Svanurinn og Umhverfismerki ESB – 18 góð dæmi frá litlum samfélögum á Norðurlöndunum

Svanurinn og Umhverfismerki ESB – 18 góð dæmi frá litlum samfélögum á Norðurlöndunum

Stefán Gíslason

Svanurinn og Umhverfismerki ESB – 18 góð dæmi frá litlum samfélögum á Norðurlöndunum

Stefán Gíslason

ISBN 978-92-893-2653-7

<http://dx.doi.org/10.6027/TN2013-577>

TemaNord 2013:577

© Norræna ráðherranefndin 2013

Umbrot: Hanne Lebech

Kápumynd: Calle Karlsson/Kavat

Prentun: Rosendahls-Schultz Grafisk

Upplag: 116

Printed in Denmark

Norræna ráðherranefndin styrkti útgáfu skýrslunnar. Efni skýrslunnar endurspeglar þó ekki endilega sjónarmið, álit, afstöðu eða meðmæli Norrænu ráðherranefndarinnar.

www.norden.org/is/utgafa

Norrænt samstarf

Norræna samstarfið er eitt umfangsmesta svæðasamstarf í heiminum. Samstarfið nær til Danmerkur, Finnlands, Íslands, Noregs og Svíþjóðar auk Álandseyja, Færeyja og Grænlands.

Norræna samstarfið er pólitískt, efnahagslegt og menningarlegt og skiptir miklu í evrópsku og alþjóðlegu samstarfi. Í norrænu samstarfi er unnið að því að styrkja stöðu Norðurlanda í sterkri Evrópu.

Með *norrænu samstarfi* er unnið að því að efla norræna og svæðisbundna hagsmuni í alþjóðlegu umhverfi. Sameiginleg gildi landanna styrkja stöðu Norðurlanda og skipa þeim meðal þeirra svæða í heiminum þar sem nýsköpun og samkeppnishæfni er mest.

Norræna ráðherranefndin

Ved Stranden 18

DK-1061 København K

Telefon (+45) 3396 0200

www.norden.org

Efnisyfirlit

Formáli.....	7
Útdráttur	9
1. Inngangur	11
1.1 Tilgangur og markmið	11
1.2 Umfjöllunarefnið.....	11
1.3 Aðferðin	12
2. Dæmisögurnar	13
2.1 Allsidige Nord, Noregi.....	13
2.2 Delipap Oy, Finnlandi.....	18
2.3 Delsbo Candle, Svíþjóð.....	22
2.4 Edsbyverken, Svíþjóð.....	28
2.5 Frøya Trøya, Noregi.....	32
2.6 Føroyaprent, Færeyjum	37
2.7 GROM design, Noregi.....	42
2.8 Hótel Eldhestar, Íslandi	46
2.9 Hótel Rauðaskriða, Íslandi	50
2.10 Hótel Savoy, Álandseyjum	55
2.11 ICA Nära Optimisten, Svíþjóð	58
2.12 Junno & Unno Hylderne, Danmörku	61
2.13 Kavat, Svíþjóð.....	65
2.14 Lunawood, Finnlandi.....	69
2.15 Mariager Camping, Danmörku.....	73
2.16 Rosenserien, Svíþjóð	77
2.17 Slægtsgården ved Karup Å, Danmörku.....	82
2.18 Undri, Íslandi.....	88
3. Viðmælendur og vefsíður.....	91
3.1 Viðmælendur í fyrirtækjum	91
3.2 Hjemmesider	92

Formáli

Samstarf Norðurlandanna um norræna umhverfismerkið Svaninn hefur skilað miklum árangri og er Svanurinn nú eitt öflugasta umhverfismerkið í heiminum (samkvæmt alþjóðlegri könnun sem breska fyrirtækið Environmental Resources Management gerði árið 2008). Umhverfismerki Evrópusambandsins var einnig meðal fjögurra efstu merkjanna í sömu könnun.

Lítill samfélög eru stór hluti af Norðurlöndunum. Þar eru íbúar ekki einungis færri en í stórborgunum, heldur eru viðfangsefnin líka önnur. Það sama á við um fyrirtæki sem framleiða vörur og selja þjónustu í þessum samfélögum. Þessi fyrirtæki þurfa að vinna markvisst að umhverfismálum, rétt eins og önnur fyrirtæki, bæði umhverfisins vegna og af markaðslegum ástæðum. Mörgum finnst hins vegar að merki á borð við Svaninn eða Umhverfismerki ESB séu of stór eða flókin til að vera raunhæf fyrir lítinn rekstur. Þess vegna er full ástæða til að halda á lofti góðri reynslu annarra fyrirtækja sem rekin eru við svipuð skilyrði, sem hafa sýnt það og sannað að umhverfismerking er ekki bara möguleg, heldur einnig ábatasöm, ekki bara í stórborgum, heldur einnig í litlum samfélögum. Í þessu hefti er að finna nokkur slík dæmi, sem standa undir nafni sem "góðar dæmisögur".

Stefán Gíslason hjá íslenska ráðgjafarfyrirtækinu Environice vann þessa samantekt samkvæmt samningi við Umhverfisstofnun á vegum Smásamfélagahóps Norrænu ráðherranefndarinnar, en hópurinn er undirnefnd vinnuhóps ráðherranefndarinnar um sjálfbæra framleiðslu og neyslu (HKP-hópsins).

Margir lögðu hönd á plóginn við gerð þessarar samantektar og eiga þeir allir bestu þakkir skildar. Öðrum fremur ber þó að þakka fulltrúum í Smásamfélagahópnum, Elvu Rakel Jónsdóttur hjá Umhverfisstofnun, forstöðumönnum og öðru starfsfólki á umhverfismerkjaskrifstofum Norðurlandanna og síðast en ekki síst öllu því vingjarnlega fólki sem segir hér frá áhugaverðri og einstakri reynslu sinni. Það voru forréttindi að fá tækifæri til að upplifa eldmóð þeirra og jákvæð viðhorf til lífsins og framtíðarinnar.

Mars 2012

Stefán Gíslason
Verkefnisstjóri
Borgarnes

Maria Gunnleivsdóttir-Hansen
formaður Smásamfélagahópsins
Tórshavn

Útdráttur

Samstarf Norðurlandanna um norræna umhverfismerkið Svaninn hefur skilað miklum árangri og er Svanurinn nú eitt öflugasta umhverfismerkið í heiminum (samkvæmt alþjóðlegri könnun sem breska fyrirtækið Environmental Resources Management gerði árið 2008). Umhverfismerki Evrópusambandsins var einnig meðal fjögurra efstu merkjanna í sömu könnun.

Í þessu hefti eru kynnt 18 góð dæmi um árangur lítilla fyrirtækja í litlum samfélögum á Norðurlöndunum, sem fengið hafa Svaninn eða Umhverfismerki ESB á vörur sínar eða þjónustu. Þessi dæmi sýna að umhverfismerking er ekki bara möguleg, heldur einnig ábatasöm, ekki bara í stórborgum, heldur einnig í litlum samfélögum. Samantektin var unnin fyrir Smásamfélagahóp Norrænu ráðherranefndarinnar, en hópurinn er undirnefnd vinnuhóps ráðherranefndarinnar um sjálfbæra framleiðslu og neyslu (HKP-hópsins).

Dæmisögunum sem birtast í þessu riti var safnað frá völdum fyrirtækjum í gegnum síma. Fulltrúar fyrirtækjanna voru almennt sammála um að umhverfismerkingin hefði haft í för með sér ný tækifæri og í sumum tilvikum opnað aðgang að nýjum mörkuðum. Strangar kröfur merkjanna virtust ekki valda mönnum neinum vandræðum, heldur er litið á þær sem nauðsynlegan þátt í að viðhalda trúverðugleika og umhverfislegri ímynd fyrirtækjanna.

Flestir sem rætt var við töldu umhverfismerkingar verða sífellt mikilvægari, samtímis því sem ástand umhverfisins verður sífellt viðkvæmara og umhverfisvitund almennings eykst.

Flestir töldu kostnaðinn í tengslum við vottunina sanngjarnan, jafnvel fyrir lítil fyrirtæki, þar sem umhverfisstarfið felur oft í sér sparnað, auk þess sem umhverfismerkingin auðveldar markaðssetningu. Litið er á umhverfismerkin sem samkeppnistæki.

Lítil fyrirtæki þurfa oft að kljást við annars konar vandamál en þau sem stærri eru. Þrátt fyrir það voru margir þeirrar skoðunar að litlu fyrirtækin þyrftu ekki á neinum sérúrræðum að halda hvað umhverfismerkin varðar. Aðrir töldu sig hafa þörf fyrir svolítið meiri sérfræðiráðgjöf á meðan væri verið að komast af stað. Þetta er væntanlega breytilegt eftir starfsgreinum. Í einu viðtalanna kom fram að e.t.v. ættu smáfyrirtæki auðveldara með það en stærri fyrirtæki að ná sér

í umhverfisvottun, vegna þess að þar hafi maður yfirsýn yfir næstum því allt, og allir starfsmenn finni fyrir ábyrgðinni og viti um hvað málið snýst. Málið sé bara að "*nota heilbrigða skynsemi*".

Samskipti við birgja voru oft nefnd þegar spurt var hvað hefði verið tímafrekast í undirbúningi vottunarinnar. Sá veikleiki sem oftast var nefndur var markaðssetningarstarf umhverfismerkjanna sjálfra. Þetta töldu menn að mætti bæta.

Allir sem rætt var við voru sammála um að þeir myndu mæla með umhverfisvottun við önnur fyrirtæki.

Það er von Smásamfélagahópsins að þetta rit verði litlum fyrirtækjum innblástur, ekki bara í litlum samfélögum heldur líka annars staðar á Norðurlöndunum, og að í ritinu finni þau hvatningu til að hefjast handa í vinnunni við að verða sér úti um umhverfismerki, annað hvort Norræna Svaninn eða Umhverfismerki ESB. Gott er að hefja undirbúninginn með því að heimsækja umhverfismerkjasíðu viðkomandi lands: www.ecolabel.dk, www.ecolabel.fi, www.ecolabel.no, www.svanen.se eða www.svanurinn.is.

1. Inngangur

Í þessu riti er að finna nokkrar góðar dæmisögur frá fyrirtækjum sem fengið hafa umhverfismerki á vörur sínar eða þjónustu, nánar tiltekið annað hvort Norræna Svaninn eða Umhverfismerki ESB.

1.1 Tilgangur og markmið

Tilgangur þessa rits er að styðja við umhverfismerkingar í norrænum smásamfélögum með því að safna og sýna nokkur dæmi um það besta í vinnu norrænna smáfyrirtækja með Svaninn og Umhverfismerki ESB. Ritið felur þannig í sér svolíttinn hugmyndabanka sem getur nýst sem leiðarvísir fyrir önnur fyrirtæki, ekki bara í litlum samfélögum á Norðurlöndunum, heldur líka í öðrum samfélögum og jafnvel utan Norðurlandanna. Ritið ætti líka að koma í góðar þarfir sem leiðarvísir fyrir þá aðila sem sjá um umhverfismerkin í hverju Norðurlandanna fyrir sig, svo og til hliðsjónar við þróun Umhverfismerkis ESB.

1.2 Umfjöllunarefnið

Upphaflega var ætlunin að í þessu riti yrðu kynnt 20 dæmi um góða reynslu smáfyrirtækja af því að vinna með Svaninn og Umhverfismerki ESB og að hvert dæmi myndi rúmast á 2–4 síðum. Þetta var með öðrum orðum hinn ytri rammi hvað varðar stærð handritsins. Í samræmi við bakgrunn og tilgang ritsins var áherslan lögð á lítil fyrirtæki í litlum samfélögum. Hér gilda engin formleg stærðarmörk, en markhópurinn var fyrst og fremst fyrirtæki með færri en 10 starfsmenn. Rúmur helmingur dæmanna sem kynnt eru í ritinu eru innan þessara stærðarmarka, og í minnsta fyrirtækinu vinna aðeins 0,5 starfsmenn. Nokkur stærri fyrirtæki fengu að fljóta með, það stærsta með 280 starfsmenn. Þessi fyrirtæki urðu fyrir valinu, þrátt fyrir stærðina, vegna þess að þau höfðu mikið til málanna að leggja og gáfu innsýn í greinar sem eru sjaldgæfar meðal örfyrirtækja. Næstum öll fyrirtækin eru starfrækt í dreifbýli, eða að minnsta kosti utan borga. Fáein fyrirtæki í stærri bæjum koma þó við sögu, af því höfðu frá einhverju sérstöku að segja.

1.3 Aðferðin

Flest dæmin í þessu riti voru valin með aðstoð frá umhverfismerkjaskrifstofunum á Norðurlöndunum, en þær bentu allar á nokkurn hóp fyrirtækja hver í sínu landi. Fyrirtækin voru síðan valin fremur tilviljanakennt af þessum listum, en þó var reynt að hafa fjölbreytnina sem mesta hvað varðar atvinnugreinar o.fl. Einnig var stuðst við upplýsingar á netinu til fylla í eyður.

Dæmisögunum sem birtast í ritinu var safnað frá fyrirtækjunum í gegnum síma, að mestu leyti í febrúar 2012. Í upphafi fengu fyrirtækin tölvupóst þar sem þeim var boðið að vera með og síðan voru tekin viðtöl við þá sem þekktust boðið. Viðtölin byggðust á opnum spurningum og upplýsingar voru einnig fengnar af vefsíðum fyrirtækjanna. Drög að textum voru send út til fyrirtækja skömmu eftir hvert viðtal og endanleg útgáfa var síðan unnin í samráði við fyrirtækin.

Fyrirtækin lögðu sjálf til myndir með viðkomandi dæmisögu. Birtingarrétturinn tilheyrir því hverju fyrirtæki um sig nema annað sé tekið fram.

2. Dæmisögurnar

2.1 Allsidige Nord, Noregi

Fyrirtæki:	Allsidige Nord AS
Staðsetning:	Dal, Noregi
Grein:	Burðarpokar
Starfsmenn:	3
Stofnár:	2007
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2009
Viðmælandi:	Anders J. Bredesen
Heimasíða:	www.allsidigenord.no

2.1.1 *Inni í myndinni frá upphafi*

Allsidige Nord AS var stofnað árið 2007. Strax frá upphafi var stefnt að því að fá umhverfissvottun á framleiðsluvörurnar, bæði til að draga úr neikvæðum áhrifum á umhverfi og samfélag og til að aðgreina sig frá öðrum seljendum burðarpoka. Svanurinn varð fyrir valinu í þessum tilgangi, vegna þess að Svanurinn var þekktasta merkið með ströngustu kröfurnar.

2.1.2 *Tímafrekt og lærdómsríkt*

Undirbúningur fyrir Svansvottunin hófst árið 2008. Fljótlega kom í ljós að þetta var mjög tímafrekt ferli, sérstaklega þegar kom að því að útvega öll nauðsynleg skjöl um hráefnið. Þetta útheimti heilmikla þýðingarvinnu úr kínversku, því að talsverður hluti hráefnanna kom þaðan. Jafnframt þurfti að útvega skjöl um alla hlekki virðiskeðjunnar alla leið heim að dyrum í Dal. Þetta var lærdómsríkt ferli og um leið kynntist maður eigin vörum enn betur. Að um það bil einu ári liðnu var allt tilbúið, og fyrstu vörurnar fengu Svaninn vorið 2009.

2.1.3 *Gott að hafa strangar kröfur!*

Það er engin þörf að kvarta yfir kröfum Svansins að mati Anders J Bredesen, sölustjóra hjá Allsidige Nord. Þvert á móti er mikilvægt að kröfurnar séu strangar og að þær nái til alls lífsferilsins, því að þetta snýst jú um trúverðugleika. Það var einmitt það sem Allsidige var á höttunum eftir. "*Þetta á ekki að vera of auðvelt!*"

2.1.4 *Hægt væri að einfalda fyrstu skrefin*

Anders telur að hægt væri að einfalda fyrstu skrefin í Svansferlinu. Það er mikilvægt að hafa það eins mikið á hreinu og mögulegt er strax í byrjun hvaða gögn þurfi að útvega. Þeim hjá Allsidige fannst stundum að þegar þau höfðu loks náð að útvega eitthvert tiltekið skjal, þá hefði komið í ljós að enn annað skjal vantaði. Samskiptin við umhverfismerkjaskrifstofuna gengu yfirleitt vel. Stundum leið þó svolítið langur tími frá því að gögn voru send inn þangað til svar barst. Svárið fólst þá oft í beiðni um frekari gögn, sem gerði það að verkum að manni fannst stundum að þetta yrði aldrei búið.

