

Del III

Studier av intresset för och inställningar till frivillig jämställdhetsmärkning

8 En studie av näringsidkares syn på frivillig jämställdhetsmärkning

Sammanfattning av kapitel 8

I det här kapitlet redogör vi för två studier över intresset för frivillig jämställdhetsmärkning från näringslivets sida.

Sammantaget visar de båda studierna att det finns ett intresse för frågor om jämställdhet, även om det råder brist på kunskap om vad jämställdhetsbegreppet innebär. Trots detta uppger nära 30 procent av företrädare för skånska företag att de är intresserade av att jämställdhetsmärka sina företag.

Utredningen har genomfört djupintervjuer med företrädare för olika företag inom skiftande branscher. Flera av företrädarna underströk att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning måste ställa krav på *både* den enskilda verksamhetens jämställdhetsarbete *och* på att jämställdhetsarbetet även får effekter på de produkter och/eller tjänster som produceras/utförs vid verksamheterna; annars finns risken att systemet inte blir trovärdigt, utan endast en form av *läpparnas bekännelse*.

8.1 Uppdraget att analysera möjligheterna att jämställdhetsmärka produkter och tjänster

Enligt direktiven ska Utredningen främst inrikta arbetet på att *analysera möjligheterna att jämställdhetsmärka produkter och tjänster* och komma med förslag på verktyg för "kvalitetsbedömning av produkter och tjänster ur ett könsperspektiv" i syfte att skapa en "funktionell anpassning av utbudet ... utifrån kvinnors och mäns behov och önskemål".¹

Vi såg i det tidigare att *jämställdhetsbegreppet* rör relationer och förhållanden mellan män och kvinnor. Utgångspunkten är att män

¹ Dir. 1999:13, sid. 3.

och kvinnor ska ha lika rättigheter, skyldigheter och möjligheter i det sociala livet.² Tanken är således att de biologiska könen inte ska begränsa individens möjlighet att agera i vardagen. Det är emellertid inte helt oproblematiskt att relatera det sociala livet till de biologiska könen.

Emellanåt sker det också sammanblandningar av de biologiska könen och de sociala genuskonstruktionerna. Att kvinnor föder barn innebär inte automatiskt att de också är bäst lämpade att vårda barnen. En hastig blick på den officiella statistiken över hur föräldrar delar på vårdnaden av barnen kan dock leda till en motsatt uppfattning.³ År 1999 utnyttjade endast 12 procent av männen sin rätt till föräldrapenning. Kvinnornas uttag av föräldrapenning uppgick således till 88 procent. När det gäller den tillfälliga föräldrapenningen var männens uttag visserligen högre, men det uppgick ändå inte till mer än en tredjedel av det totala antalet uttagna dagar. Medan 34 procent av dem som erhöll tillfällig föräldrapenning var män, var motsvarande siffra 66 procent för kvinnorna.

Att utgå från ett resonemang om att kvinnor har huvudansvaret för barn och familj är visserligen riktigt om vi diskuterar sociala förhållanden och synen på traditionella arbetsuppgifter. 33 timmar och 15 minuter per vecka av det obetalda arbetet utförs av kvinnor, samtidigt som män endast ägnar 20 timmar och 10 minuter åt sådant arbete.

Men det kan vara vanskligt att ta dagens situation för given och överföra den på möjligheten att jämställdhetsmärka produkter och tjänster, vilket nedanstående beskrivning utgör ett exempel på. En bil som har utformats i syfte att underlätta för kvinnor att lämna och hämta barn vid daghem, skola, fritidshem och andra fritidsaktiviteter, kan vid en första anblick te sig jämställt utformad. Men att ställa krav på att jämställda bilar är sådana som kan underlätta för kvinnor att transportera barn mellan olika platser leder inte till annat än att de traditionella föreställningarna om män och kvinnor förstärks och befästs i stället för att luckras upp.⁴

Det västerländska samhället är till stora delar grundat på en föreställning om att världen är hierarkiskt uppdelad; att världen utgår från motsatsförhållanden. Världen anses vara indelad i *könsim-pregnerade* poler av gott – ont, höger – vänster, själ – kropp, sant –

² För den officiella definitionen se ovan kapitel 3.

³ På tal om kvinnor och män. Lathund om jämställdhet 2000, Statistiska centralbyrån, Örebro (2000).

⁴ Det aktuella resonemanget innebär inte att det inte skulle vara möjligt att tillverka bilar som uppfyller vissa kriterier ur jämställdhetssynpunkt. Resonemanget syftar endast till att belysa vad en sammanblandning av sociala och biologiska förutsättningar kan leda till.

falskt, ljus – mörker och förnuft – känsla. Det första begreppet är inte bara överordnat det andra. Det anses också vara manligt i motsats till det andra, som är kvinnligt. På så sätt *konstrueras* den allmänna uppfattningen om vad som är rätt och fel, samtidigt som traditionella uppfattningar om manligt som norm och kvinnligt som avvikande tar form.⁵

Att kvinnor transporterar barn mellan olika platser är således inte något annat än ett uttryck för hur sociala förhållanden styr uppfattningen om vad som är kvinnligt. Manligt blir på så sätt något som står i motsats till det kvinnliga. En liten sportbil, som har tillverkats för att endast en eller möjligtvis ett fåtal vuxna personer ska kunna transporteras mellan olika platser, blir således manlig. Vi ser här hur de sociala konstruktionerna *kvinnligt* och *manligt* framträder som skepnader i kvinnors och mäns kroppar. Genus blir på så sätt en akt, som liksom ett rituellt socialt drama förutsätter s.k. genusageranden:

en föreställning som *upprepas*. Denna upprepning är på en och samma gång en förnyad iscensättning och en förnyad upplevelse av en rad innebörder som redan är socialt etablerade; och den är en rutinartad och ritualiserad form av legitimering.⁶

Det är när man utgår från det som syns i vardagen som föreställningar om kvinnliga och manliga genus konstrueras. Ett exempel på detta utgör tanken att det är *naturligt* att kvinnor ska ha huvudansvaret för barn och familj, eftersom det är kvinnor som kan bli gravida och föda barn. Om män inte förknippas med föräldrarollen blir faderskapet osynligt, vilket bland annat kan leda till föreställningar om att män inte har samma förmåga att ta hand om barn och familj som kvinnor har. På så sätt kommer de traditionella bilderna av män och kvinnor att genereras, genom att de ständigt upprepas.

Att tillverka en bil som gör det möjligt för kvinnor att ta hand om hem och barn i än mer effektiv utsträckning än tidigare leder näppeligen till en mer jämställd situation. I stället kommer de reso-

⁵ Maria Wend Höjer och Cecilia Åse, Politikens paradoxer. En introduktion till feministisk politisk teori, Academia Adacta (1996), SOU 1990:44, Demokrati och makt i Sverige: Maktutredningens huvudrapport, Yvonne Hirdmans utveckling av Genussystemet, s. 78 ff., Genevieve Lloyd, The Man of Reason, "Male" "Female" in Western Philosophy, Routledge, London (1995) och Eva Schömer, Konstruktion av genus i rätten och samhället. En tvärvetenskaplig studie över svenska kvinnors rätt till jämställdhet i ett formellt jämlikt rättssystem, Iustus förlag (1999).

⁶ Judith Butler, Det performativa könet. Kroppsliga inskrivanden, performativa omställningar, *Res Publica* 35/36, Östling Bokförlag Symposions teoretiska och litterära tidskrift 1-2/97, s. 21.

nemang som ligger till grund för en sådan tillverkning att leda till att den allmänna uppfattningen att det är kvinnor som har huvudansvar för hem och familj förstärkas i stället för att luckras upp.

Det nu förda resonemanget utgör endast ett exempel på de svårigheter och problem som kan uppstå när sociala skeenden tas som intäkt för biologiska förhållanden.

8.2 Förhållandet mellan jämställdhetsmärkning och kvalitetsbedömning sett ur ett könsperspektiv

Vi har sett betydelsen av att inte blanda samman sociala förhållanden mellan människor och biologiska förutsättningar. I vårt uppdrag ligger bland annat att komma med förslag på en *kvalitetsbedömning sedd ur ett könsperspektiv*. Att inte beakta mäns och kvinnors skilda vardagsvärldar leder emellertid lika fel som ett resonemang som inte skiljer mellan sociala och biologiska utgångspunkter. Ett exempel på detta är antagandet att det räcker att män och kvinnor har lika rätt att vara föräldralediga för att de också ska utnyttja sina rättigheter i lika stor utsträckning, utan att beakta den ekonomiska och sociala kontext som familjer lever i.

Att män inte utnyttjar sin rätt till föräldraledighet i större utsträckning än de gör, har vid flera tillfällen förklarats bero på att familjen inte har ekonomiska möjligheter att undvara mannens högre lön under en längre period. Men det är även så att de män som utnyttjar sin rätt till föräldraledighet riskerar att bli diskriminerade i högre grad än kvinnor om kvinnor använder sig av sina lagliga rättigheter i det här avseendet. Det är visserligen riktigt att kvinnor också diskrimineras på grund av att de är hemma för vård av barn, men kvinnor anses i det här avseendet vara generellt diskriminerade. Kvinnor förutsätts nämligen vara andra klassens arbetstagare. Det betyder att kvinnor diskrimineras oavsett om de är eller har varit föräldralediga under sitt yrkesverksamma liv; att kvinnor (i vart fall det stora flertalet) kan bli gravida gör dem nämligen till opålitlig arbetskraft.⁷ Ytterligare en förklaring till att män inte utnyttjar sin rätt till föräldraledighet i större utsträckning än de gör, kan vara att en del kvinnor inte vill dela med sig av vårdnaden om barnen.⁸

⁷ SOU 1998:6 Ty makten är din... Myten om det rationella arbetslivet och det jämställda Sverige, s. 117.

⁸ SOU 1998:6 Ty makten är din... Myten om det rationella arbetslivet och det jämställda Sverige, s. 52.

Ett förslag till ett system för frivillig jämställdhetsmärkning där det sker *en kvalitetsbedömning sedd ur ett könsperspektiv* förutsätter således att frågor som rör kön och genus å ena sidan hålls åtskilda och å andra sidan hela tiden relateras till varandra. Vi har här uppfattat vårt uppdrag på så sätt att vi inte endast ska lyfta fram kriterier för frivillig jämställdhetsmärkning, utan att vi även ska skärskåda dessa kriterier i ljuset av konsumenters könstillhörighet. Här är det också viktigt att belysa hur kulturella och socialt betingade föreställningar om stereotyper skapas och återskapas. På så sätt tror vi att det blir möjligt att jämställdhetsmärkningen just kan komma att tjäna som hjälpmedel för att bryta den förkönade vardagen.

Enligt direktiven ska vi inrikta vårt arbete på att analysera hur möjligheterna till frivillig jämställdhetsmärkning kan komma att användas som medel i konkurrensen om konsumenters och andra parter intresse för det aktuella företagets produkter och tjänster.⁹ Den frivilliga jämställdhetsmärkningen kan på så sätt komma att utvecklas till ett ytterst effektivt konkurrensmedel på den fria marknaden där jämställdhet mellan män och kvinnor just kan bli en ledstjärna.

Vi har i det tidigare sett att det inte är möjligt att endast studera en enskild produkt eller tjänst utan att beakta den kontext som produkten eller tjänsten är tänkt att användas i eller beakta det sammanhang som den framställs inom. Jämställdhet är ett begrepp som får betydelse i sociala sammanhang, eftersom det rör just förhållanden mellan män och kvinnor. Att göra en kvalitetsbedömning utifrån ett könsperspektiv är att utgå från ett resonemang enligt vilket individernas biologiska förutsättningar har betydelse för kvaliteten. Här blir således kroppen central, eftersom den utgör den biologiska arena där det är möjligt att diskutera skillnader mellan män och kvinnor. Vi vill emellertid redan här understryka att vi inte talar om generella fysiska skillnader mellan män och kvinnor, såsom att män vanligtvis har mer muskelmassa än kvinnor. Det som blir centralt för oss är i stället de *biologiska* och *hormonella* skillnaderna mellan könen. De produkter som är av intresse för Utredningen i det här avseendet blir således de som inmundigas, till exempel produkter från läkemedels- och livsmedelsindustrin.

Utredningen ska enligt direktiven även bedöma producenters eventuella intresse för att en frivillig jämställdhetsmärkning införs. Mot bakgrund av att det så sent som under hösten 1999 genom-

⁹Dir 1999:13, s. 7.

fördes en kvantitativ studie över företags intresse för jämställdhetsmärkning har vi i stället valt att genomföra en kvalitativ studie för att belysa frågan hur företrädare för skilda branscher ser på möjligheterna att införa ett system för *frivillig jämställdhetsmärkning*.

8.3 Kartläggning av skånska företags jämställdhetsarbete

Hösten 1999 uppdrog Länsstyrelsen i Skåne åt TEMO att genomföra en s.k. omvärldsanalys i syfte att få ökad kunskap om hur företag arbetar med jämställdhet.¹⁰ Tanken var att studien skulle kunna tjäna som hjälpmedel för länsstyrelsen att identifiera styrkor och svagheter i sitt arbete med fysisk planering, kommunikation och jämställdhet.

Studien genomfördes med hjälp av telefonintervjuer, i vilka TEMO bland annat frågade företrädare¹¹ för 447 skånska företag med minst 50 anställda om och i så fall hur de bedrev sitt personalarbete ur ett jämställdhetsperspektiv. 301 besvarade intervjun, vilket innebär att svarsfrekvensen var 67 procent. Medan så många som 180 företag var mansdominerade var endast 61 företag kvinno-dominerade.¹² Vid övriga 60 företag var könsfördelningen jämn.

Av dem som besvarade intervjun hade 75 procent upprättat en jämställdhetsplan, vilket är långt fler än vid JämO:s kartläggning som genomfördes under samma period.¹³

69 procent av dem som hade en upprättad jämställdhetsplan menade också att företaget *blivit mer jämställt* sedan de påbörjat sitt årliga arbete med att upprätta och utvärdera företagets jämställdhetsplan. Endast *25 procent* av de nu aktuella företagen framhöll emellertid att det *inte hade hänt något i jämställdhetshänseende* sedan de påbörjat sitt aktiva jämställdhetsarbete.

