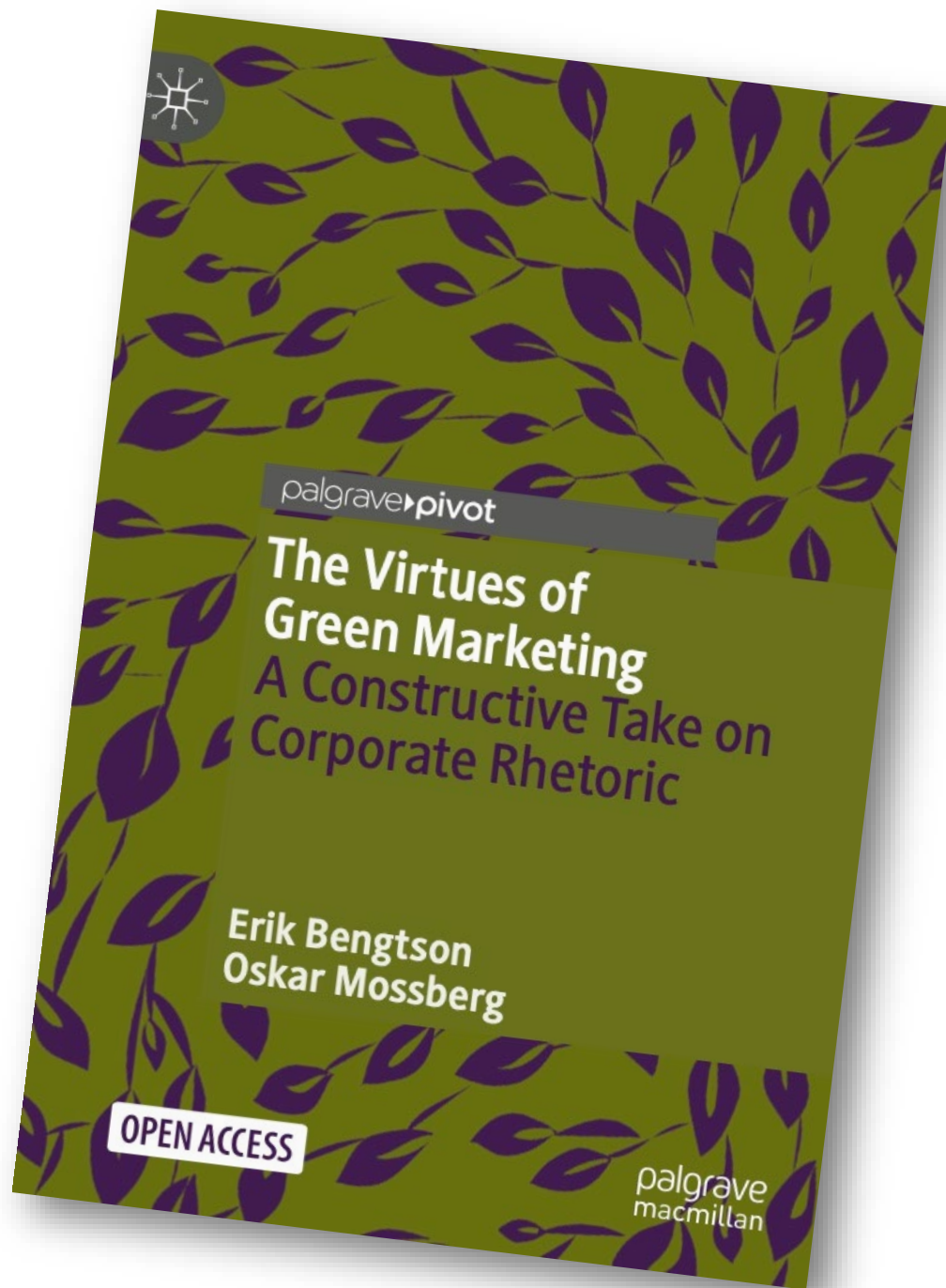




# Nytta för omställningen

## **God grön marknadsföring kan:**

- Vägleda konsumenter
- Motivera konsumenter
- Konstitutera konsumenter
- Forma avsändaren



“Public performance of ethical judgement”

Fokus på goda exempel

Främja dubbla intressen  
(komplexa motiv)