2.1.5 *Svanurinn skiptir viðskiptavinina miklu máli*

Þau hjá Allsidige Nord er afar sátt við að hafa valið Svaninn. Merkið hefur skapað traust og eftt sambandið við viðskiptavinina. Svanurinn skiptir marga þeirra miklu máli. Á því leikur enginn vafi að Svansmerkingin skapar verulegt markaðsforskot að mati Allsidige Nord.

2.1.6 *Svanurinn þarf að minna á eigin styrkleika*

Til eru mörg mismunandi vottunarkerfi. Í þessum frumskógi er mikilvægt að Svanurinn haldi sífellt áfram að minna á styrkleika sína. Stærsta ógnin sem Svanurinn stendur frammi fyrir að mati Anders Bredesen, er að fólk fari smátt og smátt að líta á Svaninn sem bara eitt af þessum merkjum sem það kaupir og hafa enga sérstaka merkingu. Hér verður Svanurinn að vera á tánum og halda einstakri stöðu sinni á lofti, hversu vandað merki þetta sé, að hann sé öðrum fremri. Því að þannig er það.

2.1.7 *Umhverfi og siðferði verða sífellt mikilvægari*

Allsidige Nord leggur áherslu á að upplýsa viðskiptavinina sína um umhverfismerkinguna og hvað í henni felst. Varan sem slík hefur líka augljósa umhverfisskírskotun, þar sem Allsidige Nord framleiðir

burðarpoka sem leysa af hólmi heilan haug að venjulegum einnota innkaupapokum. Umhverfisvitund og siðræn viðskipti skipta sífellt meira máli, bæði fyrir fyrirtækin, viðskiptavinina og Jörðina okkar. Þetta er mikilvægt ferðalag sem bæði lítil og stór fyrirtæki verða að vera með í.

2.1.8 Lítil fyrirtæki hafa stóra þörf fyrir umhverfismerki

Anders Bredesen álitur að umhverfismerkingar séu sérstaklega mikilvægar fyrir minnstu fyrirtækin, því að umhverfismerkingin gerir það mögulegt að keppa við stærri fyrirtækin. Maður hefur engu að tapa, en mikið að vinna!

2.1.9 Nánar um Allsidige Nord AS

Allsidige Nord AS er, þrátt fyrir smæð sína, einn af stærstu birgjum Noregs fyrir burðarpoka úr taui, og sá eini á Norðurlöndunum sem hefur fengið Svaninn fyrir slíka poka. Gera má ráð fyrir að hver poki leysi af hólmi a.m.k. 10 einnota innkaupapoka úr plasti eða pappír. Netið í pokana er framleitt úr óofnu pólýprópýlenplasti (PP). Allsidige Nord AS er þátttakandi í verkefni um siðræn viðskipti (Initiativ för Etisk handel) og var útnefnt til verðlauna sem *Kvennafyrirtæki ársins* á Nýsköpunarvikunni í Osló haustið 2010.

Mynd 1. Dæmi um burðarpoka frá Allsidige

Mynd 2. Ánægðir notendur burðarpoka frá Allsidige

Mynd 3. Cathrine Elger markaðsstjóri hjá Svaninum í Noregi (t.v.) afhendir Svansleyfið til Hege Svendsen framkvæmdastjóra Allsidige Nord. (Mynd: Miljømerking Norge)

2.2 Delipap Oy, Finnlandi

Fyrirtæki:	Delipap Oy
Staðsetning:	Veikkola, Finnlandi
Grein:	Bleyjur/hreinlætisvörur
Starfsmenn:	80
Stofnár:	1978
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2006
Viðmælandi:	Katarina Hanell
Heimasíða:	www.delipap.com

2.2.1 Umhverfismeðvitaður stofnandi

Þegar Raimo Nuortie stofnaði fyrirtækið Delipap Oy 1978 var áhersla á umhverfismál þegar orðinn mikilvægur hluti af hugmyndum hans um reksturinn. Raimo var í rauninni frumkvöðull hvað varðar umhverfi, samfélag og velferð starfsmanna. Þessi atriði hafa því verið sjálfsagður hluti af vinnu fyrirtækisins frá upphafi.

2.2.2 Tvíburar þurfa góðar bleyjur

Raimo Nuortie fann upp nýja tegund af bleyjum þegar hann annaðist tvíburadætur sínar á 8. áratugnum. Hann fékk einkaleyfi fyrir uppfinningunni, sem síðar leiddi til stofnunar Delipap Oy. Delipap er enn fjölskyldufyrirtæki og Raimo er stjórnarformaður, en þrjú börn hans sjá um daglegan rekstur. Í fyrstu framleiddi fyrirtækið bara bleyjur fyrir börn, en úrvalið hefur aukist og felur nú einnig í sér margs konar aðrar hreinlætisvörur sem að grunni til eru gerðar úr pappír.

2.2.3 Vottun verður sífellt mikilvægari

”Markaðurinn er í stöðugri þróun og vottun verður sífellt mikilvægari”, segir Katarina Hanell, sölu- og markaðsstjóri hjá Delipap. Viðskiptavinirnir þurfa einfaldar og áreiðanlegar upplýsingar um eiginleika vörunnar. Delipap fékk bleyjurnar sínar vottaðar af finnska Ofnæmis- og Astmasambandinu 1997, og árið 2003 fékk gæðakerfi fyrirtækisins vottun skv. ISO 9001. Svanurinn var því ”rökrétt skref á þeirri leið sem búið var að velja.”

2.2.4 Fyrstu Svansmerktu dömubindin í heiminum

Delipap fékk Svaninn á fyrstu vörurnar sínar árið 2006. Þar var um að ræða vörur sem framleiddar voru fyrir tiltekna viðskiptavini, en frá árinu 2009 hefur vottunin einnig náð til eigin vörumerkja. Undirbúningur vottunarinnar gekk tiltölulega vel, m.a. vegna þess að aðstoðarframkvæmdastjóri fyrirtækisins hafði réttan skilning og þekkingu á greininni og ferlinu öllu, auk þess sem hún hafði tækifæri til að einbeita sér að þessu verki í nokkurn tíma. Breyta þurfti ýmsu í framleiðsluferlunum, en margt var þó þegar til staðar. Mestan tíma tóku samskipti við birgja til að fá þá til að breyta ferlum hjá sér til samræmis kröfur Svansins. Delipap var fyrsta framleiðandinn í heiminum sem fékk Svaninn á dömubindi og sá næstfyrsti hvað varðar bleyjur fyrir börn.

2.2.5 Líta á Svaninn sem lágmarkskröfu

"Vissulega er gott að skapa sér sérstöðu með Svaninum, en það er auðvitað bara hluti af heildarpakkanum", segir Katarina. Delipap lítur á kröfur Svansins sem lágmarkskröfu og gengur alltaf skrefinu lengra sé það mögulegt. Allmargar vörur eru t.d. 100% lífbrjótanlegar. Allt rafmagn til framleiðslunnar kemur frá vatnsorku og umframhita, og þar að auki er úrgangur notaður til hitunar og orkuframleiðslu.

2.2.6 Vaxandi kröfur viðskiptavina

Eftirspurn eftir Svansmerktum vörum fer vaxandi meðal viðskiptavina Delipap. Svanurinn hefur ekki haft í för með sér hraða eða beina aukningu í sölu, en umhverfismerkingin er augljóslega mikilvægur þáttur í að viðhalda markaðsstöðunni. Umhverfið er mikilvægur hluti af ímynd Delipap og Svanurinn skapar smátt og smátt hefst stærra samkeppnisforskot eftir því sem umhverfisvitund í samfélaginu vex. Leið Delipap liggur án nokkurs vafa í þessa átt.

2.2.7 Svanurinn þyrfti að taka meira frumkvæði

Katarinu finnst að upplýsa þurfi neytendur með enn skýrari hætti en gert er um það hvað Svanurinn standi fyrir og hver sé munurinn á honum og öðrum merkjum. Finnskir neytendur séu oft ráðvilltir og rugli gjarnan saman mismunandi merkingum, t.d. fyrir ofnæmisöryggi, umhverfi, finnska framleiðslu, o.s.frv. Til að koma þessum skilaboðum betur á framfæri mætti jafnvel nýta dagblöð og aðra slíka miðla betur. Það er ekki nóg upplýsingar liggi bara á heimasíðu SFS (sem sér um

Svaninn í Finnlandi). Hjá Delipap er Svanurinn notaður í öllu markaðssetningarstarfi og á heimasíðunni.

2.2.8 Nánar um Delipap

Delipap framleiðir ýmsar hreinlætisvörur með pappírskvoðu sem helstu hráefni, bæði undir eigin vörumerkjum og fyrir hönd viðskiptavina. Um 30% af sölnunni eru svokallaðar "Private Label" vörur. Þekktustu vörumerki fyrirtækisins eru líklega Vuokkosets hreinlætisvörur fyrir konur, svo og Múmín-bleyjurnar. Eins og staðan er í dag er um helmingur af öllum vörum Delipaps Svansmerktar. Vörurnar eru seldar í dagvöruverslunum um allt Finnland, svo og í sérvöruverslunum og í dagvöruverslunum um allan heim. Um þriðjungur framleiðslunnar er fluttur út. Delipap er með eigin söluskrifstofu í Sankti Pétursborg. Fyrirtækið rekur tvær verksmiðjur, aðra í Veikkola og hina í Raseborg u.þ.b. 75 km vestar. Árleg velta er um 18 milljónir evra.

Mynd 4. Delipap. Eina bleyjuverksmiðja Finnlands, úti í miðjum skógi

Mynd 5. Hópmýnd af bleyjupökkum frá Delipap

Mynd 6. Framkvæmdastjórinn Oskari Nuortie og sölustjórinn Katarina Hanell hjá Delipap Oy – í maí 2011. (Ljósmynd: Ulla Ora)

2.3 Delsbo Candle, Svíþjóð

Fyrirtæki:	Delsbo Candle, Ruotsi
Staðsetning:	Delsbo, Svíþjóð
Grein:	Kerti
Starfsmenn:	40
Stofnár:	1944
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2008
Viðmælandi:	Kenneth Dádring
Heimasíða:	www.delsbocandle.se

2.3.1 "Næsta hráefni verður stearín"

Það trúðu ekki margir orðum Olle Skog þegar hann hélt því fram strax á 8. áratugnum að stearín yrði næsta hráefni í kertaframleiðslu. Í dag framleiðir Delsbo Candle bara kerti úr stearíni, sem er endurnýjanlegt hráefni sem ekki stuðlar að loftslagsbreytingum. Með stearíni fær maður auk þess kerti sem ósa ekki, sóta ekki, renna ekki niður og bogna ekki. Hráefnið er meira að segja ódýrara en paraffín úr jarðolíu sem flestir kertaframleiðendur byggja enn framleiðslu sína á.

2.3.2 Löng saga

Kertaframleiðsla í Delsbo hófst þegar á árinu 1944 undir nafninu "Norrländska Ljusstöperiet". Síðan þá hefur verksmiðjan nokkrum sinnum skipt um nafn og eigendur. Duni AB tók kertaverksmiðjuna yfir árið 1984 og gerði hana að einni nútímalegustu kertaverksmiðju í heimi. Núverandi eigandi, Olle Skog, hefur stýrt rekstrinum frá árinu 1982. Hann eignaðist verksmiðjuna í janúar 2004, ásamt Anders Hagberg sem einnig bjó yfir margra ára reynslu í kertabransanum.

2.3.3 Í átt að betra umhverfi

Eftir að Olle og Anders höfðu eignast verksmiðjuna byrjuðu umskiptin í átt að umhverfisvænni og arðsamari framleiðslu fyrir alvöru. Árið 2005 var alfarið hætt að nota paraffín og síðan þá hefur allt verið gert úr stearíni. En Delsbo vildi ganga skrefinu lengra og fá umhverfismerki á framleiðsluna. Þess vegna var haft samband við Svaninn. Á þeim tíma voru ekki til neinar viðmiðunarreglur fyrir kerti, auk þess sem talið var ómögulegt að votta kerti úr stearíni. Stearín er unnið úr dýra- eða jurtafitu, þ.e.a.s. pálmaolíu, mör eða lýsi. Vandamálið var skortur á rekjanleika pálmaolíunnar. Þetta vandamál var leyst í samvinnu við AAK í Karlshamn sem hóf framleiðslu á

stearíni sem var eingöngu úr dýrafitu af þekktum uppruna. Þar með var öllum meiriháttar hindrunum rutt úr vegi.

2.3.4 Sameiginlegt ferðalag

Viðmiðunarkröfur Svansins fyrir kerti voru þróaðar í samvinnu Delsbo og Svansins í Svíþjóð. U.þ.b. 40–50 öðrum kertaframleiðendum var boðið að taka þátt í vinnunni, en enginn þeirra þáði það. Árið 2007 voru viðmiðunarreglurnar tilbúnar og 2008 fékk Delsbo Candle Svansleyfi fyrir kertin sín.

2.3.5 278% vöxtur á þremur árum!

Svanurinn hefur haft gríðarlega þýðingu fyrir viðskiptaþróunina hjá Delsbo Candle. Á fyrsta árinu með Svaninn var velta fyrirtækisins 27 milljónir sænskra króna, en var komin í 102 milljónir árið 2011. Þetta samsvarar 278% vexti á aðeins þremur árum! Samkvæmt orðum sölu- og markaðsstjórans Kenneth Dáðring er þetta allt beint eða óbeint afleiðing af Svaninum. Þetta hefur gert það mögulegt að fjárfesta í nýjum og enn betri vélum. Frá því í júní 2011 hefur Delsbo t.d. átt eina af stærstu vélasamstæðum í heimi til kertaframleiðslu.

2.3.6 Ekki króna í auglýsingar!

Delsbo Candle eyðir ekki eyrisvirði í auglýsingar, enda segir Kenneth að Svanurinn sé nógu góð auglýsing einn og sér. *"Fyrir þetta borgar maður bara 0,3% af veltunni. Það er næstum því ekki neitt! Það getur enginn haft neitt á móti 0,3%!"* Delsbo notar heldur ekki sitt eigið vörumerki í kynningum, en talar þess i stað bara um *Svansmerkt kerti*. En hvað gerist þegar sífellt fleiri framleiðendur fara að búa til Svansmerkt kerti? Því fleiri, því betra, segir Kenneth. Þau hjá Delsbo vilja vera best, en þau vilja líka hafa samkeppni. Þar að auki væri það betra fyrir umhverfið ef fleiri myndu fara að framleiða kerti úr stearíni!

2.3.7 Ódýrara hráefni, sérhæfður búnaður

Til að framleiða kerti úr stearíni þarf sérstakan tækjabúnað, svo og sýrupolnar leiðslur, mót og tanka. Margir þeirra kertaframleiðenda sem nú framleiða kerti úr paraffíni eiga enga möguleika á að skipta yfir í stearín, af því að búnaðurinn þeirra eru ekki sýrupolinn. Fyrir nokkrum árum var stearín dýrara hráefni en paraffín. Vendipunkturinn í þessu var

árið 2004, en síðan þá hefur stearín verið töluvert ódýrara. Framleiðslan krefst hins vegar miklu nákvæmari stýringar, svo sem í kælingarfasanum, sem hefur það í för með sér að stearínkerti eru enn svolítið dýrari.

2.3.8 Fyrirtækið án veikindadaga

Í grein í Dagens Industri var Delsbo Candle kallað "Fyrirtækið án veikindadaga". Áhersla fyrirtækisins á sjálfbærni snýst ekki bara um umhverfið, heldur líka um velferð starfsfólksins. Þau ráða sjálf hvenær þau vinna, hvaða vélar eru keyrðar o.s.frv., allt með aðstoð sameiginlegrar tímatöflu. Árangurinn endurspeglast í ánægðu starfsfólki og afar fátíðum veikindadögum. Öfugt við hina fjárhagslegu veltu er starfsmannaveltan nálægt núlli.

