



## Gjør noe!

"Jeg tror forbrukerne i 2025 vil kunne merkes på tre måter: mer krevende, klokere og mer bekymrede."

- Mike Clasper,  
Procter & Gamble Europe

Alle shopper – derfor er shopping "big business". Globaliseringen, nye media og økt tilgang på informasjon har bidratt til oppmerksomhet om de miljømessige, sosiale og økonomiske konsekvenser våre forbruksvalg får for verden.

Statistisk sett finnes det 1,5m<sup>2</sup> med kjøpesenter per amerikaner. Det største kjøpesenteret, Ontario Mills, like ved Los Angeles, er 34 fotballbaner stort.

Forbrukere er i ferd med å innse at slike spørsmål faktisk angår oss, og forlanger mer informasjon. Det er viktig for alle forbrukere å kunne gjøre informerte valg.

I EU og andre land anstrenger myndighetene seg for å møte kravene om opplysning til forbrukerne om miljø- og helseaspektene ved varer og tjenester.

Ta initiativ nå! Ta del i UNEPs diskusjonsforum SC-net. Send inn dine spørsmål, del dine erfaringer og ideer til [sc@unep.fr](mailto:sc@unep.fr).

Norge har i dag store investeringer i utlandet. Verdien av Statens petroleumsfond, som i sin helhet er investert i utenlandske aksjer og obligasjoner, passerte 1000 milliarder kroner

i 2004. Norske private selskap har investert omtrent like mye i utlandet. Til sammen blir det altså to billioner kroner – mer enn Norges samlede årlige inntekter.

[www.miljolare.no](http://www.miljolare.no) † Din bit av jorden

Mennesket trenger mat, klær og tak over hodet for å leve. De aller fleste av oss har også en daglig reiserute mellom hjem og arbeid, samt lengre turer i forbindelse med ferier og lignende. Dette krever ressurser. Gjennom aktiviteten "Din bit av jorden" kan elevene analysere eget forbruk av mat, klær og transport og sette dette i forhold til hvor mye som er tilgjengelig for hver av oss.

Se [www.miljolare.no/forbruk](http://www.miljolare.no/forbruk).

**Miljømerker** som anerkjennes av myndighetene i ett eller flere land:

1. Den blå engelen (Tyskland)
2. EUs blomst
3. Green Seal (USA)
4. Terra Choice (Canada)
5. Kinesisk miljømerke
6. Japansk miljømerke
7. Den nordiske svanen
8. Østerriksk miljømerke
9. Taiwansk miljømerke
10. Indisk miljømerke
11. Israelsk miljømerke
12. Miljeukeur (Nederland)
13. Environment 2000 (Zimbabwe)
14. Sørkoreansk miljømerke
15. Aenor (Spania)
16. Green Label (Thailand)
17. Green Label (Hong Kong)



**Bedre bananer.** I 2000 ble Chiquita internasjonalt sertifisert med merket "bedre bananer" for alle sine 127 plantasjer i Latin-Amerika. I en tid da bananselskapenes etiske holdninger blir utsatt for granskning, er Chiquita det eneste globale firmaet i bransjen som klarer å møte de strenge sosiale og miljømessige kravene til Rainforest Alliances prosjekt for "bedre bananer". De sertifiserte Chiquita-bananene utgjør 15 % av den totale eksporten av bananer fra Latin-Amerika. I dag utgjør sertifiserte bananer mer enn 90 % av Chiquitas totale salg av bananer i Europa, og omtrent 2/3 av salget i Nord-Amerika.  
Kilde: [www.greenmoney.com/gmj/june\\_july2001/0](http://www.greenmoney.com/gmj/june_july2001/0).

## J Skritt på veien

**Du bestemmer** hvordan du bruker pengene dine. Velg miljøvennlige og bærekraftige merker og send en klar beskjed til supermarkeder og detaljister. Her er noen forslag til ting du kan gjøre:

- F Tenk** før du kjøper. Tenk på hva du trenger, ikke på hva du ønsker deg.
- F Les merkene:** dersom de ikke gir deg nok informasjon, nøl ikke med å spørre betjeningen eller produsenten.
- F Velg** varer og tjenester som er **miljømerket og etisk merket**.
- F Kjøp lokalt produserte** varer og **årstidens** matvarer der det er mulig.
- F Velg** varer som inneholder en betydelig andel **resirkulerte** materialer eller gjenbrukte komponenter, eller som lett kan resirkuleres.
- F Kjøp direkte fra produsent.** Dersom du har tilgang til Internett, benytt deg da av tilbudene som finnes der. Kjøp "virtuelt" om mulig, for å redusere transport og transportrelatert forurensning. Om man bruker Internett med vett, kan det bidra til mer bærekraftig forbruk.