Av dem som inte hade upprättat en jämställdhetsplan arbetade så många som *78 procent* aktivt med *andra personalpolitiska frågor* än jämställdhet. De frågor som nämndes särskilt var arbetsmiljö och kompetensutveckling.

¹⁰ Förevarande avsnitt utgår huvudsakligen från *LÄNSSTYRELSEN, Planfunktionen. Omvärldsanalys 1999, T-15475, TEMO (1999)*.

¹¹ Med företrädare avses här personer i ledande positioner vid företagen såsom VD och personalchef.

¹² Med dominans avsågs de företag där ena könet utgjorde mer än hälften av företagets personal.

¹³ Se ovan avsnitt 4.4 Jämställdhetslagen.

Då företagen ombads lyfta fram den fråga som de ansåg ha störst betydelse i jämställdhetshänseende framhöll 29 procent av de tillfrågade möjligheten att *förbättra arbetsmiljön* som den viktigaste jämställdhetsåtgärden. Möjligheten att *förena föräldraskap och förvärvsarbete och att grunda besluten på ett jämställdhetsperspektiv* framhölls som primär av vardera 26 procent av de tillfrågade. 15 procent menade i stället att frågan om *jämn könsfördelning i olika arbetsgrupper* var mest angelägen. Endast 13 procent menade att det viktigaste var att *öka de anställdas medvetenhet om jämställdhetsproblematiken*. Minst viktigt ansåg företrädarna det vara att *minska löneskillnaderna mellan män och kvinnor*.

Det kan finnas anledning att notera att frågan var begränsad på så sätt att svarsalternativen var bundna till de nu uppräknade förutsättningarna. Det kan alltså ha funnits frågor som de tillfrågade menade var av mer central betydelse, men som saknades i uppräknningen. De tillfrågade hade inte möjlighet att komma med egna svarsalternativ.¹⁴

8.3.1 Kvalitetssäkring och jämställdhet

Så många som 76 procent av de tillfrågade företagen använder sig av någon form av kvalitetssäkring såsom ISO 9000 eller Svensk kvalitet. Det var förhållandevis fler mansdominerade företag som arbetade med kvalitetssäkring än kvinnodominerade. 86 procent av de mansdominerade företagen arbetade med kvalitetssäkring. Motsvarande siffra för de kvinnodominerade företagen var endast 48 procent.

91 procent av de tillfrågade tror att en jämställd arbetsplats kan bidra till ökad produktivitet och lönsamhet.

Mot slutet ställdes frågan *Skulle Du vara intresserad av att jämställdhetsmärka Ditt företags produkter och tjänster?* Lite drygt en femtedel (21 procent) menade att de var intresserade av jämställdhetsmärkning inom ramen för ett befintligt kvalitetsarbete. Intresset för jämställdhetsmärkning var något högre hos dem som redan arbetade med kvalitetssäkring. Så många som 28 procent av dem framhöll att de skulle kunna tänka sig att också jämställdhetsmärka sitt företag.

¹⁴ Intervjun avslutades visserligen med frågan *har Du något övrigt att tillägga eller framföra om jämställdhet eller jämställdhetsfrågor?* men det är inte alltid som en sådan fråga kopplas samman med de tidigare frågorna i intervjun. Ofta, vilket också var fallet vid den nu aktuella frågan, kommer intervjupersonerna med kommentarer av mer generell art.

Nästan hälften (45 procent) framhöll emellertid att de inte var intresserade av jämställdhetsmärkning. 35 procent ställde sig frågande till vad jämställdhetsmärkning egentligen innebär.

Medan drygt hälften (55 procent) av företrädarna för företagen kände till länsstyrelsens funktion att *främja ökad jämställdhet*, kände inte ens hälften (42 procent) till att länsstyrelsen arbetar med detta.

Mer än hälften (56 procent) av de tillfrågade förklarade sig vara ointresserade av att få stöd i det interna jämställdhetsarbetet. En fjärdedel saknade uppfattning. Även om det inte var fler än knappt en sjättedel (15 procent) av de tillfrågade, som sade sig vara intresserade av att få mer hjälp av länsstyrelsen med det interna jämställdhetsarbetet, förklarade ändå lite drygt en femtedel (21 procent) att de var intresserade av att delta vid seminarier, kurser eller konferenser under temat *jämställdhet*.

Vi återkommer i det följande till de slutsatser som kan dras av länsstyrelsens studie. Men först gör vi en presentation av Utredningens kvalitativa studie av hur företrädare för näringslivet ser på frågor om frivillig jämställdhetsmärkning.

8.4 En kvalitativ studie av jämställdhetsmärkning

Mot bakgrund av att Länsstyrelsen i Skåne genomförde den nu nämnda kartläggningen menar vi att det vore intressant att få ett annat perspektiv på jämställdhetsmärkning. Länsstyrelsens studie var baserad på 14 frågor med bundna svar, vilket innebär att de tillfrågade inte gavs möjlighet att reflektera självständigt över frågorna. Kvantitativa studier har emellertid även stora fördelar. Till den mest centrala hör nog möjligheten att kunna dra generella slutsatser utifrån ett större material. Den aktuella studien utgör just ett exempel på den generella inställningen hos företrädare för näringslivet till bland annat jämställdhetsmärkning.

För att få svar på frågor om de bakomliggande orsakerna till *varför* en viss uppfattning framhålls som riktig är det emellertid viktigt att ställa frågor som möjliggör en sådan *förståelse*. Det kan ju mycket väl vara så att det stora flertalet menar sig vara för eller emot en viss fråga, men att det till exempel saknas kunskap om den aktuella företeelsen och att det är därför som majoriteten förklarar sig vara för eller emot den frågan. Det är mot bakgrund av detta som Utredningen har valt att genomföra en kvalitativ studie av hur åtta företag inom fem olika branscher ser på frågor om jämställd-

het, och hur stort intresset är för att det införs ett system för frivillig jämställdhetsmärkning.

Redan i Maktutredningen 1990 beskrev Yvonne Hirdman förhållandena mellan män och kvinnor som ett *genussystem*, i vilket hon menar att det går att urskilja ett *socialt mönster* som bygger på två olika logiska former, nämligen att *könen ska hållas åtskilda* och att det är *mannen som är normen*.¹⁵

Om den ideologiska utgångspunkten är att män och kvinnor ska hållas åtskilda och att mannen är norm kompliceras frågan om att införa frivillig jämställdhetsmärkning genom att jämställdhet främst förutsätter att män och kvinnor har lika rättigheter, skyldigheter och möjligheter. Den inneboende tanken i jämställdhetsbegreppet kan på så sätt ses som en utmaning av den rådande ideologiska utgångspunkten. Det kan också vara av den anledningen som arbetet med jämställdhet ofta framställs vara av mer pedagogisk än teknisk art. Det är ju inte alltid så lätt att förändra ett etablerat synsätt. Detta blir särskilt tydligt när det gäller frågor om makt. Jämställdhet handlar till stora delar om att just ifrågasätta maktrelationer mellan män och kvinnor.

8.4.1 Metodfrågor

Syftet med vår studie är således inte att kartlägga hur många företag som är intresserade av jämställdhetsmärkning, utan snarare att ringa in den problematik som kringgärdar möjligheten att införa ett system för frivillig jämställdhetsmärkning.

Intervjuerna var disponerade på så sätt att de tillfrågade ombads beskriva verksamheternas huvudsakliga inriktning, personalens sammansättning och den för verksamheten aktuella kundkretsen. Därefter diskuterades frågor om certifiering och märkning av produkter och tjänster. För att få en förståelse för intervjupersonernas inställning till frågan om de ansåg att det är möjligt att införa ett system för frivillig jämställdhetsmärkning diskuterades inte endast jämställdhetsbegreppet som sådant, utan också huruvida intervjupersonerna var intresserade av jämställdhetsproblematiken och om de arbetade med eller hade kommit i kontakt med frågor om jämställdhet i sitt nuvarande eller tidigare arbete.

Avslutningsvis gavs intervjupersonerna möjlighet att vikta faktorer som de såg som väsentliga för att inleda eller fortsätta ett

¹⁵ SOU 1990:44, *Demokrati och makt i Sverige: Maktutredningens huvudrapport*, Yvonne Hirdmans utveckling av genussystemet, s. 78 ff.

samarbete med kunder, klienter eller andra affärskontakter. Härvid ombads intervjupersonerna att komma med förslag på kriterier som de menade borde ligga till grund för ett system för frivillig jämställdhetsmärkning inom just deras specifika bransch- och verksamhetsområde.

Intervjuerna genomfördes med hjälp av bandspelare för att på så sätt underlätta möjligheten att föra en dialog. En av poängerna med kvalitativa intervjuer är just att intervjun ständigt utvecklas och snarare har formen av en dialog än en ensidig utfrågning av intervjupersonen. På så sätt blir det också möjligt för intervjuaren att till exempel komma med förklaringar till olika begrepp. Intervjuaren har således möjlighet att styra intervjun och ställa följdfrågor eller be intervjupersonen utveckla resonemang som kanske kan tyckas utgöra stickspår, men som ofta visar sig vara högst väsentliga iakttagelser, invändningar eller anmärkningar av intervjupersonen.

Vid kvalitativa intervjuer är det således viktigt att inte endast intervjupersonen är beredd att ställa sin tid till intervjuarens förfogande. Det är lika viktigt att intervjuaren ställer sig till intervjuarens förfogande och att hon eller han är beredd på att samtalet kan ta nya vägar. En djupintervju kan även innebära att intervjuaren får tänka igenom och revidera tidigare ställningstaganden och åsikter. Detta ställer höga krav på lyhördhet hos intervjuaren, men det betyder också att det kan bli möjligt att nå längre med kvalitativa intervjuer än vad som är möjligt vid standardiserade intervjuer.

8.5 Val av branscher och verksamheter

Vid kvalitativa studier är det inte omfattningen av det studerade som är av vikt, utan vad som studeras. Vid kvalitativa studier är nämligen variationerna hos det som ska studeras av långt större intresse än de eventuella gemensamma likheterna eller de generella slutsatser som kan dras av studien.

8.5.1 Livsmedelsbranschen samt hotell- och restaurangbranschen

Vi har i det tidigare belyst den inneboende problematik som ligger i möjligheten att införa en frivillig jämställdhetsmärkning som bland annat grundar sig på kvalitetsbedömningar ur könsperspektiv. Det

är ju, såsom vi också har sett i det föregående, möjligt att göra just kvalitetsbedömningar ur könsperspektiv när det gäller livsmedel och läkemedel, eftersom det är fråga om produkter som kan påverka kroppen. De branscher som vi har valt att studera i det här avseendet är således livsmedels- och läkemedelsbranscherna. Vi menar att det finns flera poänger med just detta val, eftersom dessa branscher också ger oss möjlighet att belysa problematiken med jämställdhetsmärkning ur ett s.k. tjänsteperspektiv, som har kopplingar till ytterligare branscher.

Konsumenter kan komma i kontakt med livsmedel på flera olika sätt och i flera olika sammanhang. Ett är i dagligvaruhandeln i samband med matinköp i olika livsmedelsbutiker. Att få information om vad maten innehåller kan tyckas vara primärt. I dag är det emellertid inte möjligt att få information om hur den mat som inhandlas i dagligvaruhandeln påverkar kvinno- och/eller manskroppen. I februari år 1999 överlämnade Utredningen gällande konsumentinformation om dagligvaror betänkandet *Märk väl!* (SOU 1999:7), i vilket det bland annat anförs följande:

Information om dagligvaror är väsentligt för att konsumenterna skall kunna göra väl övervägda val och på så sätt bland annat undvika ekonomiska och andra risker. Därtill är det av intresse för samhällsutvecklingen att konsumenterna erbjuds erforderlig hälso- och miljöinformation så att de vid sina val kan ta hänsyn till hälso- och miljöaspekter. Således är det särskilt väsentligt att konsumenterna vid själva köptillfället har tillgång till erforderlig information.

För att underlätta för konsumenterna att på ett översiktligt sätt kunna få tillgång till erforderlig information bör ev. miljömärkning placeras i anslutning till basinformationen. Detsamma bör gälla vid placering av ev. nyckelhälsmärkning.¹⁶

Tanken är således att konsumenterna ska ha möjlighet att göra sitt val av produkter redan i butiken. För dem som önskar välja bort varor som inte är miljömärkta eller till exempel inte uppfyller kraven för "Nyckelhålet" finns således redan i dag dessa möjligheter. De som önskar handla "jämställt" har emellertid inte någon sådan möjlighet. Med ett system för frivillig jämställdhetsmärkning skulle de som just önskar göra "jämställda" val få möjlighet att välja

¹⁶ SOU 1999:7, *Märk väl!* s. 1 f.

bort de varor som inte uppfyller kraven för jämställdhetsmärkningsen av dagligvaror.

Vid sidan av dagligvaruhandeln kommer konsumenterna även i kontakt med livsmedel när de till exempel besöker ett kafé eller en restaurang. Ett system för frivillig jämställdhetsmärkning av livsmedel gör det således även möjligt att överföra kraven för jämställda livsmedel till restaurangbranschen, vilken har nära kopplingar till hotellnäringsen. Vi menar att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning skulle kunna göra det möjligt för konsumenter att *både* göra aktiva val av den mat som de önskar inta *och* välja den restaurang eller det hotell som erbjuder just jämställdhetsmärkt mat.

Därtill kommer att såväl den enskilda butikens som restaurangens respektive hotellets tjänster kan komma att bli föremål för just frivillig jämställdhetsmärkning.

Utredningen har valt att föra diskussioner med en kvinnlig informationsansvarig företrädare för ett multinationellt livsmedelsföretag. Utredningen har även fört samtal med företrädare för två olika hotell. Det ena hotellet företrädades av en kvinna, det andra av en man. Kvinnan är marknadsansvarig och mannen arbetar som receptionschef. De båda kvinnorna satt i företagets ledningsgrupper. Samtliga verksamheter är belägna i södra Sverige.

8.5.2 Läkemedelsbranschen

Att kvinnors och mäns biologi skiljer sig åt kan emellanåt ha betydelse för hur kvinnors och mäns kroppar reagerar på livsmedel och läkemedel.¹⁷

Trots att gruppen kvinnliga patienter är större än gruppen manliga patienter bedrivs den medicinska forskningen i princip endast med fokus på män. Detta gäller både inom läkemedelsindustrin och inom den kliniskt medicinska forskningen. Överläkaren docent Karin Schenck-Gustafsson vid Karolinska institutet, Stockholm menar därför att faran är överhängande att just kvinnor ska drabbas av hjärt- och kärlsjukdomar.