2.3.9 Nánar um Delsbo Candle

Kertaverksmiðja Delsbo Candle er staðsett í smábænum Delsbo skammt utan við Hudiksvall, 350 km norðan við Stokkhólm. Hjá fyrirtækinu vinna um 40 manns, þar af aðeins 5 í stjórnunarstöðum. Fyrirtækið framleiðir Svansmerkt stearínkerti, aðallega undir vörumerkjum viðskiptavinanna. Kertin frá Delsbo þekkjast á Svansleyfisnúmerinu 388 001.

Mynd 7. Merki Delsbo

Mynd 8. Delsbo Candle fékk Svansvottun fyrst kertaframleiðenda. Á myndinni sést Olle Skog, einn af eigendum fyrirtækisins, ásamt Martin Timell (sem er afar þekkt andlit úr sænsku sjónvarpi)

Mynd 9. Svansmerkt kerti frá Delsbo Candle

Mynd 10. Delsbo Candle á Degi Svansins. (Ljósmynd: Miljömärkning Sverige)

2.4 Edsbyverken, Svíþjóð

Fyrirtæki:	Edsbyverken AB
Staðsetning:	Edsbyn, Svíþjóð
Grein:	Húsgögn
Starfsmenn:	280
Stofnár:	1899
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2001
Viðmælandi:	Josef Höbenreich
Heimasíða:	www.edsbyn.com

2.4.1 Alltaf verið umhverfissinnuð

Edsbyverken hefur alltaf lagt áherslu á umhverfismál. Fyrirtækið var stofnað árið 1899, þegar handverksmaðurinn Lars Fredrik Pettersson opnaði sína eigin trésmiðju til að framleiða húsgögn, hurðir og glugga í nýjar byggingar í hinum ört vaxandi bæ Edsby í Helsingjalandi. Síðan þá hefur framleiðsla húsgagna ávallt verið þungamiðjan í starfseminni, enda þótt Edsbyverken hafi verið þekkt sem einn helsti skíðaframleiðandi í heimi á árunum 1934–1984. Umhverfið hefur verið á dagskrá allan tímann og félagið er vottað samkvæmt ISO 9001 og ISO 14001.

2.4.2 Trúverðug kynning

Við aldamót fundu forsvarsmenn Edsbyverken fyrir þörf fyrir óháða staðfestingu á umhverfislegu ágætu framleiðsluvörunnar, þannig að hægt yrði að koma trúverðugum skilaboðum þar um til viðskiptavinanna. Á þessum tíma var lítið um vottunarkerfi fyrir vörur, en Svanurinn leit út fyrir að vera prýðilegur valkostur þar sem hann var í eigu ríkisins, auk þess að vera vel þekkt kerfi sem gerði alvöru kröfur.

2.4.3 Mikil vinna en ekkert sem kom á óvart

Það var mikil vinna að undirbúa Svansvottunina, en það kom engum á óvart. Svona kerfi kallar eðlilega á heilmikla pappírsvinnu og slíkt tekur alltaf sinn tíma. Hjá Edsbyverken voru menn vel í stakk búnir til að fást við þetta og litu alls ekki á það sem eitthvert óþarft skrifræði.

2.4.4 Frá fjórum tegundum upp í 80% af allri framleiðslunni

Árið 2001 varð Edsbyverken fyrst allra fyrirtækja til að fá Svansvottun á húsgögn. Í fyrstu náði vottunin til fjögurra af húsgagnalínum fyrirtækisins, en síðan þá hefur stöðugt fjölgað í hópnum. Þegar þetta er skrifað eru 80% af allri framleiðslunni komin með Svaninn. Þau húsgögn sem út af standa falla ekki undir skilgreiningu Svansins á vöruflokknum.

2.4.5 Reyna að setja markið hærra

Edsbyverken lítur á viðmiðunarkröfur Svansins sem lágmarkskröfur. Að sögn Josefs Höbenreich, forstjóra Edsbyverken, reyna þau að setja markið hærra en Svanurinn gerir kröfu um. Þegar markmiðum er náð eru sett ný markmið og þannig reynt að vinna að stöðugum úrbótum, svo sem með því að bæta ferla, draga úr ferðalögum og skapa enn betra vinnuumhverfi.

2.4.6 Svanurinn auðveldar manni að svara spurningum

Að sögn Josefs gerir Svansvottunin það auðveldara en ella að svara alls kyns spurningum frá viðskiptavinum fyrirtækisins. Ef spurningin snýst um umhverfis- eða gæðamál, þá liggur svarið þegar fyrir. Maður þarf ekki að byrja á að leita að upplýsingum um eiginleika efnisins o.s.frv. Þessar upplýsingar eru þegar til í kerfinu og þær er hægt að senda beint út sem svar við spurningunni. Svanurinn gefur líka forskot þegar kemur að innkaupasamningum við héraðsstjórnir og aðra opinbera aðila.

2.4.7 Umhverfispættir léttvægir í opinberum innkaupum

Eins og staðan er í dag vega umhverfispættir aðeins 10% þegar teknar eru ákvarðanir um opinber innkaup, en á sama tíma gildir kaupverðið hvorki meira né minna en 60%. Josef telur að umhverfið ætti að vega mun þyngra, t.d. 25–30%.

2.4.8 Svanurinn þyrfti að efla markaðsstarfið sitt

"Okkur finnst það vera við en ekki Svanurinn sem höfum markaðssett Svaninn í húsgagnageiranum", segir Josef Höbenreich. Svanurinn er mjög sterkt og verðmætt vörumerki og þessu ætti Svanurinn að vera duglegri að koma til skila. Sömuleiðis ætti að leggja áherslu á að Svanurinn er ríkisfyrirtæki og hefur þess vegna einstaklega sterka stöðu í umhverfismerkjaflórunni.

2.4.9 Áhyggjur af nýrri gjaldskrá

Hjá Edsbyverken hafa menn áhyggjur af nýrri gjaldskrá Svansins sem tekur gildi 2012. Í þeirra tilfelli hækkar gjaldið úr 350.000 sænskum krónum í hverju landi upp í 100.000 evrur (um 880.000 sænskar krónur) fyrir Norðurlöndin samanlagt. Þetta er í góðu lagi fyrir þá sem selja vörur um öll Norðurlönd, en leiðir til verulegrar hækkunar ef lítið er um útflutning. Það er líka ákveðinn galli að verðið skuli vera gefið upp í evrum, því að þá geta gengisbreytingar haft í för með sér óvæntar sveiflur hjá þeim sem búa við sjálfstæðan gjaldmiðil.

2.4.10 "Við erum með Svaninn"

Allir sem hafa fengið Svaninn geta haldið því að á lofti að þeir "séu með Svaninn", hvort sem það gildir bara um eina tiltekna vöru úr stórri framleiðslulínu eða um 80% af allri framleiðslunni eins og raunin er hjá Edsbyverken. Það er kannski ekki hægt að gera neitt í þessu, en þetta er óneitanlega "svólítið öfugsnúið" fyrir þau fyrirtæki sem komin eru lengst í umhverfismerkjavinnunni.

2.4.11 Umhverfisstarfið borgar sig

Það borgar sig að vinna að umhverfismálum, alla vega til lengri tíma lítið. Umhverfismálin þurfa sem sagt ekki að kosta peninga. Þvert á móti hefur umhverfisstarfið sparnað í för með sér, sem endurspeglast í lægri rekstrarkostnaði og betri rekstrarskilyrðum til framtíðar. Þetta er sá boðskapur sem við þurfum að leggja áherslu á, að mati Josefs Höbenreich.

2.4.12 Nánar um Edsbyverken

Edsbyverken er leiðandi fyrirtæki í húsgagnaiðnaði og í fararbroddi í umhverfisstarfi greinarinnar. Þar vinna nú um 280 manns, heildarflatarmál verksmiðjuhúsnaðisins er 40.000 m² og ársveltan er 400 milljónir sænskra króna. Josef Höbenreich är forstjóri fyrirtækisins, en Sören Hammarström heldur utan um umhverfisstarfið.

Mynd 11. Framleiðsluhúsnæði Edsbyverkens í Edsbyn

Mynd 12. Skrifstofuhúsgögn frá Edsbyverken

Mynd 13. Merki Edsbyverkens

2.5 Frøya Trøya, Noregi

Fyrirtæki:	Frøya Trøya AS
Staðsetning:	Tiller, Noregi
Grein:	Föt
Starfsmenn:	3
Stofnár:	1981
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2009
Viðmælandi:	Fritz Køhler
Heimasíða:	www.froya.com

2.5.1 Ástæðulaust að framleiða föt sem menga

Frøya Trøya hefur framleitt stuttermaboli og peysur síðan 1981. Þessar vörur hafa verið með Öko-tex-vottun síðan á 10. áratugnum og strax á þeim tíma voru þau hjá Frøya Trøya þeirrar skoðunar að ástæðulaust væri að framleiða venjuleg föt sem menguðu. Með þetta í huga höfðu þau það að markmiði að framleiða Svansmerkt klæði, sem væru um leið samkeppnisfær í verði.

2.5.2 Flutningurinn til Indlands auðveldaði málið

Árið 2009 flutti Frøya Trøya alla framleiðslu sína til Indlands. Það hljómar kannski dálítið þversagnakennt, en öðrum þræði varð flutningurinn til þess að einfaldara varð að fara alla leið með Svaninn. Ástæðan var sú að þar fengu þau betri aðgang að lífrænni bómull beint frá bændunum og gátu valið úr sjálf. Undirbúningur Svansvottunarinnar hófst fyrir alvöru í ársbyrjun 2009 og í árslok var Svansvottunin í höfn.

2.5.3 Margra mánaða vinna

Undirbúningur Svansvottunarinnar útheimti margra mánaða vinnu. Þetta snerist einkum um að tryggja að allir birgjar uppfylltu kröfurnar, að allt væri gegnsætt og rekjanlegt, að öll litarefni og önnur efni væru í lagi o.s.frv. Litunin var erfiðust. Í fataiðnaðinum er litun langstærsti mengunarvaldurinn að sögn Fritz Køhler.

2.5.4 Þarf ekki að vera dýrara

Fólk virðist almennt gera ráð fyrir því að lífrænar eða umhverfismerktar vörur séu alltaf dýrari en óvottaðar vörur. Frøya Trøya framleiðir nú u.þ.b. 20.000 mismunandi flíkur, að hluta til hannaðar eftir óskum

einstakra viðskiptavina og að hluta til klæðskerasaumaðar í mismunandi lengdum og breiddum. Hráefnið er lífræn bómull í hæsta gæðaflokki, varan endist 2–3 sinnum lengur en flestar vörur keppinautanna og lituninni fylgir engin losun efna út í umhverfið. Þrátt fyrir þetta geta þau boðið þessar flíkur á sama verði og aðrar flíkur í minni gæðum með miklu stærra vistspor. En þetta gerist ekkert sjálfkrafa. Málið snýst um að skera niður fjölda milliliða og bæta uppbyggingu framleiðsluferilsins. Hér hjálpar Svanurinn til.

2.5.5 Svanurinn á að vera strangur

Fritz Køhler álitur að viðmiðunarkröfur Svansins fyrir fatnað séu hæfilegar. Svanurinn á að vera strangur á öllum sviðum, því að annars munu alltaf einhverjir stytta sér leið.

2.5.6 Meira en lífrænt

Sjálfsgagt þekkja ekki margir muninn á Svansmerktum fatnaði og öðru klæði úr lífrænni bómull. Jafnvel þótt varan sé framleidd úr lífrænni bómull getur úrvinnslan haft í för með sér mikla losun hættulegra litarefna o.fl. Svanurinn tryggir að allur framleiðsluferillinn sé umhverfisvænn, allt frá hráefnum til endanlegrar vöru. Hjá Frøya Trøya er losunin að nálgast núllið.

2.5.7 Hvert einasta val skiptir máli

Að sögn Fritz Køhler er það eitt helsta verkefni Frøya Trøya að fá viðskiptavinina til að skilja mikilvægi þess að kaupa umhverfismerktar flíkur. Að baki hverri flík liggur heilmikið umhverfisstarf og í hvert sinn sem viðskiptavinur tekur ákvörðun greiðir hann tilteknu framleiðsluferli atkvæði sitt á kostnað einhvers annars.

2.5.8 Tollareglur þarfnast endurskoðunar

Hið opinbera á að ganga á undan og vekja athygli á muninum á umhverfismerktum og ekki-umhverfismerktum vörum. Sömuleiðis þarf að endurskoða tollareglur. Frøya Trøya borgar 10,7% toll af eigin vörum sem fluttar eru til Noregs frá framleiðslustað fyrirtækisins í Indlandi á sama tíma og svipaður innflutningur frá Bangladess er tollfrjáls, án þess að nokkur gaumur sé gefinn að umhverfislegum eða siðrænum þáttum.

Tollfrelsi fyrir umhverfismerktar vörur myndi vera mikilvægt skref í átt að betra umhverfi að mati Fritz Køhler.

2.5.9 Mæla stolt með Svaninum

Frøya Trøya er stolt af því að geta selt Svansmerktu fötin sín og bendir kaupendum á að þeir hafi líka ástæðu til að vera stoltir. Það hefur sýnt sig að það er hægt að framleiða föt í hæsta gæðaflokki á samkeppnishæfu verði úr lífrænni bómull, *"svo vel, að það er næstum ótrúlegt – og fötin eru eins og þau séu úr silki."* Svanurinn hefur hjálpað til að ná þessum árangri og þess vegna mælir Frøya Trøya með Svaninum við önnur fyrirtæki með sama stolti og þau mæla með fötunum sem þau framleiða.

2.5.10 Nánar um Frøya Trøya

Frøya Trøya var stofnuð árið 1981 og er nú þekktasta vörumerki sem til er fyrir norskar gæðapeysur. Aðalskrifstofa fyrirtækisins er í Tiller skammt frá Þrándheimi. Sjálf framleiðslan hefur farið fram á Indlandi síðan árið 2009, en í Tiller vinna þrír starfsmenn við vöruþróun, hönnun, sölu, stjórnun, lagerhald og dreifingu. Fritz Køhler stjórnar framleiðslunni og umhverfisstarfinu.

Mynd 14. Camilla Køhler, starfandi stjórnarformaður Frøya Trøya í Svansmerktum stuttermabol frá fyrirtækinu

Mynd 15. Umhverfisboðskapur frá Frøya Trøya

Mynd 16. Framleiðsluaðstaða Frøya Trøya á Indlandi

2.6 Føroyaprent, Færeyjum

Fyrirtæki:	Føroyaprent
Staðsetning:	Þórshöfn, Færeyjum
Grein:	Prentsmiðja
Starfsmenn:	25–30
Stofnár:	2004
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2007
Viðmælandi:	Jon Hestoy
Heimasíða:	www.foroyaprent.fo

2.6.1 Með Svaninn í sigti frá byrjun

Føroyaprent var stofnað árið 2004 með sameiningu prentsmiðjanna Dimmalætting og Hestprent. Mjög snemma í ferlinu ákvað hin nýja stjórn fyrirtækisins að sækja um einhvers konar umhverfisviðurkenningu. Í ljósi þess að Føroyaprent hafði alltaf reynt að keppa við bestu prentsmiðjur á Norðurlöndunum, en ekki bara í Færeyjum, kom Svanurinn strax inn í myndina. Í lok árs 2006 sótti Føroyaprent um Svaninn til dönsku umhverfismerkjaskrifstofunnar, þar eð engin stofnun í Færeyjum sér formlega um Svaninn.

2.6.2 Vottað eftir tvo mánuði!

Føroyaprent fékk Svaninn þegar í febrúar 2007. Það liðu sem sagt ekki nema tveir mánuðir frá umsókn þar til vottunin var í höfn! Það kom nefnilega í ljós að þau hjá Føroyaprent voru þá þegar með flesta hluti í lagi. Búið var að skipta út leysiefnum, 60–65% af pappírnum var þegar samþykkt o.s.frv. Þau fengu síðan heimsókn frá dönsku umhverfismerkjaskrifstofunni, og eftir úttekt á öllu fyrirtækinu var Svanurinn kominn á sinn stað þetta sama kvöld! Undirbúningur vottunarinnar var heldur ekki svo mikil vinna. Pappírsvinnan tók kannski 40–80 vinnustundir og álíka margir tímar fóru í fundi o.fl. innan fyrirtækisins.