I 2004 ble det innført etiske retningslinjer for Petroleumsfondets investeringer. Du kan lese mer om fondet og retningslinjene på Finansdepartementets nettsted <http://odin.dep.no/fin> og på nettsidene til Rorg-samarbeidet, <http://rorg.no/rorg/Tema/Olje/olje.htm>.

NorWatch er en enhet innenfor Framtiden i våre hender, som ser det som sin oppgave å sette et kritisk søkelys på norske investeringer i Sør, ut fra et etisk ståsted. Se [www.norwatch.no](http://www.norwatch.no).

**Låner til fattigfolk:** Kolibri Kapital ASA ([www.kolibrikapital.no](http://www.kolibrikapital.no)) er et uvanlig norsk selskap. Her blir investorenes penger formidlet videre til fattige handverkere, småhandlere og

andre, fortrinnsvis i Latin-Amerika. Lånene er typisk på 2-4000 kroner og brukes til å kjøpe nødvendig arbeidsredskap. Kolibri er ikke en bank, og kan derfor ikke ta imot innskudd, bare aksjekapital – som investorene kan få igjen ved å selge aksjene. I Danmark finnes derimot en alminnelig sparebank, Andelskassen Oikos ([www.oikos.dk](http://www.oikos.dk)) som på samme måte har spesialisert seg på å gi smålån til folk i utviklingsland.

Mikrokredittordninger brukes også i Norge. Kvinnebanken Norgesnett, der kvinner som vil starte egen næringsvirksomhet kan få lån på noen titusener, ble startet etter forbilde fra Bangladesh. Se <http://ide.idebanken.no/bibliotek/ProsjektID.asp?ProsjektID=23>.

Merking er ett av de verktøyene myndighetene oftest bruker for å gi forbrukerne klar og sikker informasjon om de økologiske og etiske egenskapene ved produkter. Men vær obs! Bare noen få merker er offentlig godkjente og svarer til strenge og kontrollerbare kriterier. De mest kjente inkluderer EUs blomst, den tyske Blå engelen, det nordiske Svanemerket og den franske AB (for økologiske matvarer – som svarer til Debiomerket i Norge).

For mer informasjon, se EU-kommisjonens nettsted: [www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index_en.htm).

The Consumers' Union Guide to Environmental Labels: [www.eco-labels.org](http://www.eco-labels.org); [www.ecolabel.no](http://www.ecolabel.no); Stiftelsen Miljømerking i Norge: [www.ecolabel.no](http://www.ecolabel.no).

I USA brukes Energy Star-merket for å fortelle at IKT-varer er energieffektive. Dette merket er også anerkjent av EU.

se side 27.

Informasjons- og kommunikasjons-teknologi.

Bedrifter og regjeringer i mange land er utsatt for nøye gransking av offentligheten. Jo mer folk krever at bedriftene legger om til bærekraftige produksjon og markedsføringsmetoder, desto mer sannsynlig er det at de vil forandre seg. Dersom produsentene vil beholde forbrukernes tillit, må de også vise at de er villige til å lytte til deres behov og interesser.

## ETISKE INVESTERINGER

Når vi legger planer for framtida, kan vi gjøre en del for å sikre at midlene vi sparer eller investerer, er med på å fremme en ansvarlig livsstil. Dersom mange nok gjør det, kan det sende sterke signaler til selskapene om å vise sosialt ansvar.

Bedrifter som opptrer ansvarlig, kan vise veg ved å gå foran med et eksempel. Andre vil følge etter, når de ser at det er mulig både å tjene penger og bidra til forandring.

Et stor og økende del av offentligheten gjør etiske investeringer. Det gjelder både individer og institusjoner. De krever at investeringene skal kaste mer av seg enn profitt, og at selskapene de investerer i skal vise sosialt ansvar. Det er mange måter å gjøre bærekraftige investeringer på. Én måte er å investere direkte i bedrifter som viser ansvar; andre er å investere i etiske fond eller lokale prosjekter.

Gjennom etiske fond kan en også være med på å oppfylle så vel globale som lokale behov. Ved å kanalisere kapital til landsbyene kan en bidra til mikrokreditt og forretningsmuligheter for små entreprenører over hele kloden. Slike opplegg gir nye muligheter for mennesker i en vanskelig sosial og økonomisk situasjon.