Kvinnors och mäns skilda biologiska förutsättningar innebär bland annat att symptomen hos dem är olika när de drabbas av likadana sjukdomar. Detta får till exempel till följd att kvinnor som drabbas av sjukdomar inte alltid erhåller adekvat vård, eftersom deras symptom inte alltid överensstämmer med de medicinska

¹⁷ Det nu förda resonemanget utgår visserligen från läkemedel som omfattas av läkemedelslagen, men diskussionen är densamma för såväl övriga läkemedel som naturläkemedel.

beskrivningarna av sjukdomarna. Det föreligger således en fara för att kvinnliga patienter felbehandlas och att de medicinska farorna inte förebyggs i tillräcklig utsträckning. Till exempel är det i dag en allmän uppfattning att den vanligaste dödsorsaken för kvinnor är bröstcancer, vilket är fel. Den vanligaste dödsorsaken för kvinnor är hjärtinfarkt – precis som för män.

På grund av att en del av den officiella statistiken (till exempel WHO-statistik när det gäller hjärt- och kärlsjukdomar) endast omfattar personer under 60–65 år ser det ut som om kvinnor inte drabbas lika ofta som män av hjärtinfarkt. Generellt sett är det nämligen så att män drabbas av hjärtinfarkt från 45 års ålder, medan kvinnorna i allmänhet drabbas från 55 års ålder. Många av de kvinnor som drabbas av hjärtinfarkt saknar också de symptom som anses vara typiska. Detta kan leda till att kvinnor som söker hjälp för smärtor i bröstet inte blir adekvat behandlade. Kvinnor drabbas mer av så kallade tysta hjärtinfarkter utanför sjukhusen.

Kvinnors och mäns kroppar bryter ned en del mediciner på olika sätt, vilket är särskilt tydligt när det gäller medicinering mot högt blodtryck och hjärtsjukdomar.

Det finns flera förklaringar till varför kvinnor som grupp ingår i den medicinska forskningen i så liten utsträckning som de gör. Bland annat brukar man motivera avsaknaden av kvinnor vid studier av läkemedel med att kvinnors biologi gör studierna mer kostsamma: menstruationscykler med varierande hormonhalter och klimakteriebesvär kan komplicera studierna. Avsaknaden av kvinnor vid läkemedelsstudier motiveras också med att resultaten blir mer korrekta om studierna endast utförs på män, eftersom de anses utgöra "the golden standard".

Ytterligare en anledning till att inte låta kvinnor ingå i läkemedelsstudier är att kvinnor kan bli gravida och att eventuella barn kan drabbas av skador som orsakas av de testade läkemedlen. Mot detta bör man emellertid väga risken för att läkemedel som anses vara säkra faktiskt inte testats på dem som de är avsedda för, nämligen kvinnor och barn.

Detta är några frågor som är av central betydelse när det gäller möjligheten införa kvalitetssäkringar ur könsperspektiv. Utredningen menar att det finns anledning att belysa problematiken ytterligare, för att undersöka möjligheten att införa ett system för frivillig jämställdhetsmärkning av vissa läkemedel och medicinska tjänster.

Utredningen har fört diskussioner med en kvinna som är jämställdhetsansvarig vid ett multinationellt läkemedelsföretag. Vi

redogör för hennes syn på frågor om jämställdhetsmärkning i det följande.

8.5.3 Functional food

Ett område, vars produkter har nära koppling till läkemedelsområdet är *functional food*. Functional food kan ses som en samlingsbeteckning för en grupp livsmedel som kan konsumeras som vanlig föda. De påstås dock ha specifika, dokumenterade hälsoeffekter och riktas till en bred allmänhet. De skiljer sig således från läkemedel genom att de inte enbart är avsedda för behandling av en viss grupp människor. Functional food skiljer sig även från så kallade kosttillskottsprodukter och naturläkemedel genom att de just är *livsmedel* och alltså inte har formen av piller eller pulver.

Även om functional food är ett oreglerat område i Sverige förekommer användningen av begreppet i tämligen stor utsträckning vid lansering och marknadsföring av livsmedel som påstås ha nyss nämnda egenskaper. Vid en studie av Konsumentverket framkom det att det var få konsumenter som kände till innebörden av begreppet. Men trots detta finns det ändå ett flertal produkter som kan betecknas som functional food.

Trenden med funktionell mat började i Japan i mitten på 1980-talet och har sedan dess snabbt spridit sig västerut. USA ligger i täten i västvärlden, men Europa och då särskilt Finland börjar komma ifatt.

Bland de produkter som är att hänföra till functional food bör framför allt följande uppmärksammas:

- mejeriprodukter i vilka det påstås ha tillsatts nyttiga bakteriekulturer,
- fiberrika bröd- och pastaprodukter,
- margariner som påstås innehålla nyttiga fetter såsom omega 3-fettsyror samt
- drycker i vilken frukter har tillsatts för att göra dem mer nyttiga.

Utredningen har diskuterat möjligheten att jämställdhetsmärka livsmedel med en kvinnlig informationsansvarig företrädare för ett multinationellt livsmedelsföretag och Nils Georg Asp, professor i industriell näringslära, Lund Universitet tillika VD vid Swedish Nutrition Foundation. Han menar att det finns möjligheter att jämställdhetsmärka just functional food.

8.5.4 Bank- och försäkringsbranscherna

Det ställs i dag stora krav på konsumenterna i samhället. Bland annat förväntas konsumenterna göra aktiva val när det till exempel gäller möjligheten att finansiera sin ålderdom (*val av pensionsfond*) och när det gäller distribution av *el* samt *telefonitjänster*. De ökade möjligheterna till fria val kan visserligen upplevas som tyngande. Men dessa nya möjligheter kan leda till att konsumenterna blir mer medvetna, vilket kan få till följd att de ställer större krav på näringslivets distribution av produkter och tjänster.

Vi såg i det tidigare att det finns flera schablonartade bilder av män och kvinnor. Dessa bilder genererar själva nya generaliseringar som förstärker de tidigare schabloniserade bilderna. Att kvinnor och män har olika löner är en sådan bild som genererar uppfattningar om mäns och kvinnors ekonomier. I Kvinnomaktutredningen förklarades mäns högre löner med att *män redan har högre löner än kvinnor*.¹⁸ Det förekommer än i dag att män erhåller högre lön än kvinnor på grund av att de är män och att män är s.k. familjeförsörjare.¹⁹ Fördelningen mellan män och kvinnor över olika yrkesgrupper och deras genomsnittliga medellön framgår av nedanstående tabell.

¹⁸ SOU 1998:6, Ty makten är din... Myten om det rationella arbetslivet och det jämställda Sverige, s. 125.

¹⁹ En avdelningssköterska i Sverige motiverade under våren 2000 ett lönetillägg om 500 kr med att den manliga sjuksköterskan var just familjeförsörjare.

De tio vanligaste yrkesgrupperna 1998

Antal i 1000-tal, könsfördelning (i procent) samt kvinnornas lön i procent av männens. Hel- och deltidsanställda. Rangordnade efter samtliga i yrkesgruppen

Yrkesgrupp	Antal		Könsfördelning		Medellön		Kvinnors lön i procent av mäns
	Kv	M	Kv	M	Kv	M	
Vård- och omsorgspersonal m.fl.	361	41	90	10	15 000	15 400	98
Säljare, inköpare, mäklare m.fl.	55	90	38	62	18 800	24 000	78
Försäljare detaljhandel och demonstratör	93	45	67	33	14 900	15 500	96
Ingenjörer och tekniker	17	102	14	86	18 400	21 200	87
Sjuksköterskor	86	8	92	8	18 400	18 700	98
Övrig kontorspersonal	70	16	81	19	15 200	16 400	93
Byggnadshantverkare	3	78	4	96	14 700	17 500	84
Fordonsförare	5	72	7	93	15 600	16 300	96
Grundskollärare	54	18	75	25	18 100	18 200	99
Förskollärare och fritidspedagoger	64	5	93	7	15 300	15 100	102

Källa: Lönestatistik, SCB²⁰

²⁰ På tal om kvinnor och män, Lathund om jämställdhet 2000, Statistiska centralbyrån, Örebro (2000).

Att män har högre förvärvsinkomst under sitt yrkesverksamma liv ökar deras möjligheter att erhålla en högre pension än kvinnor. Till detta kommer att kvinnor lever längre än män. Vid utbetalning av pensioner framhålls det stundom att det sker omfördelningar av pensionsmedel från män till kvinnor. Medan kvinnornas livslängd beräknas uppgå till 84,53 år, uppgår männens livslängd endast till 80,84 år, vilket ger en skillnad på 3,69 år.²¹ Det kan tyckas vara riktigt att den som erhåller försörjning under en längre tid än någon annan inte kan erhålla lika mycket som den som erhåller försörjning under en kortare period. Detta gäller nog särskilt om den som erhåller pensionsersättningen inte heller har betalat in lika mycket som jämförelsepersonen under den aktuella perioden. Men ställs detta resonemang i ljuset av personernas könstillhörighet, inställer sig genast frågan hur det kommer sig att det generellt sett är gruppen kvinnor som ska erhålla den lägre ersättningen. Att det därutöver har visat sig att kvinnor även erhåller lägre ersättningar när de har erlagt en lika hög avgift som männen gör frågan än mer intressant.

En viktig förutsättning för att uppnå jämställdhet mellan män och kvinnor är möjligheten att vara ekonomiskt oberoende, dvs. att det föreligger ekonomisk rättvisa mellan könen.

Av studier *mellan hushåll* (alltså inte mellan män och kvinnor) framgår det bland annat att förmögenheterna är än mer ojämnt fördelade än inkomsterna. När det gäller fördelningen mellan mäns och kvinnors nettoförmögenhet och egen disponibla inkomst är den i huvudsak jämn. År 1992 ägde kvinnor 47 procent av den privata nettoförmögenheten. Deras individuella disponibla inkomster uppgick år 1994 till 45 procent av männens. Kvinnornas tillgångar är emellertid i princip genomgående lägre än männens, vilket framgår av nedanstående tabell.

²¹ SOU 1998:3, *Välfärdens genusansikte*, s. 139.

Tillgångar och skulder 1992 för samtliga. Belopp i miljarder kronor, kvinnors tillgångar och skulder som andel av mäns i procent.

Tillgångar	Kvinnor	Män	Andel
Bankmedel	214,4	214,5	50,0
Direktägda aktier	34,1	46,9	42,1
Allemansfonder	20,9	22,9	47,6
Andra aktiefonder	15,8	17,0	48,2
Eget hem	413,6	504,0	40,6
Fritidsfastighet	77,1	87,3	46,9
Bostadsrätt deklarerat värde	7,8	7,9	49,7
Övriga reala tillgångar	23,9	71,4	25,1
Summa tillgångar	879,4	1221,6	41,9
Skulder	243,1	512,1	32,2
Nettoförmögenhet, privat	636,3	709,5	47,3
Tillgångar i näring	107,6	327,2	24,7
Skulder i näring	31,9	152,0	17,3
Nettoförmögenhet i näring	75,7	175,2	30,2
Summa tillgångar inkl. näringsverksamhet	987,0	1548,9	38,9
Skulder inkl. näringsverksamhet	275,0	664,0	29,3
Nettoförmögenhet	712,0	884,9	44,6
Taxerad förmögenhet	380,2	336,3	53,1
Studieskuld	33,4	24,1	58,1

Källa: SCB, inkomstfördelningsundersökningen med extra urval av förmögna hushåll.²²

Av tabellen framgår det bland annat att kvinnors tillgångar från näringsverksamheter endast uppgår till 24,7 procent av mäns tillgångar i samma verksamheter. Bankvärlden har alltemellanåt kritiserats av kvinnor för att kvinnor inte har möjlighet att erhålla lån

²² Tabellen är hämtad ur SOU 1997:87, Kvinnor, män och inkomster. Jämställdhet och oberoende, s. 63.

för igångsättning av nya näringsverksamheter i lika hög utsträckning som män. Naturligtvis är det inte lämpligt att utan vidare godta denna kritik. Vi menar emellertid att det kan finnas anledning att belysa denna problematik ytterligare för att därefter ta ställning till huruvida det är möjligt att jämställdhetsmärka banktjänster i till exempel det här avseendet.

Vi har mot bakgrund av detta valt att även belysa frågan huruvida det är möjligt och även lämpligt att jämställdhetsmärka tjänster inom just bank- och försäkringsbranschen.

Utredningen har fört diskussioner med två svenska försäkringsbolag som tillhör de största i Sverige och med en av Sveriges storbanker som har förgreningar på världsmarknaden. Det ena försäkringsbolaget företrädades av sin informationschef och det andra av sin områdeschef. Båda var män. Banken företrädades av en kvinna, som var jurist. Alla tre var representerade i bolagens ledningsgrupper. Både banken och försäkringsbolagen bedriver verksamhet över hela landet.

8.5.5 IT-branschen

Sverige går i likhet med övriga västvärlden mot ett samhälle inom vilket informationsteknologin (IT) spelar en allt större roll. Jämställdhetsrådet för transporter och IT (Jämit) beskriver IT som en samlingsbeteckning för telefon i mobiltelefoni, radio, TV, fax, datakommunikation samt elektronisk post och Internet, datasystem och elektroniska faktureringsystem.

Sverige är ett av de mest datortäta länderna i världen. Av nedanstående tabell framgår den geografiska spridningen av Internetanvändare.

Geografisk fördelning av Internetanvändare

Land	Antal användare (miljoner)	Andel användare (procent)
Australien	5,5	30
Brasilien	4	2,4
Egypten	0,06	0,1
Frankrike	6,2	13
Indien	1,5	0,15
Indonesien	0,01	0,005
Japan	18	14,4
Kanada	13	42
Kina	4	0,3
Mexiko	0,7	0,7
Peru	0,02	0,1
Ryska federationen	1,5	1
Slovenien	0,5	25
Storbritannien	11	20
Sudan	0,0003	0,001
Sverige	3,6	41
Sydafrika	1,6	3,7
Tyskland	8,4	10
Uruguay	0,09	2,7
USA	106	40
Vietnam	0,015	0,02

Källa: Nationalencyklopedin, DVD (2000)

Så många som 70 procent av männen och 66 procent av kvinnorna har tillgång till dator. Det gör Sverige till en av världens mest avancerade IT-nationer. Siffrorna är förhållandevis jämna, vilket i och för sig inte är detsamma som att kvinnor och män använder datorerna på ett likartat sätt.