Trovärdighet över tid

# Flippa synderna (exempel)

<b>Ten signs of greenwashing (Futerra 2008)</b>	<b>Seven sins of greenwashing (TerraChoice)</b>	<b>Virtue(s)</b>	<b>Core vice(s)</b>	<b>Ethical problem types</b>
<p><b>Fluffy language</b>            (“Words or terms with no clear meaning, e.g. ‘eco-friendly’ ”)</p>	<p><b>Vagueness</b>            (“Using terms that are too broad or poorly defined to be properly understood (an ‘all-natural’ cleaner may still contain harmful ingredients that are naturally occurring).”)</p>	<p>Preciseness            (adequately defined)</p> <p>Specificity            (adequately narrow)</p>	<p>Ambiguity</p> <p>Vagueness</p>	<p>Language use</p>
<p><b>Gobbledygook</b>            (“Jargon or information that only a scientist could understand”)</p>		<p>Transparency</p>	<p>Obscurity</p>	<p>Language use</p>

## **Language use**

1. Preciseness (adequately defined)
2. Specificity (adequately narrow)
3. Transparency

## **Selection and deflection**

4. Balanced disclosure of relevant aspects (e.g. relating to product/company/process)
5. Balanced disclosure of economic, environmental, social and ethical responsibility

## **Pathos argumentation**

6. Appropriate evocation of/appeal to emotion and suggestive images

## **Inference making**

7. Relevance (of claims to propositions)
8. Fair and relevant comparison (as to objects, modes of comparison and presentation)

## **Evidence use**

9. Use of authentic and reliable external authorities
10. Use of supportive evidence

## **(Reality)**

11. (Truthfulness)



# Hur kan vi ändra marknadsföringens praktik?

- ▶ Normer
- ▶ Lagar och regler
- ▶ Konstruktiv dynamik i samhället

# Stora möjligheter till rättsutveckling

## Justeringar kan göras inom det befintliga ramverket

- Vad räknas som marknadsföring?
- Vad är god marknadsföringssed?
- Vilka löften blir bindande?

## Rättens sammansatthet: Små justeringar -> stora effekter

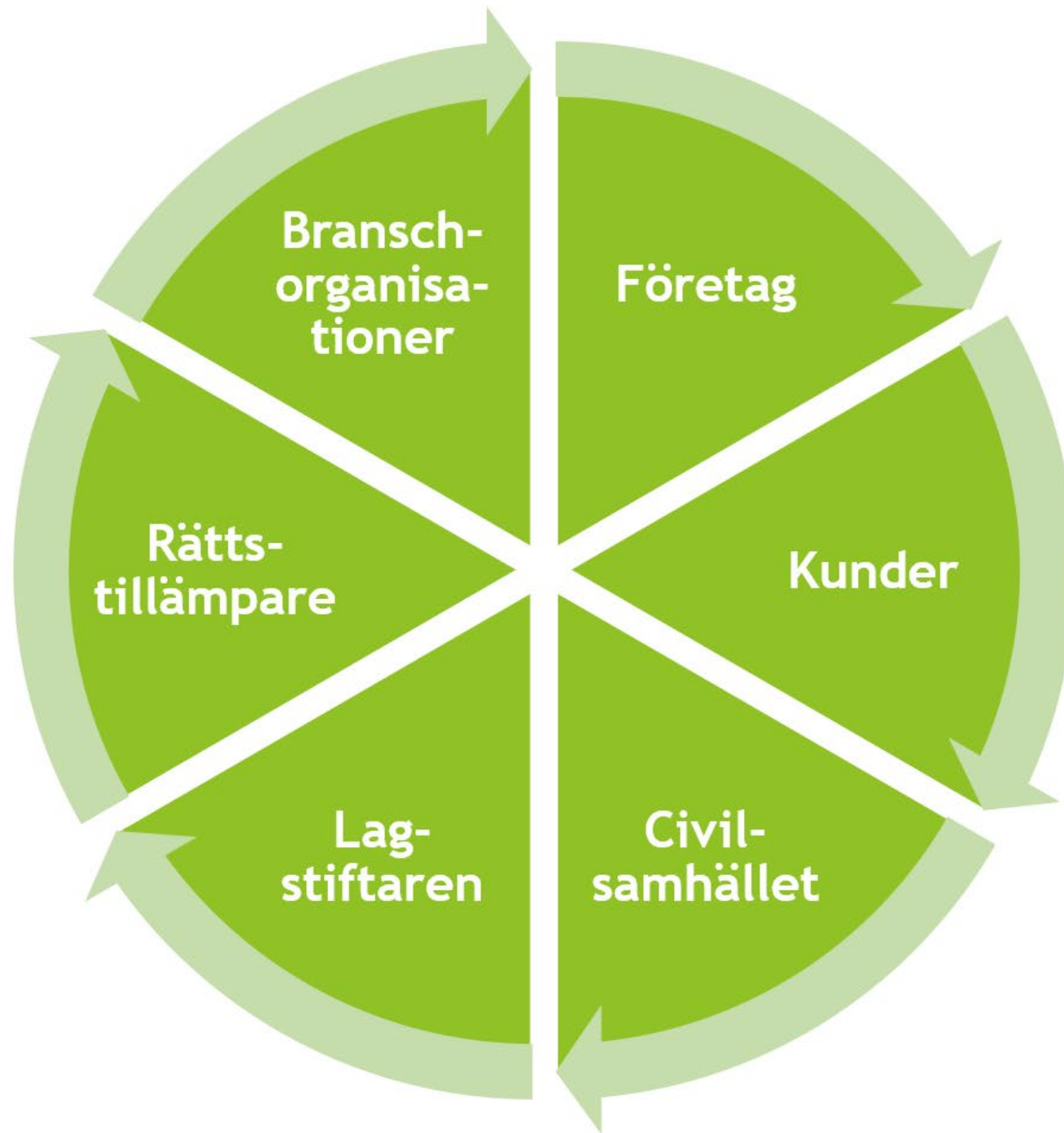
- Rättsutveckling: Olika normkomplex
- EU-rätten (Green Claims directive, consumer empowerment)

