

Verdibasert handel er fremtiden

Bedrifter må slutte å ensidig fokusere på kortsiktig gevinst og rette blikket fremover. Fremtiden ligger i verdibasert handel.

TEKST: MARIT GARFJELD
FOTO: BJØRN ERIK RYGG LUNDE

Miljøvinden blåser rundt i mange styrerom, redaksjoner og eneboliger både i Norge og resten av verden. Det diskuteres høylytt hvordan man kan bli mer miljøvennlig. Mest populært er det å resirkulere, kjøre drivstoffvennlige biler, kjøpe klimakvoter og, for bedrifters del, bli miljøfyrtårn. Professor i økologisk økonomi, Ove Jakobsen, mener det er på tide å stoppe opp og rette fokuset på det som mangler i debatten: En diskusjon om hvilke verdier man bør legge vekt på når økonomi og miljø debatteres.

– Det ligger to forskjellige motiver bak bedriftene som har kastet seg på miljøtrenden. Den ene, som er ganske ubehagelig, er alle de bedriftene som fremstår som mil-

jøvennlige, men som har som eneste motivasjon at en miljøprofil er god markedsføring og vil skape større salg av varen de selger. Den andre er de som tenker helhetlig. De skjønner at miljøsatsing er noe de bør gjøre fordi man som produsent og forbruker er medansvarlig i å skape forstyrrelser i miljøet. De satser på miljø av etiske årsaker, forklarer Jakobsen.

Ser ikke sammenhengen

Økologisk økonomi er en verdibasert tenkning som ikke fokuserer utelukkende på profitt, men gjør verdier som rettferdig handel og miljøvennlighet til en viktig faktor i regnskapet. Enkelte firmaer har allerede begynt en slik tankegang, som Max Havelaar. De produserer varer som gir rettferdig fordeling av inntjeningen på varer, fra kaffe-bønder til videreføring og butikk. Ett eksempel: Få vet at betalingen for en t-skjorte som koster 300 kroner gir 150 kroner til butikken som selger den og bare 13 øre til personen som plukker bomullen...

Alle statlige bedrifter i Norge er også pålagt å ha en

Varene vil ikke nødvendigvis bli dyrere, men det vil bli en bedre fordeling av gevinsten. Når konsumentene ser dette mønsteret, kan det hende at de er villige til å dempe forbruket dersom varene stiger i pris.

Ove Jakobsen

KORTE FAKTA

Hva er økologisk økonomi?

Økologisk økonomi ser miljøvern, menneskerettigheter og økonomi som likestilte verdier. Et produkt som er økologisk økonomisk garanterer at råvarene er dyrket på miljøvennlig vis og at produsenter så vel som videreforedlingsledd og salgsledd får en rettferdig del av gevinsten.

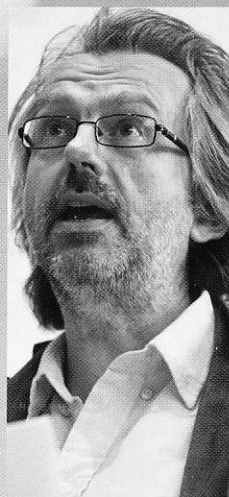
miljøbevissthet. Men denne miljøbevisstheten blir ikke nødvendigvis fulgt opp.

– Kravene om miljøbevissthet er der, men folk forstår ikke hva det betyr i sin helhet. Selv folk som har høyskoleutdanning innen økonomi har aldri hatt fokus på menneskelige verdier og naturverdier, kun kostnadsanalyser. For å få en større miljøbevissthet, må vi definere noen grunnverdier som trumfer de økonomiske verdiene. Som eksempelvis menneskerettighetene. De kan ikke brytes selv om det lønner seg økonomisk. Vi må få en lignende deklarasjon om naturen som vi har for mennesker, mener Jakobsen, og legger til at man mener at varene i større grad bør merkes så folk skjønner hvor miljøvennlige de er.