Den nya teknologin har emellertid fått till följd att avstånden mellan människorna i samhället har kortats. I dag är det inte bara möjligt att betala räkningarna och göra matinköpen eller boka hotell och resor hemifrån den egna datorn, utan det är även möjligt att konsultera medicinsk expertis över nätet.²³

Det vore högst olämpligt att Utredningen underlät att beakta ett område som är under så stor framväxt som informationsteknologin. När det gäller IT-området har vi i första hand valt att under-

²³ Se till exempel www.infpreg.com, Kunskapscentrum för infektionssjukdomar under graviditet och www.apoteket.se.

söka huruvida det är möjligt att jämställdhetsmärka de tjänster som tillhandahålls, men det finns ändå klara kopplingar till produktområdet. Flertalet av de produkter som bjuds ut på Internet kan ju komma att bli föremål för jämställdhetsmärkning inom till exempel läkemedels- och livsmedelsbranscherna, vilket gör att vi också bör belysa kopplingar mellan IT och jämställdhet.²⁴ Vi har således valt att även belysa möjligheten att införa ett system för frivillig jämställdhetsmärkning inom IT-branschen.

Utredningen har fört diskussioner med en marknadsansvarig man vid ett mindre IT-bolag. Bolagets verksamhet sköts från en större ort i södra Sverige.

8.6 Synen på frivillig jämställdhetsmärkning, en inledning

Syftet med den aktuella studien var att belysa de frågor som kringgärdar jämställdhetsområdet genom att diskutera eventuella möjligheter eller hinder som ett förslag till ett system för frivillig jämställdhetsmärkning kan komma att stöta på.

I syfte att kunna föra fördomsfria diskussioner med intervjupersonerna lovades de fullständig anonymitet. Det ska således inte vara möjligt att kunna identifiera dem eller det bolag som de företräder. För att underlätta läsningen och göra beskrivningarna mer levande har vi valt att ge såväl intervjupersonerna, företagen och orterna för verksamheterna nya namn.

Gemensamt för företrädarna var att de menade att det kan finnas marknadsmässiga poänger med jämställdhetsmärkning, även om de ställde sig frågande till innebörden av jämställdhetsmärkning och vad en sådan kan komma att innebära. Samtliga företrädare menade dock att det är väsentligt att göra en helhetsbedömning av företagets hela verksamhet när det gällde jämställdhetsfrågor.

8.7 Synen på jämställdhetsmärkning inom livsmedelsnäringen

Mangiare Ltd tillhör ett av de största livsmedelsföretagen i Sverige. *Mangiare Ltd* ingår i en multinationell koncern inom livsmedelsbranschen. I livsmedelsbranschen skiljer man på konsumenter och

²⁴ Utanför Utredningens arbete faller emellertid de frågor som Jämställdhetsrådet för transporter och IT (Jämit) har i uppdrag att belysa och undersöka.

kunder. Konsumenterna är de som köper produkterna. Konsumenterna köper sina varor av livsmedelsbranschens kunder. I Sverige finns det i princip endast tre stora kunder: ICA, KF och Axfood. Utredningen har intervjuat *Johanna* som är informationschef vid *Mangiare Ltd*. Johanna är i 40-årsåldern och har arbetat vid företaget i omkring fem år. Innan hon kom till *Mangiare Ltd* arbetade hon vid ett större företag i byggbranschen.

Livsmedelsindustrin är av tradition manlig. De som arbetar inom den primära jordbruksproduktionen liksom kunderna och säljarna är män. De som köper produkterna (konsumenterna) är huvudsakligen kvinnor.

8.7.1 Livsmedelsföretagets inriktning

Mangiare Ltd är ett traditionellt livsmedelsföretag. Det har som policy att "tillverka och marknadsföra livsmedel som innebär en matupplevelse". I fabriken förädlas basråvaror till färdiga produkter. Den mat som kommer ut från fabriken är bearbetad till mer eller mindre färdiga produkter.

Även om de som köper varorna oftast är kvinnor, reflekterar *Mangiare Ltd* under tillverkningsprocessen i princip aldrig över konsumenternas kön. Däremot har demografiska frågor kommit att inta en allt mer central plats i diskussionen om vilka produkter som ska tas fram.

Av studier om konsumenters matvanor framgår bland annat att konsumenter inte är en enhetlig massa. Konsumenterna vill inte heller alltid ha samma produkter. Ibland vill de ha grönsaker och nyttig så kallad Nyckelhålsmärkt mat. Andra gånger önskar de desserter och vid ytterligare andra tillfällen önskar de sockerfri mat eller Gröna Gården-produkter.

Att den svenska befolkningen håller på att bli äldre har gjort att *Mangiare Ltd* har börjat ställa frågor om vad maten innehåller och hur nyttig den är.

Därutöver har frågor om konsumenters tid och krav på bekvämlighet kommit att inta en allt mer framträdande roll för inriktningen på den mat *Mangiare Ltd* framställer. Det är fortfarande främst kvinnorna som har huvudansvaret för den sociala omsorgen om familjen, till exempel matlagningen och det övriga hushållsarbetet. Nära två tredjedelar av det obetalda arbetet utförs av kvinnor. Medan kvinnornas obetalda veckoarbetstid beräknas uppgå till

33 timmar och 15 minuter, uppgår motsvarande veckoarbetstid för männen endast till 20 timmar och 10 minuter.²⁵

8.7.2 Personalens sammansättning vid livsmedelsföretaget

Vid Mangiare Ltd i Sverige sysselsätts nära 2 000 personer. Ungefär hälften arbetar vid fabriken i Skåneort, ett litet arbetarsamhälle i Mellanskåne. Det är främst processoperatörer som arbetar vid företaget. LO-kollektivet uppgår till omkring 60 procent. Omkring 25 procent av de anställda vid Mangiare Ltd i Skåneort är säljare. Därutöver består personalen av produktutvecklare, marknadsförare och livsmedelsingenjörer. Företagets ledning, marknadsföringsavdelning och personalavdelning har sina lokaler i anslutning till fabriker.

På samma sätt som för livsmedelsindustrin i övrigt är arbetsfördelningen vid Mangiare Ltd strikt könssegregerad. Medan männen arbetar med processer består kvinnornas arbetsuppgifter huvudsakligen i att plocka varor. Männen har i mycket större utsträckning än kvinnorna arbetsledande positioner. Under senare tid har den strikta könsfördelningen emellertid luckrats upp. Men det är fortfarande så att kvinnorna, i synnerhet de äldre, har mindre ansvarskrävande arbeten än männen. De yngre kvinnorna har dock i större utsträckning än tidigare kommit att få ansvara för en egen process, till exempel tillverkningen av köttbullar.

Arbetsklimatet är "manligt" och Johanna beskriver jargongen som "gubbig". Kvinnornas andel uppgår till 30 procent, fördelat över hela företaget. De har i mycket större utsträckning än männen monotona arbetsuppgifter. Ofta är de också lågutbildade och har dåligt självförtroende.

Säljarkåren är i princip manlig. Jargongen präglas av det som ibland benämns som en "amerikansk företagskultur". Konkurrensen säljarna emellan är mycket hård, det är "Amerika som hägrar, med amerikansk fotboll som förebild". Vid säljkonferenser är det "ryggdunk och uppgörelser i bastun som gäller".

Johanna menar att det är förståeligt om kvinnor inte känner sig lockade av den miljön, där arbetsklimatet inte endast är psykiskt pressande, utan även fysiskt tungt. Säljarna förväntas ju inte bara lansera produkterna, utan också plocka upp varor på hyllor och i kyl- och frysdiskar ute i de enskilda livsmedelsbutikerna. Ibland ska

²⁵ På tal om kvinnor och män, Lathund om Jämställdhet 2000, Statistiska centralbyrån, Örebro (2000).

de bygga frysdiskar, andra gånger kan det vara fråga om att bygga montrar som gör varorna attraktiva, för att på så sätt lyckas "kränga" så mycket som möjligt. Till det kommer att nästan samtliga butiksinnehavare är män och att säljarens förmåga oftast mäts i volymer, dvs. att de "har lyckats kränga så många kartonger som möjligt under minsta möjliga tid".

Företaget har emellertid försökt bryta den starka könssegregationen på verkstadsgolvet. Vid ett tillfälle arbetade man med ett projekt som hette Sick-Sack²⁶. Projektet syftade bland annat till att öka arbetarkvinnornas självförtroende. Tanken var att de skulle uppmuntras och stärkas så att de vågade söka arbetsledande arbeten i större utsträckning än de gjorde.

I syfte att all personal ska ha insyn i företagets hela verksamhet har företaget som policy att låta de tillträdande administrativa cheferna vid Mangiare Ltd gå runt och prova på olika arbetsuppgifter i fabriken. Johanna kom i kontakt med projektet Sick-Sack i samband med att hon prövade på arbetet i fabriken. Då mötte hon en kvinna som var i hennes egen ålder (ungefär 35 år). Den kvinnan var både sliten och osäker, hon "visste inte ens att man inte behövde ha lakan med sig när man åkte iväg på kurs". I dag har denna kvinna vuxit och är numera en stark och självständig team-ledare vid fabriken.

8.7.3 Certifiering och märkning vid livsmedelsföretaget

Mangiare Ltd arbetar aktivt med olika typer av ISO-certifiering. Den primära anledningen till detta är att man ofta får förfrågningar om företaget är certifierat. Det växande miljömedvetandet i samhället har helt enkelt inneburit att det inte går att ställa sig utanför miljömärkningen. Man använder sig emellertid inte själv av miljömärkning på kontoret. Däremot ställer företaget alltid krav på att exempelvis tryckerier som det samarbetar med är Svanenmärkta. Skälen till detta är enbart miljömässiga.

Orsaken till att de saluför så kallade Kravmärkta matvaror är att de känner en press på sig att som en av Sveriges största matproducenter leverera åtminstone ett par produkter från Kravmärkta lantbruk. Det är emellertid inte helt lätt att få avsättning för de Kravmärkta produkterna, vilka i princip alltid saknar ekonomisk täckning. Det finns flera studier som visar att konsumenter önskar fler Kravmärkta varor, men det är emellertid få som köper dessa

²⁶ Namnet är fingerat.

varor. Kravmärkta produkter är något dyrare än produkter som inte är Kravmärkta. Det är också detta som brukar uppges vara orsaken till att konsumenter inte köper de varor som de säger sig vilja ha.

8.7.4 Jämställdhet vid livsmedelsföretaget

Johanna uppfattar jämställdhetsbegreppet som en demokratifråga, att män och kvinnor har samma kompetens och kvalifikationer, att de ska ha samma möjligheter i livet, och att det inte ska vara möjligt att förfördela en kvinna endast på grund av hennes kön.

Johanna arbetade under 1990-talet som journalist innan hon bytte bana och började arbeta med information vid ett byggföretag. Som journalist upplevde hon aldrig att hon värderades utifrån sitt kön eller att hon var förfördelad i förhållande till sina manliga kollegor. Det var det hon skrev som låg till grund för bedömningen av huruvida hon var en duktig eller mindre duktig journalist.

Vid byggföretaget blev det emellertid uppenbart för henne att hon inte hade samma chans till utveckling och avancemang som sina manliga kollegor. Hon hade arbetat mycket hårt och trodde att hennes arbetsinsatser skulle uppskattas, men det var ingen som uppmuntrade henne att fortsätta. Flera av hennes manliga kollegor "bara traskade upp till chefen och frågade vad det fanns för möjligheter för dem att avancera", men när hon gjorde samma sak upplevdes hon som "hialös".

När skyldigheten att upprätta en jämställdhetsplan infördes år 1992 arbetade Johanna vid byggföretaget. Företaget var inte känt för att ha något vidare intresse för frågor om jämställdhet, "men de ville ha papperen i ordning". Det upprättades en jämställdhetsplan med många vackra ord, men den saknade styrka eftersom den inte innehöll annat än vaga och allmänna ord om att "vi ska sträva mot...". I syfte att komma vidare bildade hon tillsammans med ett par kvinnliga kollegor ett nätverk. Det blev också företagets "motpart" vid alla diskussioner som rörde jämställdhet. Nätverket lever fortfarande kvar även om inte någon av kvinnorna arbetar kvar vid byggföretaget längre.

Även om Johanna inte har arbetat med jämställdhetsfrågor sedan hon kom till Mangiare Ltd, framhåller hon att hon ändå är intresserad. Men, säger hon, hon har inte behövt arbeta med jämställdhetsfrågor vid Mangiare Ltd, eftersom hon känner att hon uppskattas för sin kompetens och inte blir bedömd på grund av sitt kön; "till Mangiare Ltd kom jag på egna meriter".

8.7.5 Organisationen vid livsmedelsföretaget

Företaget har nyligen omorganiserats. En av förändringarna innebar bland annat att den enda kvinna som satt i ledningsgruppen fick lämna sin plats. För närvarande sitter elva män i ledningsgruppen. Eventuellt kommer Johanna att få en plats där, som "ledningsgruppens kvinnliga gisslan". Frågan *Vart tog kvinnorna vägen vid omorganiseringen* besvaras av den verkställande direktören med att *sanningen är den att det inte finns något bra svar*.

Den manliga dominansen är kännetecknande för Mangiare Ltd. I princip alla försäljningschefer, marknadschefer och distriktschefer är män. Johanna tror inte att det finns en avsiktlig tanke bakom detta, men hon menar ändå att männen har större möjligheter att få och nå ledande positioner i företaget.

Johanna menar att Mangiare Ltd inte är särskilt bra på att arbeta med jämställdhetsfrågor och hon uppfattar intresset för dessa frågor som tämligen svalt, även om hon har hört en del missnöjda kommentarer sedan omorganiseringen genomfördes.

Det finns inte heller någon jämställdhetsansvarig person vid Mangiare Ltd, utan frågorna sköts av personalavdelningen. Den nu gällande jämställdhetsplanen är under omarbetning.