2.6.3 Frjór jarðvegur

Fyrirtækið Føroyaprent var í þróunarfasanum þegar þetta byrjaði allt saman. Enda þótt rekja megi sögu forveranna allt aftur til ársins 1877, þá hófust menn handa strax eftir sameininguna 2004 við gagngera endurnýjun á tækjabúnaði, efnum og vinnulagi. Allt var opið fyrir nýjum áhrifum og hugmyndum, og starfsmönnum fyrirtækisins fannst vinnan

við Svaninn mjög spennandi. Starfsmenn hafa iðulega átt frumkvæði að nýjum úrbótum og hafa m.a. leitast við að lækka alkóhólprósentuna í rakaúðanum. Af þessum sökum hefur alkóhólprósentan lækkað úr 8–10% niður í u.þ.b. 5% á síðustu mánuðum. Lækkunin byggir á því að starfsfólkið vill ekki finna neina efnalykt í inniloftinu. Samhliða þessu hefur verið lögð vaxandi áhersla á heilsufar, sem aftur á móti kemur sér vel bæði fyrir umhverfið og fjárhaginn.

2.6.4 Samkeppnistæki

Føroyaprent hefur alltaf litið á Svaninn sem mjög mikilvægt samkeppnistæki. Í litlu landi á borð við Færeyjar vilja viðskiptavinirnir gjarnan fá einhverja sönnun þess að þú bjóðir a.m.k. sömu gæði og áreiðanleika og erlendir keppinautar. Kannski á fólk í litlum samfélögum vanda til að halda að allt sem kemur utan frá sé betra.

2.6.5 Mjög sterkt vörumerki

Føroyaprent vinnur mjög skipulega með Svaninn sem vörumerki, m.a. með átaki til að upplýsa viðskiptavini um mikilvægi þess að kaupa Svansmerkt. Viðskiptavinirnir geta valið að vera "Svanskúnnar", sem felur m.a. í sér að þeir kaupa eingöngu svansmerкта prentgripi. Viðskiptavinirnir, svo sem stærstu dagvöruheðjurnar (Bónus og Miklagarður), hafa jafnframt litið á þetta sem tækifæri til að styrkja ímynd sína sem umhverfismeðvituð fyrirtæki. Þessir viðskiptavinir fá prentað viðurkenningarskjal sem staðfestir græn innkaup þeirra. Margir þeirra hafa valið að hengja þetta skjal á áberandi stað í húsakynnum sínum til að styrkja grænu ímyndina, sem aftur gæti sem best hvatt aðra til að fylgja í fótspor þeirra.

2.6.6 Prýðilegt aðgengi að upplýsingum, en...

Auðvelt hefur verið að nálgast upplýsingar um Svaninn, enda þótt þær séu ekki fáanlegar í Þórshöfn. Skrifstofan í Kaupmannahöfn er sögð vera ágætlega aðgengileg og samskiptin ganga snurðulaust. Hins vegar kann að vera erfiðara fyrir byrjendur að komast af stað, þar eð Svanurinn á engan "heimavöll" í Færeyjum. Þar er heldur ekki til að dreifa neinum beinum auglýsingum eða upplýsingaherferðum. Svanurinn er reyndar mjög sýnilegur í dönsku sjónvarpi. Í því felst ákveðin markaðssetning, jafnvel þótt hún sé ekki á vegum stjórnvalda.

2.6.7 Auðskilið

"Viðmiðunarkröfur Svansins eru auðskildar og það er auðvelt að hafa yfirsýn yfir kerfið", segir framkvæmdastjórinn Jon Hestoy. Honum finnast kröfurnar sem sagt ekki vera of erfiðar. "Það er frábært að hafa svona kröfur sem henta jafn vel litlum, meðalstórum og stórum fyrirtækjum." Það hefur heldur ekki verið neitt mál að laga sig að nýjum kröfum þegar þær hafa verið uppfærðar.

2.6.8 Stigakerfið er styrkur

Að mati Føroyaprent liggur gríðarlegur styrkur í stigakerfi Svansins, því að kerfið felur í sér mikinn sveigjanleika og hvatningu fyrir fyrirtækið. Þarna er mögulegt að safna stigum á þeim sviðum sem maður er bestur í, samtímis því sem stigakerfið felur í sér drifkraft til úrbóta á öðrum sviðum.

2.6.9 Skilur ekki hvers vegna ekki koma fleiri

"Ég skil alls ekki hvers vegna það eru ekki fleiri sem sækja um umhverfismerkingu", segir Jon Hestoy. "Það myndi örugglega gerast ef einhver væri nógu snjall að koma því til skila hversu auðvelt þetta er í rauninni. Kannski heldur maður að þetta sé eitthvað flókið, en það er bara ekki satt."

2.6.10 Nánar um Føroyaprent

Føroyaprent er grafískt alhliða prentþjónustufyrirtæki með u.þ.b. 30 starfsmenn. Þau voru til skamms tíma eina Svansmerkta fyrirtækið í Færeyjum og eru langstærsta prentsmiðjan með u.þ.b. 65–80% markaðshlutdeild. Jon Hestoy er framkvæmdastjóri.

Mynd 17. Starfsfólk Føroyaprent 11/11 2011

Mynd 18. Viðurkenningarskjal Føroyaprents til Løgmannsskrifstofunnar í Føreyjum

2.7 GROM design, Noregi

Fyrirtæki:	GROM design
Staðsetning:	Vaksdal, Noregi
Grein:	Leikföng
Starfsmenn:	3
Stofnár:	2004
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2010
Viðmælandi:	Synnøve Tveito
Heimasíða:	www.grom.no

2.7.1 Sjálfsagt mál frá upphafi

GROM design er að grunni til hönnunarfyrirtæki með meiru. Þau ákváðu fyrir löngu síðan að ef þau myndu einhvern tímann framleiða eitthvað, þá skyldi það vera umhverfismerkt. Hugmyndin átti m.a. rætur í vinnu þeirra við hönnun bóka, en þar féll til mikið af óþörfum úrgangi. Vara án umhverfismerkis var aldrei neinn valkostur.

2.7.2 Troll i ord

Eina áþreifanlega framleiðsluvaran frá GROM er leikfangaaskjan *Troll i ord*, en þetta er trékassi með tréfigúrum sem tákna persónur úr ævintýrinu *Strákurinn sem fór til norðanvindsins og heimtaði kornið sitt aftur*. Auk figúranna inniheldur askjan prentuð kort með hugtökum, myndum og þrautum úr ævintýrinu, ásamt með pússlubitum, ævintýraheftum á mismunandi tungumálum og kennaraleiðbeiningum. Heildarhugmyndin á rætur í uppeldisfræðilegum rannsóknum. Askjan er hugsuð sem málörvunarefni fyrir leikskóla og yngstu bekki grunnskólans, með sérstakri áherslu á fjöltyngd börn. Ævintýrið er til á norsku (bókmáli og nýnorsku), urdu, sómölsku, ensku, frönsku, pólsku, rússnesku og arabísku, en fleiri tungumál eru í bígerð.

2.7.3 Með markhópinn í huga

Troll i ord er framleitt fyrir afskaplega umhverfismeðvitaðan markhóp. Umhverfið er efst á baugi í mörgum leikskólum og grunnskólum, og í Noregi eru margir þeirra komnir með vottun Umhverfisvitans (n. Miljøfyrtårn). Leikföng fyrir lítil börn ættu líka alls ekki að innihalda eitrefni af neinu tagi. Með þetta í huga varð það enn sjálfsagðara en ella að fá umhverfismerki á *Troll i ord* til að tryggja að þar væri allt eins gott og kostur er.

2.7.4 Þau fyrstu í Noregi

Troll i ord var fyrsta Svansmerkta leikfangið í Noregi. Í þessu fólst í senn mikil áskorun og einstakt tækifæri fyrir GROM design að skapa sér sérstöðu, þar sem þetta var líka eitthvað alveg nýtt fyrir starfsfólkið í Miljømerking Norge sem sér um Svaninn í Noregi. Svansfólkið var mjög jákvætt og velviljað að sögn Synnøve Tveito hjá GROM design. Svanurinn og GROM unnu saman að því að finna timbur og önnur hráefni, og þannig þróaðist hugmyndin í nánú samstarfi. En þetta var vissulega langt lærdómsferli fyrir alla, með mörgum tölvupóstum fram og til baka, mörgum eyðublöðum sem maður vissi ekki alveg hvers vegna og hvernig maður átti að fylla út o.s.frv. Ferlið tók rúmt ár áður en allt var tilbúið til vottunar.

2.7.5 Hátt lágmarksgjald fyrir þá minnstu

Gjöldin til Svansins eru í hærra lagi fyrir lítið fyrirtæki eins og GROM design. Vissulega fengu þau mikið fyrir þessa peninga, en lágmarksgjald upp á 10.000 norskar krónur er hátt miðað við veltuna á þessari einu vöru. Hér gæti Svanurinn kannski verið sveigjanlegri til að auðvelda örfyrirtækjum að sækja um umhverfismerki.

2.7.6 Viðmiðunarkröfurnar eru góðar

Viðmiðunarkröfur Svansins eru strangar, en þannig verður það líka að vera. Svanurinn er og á að vera alvörunerki sem færir neytendum áreiðanleg skilaboð um minnstu mögulegu áhrif á umhverfi og heilsu!

2.7.7 Ekki hægt að setja umhverfismerkið á sjálfa öskjuna

Það var ekkert stórmál fyrir GROM að uppfylla viðmiðunarkröfurnar hvað varðar trékubbana sem slíka, en það var snúnara með prentunina. Eina vandamálið sem kom upp var að það var ekki hægt að setja umhverfismerki á sjálfa öskjuna, jafnvel þótt hún væri gerð úr sama timbri og innihaldið. Það má taka fram á umbúðunum að askjan innihaldi Svansmerkta vöru, en askjan passar ekki inn í skilgreiningu á leikföngum samkvæmt viðmiðunarkröfum Svansins.

2.7.8 Athygli – aðallega heimafyrir

Troll i ord fékk töluverða athygli í fjölmiðlum þegar Svanurinn var afhentur. Þetta var þó aðallega í staðarblöðum, þrátt fyrir að málið snerist um fyrstu Svansmerktu leikföngin í Noregi. Það lítur hálfpartinn út fyrir að stóru miðlarnir vilji frekar vera með fyrirsagnir um eiturefni í leikföngum en um eiturefnalaus leikföng. Kannski ættu þeir að leggja svólítið meiri áherslu á það jákvæða.

2.7.9 Neytendur þurfa betri upplýsingar

Synnøve er þeirrar skoðunar að gera þurfi meira til að upplýsa almenning um umhverfismerkingar og umhverfismál almennt. Vissulega er til gríðarlegt magn af upplýsingum, en þær þyrfti að einfalda t.d. með vefsíðum sem hjálpa neytendum, og þá ekki síst ungu fólki, að velja rétt í umhverfislegu tilliti.

2.7.10 Nánar um GROM design

GROM design er örfyrirtæki í sveitarfélaginu Vaksdal rétt fyrir utan Bergen. Umhverfismál hafa verið ofarlega á dagskrá frá upphafi og í maí 2011 fékk GROM Umhverfisvitann fyrst allra fyrirtækja í sveitarfélaginu. Upplýsingar um einu áþreifanlegu framleiðsluvöruna frá fyrirtækinu, leikfangaöskjuna *Troll i ord*, er að finna á www.trolliord.net. Synnøve Tveito er framkvæmdastjóri og ein af eigendunum.

Mynd 19. Hluti innihaldsins í «Troll i ord» – ævintýraöskju

Mynd 20. Þau hjá GROM design eru stolt af því að geta kynnt «Troll i ord» á sýningum fyrir kennsluefni. Hér eru þau á NKUL í Þrándheimi (www.nkul.no).

2.8 Hótel Eldhestar, Íslandi

Fyrirtæki:	Hótel Eldhestar
Staðsetning:	Ölfus, Íslandi
Grein:	Hótel
Starfsmenn:	5
Stofnár:	2002
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2002
Viðmælandi:	Hróðmar Bjarnason
Heimasíða:	www.eldhestar.is

2.8.1 Svanurinn var sjálfsagður hlutur

Eldhestar hafa boðið upp á hestaferðir frá því árinu 1986. Tilgangurinn er að sýna gestum íslenska náttúru, bæði í næsta nágrenni og í löngum hálendisferðum. Þegar ákvörðun var síðan tekin árið 2001 um að byggja hótel, þá lá beint við að hafa umhverfið í huga frá upphafi. Þau skoðuðu nokkur kerfi, en tóku Svaninn fram yfir aðra valkosti. Vissulega gerði Svanurinn miklar kröfur, en reglur og viðmið voru skýr og vel fram sett og leiðbeiningarnar góðar. Hróðmar framkvæmdastjóri hafði góð tengsl við Svíþjóð, þar sem hann bjó og stundaði nám. Á þessum tíma komu líka flestir gestir Eldhesta frá Skandinavíu.

2.8.2 Dálítið erfitt í byrjun

"Jú, vissulega var þetta dálítið erfitt í byrjun", segir Hróðmar. "Við vorum fyrsta ferðaþjónustufyrirtækið á Íslandi sem sótti um umhverfismerki, þannig að við höfðum engar fyrirmyndir innanlands". Á þessum tíma voru bara þrjú fyrirtæki á Íslandi kominn með Svaninn, þ.e. ein prentsmiðja og tveir framleiðendur hreinsiefna. Eldhestar þurftu því að byrja alveg á byrjuninni. Það var t.d. heilmikið mál að finna umhverfisvænstu byggingarefnin og tækin. Hvar átti maður t.d. að kaupa umhverfisvæn sjónvörp? Í dag er þetta allt miklu auðveldara. Umhverfisstofnun var ekki sterk í þessu til að byrja með, en allir gerðu sitt besta. Þar að auki voru Eldhestar í beinu sambandi við Svaninn í Svíþjóð. Tvær sænskar stúlkur sem unnu hjá Eldhestum á þessum tíma sinnu þessu verkefni í fullu starfi.

2.8.3 Tók ekki langan tíma

Hótelið var opnað 1. júní 2002 og fékk Svansleyfið strax í upphafi. Í ferðaþjónustunni verður maður að vinna mjög markvisst til að vottunin sé tilbúin áður en ferðamannatímabilið byrjar, áður en bæklingarnir eru sendir í prentun o.s.frv. Þetta er alltaf kapphlaup við tímann. Vinnan við að undirbúa vottunina tók tæplega hálft mannár. Í dag myndi þetta taka miklu skemmri tíma, kannski 1 mánuð eða svo.

2.8.4 Viðráðanlegar kröfur, jafnvel fyrir lítil fyrirtæki

Viðmiðunarkröfurnar fyrir hótél eru auðvitað strangar og á köflum ákaflega nákvæmar, en allt er þetta mjög skýrt og auðvelt að fara eftir því. Stigagiöfin hjálpar til við markmiðssetninguna og er um leið ágætur leiðarvísir. Svigrúmið innan kerfisins gerir það að verkum að það hentar vel fyrir lítil fyrirtæki.

2.8.5 Ekkert íþyngjandi skrifræði

"Hvort þetta sé eitthvert gríðarlegt skrifræði? Nei, eiginlega ekki. Manni finnst það kannski fyrst, en þetta verður strax hluti af daglegri rútínu hjá starfsfólkinu. Þau hafa verið jákvæð og það hefur gengið vel að setja nýja starfsmenn inn í þetta. Við förum líka í gegnum þetta allt á reglulegum fundum", segir Hróðmar

2.8.6 Árangurinn er augljós, en ekki auðmælanlegur

Að sögn Hróðmars naut Hótél Eldhestar þess að vera fyrsta Svansmerkta ferðaþjónustufyrirtækið á Íslandi. Þau fengu jákvæð viðbrögð og umhverfistengdir aðilar völdu hótelið iðulega fyrir fundi o.fl. Fyrstu árin var hins vegar mjög lítið gert í kynningarstarfi fyrir Svaninn á Íslandi – og enn minna á árunum 2005–2009. Síðan þá hefur mikið breyst og Umhverfisstofnun er orðin miklu öflugri í þessari vinnu. *"Ég hlakka til að sjá hvaða áhrif Svanurinn hefur á reksturinn hjá okkur 2012", segir Hróðmar.*

2.8.7 Enginn verulegur aukakostnaður

Eldhestar líta ekki á kostnaðinn við Svaninn sem vandamál. Vissulega kostaði þetta sitt í upphafi og sumt af því hefur ekki nýst. Þau settu t.d. upp tengla fyrir hreyfilhitara við bílastæðin. Þeir hafa líklega aldrei verið

notaðir. Væntanlega skilar kostnaðurinn við kerfið sem slíkt sér til baka í aukinni skilvirkni, betri ímynd og ánægðu starfsfólki og gestum.