## Olika aktörer kan bidra

- Lagstiftaren – följa utvecklingen, utreda, ändra
- Civilsamhället – påverkansarbete och processföring
- Rättstillämpare – möta uppkomna behov
- Företag/branschorganisationer – norm- och policybildning / Lobbying



ALLA  
BEHÖVS





## Maxa användningen

80% av ett plaggs totala miljöavtryck uppstår när de tillverkas. Vi måste därför hjälpas åt att maxa användningen, dvs tillverka och använda plagg som håller för många barns användning. Och det vinner inte bara miljön på, utan även plånboken och inte minst barnen!

Fakta | Tips | Inspiration

gneis

### Maxa användningen

Hela 80% av ett plaggs miljöpåverkan sker vid tillverkningen. Nu måste vi hjälpas åt att maxa användningen av dem!

– Men hur gör man det då?

Enkelt - följ bara dessa sex steg!

- VÄLJ MEDVETET**  
Välj kvalitetskläder som håller för lång och frekvent användning av många barn, som är lätta att sälja.  
[Läs mer](#)
- VÄLJ RÄTT**  
Välj rätt storlek och flexibla plagg som barnen gillar, så används kläderna var dag och håller längre.  
[Läs mer](#)
- JUSTERA**  
Justera plaggen så fungerar de bättre i barnens lek och riskerar inte att gå sönder helt i onödan.  
[Läs mer](#)
- VÅRDA**  
Vårda plaggen så fortsätter de att prestera som nya, samtidigt som de får ett betydligt längre liv.  
[Läs mer](#)
- LAGA**  
Laga plaggen om de går sönder och ge dem ett extra liv! Det är inte så svårt.  
[Läs mer](#)
- SÄLJ VIDARE**  
Sälj plaggen och gör en stor insats för miljön och få igen en rejäl slant, eller låna ut eller skänk bort dem.  
[Läs mer](#)



# GNEIS



## Det här gör vi...

För oss är hållbarhet mer än bara kemikalier och material. För oss så handlar det lika mycket om VAD man säljer och HUR man säljer det.

Läs gärna mer om hur vi tänker och jobbar med hållbarhet, liksom hur vi skapar kläder för maximal användning.

Hållbarhet



## Och det här vill vi inspirera dig att göra!

80% av ett plaggs totala miljöavtryck sker vid tillverkningen. Det bästa vi kan göra för miljön är alltså att se till att de används maximalt. Med Maxa Användningen vill vi lära och inspirera dig att göra just det!

– Låt oss Maxa Användningen tillsammans!

Maxa användningen

Det handlar om många små saker som tillsammans gör stor skillnad för både miljön och barnen, samtidigt som du kan tjäna en krona.

# Nytta för omställningen

## **God grön marknadsföring kan:**

- Vägleda konsumenter
- Motivera konsumenter
- Konstitutera (forma) konsumenter
- Forma avsändaren



# Tillsammans affärsutvecklar vi för en hållbar framtid

UPPSALA:2030

[www.upsala2030.com](http://www.upsala2030.com)