8.7.6 Kriterier för jämställdhetsmärkning inom livsmedelsindustrin

Johanna menar att en förutsättning för att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning ska vinna någon framgång är att märkningen kommer att kunna användas i konkurrenssammanhang; att jämställdhetsmärkningen utgör en *konkurrensfördel*. Hon tror också att det är viktigt att Livsmedelsföretagens samorganisation får möjlighet att komma med förslag på de kriterier som ska gälla inom just livsmedelsindustrin.

Johanna ser det som högst väsentligt att jämställdhetsmärkningen inte särskiljs från företagets organisation. Det "skulle vara mycket olyckligt om det blev möjligt att jämställdhetsmärka produkter och tjänster, utan att det ställdes krav på att det enskilda företaget når upp till vissa primära mål ur jämställdhetshänseende". Det får inte råda någon tvekan om att företaget präglas av jämställdhet. Ska jämställdhetsmärkningen bli trovärdig måste också företagsklimatet präglas och genomsyras av jämställdhet. Johanna menar också att det även är viktigt att det råder etnisk mångfald vid

företaget och att det bör finnas mångfaldsplaner för att det ska kunna bli jämställdhetsmärkt.

När det gäller frågan vilka kriterier som specifikt bör gälla vid jämställdhetsmärkning av produkter inom livsmedelsindustrin menar Johanna att kraven måste utgå från så kallad produktsäkerhet; livsmedlen får inte innehålla ämnen som är skadliga. Konsumenternas säkerhet måste stå i centrum.

8.8 Synen på jämställdhetsmärkning inom hotell- och restaurangnäringen

I två närliggande städer i södra Sverige bedriver de båda hotellen *Guestwork Ltd* och *Hospits Ltd* hotell- och restaurangverksamhet. Båda hotellen har också konferensverksamhet. Till skillnad från *Guestwork Ltd*, som är beläget i ett synnerligen restaurangtätt område, bedriver *Hospits Ltd* både restaurang- och nattklubbsverksamhet. *Hospits Ltd* har även en festvåning. Hotellgästerna vid *Guestwork Ltd* har dock möjlighet att ta "ett glas i baren eller äta en lättare måltid" i hotellets matsal.

Guestwork Ltd ingår i en större hotellkedja med hotellverksamhet över hela landet. Vid *Guestwork Ltd*, ett hotell med omkring 20 anställda och 17 miljoner i årsomsättning, arbetar *Johan* (omkring 30 år) som Utredningen har intervjuat i hans egenskap av receptionschef. Han har arbetat inom hotellbranschen i ungefär tio år. *Johan* är ansvarig för hotellets receptions- och konferensavdelning. Till hans arbetsuppgifter hör bland annat att kunna förutspå toppar och komma med förslag på prissättning av hotellets verksamhet. I hans arbete ingår även att planera aktiviteter för hotellets gäster.

Hospits Ltd har omkring 130 anställda och 60 miljoner i årsomsättning. Verksamheten är alltså väsentligt större än *Guestwork Ltd*:s. Hotellet har ett flertal olika avdelningar, vilka var och en företräds av en avdelningschef. Två gånger per termin samlas all personal för genomgång av hotellets verksamhet. Utredningen har intervjuat *Agneta* (även hon är omkring 30 år), som har arbetat vid *Hospits Ltd* i ungefär fyra år och är marknadsansvarig. *Agneta* sitter även i ledningsgruppen för *Hospits Ltd*.

8.8.1 Hotellens inriktning

Det stora flertalet av Guestwork Ltd:s gäster bor på hotellet endast under ett par nätter, men det förekommer att en del affärsresenärer bor på hotellet under en längre tid. På Hospits Ltd är affärsresenärerna dominerande bland hotellgästerna. Hotellet har hög beleggning (63 procent). Såväl nattklubben som restaurangen är öppen för hotellgästerna och allmänheten.

Vid såväl Guestwork Ltd som vid Hospits Ltd är de manliga gästerna i majoritet. De kvinnliga affärsresenärerna är emellertid på stark frammarsch, vilket har bidragit till att man har kommit att reflektera över hotellgästernas kön i större utsträckning än tidigare. Hotellrummen är också traditionellt utformade, avsedda för just "resande män i kostymer".

Både Johan och Agneta framhåller hotellrummet som centralt för hotellets verksamhet; hotellrummet är hotellets ansikte utåt. Johan uttrycker det som att det är det som "sätts in i rummet som gör rummet till vad det är". Han menar bland annat att det är viktigt att hotellrummen har så kallad helfigurspegel eftersom det ligger i tiden och att

affärsfolk och säljare vill kunna ta sig en snabb blick i spegeln och se att allt sitter där det ska innan man går ut. I badrummet har vi speglar med lite mer ljus för att kunna se var man lägger färgen eller rakar sig.

Både män och kvinnor vill kunna torka håret och göra sig snygga. Guestwork Ltd har inte hårtorkar på alla rum, men i receptionen finns det hårtorkar till utlåning. För att tillmötesgå de kvinnliga gästerna försöker hotellet i första hand boka in dem på de rum där det finns hårtorkar.

Även Hospits Ltd anstränger sig för att anpassa rummen så att både män och kvinnor ska känna sig välkomna till hotellet. De har 29 olika sorters rum: rum med robusta möbler, sekelskiftesrum, romantiska rum och rum som är utformade med engelska miljöer som föredöme. Var morgon tittar de över vilka gäster som ska komma och gör en rumsfördelning. De reflekterar över om det är

en tjej eller kille, vad tror du att han eller hon tycker om och vilken smak tror du passar?

Det är jättekul att placera en amerikan eller japan i ett sekelskiftesrum. Vet man att det är en ung kille lägger man honom gärna i ett rum med ett stort skrivbord, så han har möjlighet att sitta och jobba med sin dator. Ofta kommer de sent och sitter och jobbar på

hotellrummen. Man försöker hela tiden att formge, så att de ska trivas. Ofta så kommer de tillbaka och då vill de ha just det rum som vi valde. Då har man lyckats träffa rätt. Ibland vill de pröva andra rum och testa annat.

Är det en barnfamilj så tar man ett större rum så det finns plats för en extra säng, så vi försöker ju att skraddarsy rummen.

(Agneta)

8.8.2 Personalens sammansättning vid hotellen

Vid Guestwork Ltd arbetar förutom Johan själv hotellets chef, frukostvärdinnor, städare, hotellvärdinnor och receptionspersonal. Stämningen bland personalen är mycket god, vilket Johan tror kan bero på att hotellet är litet och att personalen måste vara flexibel; alla kan räkna med att behöva ersätta dem som eventuellt är frånvarande. Var morgon samlas personalen vid 10-tiden och äter en gemensam frukost, vilket också bidrar till att skapa ett gott arbetsklimat och trivsel.

Kvinnorna är i majoritet. 90 procent av alla hotellchefer vid Guestwork Ltd har varit kvinnor. De har bara haft kvinnliga frukostvärdinnor och de har endast haft någon enstaka manlig städare. Det är också främst kvinnor som söker städjobben. Varken Johan eller Agneta känner till om det har gjorts något särskilt för att komma tillrätta med den ojämna könsfördelningen.

De flesta som söker jobb här kommer direkt från gatan och lämnar sin CV eller sina ansökningshandlingar. Men visst annonserar vi i Platsjournalen och i aktuell dagspress. När det behövs vill säga. Vi har haft väldigt låg omsättning på personalen. Folk som jobbar här har en tendens att stanna väldigt länge och trivas.

(Johan)

Det händer att det kommer arbetssökande direkt från gatan och söker arbete vid Hospits Ltd. De annonserar i princip alltid när de söker personal – de annonserar alltid när de söker fast personal. När de söker extrapersonal annonserar de huvudsakligen i studenttidningar.

Agneta framhåller att det krävs väldigt mycket av hotellet för att kunna hålla 24 timmars full service. Om någon blir sjuk är det viktigt att snabbt finna en ersättare. Hotellet har ett flertal studenter knutna till sig, som ofta har möjlighet att ställa upp med kort var-

sel. Arbetstiden är schemalagd, var avdelning sköter sig själv och det står de anställda fritt att byta schema med varandra.

Av hotellets åtta städare är tre män. Könsfördelningen i receptionen är förhållandevis jämn. Agneta tycker att det känns som om personalen kompletterar varandra, "det är vissa gånger som tjejerna är lite mer administrativa och ordentliga än killarna".

Extrapersonalen består huvudsakligen av manliga studenter. Nästan hela nattpersonalen är manlig. Aldern på personalen sträcker sig från 18 till 64 år. Den stora åldersmässiga spridningen gör att arbetsklimatet är stimulerande. Blandningen av manliga och kvinnliga chefer, anför hon, bidrar också till det goda arbetsklimatet.

Könsmässiga fördelningen är mindre jämn vid köksavdelningen. Kallskänkorna, som gör förrätter och efterrätter, består endast av kvinnor. Vid ett tillfälle diskuterades det vid Hospits Ltd hur de skulle formulera sig för att få manliga kallskänkor, och de lyckades inte "hitta ett ord som passade" för både män och kvinnor.

Diskarna är i princip uteslutande manliga. Agneta tror att det beror på att arbetet är så fysiskt påfrestande att det finns få kvinnor som orkar arbeta som diskare. De få kvinnor som har arbetat som diskare har sällan stannat kvar särskilt länge. Till det kommer att jargongen i köket är förhållandevis rå:

Jag vet att restaurangchefen kan säga 'Gud, jag vill ha en tjej, så det är någon som kan städa'. Han säger att tjejer ser saker på ett helt annat sett än vi killar när det t.ex. gäller att städa. Det är ju ingen diskriminering, men å andra sidan ändå. Han känner ändå att tjejer har en helt annan känsla än killar. De ser det där med servetter, blommor och tända ljus, belysning och musik. Då kan han känna att han vill ha hälften - hälften så att det blir mysigt. Ofta kan tjejerna pusha igång killarna 'det som behöver göras'. Det är väl något som man kan få höra.

Kallskänkorna [arbetar endast i köket] är inte i restaurangen. De har ändå en rätt rå jargong för att klara av att anpassa sig i köket. Det gäller att ta för sig, att äta eller ätas. Det är väl den avdelning där jag kan se att tjejerna inte kan vara så tjejiga, utan att tjejerna måste ta för sig.

(Agneta)

Det finns nästan inga kvinnliga bartenders i Sverige. Agneta tror att det kan vara så att kvinnor känner sig utsatta i bartenderarbetet. Om hon fick som hon ville så skulle hon anställa en kvinna till nattklubben. "Det vore optimalt om vi hade haft en kvinna och en

man till var och en av våra båda barer,” säger hon. Men hon har inte lyckats hitta någon kvinnlig bartender.

8.8.3 Certifiering och märkning inom hotellen

Under senare tid har Guestwork Ltd börjat betrakta hotellet ur miljösynpunkt. Bland annat har man slutat använda bitsocker i portionsförpackningar och mjölk i små tetror. Mjölken serveras ur tillbringare. Man har också försökt att övergå till att servera teet ur tekannor, men gästerna vill hellre ha påste.

För tre år sedan deltog Hospits Ltd i ett miljöprojekt tillsammans med ett par studenter. Tanken var att de skulle försöka miljö-certifiera hotellet. Men de klarade inte av det:

Det var för mycket rent administrativt. Rent konkret hade vi nog klarat att skriva checklistor och kontrollera och så. I och med att vi har så mycket personal så hade vi checklistor redan innan vi påbörjade arbetet i projektet, men det blev för mycket administration.

Det är samma sak med ISO 14000 om miljö. Det är för tungt rent administrativt och så har inte vi de nyckelpersoner som man kan lägga arbetet på. Men vi vill väldigt gärna jobba med miljö så vi har gjort vår egen miljöpolicy. Vi har just försökt plocka "godbitarna" av det vi har läst och försökt utarbeta det på vårt vis. Vi får ju ingen certifiering för det.

Det vi gör i dag är att vi källsorterar. Vi använder inga kemikalier vid städningen. Det är alltid lättare om man har en mall. Vi tog kontakt med ett närliggande sjukhus och frågade hur de gjorde för att städa kemikaliefritt. Nu använder vi mirakeltrasor och vi tvättar alla handdukar själva. Husfruarna tar hand om tvätten. Vi ber gästerna om att inte byta handduk allt för ofta. Om handduken ligger på golvet så byter vi den annars så låter vi den hänga. Lakanen byts inte oftare än var tredje dag för så kallade stannagäster.

Det är mycket man kan göra på hotell. Vi använder till exempel inga plastglas utan vi använder dricksglas. Vi använder mycket papper och pennor. Men vi köper endast miljömärkta pappersprodukter. Vår mat är krävmerkt och vi komposterar våra sopor. Vår VD är mycket noga med detta och vi känner att vi får igen det arbetet. Ofta, om det skrivs avtal med kunder om större bokningar, ber kunderna om vår miljöpolicy.

(Agneta)

Hotellet har nyligen genomfört en renovering av fastigheten. I samband med den har det försökt övergå till annat än syntetmaterial och i stället använda bomull och skinn. För att motverka risken för allergier har man till exempel tagit bort samtliga heltäckningsmattor. Man har också valt bort parkettgolv till förmån för "riktiga trägolv". Syntetmaterial används inte alls; i stället används de bomull och skinn.

Agneta tror att det vore bra om det vore möjligt att anlita konsulter i samband med certifiering och märkning av företag. Eventuellt skulle arbetet kunna läggas upp som en utbildning i vilken ett flertal företag och organisationer med likartad verksamhet fick möjlighet att lära sig arbeta med till exempel miljö- eller jämställdhetsfrågor. Hon tror också att det vore bra om konsultarbetet hade formen av en utbildning som sträckte sig över en lång period. På så sätt skulle det kunna vara möjligt att varva teoretiska kunskaper med praktiskt arbete. Genom att samla människor från olika verksamheter skulle det också vara möjligt att bearbeta de svårigheter som är specifika för respektive verksamhet. Då skulle det även vara möjligt att dra nytta av kunskaper från andra projekt.