2.8.8 Mælir hiklaust með Svaninum

"Núna veit maður alltaf hvar maður á að leita að upplýsingum. En við sem erum með Svaninn gætum gert meira til að markaðssetja vottunina. ÉG mæli hiklaust með Svaninum við önnur fyrirtæki. Mikilvægi umhverfismála á bara eftir að aukast."

2.8.9 Nánar um Hótel Eldhesta

Hótel Eldhestar var opnað 1. júní 2002, upphaflega með 10 herbergjum. Árið 2005 var bætt við 16 herbergjum til viðbótar, auk ráðstefnuaðstöðu. Hótelið fékk umhverfisverðlaun Ferðamálastofu 2011. Hróðmar Bjarnason er framkvæmdastjóri fyrirtækisins og einn af eigendum þess.

Mynd 21. Hótel Eldhestar

Mynd 22. Eitt af herbergjunum á Hótel Eldhestum

2.9 Hótel Rauðaskriða, Íslandi

Fyrirtæki:	Hotell Rauðaskrida
Staðsetning:	Aðaldalur, Íslandi
Grein:	Hótel
Starfsmenn:	3
Stofnár:	1992
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2011
Viðmælandi:	Kolbrún Ulfadóttir
Heimasíða:	www.hotelraudaskrida.is

2.9.1 Hafa alltaf verið umhverfisþenkjandi

Eigendur Hótel Rauðuskriðu, Kolbrún og Jóhannes, voru alin upp í áhuga á umhverfismálum, og sá áhugi hefur aukist smám saman. Kolbrún hefur lengi setið í stjórn Ferðaþjónustu bænda hf., og þar hafa umhverfismál líka verið ofarlega á baugi.

2.9.2 Byrjað að huga að vottun 2006

Árið 2006 hófust eigendur Hótel Rauðuskriðu handa við að safna upplýsingum um umhverfisvottun á hótélum. Þau heimsóttu m.a. Farfuglaheimilið í Reykjavík, sem fékk Svaninn 2004. Árið 2009 settu þau meiri kraft í starfið, m.a. með aukinni flokkun úrgangs, heimajarðgerð o.fl. Á þessum tíma var enginn gististaður utan suðvesturhornsins með Svaninn, sem gerði þetta enn áhugaverðara og enn meiri áskorun en ella.

2.9.3 Ávinningurinn felst einkum í ánægjunni

Undirbúningur vottunarinnar útheimti gífurlega mikla vinnu til að byrja með. Tímafrekast var að hafa samband við alla birgja til að tryggja að allt sem keypt var inn stæðist kröfurnar. Eitt af því erfiðara var að finna hentug flokkunarílát á herbergin. En þegar allt var komið vel af stað var þetta ekkert stórmál. Kannski örlítið meiri vinna, en "það skilaði sér í ánægjunni", eins og Kolbrún orðar það.

2.9.4 Svanurinn kom Rauðuskriðu á kortið

Hótel Rauðaskriða sótti um Svaninn vorið 2010, og í mars 2011 var Svansleyfið komið á sinn stað. Með vottuninni komst hótelið í einstaka stöðu, þar sem Rauðaskriða var fyrsta Svansmerkta hótelið í raunverulegu dreifbýli (>50 km frá Reykjavík). Svanurinn kom Rauðuskriðu í raun og veru á kortið. Að sögn Kolbrúnar hefur ólíklegasta fólk lýst ánægju sinni með vottunina. Hún veit reyndar ekki með vissu hvort margir hafi gisti í Rauðuskriðu eingöngu Svansins vegna, en það er jú bara eitt sumar liðið frá því að vottunin fékkst. Þar að auki eru flestir viðskiptavinirnir útlendingar og Svanurinn virðist ekki vera mikið þekktur utan Norðurlandanna.

2.9.5 Vaxandi kröfur sem auðvelt er að mæta

Kolbrún fékk nýverið bréf frá franskri ferðaskrifstofu með beiðni um upplýsingar um umhverfisstefnu og umhverfisstarf hótelsins. Frakkarnir hafa áður átt viðskipti við Rauðuskriðu, en eru nú farnir að leggja miklu meiri áherslu á umhverfismálin en áður. Þessum nýju kröfum eiga Svansmerkt hótél auðvelt með að mæta, vegna þess að þau eru alltaf með svona upplýsingar tiltækar. "Þetta er stór plús", segir Kolbrún. "Hér sér maður ávinninginn af allri þeirri vinnu sem búið er að leggja í þetta."

2.9.6 Sanngjörn gjöld

Kolbrún dáist að því fólki sem vinnur með Svaninn hjá Umhverfisstofnun. Þau leggja hart að sér og eru ótrúlega hjálpsöm. Vissulega kostar vottunin sitt, en gjaldið til Svansins er alls ekki hátt miðað við alla þá þjónustu sem maður fær.

2.9.7 Smáfyrirtæki þurfa enga sérmeðferð

Kolbrún bendir á að vissulega sé Svanurinn ekki sniðinn að þörfum lítilla fyrirtækja, en hún segist heldur ekki vilja neinar sérstakar tilslakanir smæðarinnar vegna. Kröfurnar eru strangar, en þær þurfa líka að vera það. Stundum væri þó hægt að einfalda ferlið dálítið, t.d. með því að bæta samræmi á milli mismunandi skjala.

2.9.8 Meiri fræðslu takk!

Auka þarf fræðslu í samfélaginu verulega að mati Kolbrúnar, bæði um vottanir og um umhverfismál almennt. Íslendingar séu augljóslega eftirbátar hinna Norðurlandanna á þessu sviði og tækifærin til úrbóta eru stór. Hér gegna sveitarfélögin mikilvægu hlutverki, þau verða að ganga á undan með góðu fordæmi. Enginn einn aðili hefur jafnmikil áhrif og sveitarfélögin.

2.9.9 Við höfum miklu meiri áhrif en við höldum

Svansmerkt fyrirtæki, stór og smá, hafa miklu meiri áhrif í samfélaginu en maður gerir sér grein fyrir. Þetta er í það minnsta mat Kolbrúnar. Í þessu sambandi nefnir hún sérstaklega áhrifin á birgjana, en það er líka *"gaman að geta sagt öðrum frá, innanlands og utan."* Með þessu móti breiðir fyrirtækið út þekkingu, og allt skiptir þetta máli fyrir Jörðina. Maður getur ekki alltaf mælt árangurinn í peningum á fyrsta ári, en þetta skilar sér í betri ímynd og meiri ánægju, bæði meðal starfsfólks og gesta. Kolbrún mælir alveg skilyrðislaust með Svaninum og hvetur aðra eindregið til að feta í fótspor Rauðuskriðu og sækja um vottun.

2.9.10 Nánar um Hótel Rauðuskriðu

Hótel Rauðaskriða er í Aðaldal, 28 km sunnan við Húsavík. Á hótelinu eru 20 herbergi og 8 til viðbótar í byggingu. Á veturna er starfsemin lítil sem engin, en á sumrin vinna þar u.þ.b. 7 starfsmenn. Kolbrún Ulfsdóttir og eiginmaður hennar eiga og reka hótelið, en sonur þeirra og fjölskylda hans eru í þann veginn að taka reksturinn yfir.

Mynd 23. Hótel Rauðaskriða í Aðaldal

Mynd 24. Matsalurinn á Hótel Rauðuskriðu og stigin upp á efri hæðina

Mynd 25. Kolbrún Ulfsdóttir og Jóhannes Haraldsson á Hótel Rauðuskriðu taka við Svansleyfinu í mars 2011 af Elvu Rakel Jónsdóttur (t.v.) á íslensku Svansskrifstofunni (Umhverfisstofnun). (Ljósmynd: Umhverfisstofnun)

2.10 Hótel Savoy, Álandseyjum

Fyrirtæki:	Åland hotel group AB
Staðsetning:	Mariehamn, Álandseyjum
Grein:	Hótel
Starfsmenn:	32
Stofnár:	1998
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2011
Viðmælandi:	Johan Norrgård
Heimasíða:	www.alandhotels.fi

2.10.1 Fyrsta umhverfismerкта hótelið á Álandseyjum

Hótel Savoy er fyrsta umhverfismerкта hótelið á Álandseyjum. Umhverfisstarfið hófst í tengslum við meiri háttar endurnýjun á 45 af 85 herbergjum hótelsins. Í desember 2010 ákváðu þau að sækja um Svaninn og í apríl 2011 byrjaði undirbúningurinn fyrir alvöru með kortlagningu á öllum aðföngum, afdrifum úrgangs o.s.frv. Vottun fékkst í desember 2011.

2.10.2 Mikill sparnaður

Það gefur manni vissulega tiltekna stöðu að vera með Svaninn, en þessi vinna felur líka í sér mikil tækifæri til sparnaðar. Johan Norrgård, hóteltjóri á Hótel Savoy, segir að hótelið spari t.d. nú þegar 1.000 evrur á mánuði vegna betri meðhöndlunar úrgangs sem sé bein afleiðing af vottunarferlinu. Þeim hafi líka tekist að skera mikið niður í rafmagns- og hitanotkun, þó að reyndar sé erfiðara að bera þessar tölur saman milli ára vegna ólíkra veðurskilyrða. Strax í umsóknarferlinu verður maður meðvitaðri um mögulegan sparnað. Með þetta í huga og með tilliti til þjónustunnar sem maður fær eru leyfisgjöldin mjög sanngjörn að mati Johans.

2.10.3 Tímafrekt að ná inn upplýsingum frá birgjum

Að sögn Johans Norrgård tók vinnan við að undirbúa Svansvottunina bara 3–4 vikur sem slík. Aðalvandamálið var að fá birgjana til að afhenda alls konar staðfestingar varðandi vörur og þjónustu, t.d. vottorð um að þeir seldu umhverfisvænt rafmagn, upplýsingar um ýmis hráefni og kemísk efni, lýsingar á því hvernig úrgangsfyrirtækin meðhöndluðu flokkaðan úrgang frá hótelinu o.s.frv. Þetta helgast að hluta til af því að birgjar á Álandseyjum voru ekki vanir svona spurningum, þar sem Hótel

Savoy var fyrsti viðskiptavinurinn sem spurði þeirra. Þetta verður miklu auðveldara fyrir önnur fyrirtæki sem fylgja í kjölfarið.

2.10.4 Lipurt ferli

Johan fullyrðir að það sé ekkert mál að fylla út rafrænt umsóknarblað Svansins fyrir hótél. Það voru einungis fáein atriði sem þörfuðust skýringa, og þá þurfti bara að senda tölvupóst til Svansskrifstofunnar í Finnlandi. Þau veita mjög góða þjónustu og venjulega berast svörin í síðasta lagi næsta dag.

2.10.5 Sveigjanlegar viðmiðunarkröfur

Það er góður sveigjanleiki í viðmiðunarkröfum Svansins fyrir hótél, að mati Johans Norrgård. Kröfuna um hámarksorkunotkun verður að uppfylla, og þar að auki þarf maður að vera undir a.m.k. einu öðru hámarksgildi, þ.e. fyrir vatn, úrgang eða efnanotkun. Þetta gerir það mögulegt að taka þetta allt í jöfnum skrefum, þar sem það er ekki nauðsynlegt að breyta öllu á einu bretti.

2.10.6 Bara plús

Þrátt fyrir að Svansvottunin hafi ekki fengist fyrr en í desember 2011 skiptir hún þegar miklu máli hvað bókanir varðar, sérstaklega frá fyrirtækjum. Sífellt fleiri fyrirtæki og stofnanir fá umhverfisvottun og byrja að gera umhverfiskröfur á birgjana sína. Umhverfið skiptir líka einstaklinga sífellt meira máli. "Bara plús", segir Johan Norrgård.

2.10.7 Meðmæli – með ánægju

Johan "getur með ánægju mælt með" Svaninum við önnur fyrirtæki. "Þegar upp er staðið verður afkoman betri!" Svanurinn er enn fremur sérstaklega áreiðanlegur, þar sem þetta er allt undir eftirliti Norrænu ráðherranefndarinnar en ekki á vegum einhvers einkafyrirtækis með fjárhagslega sérhagsmuni.

2.10.8 Hefur áhrif á umhverfisstarfið heima

Johan Norrgård viðurkennir að vinnan með Svaninn á vinnustað hafi áhrif á það hvernig maður hagar sér heima. Með þessu móti hefur Svanurinn jákvæð áhrif langt út fyrir hið Svansmerkta fyrirtæki.

2.10.9 Nánar um Hótel Savoy

Hótel Savoy er í miðbæ Mariehamn og er hluti af ÅlandHotels sem einnig á Hótel Adlon í Mariehamn. Hóтелиð er með rúmlega 20 fastráðna starfsmenn og talsvert fleiri á sumrin. Johan Norrgård er hótelstjóri.

2.11 ICA Nära Optimisten, Svíþjóð

Fyrirtæki:	Optimisten Lanthandel HB
Staðsetning:	Gustavsfors, Svíþjóð
Grein:	Dagvöruverslun
Starfsmenn:	3
Stofnár:	1991
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2007
Viðmælandi:	Ingela Andréa
Heimasíða:	www.ica.se/optimistens_lanthandel

2.11.1 Þetta snýst bara um að nota heilbrigða skynsemi

Umhverfisáhuginn hefur alltaf verið til staðar í sveitabúðinni ICA Optimisten í Gustavsfors. Ingela og Nils Andréa hafa rekið búðina frá árinu 1991, en áður höfðu þau bæði unnið við landbúnað og skógrækt. Umhverfiskhugsunin er þeim ekkert nýnæmi, þetta snýst aðallega um að "nota heilbrigða skynsemi".

2.11.2 Kannski auðveldara fyrir þá litlu

Ingela álitur að það sé jafnvel auðveldara fyrir litla aðila að fá umhverfismerki, af því að í lítilli búð hafi maður yfirsýn yfir næstum því allt, og allir sem vinni í búðinni finni fyrir ábyrgðinni og viti um hvað málið snýst. Margir halda kannski að það sé erfitt fyrir minnstu aðilana að ná sér í umhverfisvottun, en "það er vitleysa", segir Ingela. "Fyrst að við gátum það, þá geta það allir", og Ingela veit hvað hún syngur. Á veturna er hún með einn starfsmann í búðinni, auk mannsins síns hans Nils. Þrátt fyrir þetta hefur hún "ekki lent í neinum erfiðleikum" í umhverfisstarfinu.

2.11.3 Persónuleg aðstoð frá fyrsta degi

Búðin hennar Ingelu var "ICA-umhverfisbúð" áður en hún byrjaði að undirbúa Svansvottunina. Strax á þeim tímapunkti fékk hún samband við Ingvor Svensson, sem hefur síðan þá verið hennar persónulegi þjónustufulltrúi og hjálparhella í starfinu á vegum SIS Miljömörkning sem sér um Svaninn í Svíþjóð. Samstarfið hefur alltaf gengið hnökralaust, það er auðvelt að fá þær upplýsingar sem á þarf að halda, fljótt og einfalt.

2.11.4 Þetta ættu allir að geta

Það tók býsna stuttan tíma að verða Svansmerkt verslun. Ingela og Nils voru þegar byrjuð í umhverfisstarfi, enda hafði umhverfið alltaf skipt þessi verslunarhjón máli. Viðmiðunarkröfurnar reyndust henta einkar vel, og ekki þurfti að ráðast í neinar meiri háttar breytingar. *"Þetta ættu flestar verslanir að geta"* segir Ingela, *"maður þarf bara að sýna fyrirhyggju í vinnunni og hugsa umhverfisvænt."*

2.11.5 Snýst mikið um okkar eigin hag

"Vinnan með Svaninn hefur verið mjög skemmtileg og haft það í för að maður hefur hlúð að hagsmunum eigin fyrirtækis", segir Ingela. *"Maður sparar mikla peninga í úrgangsmeðhöndlun, rafmagni o.s.frv. Svanurinn er virkilega góður, þar fær maður alla þá hjálps sem maður þarf til að fá vottun."*

2.11.6 Við erum "Optimistar!"

Vissulega er þetta dálítil pappírsvinna, en engin stjórnun er möguleg án þess að skrifa eitthvað niður. *"En þetta hefur ekki verið erfitt. Við höfum hjálpast að og við erum jú "bjartsýnismenn"*", segir Ingela og vísar þar til nafns verslunarinnar *Optimistens Lanthandel*, eða *"Sveitaverslun bjartsýnismannsins"*.