For mer informasjon om etisk finansiering og om bedrifter som viser miljø- og sosialt ansvar: [www.cool-companies.org](http://www.cool-companies.org); Ethical Consumer: [www.ethical-consumer.org](http://www.ethical-consumer.org); The Cooperative Bank: [www.co-operativebank.co.uk](http://www.co-operativebank.co.uk) (gå til *ethics in action*).

Mikrokredittordninger gjør små lån tilgjengelige for svært fattige mennesker, slik at de kan skape egen virksomheter som gjør det mulig å forsørge seg og sine. Se *The Global Development Research Center*, [www.gdrc.org/icm](http://www.gdrc.org/icm).

### [www.miljolare.no](http://www.miljolare.no) † Fattigdom – forslag til elevoppgaver

Gjennom to aktiviteter blir elevene bevisste om hva som kan bidra til et godt/fullverdig liv. Hvilke kriterier må være oppfylt? Aktivitetene kan også bidra til at de bedre forstår hva det vil si å være fattig og hva som er årsakene til global fattigdom.

Se [www.miljolare.no/forbruk](http://www.miljolare.no/forbruk).

Stater kan også gå foran når det gjelder å fremme etisk investering. Dette kan de gjøre gjennom beslutningene de tar om internasjonale og multi-laterale investerings- og finansieringsordninger. Det arbeides for eksempel internasjonalt for å fremme fornybar energi ved gjøre større midler tilgjengelige gjennom å reformere internasjonale finansinstitusjoner og eksportkredittinstitusjoner. G8-landene (verdens åtte ledende industriland) etablerte ved sitt toppmøte i Okinawa i 2000 en egen arbeidsgruppe for dette formålet.

Disse er nasjonale institusjoner som bruker offentlige midler til å sørge for finansiering, garantier og forsikring til privat sektor. De gjør det lettere for selskaper å investere i risikable markeder internasjonalt ved at de tar på seg mye av risikoen ved slike investeringer. Eksportkredittorganisasjonene er skapt for å fremme eksport. Den norske institusjonen av denne typen heter Garantiinstituttet for eksportkreditt (GIEK).



UNESCO Source magazine, Juni 1999.  
Section: Youth.

Hva bør en etisk investor tenke på når han / hun leter etter et selskap å plassere pengene sine i? Her er noen momenter:

- ‡ Hva jobber bedriften med?
- ‡ Hvordan er bedriftens rulleblad med hensyn til miljø og sosialt ansvar? Bruker den for eksempel fornybar energi?
- ‡ Gir bedriften informasjon om miljøkonsekvenser av sine produkter "fra vugge til grav"?
- ‡ Hva er bedriftens rulleblad som arbeidsgiver? (kvinner, minoritetsgrupper, fleksibel arbeidstid, arbeidsdeling osv).
- ‡ Er bedriften involvert i prosjekter i og for lokalsamfunnet?

**Konsekvens kreves.** Eksportkredittinstitusjoner illustrerer en motsetningsfylt tilnærming til bruken av offentlige midler. USA har to slike, Export-Import Bank og Overseas Private Investment Corporation, som hvert år gir subsidier til prosjekter som går ut på å utnytte fossile brensel i utviklingsland og tidligere Østblokkland. Samtidig får den mye mindre støtten de gir til mer bærekraftige prosjekter stor publisitet som tegn på et ekte miljøengasjement i mottakerlanda. Siden Rio-konferansen i 1992 har de amerikanske eksportkredittinstitusjonene gitt 62 ganger mer støtte til prosjekter som gjelder fossile brensel enn til prosjekter som gjelder fornybar energi. Se [www.see.org/exim/index](http://www.see.org/exim/index).

**Mikrokreditt for ungdom.** I Bangladesh har UNESCO etablert flere prosjekter i slumområdene i hovedstaden Dhaka. Ett av disse prosjektene, Nari Maitree (kvinnealliansen) har hjulpet mer enn 300 ungdommer til å kunne ta etablererkurs og å motta små lån for å sette i gang egen næringsvirksomhet, såkalt mikrokreditt. "Disse ungdommene representerer noen av de mest sårbare i samfunnet", understreker Sayeeda Rahman. Mange av dem har blitt truet til å gifte seg tidlig, er seksuelt utnyttet eller er prostituerte. Ved å etablere egne virksomheter, kan de tjene penger og bli en verdifull ressurs for sine familier. Et godt eksempel på dette er to jenter som ble lært opp til å kjøre scooter for å transportere unge jenter og kvinner til skolen hver morgen. Mange har akseptert at kvinner kan drive sine egne virksomheter, noe som er en klar indikasjon på at holdninger er i ferd med å endres.