8.8.4 Jämställdhet inom hotellen

Varken Johan eller Agneta är intresserade av eller ens tänker på jämställdhetsfrågor. Johan tror att hans generation är mer jämställd än de som är äldre än han. Trots det menar han att frågor om jämställdhet alltid väcker stora diskussioner, då de kommer upp. Men han har aldrig hört någon tala om jämställdhet vid hotellet. Båda två beskriver jämställdhet som att *det ska vara lika villkor för kvinnor och män och att lönenivåerna ska vara lika*. Agneta understryker att det inte får vara så att en man får arbetet endast för att han inte kan bli med barn: "Det är ju inte rättvist, men så är det idag".

Till skillnad från Guestwork Ltd finns det en jämställdhetsplan vid Hospits Ltd. Men Johan framhåller att Guestwork Ltd ändå arbetar för att personalen ska trivas.

Anledningen till att Agneta inte tänker på jämställdhet tror hon beror på att hon är så självsäker och att hon alltid känner att hon har den verkställande direktörens stöd. Hon menar att hon helt enkelt inte behöver tänka på jämställdhet. Men om hon *inte* hade varit så *självsäker* hade hon kanske *lutat sig tillbaka på jämställd-*

heten. Trots det finns det få saker som gör henne så arg som att människor inte behandlas lika: "Då blir jag galen".

Agneta vill gärna att *kvinnor behandlas olika men ändå lika*. Hon menar att det är viktigt att en kvinna behandlas som en kvinna och en man behandlas som en man, annars finns det risk för att gränserna mellan könen suddas ut och det tycker hon skulle vara synd:

Det är viktigt att vi kvinnor som börjar komma upp på chefsposter inte är som männen. Kvinnor har så oerhört mycket bra egenskaper – kvinnliga egenskaper. Om kvinnor försöker vara män och män försöker var kvinnor, då tror jag att det bara blir kaos... Jag kan bli tokig på de där rödstrumporna, som jag ibland uppfattar det bara står och skriker. Jag tycker att man ska utnyttja de fördelar man har och lära av männen i stället för att motarbeta dem.

(Agneta)

Agneta beskriver också en rädsla för att jämställdhet är detsamma som könskvotering. Om det är så att en man och en kvinna söker samma arbete och det också är så att mannen är mer kompetent än kvinnan, så ska mannen få arbetet. Det är kompetensen som ska ha företräde framför könet och det får inte vara så att kvinnan får arbetet endast för att hon är kvinna.

8.8.5 Det goda jämställdhetsarbetet inom hotellen

Agneta menar att stämningen är god och öppen på Hospits Ltd. Hon har alltid känt det som att hon har haft den verkställande direktörens stöd och ger följande två exempel på hur den verkställande direktören har tagit de anställdas parti.

Nedsättande kommentarer om en kvinna med anspelningar på hennes kön

Vid ett tillfälle kände Agneta sig illa behandlad av en äldre man. Hon företrädde Hospits Ltd vid en sammankomst. Hon hade blivit placerad mellan den nu aktuella äldre mannen och en annan man.

Då vände sig den äldre mannen till den andra mannen och föreslog att han skulle byta plats med Agneta. Mannen ifråga svarade 'Ja, det kan jag väl, men varför?'. Den äldre mannen svarade 'Därför jag företrar intelligens framför kvinnlig skönhet.' Agneta kände sig provocerad och svarade 'Vad synd, för hade du suttit bredvid mig så hade du fått båda delarna'.

Efter sammanträdet vände sig Agneta till den verkställande direktören som genast tog hennes parti. Vid nästa sammanträde villkorade han det fortsatta samarbetet med sällskapet på så sätt att om inte den äldre mannen bad Agneta om ursäkt, så skulle sällskapet inte få hålla sina sammankomster vid Hospits Ltd längre. Den äldre mannen bad Agneta om ursäkt. Numera fungerar samarbetet mellan Agneta och den äldre mannen problemfritt.

(Agneta)

Sexuella trakasserier

En sommar var det en kvinnlig hotellstäderska som anmälde en man för sexuella trakasserier. Mannen misstolkade den kvinnliga städerskans vänliga hälsning, 'Hej, god morgon. Hur är det? Jag ska komma in och städa ditt rum', som en flirt.

Mannen, som var mycket berusad, tog henne på bröstet och klämde så hårt att hon hade märken efter hans händer i flera dagar efter händelsen. Kvinnan blev djupt chockad och var sjukskriven i två veckor efter överväldet. Hospits Ltd hjälpte henne att få kontakt med en psykolog vid företagshälsovården.

Så snart ledningen fick höra vad som hade hänt ringde de upp den man som hade hand om den grupp som gästen ingick i och förklarade vad som hade hänt. De meddelade också att denne gäst inte skulle få bo kvar på hotellet och att de inte heller tänkte hjälpa till med att förmedla ett nytt hotell. 'Hur ni löser det tänker inte vi bry oss om och vi tänker inte rekommendera något annat hotell'.

Det blev ett himla liv. Mannen var en högt uppsatt advokat från ett annat land. Han hotade med att den svenska ambassaden inte skulle få vara kvar i hans land. Men Hospits Ltd förklarade att det spelade ingen roll och att de inte tänkte låta honom stanna kvar som gäst på hotellet. Hospits Ltd anförde även att det inte kunde polisanmäla mannen ifråga, men om städerskan skulle välja att anmäla honom så skulle hon ha hotellets fulla stöd.

Städerskan valde att polisanmäla gästen. När bussen kom, som skulle köra gruppen till flyget, kom också polisen och plockade av honom från bussen och sade till chauffören 'ni kan köra nu'.

Den händelsen har lett till att Hospits Ltd har ändrat på städ-rutinerna. Numera får hotellpersonalen aldrig städa ensamma eller ens gå in på rummen ensamma. De måste alltid vara två. Gästerna får inte heller vara kvar på rummet när städarna är där. Gästerna erbjuds alltid en kopp kaffe i receptionen under den tid som personalen städar rummet.

(Agneta)

8.8.6 Kriterier för jämställdhetsmärkning inom hotellbranschen

En fråga som har kommit att diskuteras särskilt inom hotellbranschen, är om hotellen är att betrakta som jämställda även om de erbjuder gästerna att hyra erotiska filmer. Johan framhåller att i princip hälften av dem som hyr de erotiska filmerna är kvinnor. Mot bakgrund av att Guestwork Ltd inte "har fått några direkta påstötningar" i det här avseendet, så menar han att det inte finns någon särskild anledning att inte erbjuda hotellgästerna möjligheten att hyra erotiska filmer.

Frågan om hotellet ska erbjuda gästerna möjlighet att hyra erotiska filmer har varit uppe till diskussion i ledningsgruppen för Hospits Ltd. Diskussionen har blossat upp med jämna mellanrum – allra senast i samband med den offentliga debatten som följde efter TV-programmet "Shocking truth". Hotellet har inte fattat något beslut i frågan ännu. Frågan kompliceras bland annat av de kontraktsvillkor som distributörerna av hyrfilmer ställer på sina kunder (hotellen).

Ett villkor för att få hyra ut filmer genom hyrfilmsbolagens försorg är att hotellen erbjuder gästerna ett paket av filmer, vanligtvis åtta filmer varav två är så kallat erotiska. Hyrfilmsbolagen gör med jämna mellanrum stickprov vid hotellen för att kontrollera att hotellen efterlever kontraktsvillkoren. De som eventuellt har plockat bort filmer ur hyrfilmspaketet gör sig således skyldiga till kontraktsbrott.

Hospits Ltd har bland annat övervägt att säga upp avtalet med hyrfilmsbolagen för att i stället övergå till så kallad kabel-TV, vilket eventuellt kan komma att leda till ökade hotellpriser.

Mot bakgrund av att både Johan och Agneta framhåller hotellrummen som centrala för hotellets verksamhet, menar de också att de kriterier som ska ställas på hotellbranschens tjänster ska utgå ifrån just hotellrummen och kundernas önskemål på god service.

Agneta är övertygad om att kvinnor är mer intresserade av att jämställdhetsmärka hotell än män. Stundom slås hon också av tanken att hotellen är utformade för att det just är män som ska känna sig välkomna och trivas. Det är i princip endast kvinnor som kommer med synpunkter på hotellrummens utformning. En ofta återkommande fråga är *varför finns det inte tillräckligt med belysning för oss kvinnor?*

Under senare tid har Agneta rest en del i tjänsten. Då har hon fått tillfälle att praktisera som gäst på hotell. Det är framförallt det

som har fått henne att reflektera över hur det är att bo på hotell som kvinna. Bland annat har hon upptäckt att hon känner obehag inför situationen att besöka hotellrestaurangen ensam, något som hon inte tror att en man över huvud taget reflekterar över:

Men vi är lite sådana. Vi går gärna ned två – tre stycken. Det tycker vi är skittrevligt, men ensam går man inte ned. Då känner vi oss nog rätt så utsatta som kvinnor.

Jag kom på när jag bodde på hotell och var skithungrig. Då kom jag och tänka på alla de kvinnor som bor hos oss. Tankarna gick först till att ta bort avgiften för room-service, att det inte ska kosta något att ta upp maten på rummet. Därefter gick tankarna till att locka ned kvinnorna i restaurangen. Man känner sig kanske lite utsatt, lite uttittad att gå ned ensam. Det vore roligt om man kunde locka ned tjejerna. Man skulle till exempel kunna ha en tjejmeny med kyckling och sallad, sån't som vi gillar. Vi äter ju inte så mycket mat på kvällen alltid. Vi tänker ju oftast på vikten och tycker inte om att äta tung mat på kvällen. Att man kanske kan göra en meny mellan vissa tider och att man då kan tänka sig att få ned flera kvinnor samtidigt. Hotellet kämpar alltid med att få ned gästerna till restaurangen. Ju fler som sitter i restaurangen desto fler kommer det.

(Agneta)

Johan har svårt att förstå hur jämställdhet ska kunna appliceras på restauranger. Han menar dock att det finns skillnader mellan män och kvinnor när det gäller frågan vad de äter och dricker:

Det finns ju tjejdrycker till exempel. Det är cider av olika slag, vin och lite olika drinkar. Killdryck är öl. Men det ju en del tjejer som dricker det också... Lättare rätter såsom omeletter är väl kanske lite tjejmät. Ja, jag vet inte riktigt.

(Johan)

Guestwork Ltd har försökt utforma restaurangen som ett vardagsrum, så att alla ska känna sig välkomna.

Johan, som inte har reflekterat över frågor om jämställdhet tidigare, menar precis som Agneta att ett jämställt hotellrum ska innehålla "både byxpress och strykjärn, strykbräda, hårtork, bra ljus i badrummet och flera speglar". Det är just speglarna och hårtorken som gör att rummet blir kvinnligt. Därutöver bör det alltid finnas bindor, tamponger och strumpbyxor att tillgå i receptionen.

Varken Johan eller Agneta ser det som orimligt att vid upphandling av tjänster ställa krav på att leverantörerna bedriver ett aktivt jämställdhetsarbete.

8.9 Synen på jämställdhetsmärkning inom IT-näringslivet

Nätet AB är ett litet Internetkonsultbolag. Nätet AB arbetar bland annat som webbyrå och erbjuder företag att ha sina Internetservrar hos bolaget. Bolaget bedriver även konsultverksamhet och ger förslag på utformning av webbsidor och handel över Internet. Vid Nätet AB arbetar *Peter*, som Utredningen har intervjuat. Peter är omkring 25 år och marknadsansvarig.

8.9.1 Internet – ett system för kommunikation²⁷

Internet – *nätet*, är ett system där kommunikationen sker enligt ett antal fastställda protokoll (TCP/IP) mellan datorer. Nätet är i princip tillämpligt på alla datorer. Samtliga datorer som är anslutna till Internet ska ha en så kallad IP-adress.

Ett meddelande som skickas över Internet, eller via ett lokalt datanät, ska också ha ett så kallat IP-nummer. Systemet letar med hjälp av numret upp adressaten, varvid det är möjligt att överföra meddelandet. Systemet bakom detta utgörs bland annat av routrar: enheter som förmedlar datatrafik enligt TCP/IP-protokollen mellan två eller flera nät.

World Wide Web (WWW) – *webben*, är ett världsomspännande informationsnät, som är baserat på datorkommunikation över just Internet. Informationen presenteras över ett flertal anslutna datorer – *servrar*. Webben kan ses som en plats för information som ofta är sammanlänkad med bilder – *webbplats* (nätplats). Webbplatsen nås via en hemsida eller den mer omfattande ingången – *portalen*. På webben finns det möjlighet att söka information om forskning, inrikes- och utrikespolitik, delta i diskussionsgrupper med människor från i princip hela världen – *chatta*. Det är även möjligt att köpa produkter och tjänster över nätet – *e-handel*. Det förekommer även att video- och musikinspelningar lanseras över nätet.

²⁷ Mot bakgrund av att flertalet begrepp inom IT-branschen inte är helt enkla att förstå har Utredningen valt att göra en kort sammanfattning över de mest centrala begreppen. Texten utgör ett sammandrag ur Nationalencyklopedin, DVD (2000).

8.9.2 Personalens sammansättning vid IT-bolaget

Vid Nätet AB arbetar 14 personer, elva män och tre kvinnor. Bolaget har ett par fristående konsulter knutna till sig. Personalen är allt från systemutvecklare och webbmaster till ekonomi- och supportansvariga. Nätets kunder består huvudsakligen av medelstora företag – företag med 50 till ett par hundra anställda.

Nätet AB är, i likhet med flera andra IT-företag, ett växande bolag. De söker ständigt nytt folk. Personalen söks både via Nätet AB:s egen hemsida och via arbetsförmedlingen. Men framför allt använder sig bolaget av de anställdas egna kontakter för att få personal.

Även om de flesta är mellan 25 och 30 år skulle bolaget mycket väl kunna tänka sig att ta in äldre också:

Men man vill gärna titta på hur det ser ut runt omkring och försöker hålla det rätt jämnt. Vi har ju ägarna, som är lite äldre också. Vi har folk över 30, så egentligen är inte mönstret så tydligt. För vår bransch och för det vi gör så har ju den stora rekryteringsgrytan legat i den åldern. Men det är inte något problem. Om det är någon som är 60 år och oerhört kompetent och duktig så är de välkomna.