2.11.7 Meiri umhverfisvitund á sumrin

Margir af viðskiptavinum Ingelu spyrja eftir umhverfismerktum og lífrænt vottuðum vörum, sérstaklega á sumrin þegar meira er um ferðamenn á svæðinu. Þar sem verslunin liggur við Dalslands Kanal koma þangað margir kajakahópar héðan og þaðan úr heiminum, og þetta fólk er yfirleitt mjög meðvitað um umhverfið. Yngra fólk virðist líka sækjast meira eftir lífrænt vottuðum vörum en þeir sem eldri eru. *"Kannski er það þannig að þeir sem búa í stórborgum fara að hugsa meira um umhverfið, en við sem búum út á landi lítum á það sem sjálfsagðan hlut."*

2.11.8 Svanurinn sem stöðutákn

Svanurinn skiptir miklu máli fyrir ímynd verslunarinnar. Ingela er með skilti á hurðinni sem býður viðskiptavina velkomna í Svansmerkta búð og þakkar fyrir komuna þegar fólk fer. Að mati Ingelu gefur það ákveðna stöðu að vera Svansmerkt verslun. Vottunin er stór hluti af ímyndarsköpun Optimistans.

2.11.9 Umhverfið þarfnast markaðssetningar

Ingelu finnst að stjórnvöld ættu að gera meira í að upplýsa almenning og útskýra mikilvægi umhverfismála. "Maður þarf kannski ekki að gera svo ýkja stórar breytingar í lífinu. Þetta snýst um að taka allt skref fyrir skref. Margir eru lítt meðvitaðir, og hér væri hægt að virkja blöðin og sjónvarpið betur til að breiða út boðskapinn, t.d. um mikilvægi þess að versla í heimabyggð. Þetta á sérstaklega við ef maður vill sleppa við allan útblásturinn frá bílum og rútum. Þú getur gengið eða hjólað í búðina þína. Margt smátt gerir eitt stórt eins og maður segir."

2.11.10 Nánar um Optimisten Lanthandel

ICA Nära Optimisten er sveitaverslun í Gustavsfors í Dalsland í Vestur-Svíþjóð. Verslunin hefur verið Svansvottuð frá árinu 2007, en eigendurnir Ingela og Nils Andrée hafa rekið verslunina síðan 1991. Þau eru með einn starfsmann á veturna, en fleiri á sumrin, enda er búðin skammt frá Dalsland Kanal sem laðar marga ferðamenn á svæðið. Gustavsfors er þorp sem blómstrar yfir sumarmánuðina.

Mynd 26. Ingela Andrée fyrir utan búðina sína í Gustavsfors. (Ljósmynd: Miljömärkning Sverige)

2.12 Junno & Unno Hylderne, Danmörku

Fyrirtæki:	Junno & Unno
Staðsetning:	Óðinsvé, Danmörku
Grein:	Húsgögn
Starfsmenn:	0,5
Stofnár:	2007
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2010
Viðmælandi:	Margareta Norrgård
Heimasíða:	www.junnounno.com

2.12.1 Þröngur inngangur

Margareta Norrgård fékk hugmyndina að Junno og Unno-hillunum strax á árinu 2004. Hugmyndin átti rætur í þröngu forstofunni heima hjá Margaretu, þar sem alltaf var of lítið af plássi og of mikið af skóm. Þetta fékk hana til að reyna að búa til litla hillu þar sem hægt væri að geyma skó þannig að þeir tækju sem minnst pláss. Sem heimavinnandi húsmóðir gat Margareta tekið sér tíma í að finna hentuga útfærslu. Fyrst varð til módel úr pappír áður en það þróaðist í heimagerða hillu úr krossviði.

2.12.2 Hönnun – og skráð hönnun

Þessu næst hafði Margareta sambandi við verkfræðing til að ræða frekari þróun hillunnar. Þau komust að því að best myndi vera að gera hilluna úr málmi, af því að málma er hægt að endurvinna óendanlega oft. Umhverfið var þannig með í för frá byrjun. Hillan átti líka að vera eins og kubbur í púsluspili til að hægt væri að skera hana út með laserskera með hámarksnýtingu efnis. Í framhaldinu fékk Margareta hilluna samþykkt af Einkaleyfa- og vörumerkjastofnun Danmerkur sem skráða hönnun í öllu Evrópusambandinu.

2.12.3 Erfitt að finna söluaðila

Fyrsta hillan var framleidd haustið 2007. Í janúar 2008 sýndi Margareta nokkrar glænýjar hillur á CP Home-vörusýningunni í Bella Center í Kaupmannahöfn. Hillurnar fengu góðar móttökur og fólki fannst þetta sniðug hugmynd. En það er langur vegur frá fyrstu viðbrögðum þangað til að varan fer að seljast fyrir alvöru og það hefur reynst erfitt að finna söluaðila.

2.12.4 "Slow-business"

Hugmynd Margaretu var frá upphafi að hillurnar ættu að vera notendavænar, hentugar og gerðar úr endurvinnanlegu efni. "Slow-business" án offjárfestingar var líka hluti af viðskiptahugmyndinni. Hugmyndin að baki hverri Junno- og Unno-hillu er að draga úr streitunni heima í forstofu. Og varan átti að vera – og er – norræn. Framleiðslan er dönsk frá A-Ö.

2.12.5 Svanurinn kemur inn í myndina

Snemma í ferlinu áttaði Margareta sig á því að Svanurinn myndi vera upplagt tæki til að tryggja gæði, umhverfisímynd og trúverðuleika hillnanna. Umsókn var send til umhverfismerkjaskrifstofunnar í desember 2008. Vottunarferlið tók sinn tíma, aðallega vegna þess hve erfitt var að safna upplýsingum um mismunandi tegundir af lakki. Að lokum tókst að fá tiltekið svart duftlakk viðurkennt og Junno & Unno fékk Svaninn fyrir svörtu hillurnar sínar 2010. Markmiðið í dag er að allar hillurnar verði Svansmerktar, en enn hefur ekki tekist að fá nægjanlegar upplýsingar um innihaldið í hinum lakktegundunum.

2.12.6 Þau hafa verið sérlega indæl

Að sögn Margaretu var Svansvinnan svolítið erfið í byrjun, af því að það var svo margt sem þurfti að ganga úr skugga um. En starfsfólkið á umhverfismerkjaskrifstofunni var "*sérlega indælt*". Samskiptin gengu vel, þetta voru "*margir klukkutímar og margir tölvupóstar, en það var þess virði*". Skrifræðið var samt ekkert vandamál. Maður þarf að læra margt og það verður auðveldara þegar maður veit að hægt er að senda allt rafrænt.

2.12.7 Að kynnast vörunni sinni

Margareta heldur því fram að í þessu ferli hafi hún kynnst vörunni sinni betur. Og já, þetta er búið að vera dýrt, en þetta er bara hluti af stefnunni. Svanurinn er sú staðfesting sem viðskiptavinirnir verða að fá til að vita að þetta sé reglulega góð og örugg vara. Nýja gjaldskráin með afsláttum fyrir örfyrirtæki hjálpar mikið til.

2.12.8 Svanurinn þarf á nýjum smáfyrirtækjum að halda

Margareta álítur að Svanurinn hafi þörf fyrir lítil fyrirtæki sem eru á byrjunarreit í framleiðslunni, því að þar geti maður virkilega haft áhrif á þróunina! Að hennar mati ætti Svanurinn í rauninni að leggja meiri áherslu á smáfyrirtækin. *"Hugsaðu þér bara ef t.d. LEGO, Nokia og Ericsson hefðu haft Svaninn með í vöruþróuninni sinni frá upphafi!"* Landshlutar og sveitarfélög gætu líka gert Svaninum hærra undir höfði í námskeiðum sínum fyrir mismunandi markhópa. Það myndi koma að gagni að mati Margaretu.

2.12.9 Nánar um Junno & Unno

Junno & Unno er svo sannarlega örfyrirtæki á fyrstu stigum þróunar. Fyrirtækið framleiðir hillur úr 1,5 mm þykkum segulmögnum þum stálplötum. Fyrstu hillurnar voru tilbúnar haustið 2007. Margareta Norrgård er eini starfsmaður fyrirtækisins, því sem næst í hálfu starfi.

Mynd 27. Svansmerkt Junno&Unno-hilla. Segullinn gerir það mögulegt að festa skilaboð á hilluna

Mynd 28. Junno & Unno á vörusýningunni Iværksættermessen StartupVejle 14-15. maí 2011

2.13 Kavát, Svíþjóð

Fyrirtæki:	Kavat AB
Staðsetning:	Kumla, Svíþjóð
Grein:	Skór
Starfsmenn:	25
Stofnár:	1945
Umhverfismerki:	Umhverfismerki ESB
Frá árinu:	2009
Viðmælandi:	Calle Carlsson
Heimasíða:	www.kavat.com

2.13.1 Það dugar ekki að fullyrða það bara sjálfur

Skóframleiðslan í Kumla byrjaði árið 1945 þegar Ragnar Carlsson stofnaði skóverksmiðjuna Ymer AB. Þetta varð svo að Kavát árið 1959 þegar Carlssonfjölskyldan hóf að selja og markaðssetja sitt eigið vörumerki Kavát, sem nefnt var eftir langhundi fjölskyldunnar, Kajsu Kavát. Þau hafa frá upphafi leitast við að taka tillit til umhverfisins. Ástæða þess að þau sóttu um Umhverfismerki ESB var sú að þeim fannst þau þurfa skýrar viðmiðunarreglur og óháða staðfestingu á að þau væru eins umhverfisvæn og af var látið. Það dugði ekki að fullyrða það bara sjálfur.

2.13.2 Hvers vegna völdu þau Umhverfismerki ESB?

Það voru til fleiri vottunarkerfi, en Kavát valdi Umhverfismerki ESB vegna trúverðugleika merkisins. ESB er líka mikilvægasta markaðssvæði Kavats og þar er merkið vel þekkt. Viðmiðunarreglur merkisins litu auk heldur vel út, voru strangar og áttu ágætlega við.

2.13.3 Tilbúin eftir hálft ár

Undirbúningur umhverfismerkingarinnar hófst fyrir alvöru 2008. Sjálf undirbúningsvinnan tók ekki nema hálft ár frá því að umsókn var send þar til fyrsta vottunin fékkst, en það var í ársbyrjun 2009. Einn af starfsmönnum Kavát vann við þetta í mánaðartíma, en að öðru leyti reyndist þetta ekki vera mikið mál. Líklega stóðu þau tiltölulega vel að vígi í upphafi. Að sögn Calle Carlsson, gæðastjóra Kavát, er skóframleiðsla heldur ekki sérlega flókin. Þetta eru "engar geimflaugar". Annars getur það verið snúið fyrir lítil fyrirtæki að finna þann tíma og þá þekkingu sem þarf innan fyrirtækisins. Þá þarf að reiða sig meira á utanaðkomandi ráðgjafa, sem hefur aukinn kostnað í för með sér.

2.13.4 Sanngjörn gjöld, en prófanir eru dýrar

Til að standast viðmiðunarkröfurnar þurfti Kavat að endurskipuleggja tiltekna þætti framleiðslunnar og skipta út tilteknum vörum og hráefnum, sem vissulega kostaði sitt. Mestur kostnaður lá þó í að prófa ýmis efni til að ganga úr skugga um að þau væru leyfileg í umhverfismerkttri framleiðslu. Gjöldin til umhverfismerkisins voru mjög sanngjörn sem slík, að sögn Calle. Fyrir þá peninga fékk Kavat líka góðan faglegan stuðning frá SIS Miljömärkning sem sér um Svaninn og Umhverfismerki ESB í Svíþjóð. Samskiptin við SIS tóku sinn tíma, en þetta gekk samt allt snurðulaust fyrir sig.

2.13.5 Sækja um merkið fyrir allar skótegundir

Pappírsvinnan í tengslum við umhverfisvottunina er ekki íþyngjandi að mati Calle Carlsson. Umhverfis- og gæðakerfi kalla alltaf á einhverja skráningu. Það eina sem er svolítið önuget er að þau verða að fylla út nýja umsókn fyrir hverja einustu skótegund, jafnvel þótt hún sé gerð úr alveg sama efni og allt hitt og munurinn liggi eingöngu í lítilsháttar breytingu á hönnun.

2.13.6 Samkeppnisforskot

Umhverfisvottunin gefur Kavat samkeppnisforskot á markaði. Sterk staða merkisins endurspeglast í aukinni sölu í þeim löndum þar sem umhverfisvitund er mest, svo sem í Þýskalandi. En þetta á sér líka neikvæðar hliðar. Maður getur t.d. ekki notað hvaða efni sem er, og það takmarkar möguleikana í þróun nýrra skótegunda. Þetta getur þannig haft neikvæð áhrif á hönnun, samtímis því sem það hefur jákvæð áhrif á umhverfið.

2.13.7 Meiri upplýsingar til almennings

Svo virðist sem almenning vanti meiri upplýsingar um umhverfið og umhverfismerkingar, því að margir spyrja Kavat um vottunina og umhverfismál almennt. Fólk hefur greinilega ekki fundið nægjanlegar upplýsingar úti í samfélaginu. Svíar virðast heldur ekki vita mikið um Umhverfismerki ESB. Kavat leggur áherslu á að upplýsa viðskiptavinum sínum og söluaðila um umhverfismál, en e.t.v. þyrfti hið opinbera að leggja meira af mörkum hvað það varðar.

2.13.8 Nánar um Kavát

Kavat framleiðir skó fyrir börn og konur. Fyrirtækið rekur verksmiðju í Kumla með 25 starfsmönnum, og aðra til í Bosnía. Kavát er eini aðilinn sem enn framleiðir barnaskó í Svíþjóð. Umhverfisvænu skórnir þeirra voru fyrstu barnaskórnir í Evrópu sem fengu vottun Umhverfismerkis ESB. Í dag er u.þ.b. þriðjungur af allri framleiðslunni umhverfismerktur. Kavát er fjölskyldufyrirtæki að grunni til. Þannig er t.d. gæðastjórinn Calle Carlsson barnabarn Ragnars Carlsson sem stofnaði fyrirtækið. Að mati Kavát er bjart framtíðin. Þau "hyggjast halda áfram að vera leiðandi í þróun sjálfbærs skófatnaðar og skapa mótvægi gegn sliti og sóun".

Mynd 29. Börn í náttúruskóm frá Kavát

Mynd 30. Í umhverfismerktum skóm frá Kavát

2.14 Lunawood, Finnlandi

Fyrirtæki:	Lunawood Oy
Staðsetning:	Iisalmi, Finnlandi
Grein:	Timbur
Starfsmenn:	55–60
Stofnár:	2000
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2010
Viðmælandi:	Pekka Väättäinen
Heimasíða:	www.lunawood.fi

2.14.1 Upphaflega var það krafa markaðarins, en

Þrýstingur frá mikilvægum og umhverfismeðvituðum viðskiptavinum í Svíþjóð var upphaflega ástæðan fyrir því að Lunawood, leiðandi framleiðandi á endingargóðu "termo-timbri", ákvað að stefna á Norræna Svaninn. Um þetta leyti, 2008–2009, voru sænskir og norskir kaupendur kröfuharðari hvað þetta varðar en kaupendur í Finnlandi. Þegar Lunawood hóf undirbúning fyrir Svansvottunina uppgötvuðu þau hins vegar nýja ástæðu: Það kom í ljós að Svanurinn var virkilega gott tæki til markaðssetningar og upplýsingamiðlunar í allri Skandinavíu og jafnvel í öðrum löndum.