– Grunnen til at vi ikke ser disse tingene, er at vi ikke ser etter dem. Det bør bli lettere for konsumenter å få informasjon om hvordan varene er produsert og hvordan gevinsten deles, mener han.

Lov er mot sin hensikt

Statens fokus på at bedrifter skal være miljøvennlige kan



Ove Jakobsen er Norges første professor i økologisk økonomi.





KORTE FAKTA

Ove Jakobsen

Norges første professor i Økologisk økonomi
Ansatt ved Handels-
høyskolen i Bodø

Kompetanseområder:

Økologisk økonomi
Miljøledelse
Filosofihistorie
Etikk
Vitenskapsfilosofi
Markedsføring

Jakobsen har skrevet en rekke artikler og bøker om temaer som klimakvoter, krets-
løpsøkonomi, økologisk økonomi, markedsføring og filosofi. Han blir også hyppig benyttet som foredragsholder.

på sikt bli nedfelt i en lov. I første omgang kan det tenkes at en slik lov vil pålegges statlige bedrifter, men i neste omgang vil det også kunne pålegges private bedrifter. Men Jakobsen tror ikke en slik lov vil ha noen nytte dersom det ikke innføres debatter for å få folks øyne opp for verdibasert økonomi.

– Farene ved å løse slike tiltak med en lov er at de blir livsfjerne for folk. Normer og verdier som kommer innenfra oppleves som en frihet, mens lover og regler som pålegges utenfra oppleves å bli tredd ned over hodet på folk, mener Jakobsen.

– Vil det virke mot sin hensikt å gjøre miljøbevissthet til en lov?

– Bevissthet kan ikke lovfestes, det må komme gjennom refleksjon. Næringslivet bør danne dialogbaserte nettverk der aktørene kommer sammen og blir enige om de grunnleggende normene samspillet skal bygge på. Gjennom mine reiser rundt til bedrifter, universiteter og høyskoler ser vi at det stadig blir en større bevissthet for miljø. Men om denne bevisstheten kommer raskt nok til å bidra til å snu den negative miljøtendensen, vet jeg ikke, sier Jakobsen.

I en brytningstid

Likevel har Jakobsen en tro på at økologisk økonomi vil bli en naturlig del av folks bevissthet på sikt. Gjennom et systematisk arbeid med å skape diskusjoner og debatter, tror han at holdningsendringer vil skje på personnivå. Når man ser resultatene av økologisk økonomi, nemlig at miljøutslippene blir mindre og lønnsomheten blir rettferdig fordelt i produksjonskjeden, vil folk føle at fokuset gir mening.

– Det som gir motivasjon for arbeidet, er å se at det vi gjør får betydning for andre, mener Jakobsen.

Det vanskeligste tror han blir å få mennesker i i-land

For å få en større miljøbevissthet, må vi definere noen grunnverdier som trumfer de økonomiske verdiene. Som eksempelvis menneskerettighetene. De kan ikke brytes selv om det lønner seg økonomisk.

Ove Jakobsen

til å gå med på å leve mer sparsommelig og bruke mer penger på varer for å sørge for at lønnsomheten blir god, også for produsenter i u-land.

– Vil ikke dyrere varer føre til et enda større press for å høyne lønninger, og dermed føre til et enda mer materialistisk samfunn?

– Varene vil ikke nødvendigvis bli dyrere, men det vil bli en bedre fordeling av gevinsten. Når konsumentene ser dette mønsteret, kan det hende at de er villige til å dempe forbruket dersom varene stiger i pris. Det er for eksempel mindre miljøvennlig å kjøpe billige plagg med kort levetid enn kvalitetsplagg som varer lenger. Vanlige forbrukere har begynt å få en slik bevissthet, det ser man gjennom økt salg av økologiske varer. Vi er i en brytningstid mellom to måter å tenke på, sier Jakobsen.