(Peter)

Det finns få kvinnor inom IT-branschen. Peter framhåller dock att Nätet AB gärna ser att fler kvinnor söker sig till bolaget:

Vi skulle inte önska oss något annat än att det var lättare att anställa fler kvinnor. Nu är inte vårt problem att anställa kvinnor, såsom det är hos andra, att de är i den åldern att de strax ska bilda familj. Det gäller ju även för män. Jag anställdes bara några månader innan det att jag skulle bli pappa. En annan kille skulle också bli pappa strax efter att han anställdes. Det var inte heller några problem. Det är samma sak för kvinnor. Nu har vi inte haft något sådant exempel hos oss. Men om det är någon som är höggradigt gravid och ska leverera snart efter anställningen, så kan det ju bli problem om man tar in dem för ett kundkritiskt projekt från början, så är det ju bara. Vi tycker att det är rätt kul och vi brukar gå ut och mobba de andra kvinnorna och fråga om det inte är dags snart. Det är rätt kul, faktiskt. Det är inget hinder att man vill skaffa barn. Hos oss är det bara positivt att ha familj och barn. Man måste ha tid för att ha något annat än bara arbete. Vi sparkar ut dem som inte håller på arbetstiderna.

I dag är det så att kvinnor har företräde framför män, även om kvinnorna har lägre kompetens än männen. Det är ju för att det finns så få kvinnor, vi skulle vilja ha fler kvinnor. De två senaste anställningarna hoppades vi på att det skulle vara kvinnor, men det gick inte. Det är inte fråga om familj och barn. Det finns färre. På en kvinna så går det 250 utbildade killar inom IT. Vi vill ju inget hellre än att få in fler kvinnor.

(Peter)

Företaget ställer emellertid inte krav på att personalen ska ha högskoleutbildning, utan de ser gärna att de som kommer till dem inte har *alldeles för hög kompetens*. På så sätt får bolaget större möjligheter att påverka personalens inriktning. De anställda får årligen 25 000 kronor som de kan disponera fritt för utbildning. Nätet AB ser gärna att medlen används för utbildning som har samband med arbetet, men det står de anställda fritt att använda pengarna till vilken utbildning de vill.

8.9.3 Certifiering och märkning vid IT-bolaget

Under senare tid har Nätet AB noterat att flertalet kommuner och stora företag ställer krav på att deras samarbetspartner har en miljöpolicy. Det har bland annat lett till att Nätet AB har påbörjat ett arbete med att upprätta en miljöpolicy. Bolaget försöker också använda de produkter som är minst miljöfarliga, bland annat har de diskuterat att övergå till att använda TCO-märkta skärmar och mobiltelefoner med så låg strålning som möjligt. De försöker också tänka på miljön när de köper in papper, toner och maskiner.

8.9.4 Jämställdhet vid IT-bolaget

Peter menar att jämställdhet innebär att alla ska ha lika möjlighet till egen personlig utveckling, befordran och ledarskap. Mot bakgrund av att Nätet AB är ett litet bolag, att bolagets styrelse är så liten samt att det finns så få kvinnor vid bolaget, blir det svårt att arbeta med jämställdhet ur ett representativt perspektiv. Även om bolaget tillämpar individuell lönesättning så har männen och kvinnorna i princip lika höga löner.

Peter, som är militär i botten, och tidigare har arbetat inom försvaret, kan ibland tycka att det är ett evigt tjatande om jämställd-

het. När han var vid försvaret stötte han på det som i dagligt tal benämns som jämställdhetens baksida, nämligen könskvotering:

Man satte ett så högt måltal för antalet kvinnliga officerare, så att även om man tog samtliga kvinnliga värnpliktiga så skulle det inte vara möjligt att nå upp till det målet... Det fanns dessutom en lag eller en regel som sade att alla kvinnor som ville göra värnplikten skulle få göra den med motiveringen att de skulle bli yrkesofficerare. Flertalet av de kvinnor som bereddes en plats på officershögskolan nådde inte upp till de uppställda grundläggande kraven för värnpliktiga. De var visserligen duktiga på flertalet andra områden. De klarade inte heller kraven för att bli krigsplacerade, dvs. de klarade inte att springa tre km på en viss tid, de klarade inte att springa en mil. Det var många killar som inte klarade det heller, men de kom inte in och då lämnades platsen. Det är ett konstigt resonemang att om du inte klarar de värnpliktigas krav hur ska du då kunna bli officer? ... Kraven är satta för att det krävs att man kan detta. Då är det inte jämställdhet; det är inte sjyst mot de killar som får lämna en plats till en kvinna. Är det en kvinna som klarar det så får ju hon platsen. Hon ersätts inte av en kvinna som inte klarar kraven. Då ska man veta att det ändå är skillnader i grundkraven alltså. Rent generellt är det så att männen är fysiskt starkare än kvinnor... det är då jag blir förbannad.

(Peter)

Trots Peters negativa erfarenheter från sitt tidigare arbete menar han att det är viktigt att det finns en *jämn balans* mellan män och kvinnor vid företaget. Peter menar att skillnaderna mellan män och kvinnor är essentiella: medan kvinnor har simultanförmåga och är särskilt lämpade att arbeta i projekt, är män mer enkelspåriga. Det händer att Nätet AB kontaktas av kunder som önskar en *kvinnlig profilering*. Då är det bra om det finns kvinnor som kan tillmötesgå de önskningarna.

Peter är av den uppfattningen att personalen vid Nätet AB inte är särskilt intresserad av jämställdhetsfrågor, vilket han tror beror på att företaget är förhållandevis jämställt. Det blir sällan några diskussioner om jämställdhet, varken under luncher, personalmöten eller personalutvecklingssamtal.

8.9.5 Kriterier för jämställdhetsmärkning inom IT-branschen

Peter har visserligen svårt att förstå hur ett frivilligt system för jämställdhetsmärkning ska kunna utformas inom IT-branschen, men han ser det i och för sig inte som helt omöjligt. Inom IT-branschen florerar ett flertal tjänster som tangerar gränsen för det olagliga. Nätet AB ställer redan i dag vissa krav på dem som hyr en webbplats av företaget. Ett av de grundläggande kraven när det gäller webbhotellen är att de inte får bedriva en verksamhet som kan skada Nätet AB:s rykte. Det har hänt att bolaget har "slängt ut" bolag och personer som har haft rasistiska sympatier eller bedrivit annan olovlig verksamhet.

Det förekommer i en inte allt för obetydlig omfattning att sexuella tjänster erbjuds via webben, vilket är förbjudet. Peter ser det emellertid som tveksamt att inte heller bilder med sexuell anspelning ska få finnas på webben. För att komma till rätta med eventuella tvetydigheter försöker Nätet AB alltid tala med de kunder som tangerar det förbjudna. Om kunden inte rättar sig efter Nätet AB:s kritik återstår det bara att säga upp kontraktet.

Konkurrensen om kunder på Internet är inte obetydlig. Det betyder bland annat att Nätet AB sällan ställer krav på att kunderna ska uppfylla några specifika krav annat än de tidigare nämnda (att de inte överträder de gränser som är uppställda i lagen).

När det gäller frågan *vilka kriterier som han anser bör ligga till grund för ett system för frivillig jämställdhetsmärkning inom IT-branschen* framhåller Peter att han är tveksam till om bolagets kunder faktiskt bryr sig om huruvida Nätet AB är jämställt eller inte. Han är av den bestämda uppfattningen att kunderna snarare ser till hur tjänsten är utformad. Samtidigt menar Peter att han har svårt att förstå hur jämställdhetsmärkning ska kunna omfatta annat än frågor *om huruvida organisationen* är utformad ur ett jämställdhetsperspektiv.

Peter ser det inte som orealistiskt att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning införs. Men för att systemet ska kunna få någon som helst bärighet måste det också innebära marknadsmissiga konkurrensfördelar för dem som ansluter sig till systemet.

8.10 Synen på jämställdhetsmärkning inom läkemedelsnäringen

Läkemedelsbolaget, *Botalätt AB*, tillhör ett av de världsledande läkemedelsbolagen i Sverige och det ingår också i en multinationell koncern med förgreningar på världsmarknaden. Koncernen är så stor att bolagsledningen emellanåt har svårt att överblicka vad som sker överallt inom koncernen. Utredningen har intervjuat *Christina*, omkring 50 år, som nyligen tillträtt arbetet som jämställdhetsansvarig vid bolaget. Dessförinnan arbetade Christina med personalfrågor vid en av bolagets produktionslinjer.

På samma sätt som inom livsmedelsindustrin skiljer läkemedelsbranschen på kunder och konsumenter. Kunderna är de läkare som förskriver de receptbelagda läkemedlen. Konsumenterna är de tänkta användarna av läkemedlen. När det gäller de receptfria läkemedlen sammanfaller kunderna med konsumenterna. Den svenska läkemedelsindustrin når konsumenterna framför allt via apoteken.

8.10.1 Läkemedelsföretagets inriktning

Vid läkemedelsframställningen tar Botalätt AB sin utgångspunkt i samhället och ställer frågor om vilka behov det finns av läkemedel. Produktionsvalet baseras på ett samspel mellan olika faktorer. En utgår från de propäer som bolaget får från de *forskare* som är knutna till bolaget, en annan utgår från *aktieägarna*, genom deras förväntningar att Botalätt AB ska gå med vinst. Ytterligare en faktor är hänsynstaganden från *marknaden*, där läkare ger sina synpunkter på hur läkemedlen verkar.

8.10.2 Personalens sammansättning vid läkemedelsbolaget

Vid en av bolagets produktionslinjer finns det över 1 000 anställda. Ungefär hälften arbetar i den industriella produktionen, övriga är tjänstemän. Det finns ungefär lika många kvinnor som män inom hela organisationen på alla nivåer. Arbetet med att få ungefär lika många män som kvinnor på samtliga nivåer påbörjades för ett par år sedan. Då var i princip samtliga arbetsledare män och kvinnorna var i underordnade positioner. För att råda bot på den skeva könsfördelningen genomfördes ett antal omorganiseringar:

Vi bestämde oss för att vi skulle göra nya grupper och nu skulle det utöka och nu skulle vi finna ledare som inte bara var manliga och det gick väldigt bra. Det var väl lite gruff i början – jaha, nu har hon precis kommit in och så ska hon hem och föda barn. Det är ju det som vi lever med överallt. Då gäller det att personalenheten är positiv och säger 'Ja, det är en mänsklig rättighet och du får också vara hemma när du vill vara pappaledig'.

(Christina)

I syfte att motverka att de ny tillträdna kvinnliga arbetsledarna drabbades av utanförskap valde bolaget att inte endast tillsätta en kvinnlig arbetsledare. I stället tillsattes flera kvinnliga arbetsledare under en kortare period. Förändringen fick mycket positiv respons eftersom den övriga personalen insåg

att tjejerna tittade på andra saker, de reagerade på andra saker. Det blev mycket mera mjukvara och man började lyssna på människorna på ett annat sätt. Det tror jag grupperna uppfattade som väldigt mycket bättre. Killar har ju lite grand, nu kan jag ju också generalisera, men just i de här rollerna så såg vi att det blev lite *militärkör* i det hela. De pekade med hela handen i stället för att säga 'hur har du det idag?' Man sade 'Hördu, ta den där maskinen nu då'.

(Christina)

Christina menar att arbetstakten blev mjukare sedan Botalätt AB ökade antalet kvinnliga arbetsledare.

8.10.3 Organisationen vid läkemedelsbolaget

Botalätt AB har nyligen genomgått en större omorganisering. I syfte att fånga upp personalens åsikter om hur de trivs och mår pågår en global kartläggning av arbetsmiljön vid bolaget. Tanken är att medarbetarna både ska ha möjlighet att ge sin syn på ledarskap och få möjlighet att få svar på frågan om hur de uppfattar sig som medarbetare. Christina ser det som mycket positivt att den nya bolagsledningen är så intresserad av hur medarbetarna mår och upplever sin miljö.

Bolaget genomför även årliga utvecklingssamtal vid vilka samtliga medarbetare får samtal med sin närmaste chef. Samtalen dokumenteras och ska äga rum under en bestämd tremånadersperiod. Samtalen ligger till grund för den individuella lönesättningen. Därefter påbörjas löneförhandlingarna, som vanligtvis har avslutats

innan de gamla avtalen har löpt ut. Christina menar att det ställs stora krav på cheferna vid Botalätt AB. Cheferna får emellertid både god utbildning och handledning, även om hon tror att "det finns många som lider i det tysta". Arbetsledarna rekryteras från vitt skilda områden:

Vi har tagit in jättebra arbetsledare från fängvård, från byggarbetsplatser, ifrån vårdsidan, alltså sjuksköterskor som har sadlat om och som har blivit väldigt duktiga chefer... vi har ju sett möjligheterna av att man inte måste vara civilingenjör, ha läst finkemikalieteknik, eller vara apotekare för att bli chef. Vissa tjänster kräver det... Ibland är det ju kanske den sociala kompetensen som är mest framträdande för att bli en framgångsrik chef. Det är bra om en chef kan säga 'jag har kanske inte all sakkunskap på området men jag omger mig av duktiga medarbetare'. Det är ju också en dialog. Kan du köpa den här regeln som säger att du inte är bäst på allting så kanske du blir en ännu bättre chef. För det som händer, och det har vi sett, är att de s.k. specialisterna går in i en chefsroll; så får man både en dålig chef och en dålig specialist – därför att de inte längre kan hålla sin smala kompetens vid liv. Det är kanske bättre om man ger specialisterna en annan karriär än att bli chef.

(Christina)

8.10.4 Certifiering och märkning vid läkemedelsbolaget

I likhet med vad som gäller för de flesta större läkemedelskoncerner arbetar Botalätt AB i stor utsträckning med olika former av märkning och certifiering. Stora delar av arbetet i produktionen är certifierat och underkastat ett flertal föreskrifter. Bolaget uppfyller bland annat kraven för ISO 9001. Inköpsavdelningen arbetar aktivt utifrån en tydlig miljöprofil. Botalätt AB ställer också stora krav på att leverantörerna har tydliga miljöprofileringar.

Christina menar att de stora läkemedelsbolagen har goda förutsättningar att både leva upp till befintliga krav och delta vid införandet av nya system för märknings- och certifieringsordningar, eftersom de är *världsbäst på dokumentation*:

Vi [läkemedelsindustrin] lever i en värld där vi vilket ögonblick som helst kan utsättas för en så kallad flygande inspektion.