2.14.2 Þetta tók bara nokkra mánuði

Lunawood sótti um Svaninn í ársbyrjun 2009 og fékk umhverfismerki á fyrstu vöruna í árslok. Undirbúningurinn tók þannig aðeins nokkra mánuði. "Þetta var eiginlega ekkert mikil vinna", segir Pekka Väättäinen, sölustjóri hjá Lunawood, "af því að við vorum þá þegar búin að leysa flest þessi mál." Þau þurftu bara að útvega dálítið af skjölum frá birgjunum sínum o.fl. Innra starf fyrirtækisins var í góðu lagi fyrir og þar þurfti ekki að gera neinar meiri háttar breytingar. Þrátt fyrir það var það stór ákvörðun að sækja um og byrja að vinna með Svaninn, því að maður þarf virkilega að helga sig þessu verkefni ef vel á til að takast.

2.14.3 Mikil athygli

Þegar Svansvottunin var orðin að veruleika fór Lunawood að fá talsvert af fyrirspurnum, sérstaklega frá Noregi og Svíþjóð. Skrifaðar voru greinar í blöð og mikið var um jákvæðar athugasemdir. Engu að síður er erfitt að mæla hina raunverulegu þýðingu með hagfræðilegum mælikvörðum. Salan var ekki mikil fyrir og einhver aukning hefði orðið

hvort sem var. Lunawood var ungt og vaxandi fyrirtæki sem stundaði ýmsa aðra markaðssetningu á sama tíma. En Pekka vill *"trúa því að mikill hluti af aukningunni hafi verið Svansins vegna. Alla vega finnst manni að hann hafi hjálpað heilmikið til."* Svansvottunin hefur líka opnað möguleika á þátttöku í alls konar verkefnum og á að selja vörur til viðskiptavina með grænar innkaupavenjur.

2.14.4 Þrýðilegt samstarf við Svansskrifstofurnar

Lunawood hefur átt mjög gott samstarf við Svansskrifstofuna í Helsinki og sömuleiðis í Stokkhólmi. Sem dæmi um þetta stóð Lunawood fyrir málstofu með mikilli alþjóðlegri þátttöku á 10 ára afmælinu sínu, þar sem Svansskrifstofan var með kynningu á umhverfismerkingum.

2.14.5 Ekkert íþyngjandi skrifræði

Pekka lítur alls ekki á skrifræði í tengslum við umhverfissvottunina sem neitt vandamál. Auðvitað þarf að fylla út tiltekin eyðublöð, en það er hvort sem er eðlilegur hluti af góðri stjórnun! Og viðmiðunarkröfurnar eru sanngjarnar að hans mati. *"Það er gott að hafa skýran ramma og fá reglubundnar eftirlitsheimsóknir. Að sjálfsögðu er alltaf einhver þróun í gangi, en viðmiðunarkröfurnar eru endurskoðaðar til að fylgja henni eftir, sem er gott."*

2.14.6 Frá orðum til athafna

Stjórnvöld standa sig vel í að upplýsa almenning um umhverfismál að mati Pekka, en þau þurfa að "láta verkin tala", ganga á undan og gefa gott fordæmi. Þetta á m.a. við um verkefni á vegum hins opinbera, svo sem skólabýggingar, þar sem hægt væri að setja umhverfismerktar vörur miklu hærra á forgangslistann en gert er í dag. Orð eru góð, en við þurfum athafnir.

2.14.7 Að halda Svaninum á lofti

Lunawood hefur notað Svaninn mjög mikið í markaðssetningu og auglýsingum, auk þess sem þau kynna vottunina fyrir ólíkum markhópum, svo sem dreifingaraðilunum sínum, arkitektum o.s.frv.

2.14.8 Sanngjörn gjöld

Pekka telur leyfisgjöldin vera sanngjörn, sérstaklega þegar haft er í huga að Svanurinn notar þessa peninga í kynningarstarf og umhverfisverkefni sem koma fyrirtækjunum til góða í þeirra starfi. Það sem fyrirtækin fá er þannig algjörlega peninganna virði.

2.14.9 Nánar um Lunawood Oy

Lunawood Oy framleiðir umhverfisvænt og varanlegt "termo-timbur" sem hentar til ýmissa nota í byggingum. Við lok lífsferilsins er auðveldlega hægt að endurvinna vöruna eða breyta henni í umhverfisvæna orku. Fyrirtækið er brautryðjandi í hitameðhöndlun timburs og hefur á einum áratug vaxið úr núlli upp í að vera leiðandi á markaðnum. Árleg framleiðsla er komin yfir 45.000 m³ af timbri. Höfuðstöðvarnar og miðstöð framleiðslunnar eru í lísalmi í norðurhluta Savo, en önnur framleiðslueining er staðsett í Joensuu.

Mynd 31. Merki Lunawood

Mynd 32. Börn að leik á verönd frá Lunawood. Hér þarf enga gagnfúavörn!

Mynd 33. Utanhússklæðning frá Lunawood

2.15 Mariager Camping, Danmörku

Fyrirtæki:	Mariager Camping
Staðsetning:	Mariager, Danmörku
Grein:	Tjaldsvæði
Starfsmenn:	2
Stofnár:	1987
Umhverfismerki:	Umhverfismerki ESB
Frá árinu:	2008
Viðmælandi:	Anni Jensen
Heimasíða:	www.mariagercamping.dk

2.15.1 Við gátum líka gert eitthvað

Mariager Camping er í fallettri náttúru við Mariagerfjörðinn á Norður-Jótlandi. Umhverfismál hafa lengi verið í hávegum höfð á svæðinu, sérstaklega hvað varðar losun í fjörðinn. Verndun hinnar viðkvæmu náttúru svæðisins er nokkuð sem útheimtir samstarf margra ólíkra aðila. Jensenfjölskyldan, sem séð hefur um rekstur tjaldsvæðisins frá árinu 2006, hefur lengi verið meðvituð um að "við gætum líka gert eitthvað", eins og Anni Jensen orðar það. Umhverfisvitund hefur þess vegna verið með í "farangurshólfinu" alveg frá byrjun.

2.15.2 Verkefnisdrög sem virkjuðu hugmyndina

Verkefni sem samtökin Visit Nordjylland voru að reyna að koma í gang fyrir nokkrum árum var kveikjan að því að Mariager Camping fór að sækjast eftir umhverfisvottun. Ekkert varð úr verkefninu sem slíku, en það dugði til að kveikja neistann. Undirbúningurinn hófst snemma á árinu 2008 og í ágúst sama ár fékk Mariager Camping Umhverfismerki ESB (Blómið) í fyrsta sinn.

2.15.3 Flóknar málsgreinar urðu ekkert stórmál

Anni Jensen viðurkennir að í upphafi hafi verið svolítið erfitt að lesa sumar greinarnar í viðmiðunarreglum Framkvæmdastjórnar ESB fyrir tjaldsvæði. Þetta varð þó ekkert stórmál þegar til kom, því að starfsfólk dönsku umhverfismerkjaskrifstofunnar stóð sig ákaflega vel í að útskýra og koma með skjót svör við spurningum.

2.15.4 Nægjanlegur sveigjanleiki

Anni álitur að viðmiðunarreglurnar fyrir tjaldsvæði eigi vel við, en það ræðst auðvitað af því hversu langt maður er kominn. Umhverfismerki ESB gerir kröfur um minnkandi auðlindanotkun, svo sem notkun á vatni og orku, um aukið hlutfall endurnýjanlegra auðlinda o.s.frv. Til viðbótar skyldukröfum eru líka settar fram allmargar kröfur sem gefa stig, t.d. um notkun umhverfismerktra hreinsiefna og lífrænna matvæla. Þannig getur maður valið hvaða kröfur maður uppfyllir til að ná tilteknum stigafjölda. Með þessu móti öðlast viðmiðunarreglurnar þann sveigjanleika sem jafnvel allra minnstu fyrirtækin þurfa.

2.15.5 Græna bókhaldið jákvætt fyrir fyrirtækið

Jensenfjölskyldan notar u.þ.b. einn vinnudag á ári til að stilla upp græna bókhaldinu sem Umhverfismerki ESB gerir kröfu um. Þetta er hornsteinninn í viðhaldi kerfisins og alls ekkert mikil vinna þegar skráningin er orðin hluti af hinni daglegu rútínu. Bókhaldið kemur sér líka vel fyrir fyrirtækið, þar sem það gefur gott yfirlit og tryggir yfirsýn yfir allt. Að þessu frátöldu þarf maður bara smástund við og við til að vinna samfelld að umhverfismarkmiðunum.

2.15.6 Ánægðir viðskiptavinir

Að sögn Anni er ekki auðvelt að mæla raunverulegan ávinning fyrirtækisins af umhverfsvottuninni, en Jensenfjölskyldan er ekki í vafa um að vottunin borgar sig. Þau hafa t.d. séð nokkur góð merki um sparnað. Gestunum á tjaldsvæðinu finnst líka umhverfsvottunin vera jákvæð, jafnvel þótt þeir velji ekki tjaldsvæðið hennar vegna. Það myndi reyndar vera erfitt fyrir ferðamenn sem gera afdráttarlausa kröfu um umhverfsvottun að skipuleggja ferðalögin sín, því að umhverfismerkt tjaldsvæði eru sjaldséð enn sem komið er.

2.15.7 Hægt að gera umhverfismerkin sýnilegri

Rétt eins og önnur umhverfismerkt fyrirtæki er Mariager Camping duglegt við að nota merkið í markaðssetningar- og kynningarstarfi, en Anni finnst að hið opinbera gæti gert meira til að upplýsa almenning um umhverfismerkingar og þýðingu þeirra fyrir umhverfið, samfélagið og fyrirtækin.

2.15.8 Heimasíða Umhverfismerkis ESB ekki mikils virði

Anni finnst tiltölulega kostnaðarsamt að nota Umhverfismerki ESB í markaðssetningu. Í það minnsta álitur hún að það ætti ekki að kosta svona mikið að vera með á heimasíðu merkisins, því að líklega fari ferðamenn ekki þangað inn í leit að upplýsingum.

2.15.9 Mæli með Umhverfismerki ESB? Já, það er alveg klárt

Anni mælir hiklaust með umhverfismerkinu við önnur fyrirtæki, af því að "það er mikilvægt að við séum öll meðvituð um áhrif okkar á umhverfið. Og það borgar sig fyrir fyrirtækið að fara sparlega með auðlindirnar."

2.15.10 Nánar um Mariager Camping

Mariager Camping er fjölskyldutjaldsvæði, við fjörðinn, úti í náttúrunni og í nálægð við menninguna. Staðurinn hentar einkar vel fyrir fjölskyldur og athafnasamt eldra fólk. Tjaldsvæðið er staðsett við Mariagerfjörðinn, umkringgt skógi, í aðeins 300 m fjarlægð frá miðbænum í Mariager, "Borg rósanna". Tjaldsvæðið er góður heimavöllur fyrir dagsferðir, náttúruupplifun, menningarlega upplifun og félagsleg samskipti milli kynslóða. Á tjaldsvæðinu rúmast 450 manns. Jensenfjölskyldan sér um reksturinn, og svæðið er opið frá því í apríl og fram í september á hverju ári.

Mynd 34. Merki Mariager Camping

Mynd 35. Í notalegheitum á Mariager Camping

Mynd 36. Mariager Camping við Mariagerfjörðinn á Norður-Jótlendi

2.16 Rosenserien, Svíþjóð

Fyrirtæki:	RS Biokosmetik AB
Staðsetning:	Valdemarsvik, Svíþjóð
Grein:	Snyrtivörur
Starfsmenn:	5
Stofnár:	1984
Umhverfismerki:	Svanurinn
Frá árinu:	2010
Viðmælandi:	Carina Swartz
Heimasíða:	www.rosenserien.com

2.16.1 Gæðastimpill

Rosenserien AB, eða RS Biokosmetik AB eins og fyrirtækið heitir formlega séð, var stofnað árið 1984. Strax í upphafi var ætlunin að Rosenserien yrði náttúrulegur valkostur fyrir sjálfbæra fegurð og umönnun húðar. Til að standast þetta þurfti vottun þriðja aðila. Hægt var að velja ýmis mismunandi merki, en hjá Rosenserien var litið á Svaninn sem þann gæðastimpil sem fyrirtækið þurfti, m.a. með tilliti til þess að hvorki meira né minna en 98% íbúa í Svíþjóð þekkja Svaninn og vita fyrir hvað merkið stendur. Þar að auki er Svanurinn ótrúlega gott markaðstæki.

2.16.2 Það tekur tíma að læra nýjar venjur

Það tók næstum heilt ár að undirbúa fyrstu vörurnar fyrir vottun. Það tekur sinn tíma að læra nýjar venjur, og í snyrtivöruiðnaðinum er mjög flókið að tryggja að öll hráefni standist kröfurnar. Fyrstu vörurnar fengu Svaninn 2010 og í dag eru 15 af húðvörum Rosenseriunnar Svansmerktar. Fyrirtækið vinnur að því að fá Svaninn á allar sínar vörur. "Jú, það tekur tíma. Maður þarf að temja sér svolitla þolinmæði", segir Carina, eigandi Rosenserien.

2.16.3 Viðbúin snyrtivörureglugerðinni

Meginhluti hinnar nýju reglugerðar ESB um snyrtivörur tekur gildi í júlí 2013. Sú þekking og skráningarkerfi sem Rosenserien hefur þegar byggt upp í Svansvinnunni gerir það að verkum að fyrirtækið er að miklu leyti undir þessar breytingar búð. Hér kemur Svanurinn augljóslega í góðar þarfir.

2.16.4 Ferlið gæti verið einfaldara

Það er ekkert auðvelt fyrir örfyrirtæki í snyrtivöruiðnaði að útvega allt það sem Svanurinn gerir kröfu um, ekki bara í upphafi heldur líka þegar viðmiðunarreglurnar eru endurnýjaðar. Þá þarf í raun og veru að byrja aftur á byrjuninni, finna ef til vill ný hráefni, endurskoða uppskriftir o.s.frv. Þetta útheimtir mikla pappírsvinnu sem hægt væri að einfalda, t.d með því að Svanurinn ætti tiltækar dálitlar grunnupplýsingar um fáanleg hráefni o.fl. Aðlögun að nýjustu kröfunum kemur til með að taka Rosenserien heilt ár. Það gengur náttúrulega ekki að einn af þessum 5 starfsmönnum sé í fullri vinnu við þetta. Þess vegna hafa þau ráðið til sín ráðgjafa til aðstoðar. Allt þetta væri hægt að gera örlítið auðveldara fyrir minnstu fyrirtækin.

2.16.5 Erfitt að vera án lyktarinnar

Carinu finnast viðmiðunarkröfur Svansins góðar að flestu leyti, en þær er þó afar strangar hvað ilmefni varðar. Viðskiptavinirnir eru mjög viðkvæmir fyrir þessu með lyktina, þeir vilja að varan ilmi eins vel og hún gerði áður. Það er í reynd næstum útilokað að selja lyktarlausa snyrtivöru, jafnvel þótt lyktin tengist virkni vörunnar alls ekki neitt.

2.16.6 Góðir ráðgjafar og sanngjörn gjöld

Carina er afar ánægð með ráðgjafana á umhverfismerkjaskrifstofunni, en þeir hafa hjálpað mikið til í öllu ferlinu og lagt feikimikla vinnu í að komast til botns í einstökum vandamálum. Gjöldin til Svansins eru mjög sanngjörn þegar þetta er haft í huga. "*Margir halda að þetta sé dýrt, en þannig er það alls ekki*", segir Carina. "*Það sem var dýrast var að breyta umbúðunum!*"

2.16.7 Mikið "PR!"

Rosenserien gefur fengið sérlega mikla athygli í fjölmiðlum vegna Svansmerkingarinnar. Þetta hefur enn meiri þýðingu vegna þess hversu lítið fyrirtækið er. Hins vegar hafa þau ekki orðið vör við neina aukningu í tekjum enn sem komið er. Það er alltaf erfitt að meta ávinninginn, en vísbendingar eru uppi um að velta samkeppnisaðilanna hafi minnkað síðasta ár, á sama tíma og velta Rosenserien hefur farið heldur vaxandi. Svansvinnan hefur líka haft í för með sér betra vinnulag og meiri gæði. Fyrirtækið hefur einfaldlega betri stjórn á öllu en áður.

2.16.8 Mæli með? Algjörlega!

Carina mælir eindregið með Svaninum við önnur fyrirtæki. Enda þótt þetta hafi stundum verið erfitt, þá hefur vottunin án nokkurs vafa komið Rosenserien til góða. Annars hefðu þau aldrei byrjað á þessu.

2.16.9 Nánar um Rosenserien

Skrifstofur Rosenserien eru í Valdemarsvik og framleiðslan fer fram í Östersund og Strängnäs. Rosenserien fékk gulleplið 2008 þegar starfsfólk heilsuverslana valdi vörulínuna sem "náttúrulegu snyrtivöru ársins".

Þá varð Rosenserien fyrir valinu sem "ofurfyrirtæki ársins" hjá tímaritinu "Veckans Affärer" í Svíþjóð tvö ár í röð 2010 og 2011. "Ofurfyrirtæki" er hlutafélag sem skarar fram úr í sinni grein og slær keppinautum sínum við í öllum helstu atriðum, vex hraðar, skilar meiri hagnaði o.s.frv. Vörur Rosenserien eru seldar og notaðar á snyrtistofum, í heilsulindum, heilsuvörubúðum og í heimasölu í allri Svíþjóð, svo og í Finnlandi, Danmörku og Eistlandi. Carina Swartz er eigandi og framkvæmdastjóri fyrirtækisins.

Mynd 37. Hér er Carina Swartz nýbúin að taka við Svansleyfinu frá Karin Carlsson, starfsmanni Svansins í Svíþjóð

Mynd 38. Nýjast Svansmerkta afurðin frá Rosenserien. (Feb 2012)

Mynd 39. Frá heimsókn Svansins í verksmiðju Rosenserien fyrir utan Östersund

Mynd 40. Rosenserien á hátíðinni Stockholm Green Festival í Kungsträdgården í Stokkhólmi í júlí 2011. (Ljósmynd: Miljömärkning Sverige)

2.17 Slægtsgården ved Karup Å, Danmörku

Fyrirtæki:	Slægtsgården v/Karup Å
Staðsetning:	Karup, Danmörku
Grein:	Gisting
Starfsmenn:	1
Stofnár:	1995
Umhverfismerki:	Umhverfismerki ESB
Frá árinu:	2003
Viðmælandi:	Kjeld Østergaard
Heimasíða:	www.karup-aa.dk

2.17.1 Umhverfisáhuginn til staðar frá upphafi

Kjeld Østergaard á og rekur Slægtsgården við Karupána. Hann ólst sjálfur upp á bænum og hafði því frá upphafi góðan skilning á mikilvægi þess að vernda náttúruna í nánasta umhverfi. Menntun Kjelds sem næringarráðgjafi jók enn frekar meðvitund hans um tengslin milli umhverfis og heilsu. Sem næringarráðgjafi verður maður að hafa góða yfirsýn yfir það hvaðan bestu efnin koma og hvað þurfi til að halda öllu eins hreinu og mögulegt er. Umhverfisáhuginn hefur þannig verið eðlilegur hluti af öllu starfinu í fjöldamörg ár.

2.17.2 Frá grísum til ferðamanna

Slægtsgården við Karupána hefur verið í eigu Østergaardfjölskyldunnar áratugum saman. Bænum tilheyrir 50 ha landsvæði, þar af um 35 ha skóglendi, 10 ha graslendi og 5 ha náttúrulegt svæði við Karupána. Á bænum var stundað grísaeldi, en eftir að Kjeld keypti jörðina af móður sinni breytti hann svínahúsinu í gestaherbergi og veislusali og hóf síðan rekstur ferðaþjónustu á bænum um miðjan 10. áratuginn.

2.17.3 Eitt af fyrstu blómunum 2003

Slægtsgården var einn af fyrstu gististöðunum í Danmörku sem fékk Umhverfismerki ESB (Blómið). Þetta var árið 2003, en umhverfisstarfið hófst formlega tveimur árum fyrr með námskeiði á Mið-Jótlandssvæðinu, þar sem farið var í gegnum umhverfisstarf þátttakenda skref fyrir skref með aðstoð Háskólans í Álaborg. Í lok þessa verkefnis var ljóst að Slægtsgården var næstum búinn að uppfylla allar kröfur Blómsins. Svolíttilli pappírsvinnu og nokkrum undirskriftum síðar var allt til reiðu.

2.17.4 Hæfilegar en líka svolítið undarlegar viðmiðunarreglur

Kjeld telur viðmiðunarreglur Umhverfismerkis ESB vera hæfilegar að flestu leyti, jafnvel fyrir lítil fyrirtæki. En þar er þó að finna tiltekin atriði sem eiga ekki við í dreifbýlinu, þó að þau skipti miklu máli í stærri bæjum. Þetta á ekki síst við um kröfur um vatnssparnað, en úti á landi er víða yfirdrifið nóg af vatni. "En hvað um það, svona eru reglurnar", eins og Kjeld orðar það.

2.17.5 Mikið skrifræði fyrir litlu aðilana

Kjeld finnst að einfalda mætti skrifræðið í tengslum við umhverfissvottunina hvað minnstu fyrirtækin varðar. Umhverfismerki ESB gerir kröfur um mikla skráningu og margar undirskriftir, auk þess sem svara þarf spurningum sem virðast stundum óþarfar. Vottunin gildir út af fyrir sig í öllu Evrópusambandinu, en kannski er lífið í Danmörku ekki alveg eins flókið, svo ekki sé minnst á litlu samfélögin úti á landi. Sömuleiðis finnst Kjeld lágmarksgjaldið í kerfinu vera í hærra lagi fyrir minnstu fyrirtækin í samanburði við það sem þau fá í staðinn.

2.17.6 Gætir þess að merkið sé sýnilegt

Kjeld leggur áherslu á að Umhverfismerki ESB sé sýnilegt, bæði á heimasíðu Slægtsgårdens og í húsinu sjálfu. Hann segir gestum líka frá því hversu mikilvægt merkið er sem sönnun þess að allt sé eins gott og það lítur út fyrir að vera.

2.17.7 Þetta kemur jú með tímanum

Gestir sem koma á Slægtsgården við Karupána eru meðvitaðir um að þeir eru staddir á einstöku náttúrusvæði og hafa þess vegna væntingar um að allt sé hreint og fínt innandyra sem utan. Samt spyrja fáir eftir umhverfismerkinu sem slíku. Merkið er staðfesting þess að allt sé í röð og reglu, en upplifun gestanna er auðvitað það mikilvægasta. Kjeld telur að Umhverfismerki ESB hafi í rauninni ekki skipt neinu verulegu máli hvað varðar fjölda gesta eða veltu. "En þetta kemur jú með tímanum."

2.17.8 Nánar um Slægtsgården vid Karup Å

Slægtsgården er í sveitarfélaginu Viborg á Mið-Jótlendi, einungis 100 m frá Karupánni. Þarna er góð aðstaða til að stunda veiðar í frínu, auk veislu- og ráðstefnuaðstöðu mitt í þessari fallegu náttúru í sældarlegum dal meðfram ánni. Karupáin er mjög vel þekkt meðal sportveiðimanna, einkum fyrir stóran sjóbirting sem þar veiðist. Heima á bænum eru 7 nýendurbætt herbergi með sameiginlegu eldhúsi og baði. Kjeld Østergaard á bæinn og er eini starfsmaðurinn.

Mynd 41. Karupáin

Mynd 42. Gestastofan á Slægtsgården

Mynd 43. Blómstrandi brönugrös við Karupána

Mynd 44. Merki Slægtgærdens

2.18 Undri, Íslandi

Fyrirtæki:	Undri ehf.		
Staðsetning:	Reykjanesbær, Íslandi
Grein:	Iðnaðarhreinsiefni		
Starfsmenn:	1,5		
Stofnár:	1998		
Umhverfismerki:	Svanurinn		
Frá árinu:	2002		
Viðmælandi:	Guðjón Hólm Sigurðsson		
Heimasíða:	www.undri.is		

2.18.1 Rannsóknir á mör

Haustið 1997 tók Sigurður Hólm Sigurðsson, fyrrv. skipstjóri, þátt í málstofu um þróun viðskiptahugmynda. Í framhaldi af þessu hófst hann handa við það vorið 1998 að framleiða umhverfisvænt hreinsiefni í afar smáum stíl með tjöru og mör sem hráefni. Uppskriftin hafði verið þróuð á rannsóknarstofu á Iðntæknistofnun (nú Nýsköpunarmiðstöð Íslands) undir stjórn Dr. Ragnars Jóhannssonar, efnafræðings. Þetta leiddi til stofnunar fyrirtækisins S. Hólm í ágúst sama ár. Fyrirtækinu óx fiskur um hrygg og í ársbyrjun 2000 var framleiðslan flutt í nýtt iðnaðarhúsnæði.

2.18.2 Undraverk

Strax í upphafi fékk hreinsiefnið nafnið *Undri* og árið 2004 var nafni fyrirtækisins líka breytt í *Undri*. Undri framleiðir nú 8 mismunandi gerðir hreinsiefna, sem að hluta til eru byggð á mör og sojaolíu. Efnin eru m.a. ætluð til hreinsunar á fatnaði, veiðarfærum, vélaverkstæðum, matvælavinnslu og penslum. Þrjár af vörunum eru Svansmerktar.

2.18.3 Með frá upphafi

Á sama tíma og framleiðsla Undra var að hefjast tók Dr. Ragnar þátt í að skrifa viðmiðunarreglur Svansins fyrir iðnaðarhreinsiefni. Það hentaði því fullkomlega að þróa vöruna frá upphafi með hliðsjón af viðmiðunarkröfunum. Tjöruhreinsiefni Undra fékk Svaninn í mars 2002, en á þeim tíma var aðeins búið að gefa út tvö Svansleyfi á Íslandi. Undri og Svanurinn hafa þannig átt samleið frá upphafi.

2.18.4 Mikil áhrif á daglegan rekstur

Svansvottunin hafði mikil áhrif á daglegan rekstur Undra alveg frá upphafi. Þetta var allt heilmikið lærdómsferli og Svansins vegna jókst umhverfisvitund innan fyrirtækisins hröðum skrefum. Starfsmennirnir kepptust við að nýta efnin sem best, koma í veg fyrir úrgangsmýndun, auka endurnotkun o.s.frv., óháð því hvort það var beinlínis hluti af kröfum Svansins eður ei.

2.18.5 Dálítið erfitt í byrjun

Að sögn Guðjóns Hólm hjá Undra var undirbúningurinn fyrir Svansvottunina tímafrekur til að byrja með, en þeim tíma var vel varið. Þessi vinna gerði fyrirtækið m.a. meðvitaðra um hugsanlega áhættuþætti. "Þetta fékk mann til að hugsa um hluti sem maður hefði annars ekki hugsað um fyrr en í óefni var komið", eins og Guðjón orðar það. Án þess að menn tækju eiginlega eftir því, var fyrirtækið fljótlega búið að koma sér upp traustu gæðakerfi sem er auðvelt að viðhalda þegar það er á annað borð komið á. Þekkingin á eigin vörum er miklu meiri en hún hefði annars verið. Þessi þekking hjálpar líka til við framleiðslu á þeim vörum sem ekki eru Svansmerktar.

2.18.6 Örfyrirtæki þurfa aðstoð sérfræðinga

Skortur á sérfræðiþekkingu er helsti flöskuhálsinn í umhverfisstarfi örfyrirtækja að mati Guðjóns. Þetta var þó ekki stórt vandamál hjá Undra, þar sem þau nutu aðstoðar Dr. Ragnars í þróunarvinnunni. Ef til vill gæti Svanurinn boðið upp á aukaaðstoð fyrir minnstu fyrirtækin á fyrstu stigum, með því að fara með þeim í gegnum mikilvægustu þættina í viðmiðunarkröfunum og auðvelda þeim að skoða möguleikana á að uppfylla kröfurnar.

2.18.7 Kostnaðurinn ekki vandamál

Guðjón lítur ekki á kostnaðinn við Svansvottunina sem neitt verulegt vandamál. Það er ekkert víst að þessi útgjöld skili sér í aukinni sölu, en Svanurinn hefur í för með sér breyttar áherslur sem gagnast fyrirtækinu til lengri tíma litið. Fyrirtæki með Svansleyfi er betur búið undir óvæntar upppákomur og á auðveldara með að halda stöðu sinni á markaði þar sem umhverfisvitund eykst jafnt og þétt. Að mati Guðjóns er almenningur langt á undan fyrirtækjunum í umhverfishugsun.

2.18.8 Vörn gegn skrifræði

Svaninum fylgir ekki eins mikil pappírsvinna og margir virðast halda. Þvert má móti felur Svanurinn í sér vissa vörn gegn skrifræði að mati Guðjóns. Hann telur Svaninn geta stýtt leiðina í gegnum hin ýmsu kerfi, vegna þess að hann er þegar búinn að svara flestum þeim spurningum sem upp koma. Svanurinn greiðir fyrir nýjum viðskiptasamböndum, auðveldar útflutning, skapar velvild og minnkar hættuna á að fyrirhuguð viðskipti drukkní í skrifræði á miðri leið.

2.18.9 Nánar um Undra

Undri ehf. er lítið fjölskyldufyrirtæki í Reykjanesbæ, skammt frá alþjóðaflugvellinum í Keflavík. Undri var þriðja fyrirtækið á Íslandi sem fékk Svansleyfi fyrir einhverja af framleiðsluvörunum sínum. Þar eru framleidd hreinsiefni, að hluta til úr mör sem annars hefði verið fleygt. Guðjón Hólm Sigurðsson er markaðs- og sölustjóri fyrirtækisins.

Mynd 45. Merki og einkennisorð Undra

Mynd 46. Vörulína Undra eins og hún leggur sig

3. Viðmælendur og vefsíður

3.1 Viðmælendur í fyrirtækjum

Anders J Bredeesen, Allsidige Nord, Noregi
Katarina Hanell, Delipap, Finnlandi
Kenneth Dådring, Delsbo Candle, Svíþjóð
Josef Höbenreich, Edsbywerken, Svíþjóð
Fritz Køhler, Frøya Trøya, Noregi
Jon Hestoy, Føroyaprent, Færeyjum
Synnøve Tveito, GROM design, Noregi
Hróðmar Bjarnason, Hótel Eldhestar, Íslandi
Kolbrún Ulfsdóttir, Hótel Rauðaskriða, Íslandi
Johan Norrgård, Hotell Savoy, Álandseyjum
Ingela Andrée, ICA Nära Optimisten, Svíþjóð
Margareta Norrgård, Junno & Unno Hylderne, Danmörku
Calle Carlsson, Kavát, Svíþjóð
Pekka Väätäinen, Lunawood, Finnlandi
Anni Jensen, Mariager Camping, Danmörku
Carina Swartz, Rosenserien, Svíþjóð
Kjeld Østergaard, Slægtsgården ved Karup Å, Danmörku
Guðjón Hólm Sigurðsson, Undri, Íslandi

3.2 Hjemmesider

www.allsidigenord.no
www.delipap.com
www.delsbocandle.se
www.edsbyn.com
www.froya.com
www.foroyaprent.fo
www.grom.no
www.eldhestar.is
www.hotelraudaskrida.is
www.alandhotels.fi
www.ica.se/optimistens_lanthandel
www.junnounno.com
www.kavat.com
www.lunawood.fi
www.mariagercamping.dk
www.rosenserien.com
www.karup-aa.dk
www.undri.is

Svanurinn og Umhverfismerki ESB

– 18 góð dæmi frá litlum samfélögum á Norðurlöndunum

Samstarf Norðurlandanna um norræna umhverfismerkið Svaninn hefur skilað miklum árangri og er Svanurinn nú eitt öflugasta umhverfismerkið í heiminum (samkvæmt alþjóðlegri könnun sem breska fyrirtækið Environmental Resources Management gerði árið 2008). Umhverfismerki Evrópusambandsins var einnig meðal fjögurra efstu merkjanna í sömu könnun.

Í þessu hefti eru kynnt 18 góð dæmi um árangur lítilla fyrirtækja í litlum samfélögum á Norðurlöndunum, sem fengið hafa Svaninn eða Umhverfismerki ESB á vörur sínar eða þjónustu. Þessi dæmi sýna að umhverfismerking er ekki bara möguleg, heldur einnig ábatasöm, ekki bara í stórborgum, heldur einnig í litlum samfélögum. Samantektin var unnin fyrir Smásamfélagahóp Norrænu ráðherranefndarinnar, en hópurinn er undirnefnd vinnuhóps ráðherranefndarinnar um sjálfbæra framleiðslu og neyslu (HKP-hópsins).