Det ligger i verksamhetens natur att vi är och också måste vara bättre än vad som föreskrivs. Vi måste alltid ligga steget före. Vi ställer med

andra ord högre krav på oss själva än vad omvärlden gör. Vi måste kunna följa en liten substanssmula igenom hela maskinen och veta i vilken tablett och i vilken förpackning som den tabletten hamnar i och till vilken leverans den tabletten har gått. Det ska vara möjligt att kunna härleda en enskild tablett från produktionens början till dess slutliga avnämare för ett visst recept.

(Christina)

Botalätt AB ställer emellertid inte lika höga krav på arbetsmiljön för tjänstemännen som inom produktionen, till exempel har inte all personal TCO-märkta skärmar.

8.10.5 Jämställdhet vid läkemedelsbolaget

Christina menar, att även om jämställdhetsbegreppet är så vitt att det både omfattar det som sker inom och utanför arbetslivet, är det inte möjligt att arbetsgivare ska använda sig av annat än den mer snäva definition som lagen föreskriver – *jämställdhet i arbetslivet*. Christina menar att jämställdhet ska ses som ett uttryck för hur det ska vara möjligt att *uppnå balans i livet*, vilket hon beskriver som nyckeln till framgång.

Att flextiden innebär att småbarnsmammor har möjlighet att komma hem tidigare på eftermiddagen är visserligen positivt. Men flexid kan även innebära att småbarnsmödrarnas livssituation blir mer pressad, genom att de känner sig tvingade att *hinna hämta barnen ännu tidigare*. För att undvika att de traditionella uppfattningarna om män och kvinnor förstärks är det viktigt att det skapas en *tolerant* stämning på arbetsplatsen. Det är viktigt att arbetsgivaren inte glömmer bort att *föräldrskapet* innebär att barnen både har en mor och en far. Hela organisationen måste acceptera att föräldrskapet tar tid för såväl fäder som mödrar.

Christina understryker att jämställdhet inte endast handlar om lika lön för lika arbete, utan att jämställdhet handlar om att använda sig av ett *könsperspektiv*.

För mig handlar det om att skapa förutsättningar för att vara människa... Kanske kan jag också föra ut budskapet för att jag har en trovärdighet. Jag har ju själv gått igenom olika stadier. Jag har själv varit mamma, jag har levt igenom 55 år och jag har varit ute i arbetslivet under 30 år. Jag har sett väldigt mycket, jag har sett, ska vi kalla det för, det här är också farligt, men vi har ju en del av vad vi tidigare kallade betonghäckar. Det var ju chefer som var äldre, det var

inte bara män, det var kvinnor också... Det ligger inte så långt tillbaka i tiden.

(Christina)

Christina tror dock att det betraktelsesättet håller på att försvinna till förmån för ett mer liberalt förhållningssätt och att den äldre generationen är på väg ut ur arbetslivet. Men det är viktigt att inte glömma de mindre lyckade berättelserna; de måste kommas ihåg som avskräckande exempel på hur det har varit och hur det inte får gå till.

Jämställdhetsfrågorna har emellertid inte tillhört de mest prioriterade områdena, vilket Christina bland annat anser bero på att de senaste omorganiseringarna vid Botalätt AB har tagit mycket kraft och tid. När kraven på lönsamhet är stora kan det emellanåt vara svårt att förstå att det också är viktigt att arbeta med personalens välbefinnande.

Christina tror att det är möjligt att lägga upp riktlinjer för det framtida arbetet med frågor om jämställdhet som mångfald vid Botalätt AB, efter att den globala kartläggningen är sammanställd.

8.10.6 Mindre lyckade exempel från arbetslivet

Christina har allt sedan hon trädde in i arbetslivet år 1970 varit intresserad av och arbetat med jämställdhet, även om det har skett i det dolda.

Åren 1970 till 1976 arbetade Christina som internationell koordinator vid ett företag i Sverige. Medan hon var stationerad i Sverige satt hennes chef i Beirut. Till hennes arbetsuppgifter hörde bland annat att ansvara för de internationella läkemedelsleveranserna i Sverige. Hon beskriver den perioden som motig. Att som ung kvinna vara företagets ansikte utåt vid internationella kontakter var särskilt svårt i mötet med andra kulturer. Hon minns särskilt hur

shejkerna kom och sade *Would you please take care of my wife, she would like to go out shopping?* Då svarade jag *No, because I'm talking to you.* Jag menar det var ju så att han skulle ju prata med mig, då kunde jag inte ta hans fru till Stockholm.

(Christina)

I början av 1980-talet arbetade Christina som marknadsansvarig vid ett franskt bolag inom tillverkningsindustrin. På samma sätt som

gällde vid arbetet som internationell koordinator, skulle hon vara bolagets ansikte utåt. I arbetet ingick en hel del resor, vid vilka hon ofta företrädde en grupp presumtiva kunder som huvudsakligen bestod av fem–sex män. Det hände inte alltför sällan att hon möttes av kommentaren ”*Where is your boss?*” när hon kom till de franska fabrikerna.

Hon bemöttes med liknande kommentarer när hon arbetade som säljare inom verkstads- och motorindustrin i Sverige. Ofta fick hon kommentarer som ”*Åh, lilla gumman kom så går vi och lunchar i stället. Vi pratar om något annat*”. I dag kan hon skratta åt historierna, men det tog lång tid innan hon kände att hon hade kontroll över sin arbetssituation.

8.10.7 Kriterier för jämställdhetsmärkning inom läkemedelsbranschen

Christina tror att en förutsättning för att det ska kunna införas ett system för frivillig jämställdhetsmärkning är att systemet innebär konkurrensfördelar för dem som väljer att ansluta sig till märkningen. Det måste stå klart för både konsumenter, kunder och näringsidkare att systemet är bärare av positiva värderingar.

Christina framhåller att det måste vara möjligt att förstå varför det finns ett system för frivillig jämställdhetsmärkning. Att särskilja organisationen från den aktuella produkten eller tjänsten tror hon skulle vara högst olyckligt, eftersom ett sådant system ger signaler om att jämställdhetsmärkningen endast är en formalitet utan något egentligt innehåll eller önskan om ett mer jämställt samhälle.

Om jämställdhetsarbetet får börja i den egna organisationen för att växa sig stark så bör det finnas goda förutsättningar för att det arbete som bedrivs i organisationen också kan komma att präglas av ett mer jämställt betraktelsesätt. Det är möjligt att det, när det första organisatoriska steget är uppnått, kan börja ställas krav på att läkemedlen har blivit utprovade på lika många kvinnor som män – om de ska användas av både kvinnor och män.

8.11 Synen på frivillig jämställdhetsmärkning vid försäkringsbolag

De båda försäkringsbolagen *Safe Ltd* och *Riskfritt AB* är två konkurrenter, som båda tillhör de största i Sverige. Vid *Safe Ltd* arbetar den södra regionens områdeschef *Marcus*. *Marcus* som är i 40-årsåldern har arbetat vid *Safe Ltd* under hela sitt yrkesverksamma liv. Vid *Riskfritt AB* arbetar *Roger* som är några år över 50. *Roger* är södra Sveriges informationschef vid *Riskfritt AB*. Både *Roger* och *Marcus* har tillträtt sina respektive befattningar tämligen nyligen (drygt ett och ett halvt år sedan). Bolagen bedriver sin respektive verksamhet över hela landet. Utredningen har intervjuat *Roger* och *Marcus*.

Bolagens respektive inriktning och organisation är tämligen skilda. Mot bakgrund av att Utredningen har lovat att det varken ska vara möjligt att identifiera bolagen eller intervjupersonerna gör vi här endast schematiska beskrivningar av bolagens organisation och särskilda inriktningar.

8.11.1 Försäkringsbolagens inriktningar

Riskfritt AB har gamla anor, men det har också genomgått stora förändringar under den tid som det har funnits. Både *Riskfritt AB* och *Safe Ltd* erbjuder allt från sak- och liv- till fondförsäkringar och banktjänster. Medan *Safe Ltd* är särskilt inriktat på personförsäkringar, riktar sig *Riskfritt AB* till små, mindre och medelstora företag. *Riskfritt AB* har även kommuner, lantbruk och privatpersoner som försäkringstagare.

Både *Riskfritt AB* och *Safe Ltd* finns på de flesta orter i landet. Men representationen skiftar. På mindre orter har *Riskfritt AB* endast ett eller ett par ombud knutna till sig. På de lite större orterna finns det kontor. *Safe Ltd* är en storskaligt rikstäckande organisation med verksamhet i hela landet. *Safe Ltd* arbetar i princip endast på den svenska försäkringsmarknaden, även om de har återförsäkringar i London, New York och Singapore.

Roger har ingen uppfattning om huruvida kunderna är män eller kvinnor. Däremot är han övertygad om att det i allmänhet är så att det är *mannen som tecknar livförsäkring* och försäkrar *familjens bil, villa, båt* och *husvagn*. Familjens bil är ur ett försäkringsmässigt perspektiv ofta högre värderad än barnen. Medan det är ytterst ovanligt att bilnehavare underlåter att försäkra bilen, händer det

inte allt för sällan att barnen saknar fullvärdigt försäkringsskydd. Roger är också av den uppfattningen att det är *frun som är pådrivande när det gäller att teckna försäkringar, eftersom det är hon som är familjens ekonomichef*. Det är också hon som tecknar *barnens olycksfallsförsäkringar*, eftersom

det ofta är, även om det låter hur fördomsfullt som helst, frun som svarar för inköpen till hushållet, mat och allt sådant. Därför måste hon ha koll på pengarna. Mannen som bara är på jobbet, behöver inga pengar. Den som behöver pengarna måste också ha koll på att de finns.

(Roger)

Under senare år har det bedrivits kampanjer för att få kvinnor att teckna pensionsförsäkringar. Riskfritt AB har bland annat köpt namnregister för att komma i kontakt med just kvinnor. Roger tror att kvinnliga försäljare har möjlighet att nå framgång på livförsäkringssidan. Roger menar också att det vore bra om det fanns kvinnliga försäljare som särskilt arbetade för att vinna de kvinnliga kundernas förtroende. De skulle nog ha en *naturlig* framgång med de kunderna. Roger är vidare av den uppfattningen att kvinnor och män handlar och agerar på olika sätt. Han ger följande exempel från sitt privatliv, när hans fru skulle köpa bil:

För oss [Roger och hans fru] är det självklart att den som ska köpa den också ska förhandla. Hon [Rogers fru] ville byta sin Fiesta mot en Polo. Hon träffade en kvinnlig försäljare och det var ju skojigt. De [Rogers fru och försäljaren] fick bra kontakt, och så uppkom förslag till affär. Men både jag och min fru tyckte att det var sämre ekonomiska villkor än vad vi hade tänkt oss. Sagt och gjort så ringde jag upp den kvinnliga försäljaren och för en diskussion med henne. Den förhandlingen ledde till fördelaktigare villkor än min frus förhandling. Det var ju bra för familjens ekonomi, men min fru blev förbannad. Hon blev inte förbannad på mig utan för att det funkar på det sättet. Om det sedan har att göra med det vi pratar om nu, eller om det har att göra med, det kan vara hur fördomsfullt som helst, att kvinnor kanske i mindre utsträckning åtminstone är mindre vana att agera taktiskt, att förhandla taktiskt, de kanske har en förväntan på att ett bud är slutgiltigt. Det är ju alltid mycket enklare att föra en diskussion och man kan lita på motparten, och det var vad som hände i den situationen – försäljaren sade att det var så långt som hon kunde gå. Det var vad hon sade. Men när jag då ringde upp och sade att så här vill jag ha min affär. Då säger hon "OK, men jag måste fråga" och så gjorde hon det och så gick affären i lös.

(Roger)

Vid Safe Ltd är lite drygt hälften av försäkringstagarna kvinnor. Marcus delar i huvuddrag Rogers uppfattning att det är männen som har huvudansvaret för att familjen tecknar försäkringar. Men han är också av den uppfattningen att Safe Ltd upplevs ge ett bättre försäkringsskydd för kvinnor än andra försäkringsbolag. En anledning till detta, menar han, beror på att bolaget arbetar aktivt med frågor som jämställdhet och mångfald.

Vid till exempel våldtäkt och sexuella övergrepp är det troligt att man som kvinna vill tala med en kvinna. Vid sådana ärenden utgår vi ifrån att den utsatta kvinnan vill tala med en kvinna... erfarenheten visar också att de frågorna är av mer känslig art än andra. Det är nog det mest tydliga exemplet på när det kan finnas anledning att skilja män och kvinnor åt i försäkringsskadeärenden.

(Marcus)

Riksfritt AB gör emellertid ingen skillnad på kvinnor och män. Roger understryker också att han, som har arbetat i försäkringsbranschen under 25 år, aldrig har hört talas om att *någon som påstår sig ha varit utsatt för sexuella övergrepp har framställt önskemål om att få en handläggare av det egna könet*. Han

tror inte heller att det kan vara så känsligt i sådana sammanhang, eftersom det [i kontakten med försäkringsbolaget] endast handlar om frågor på det ekonomiska planet.

(Roger)

Men Roger framhåller ändå att det är möjligt att de frågorna *löser sig naturligt*, eftersom i princip samtliga personskadereglerare är kvinnor.

8.11.2 Personalens sammansättning vid försäkringsbolagen

De båda bolagens personal liknar varandra till stora delar. Roger beskriver personalen enligt följande:

De som arbetar mot företagen är provisionsavlönade säljare, de har assistenter till sin hjälp. Vi har även så kallade innesäljare – säljare som arbetar på kontor och säljer försäkringar till privatpersoner, företag och lantbruk. De flesta kontakterna sköts via telefon.

Det finns också fristående försäkringsmäklare, som gör upphandlingar för kunders räkningar om de mest fördelaktiga försäkringsalternativen.

Därutöver har vi skadebesiktningmän, som besiktigar inträffade skador, genomför värderingar och anlitar reparatörer. Men det finns också skadereglerare som arbetar med de ekonomiska uppgörelserna.

Vi har även bankpersonal vid den kontantlösa banken, en personalavdelning samt personal som handlägger liv- och pensionsförsäkringsärenden samt sakförsäkringsärenden. Men vi arbetar också med förebyggande verksamhet och vi gör också riskbedömningar och överväger vilka risker det innebär att teckna försäkringar med eventuella kunder.

(Roger)

Det finns ungefär lika många kvinnor som män vid Riskfritt AB. De är emellertid inte jämnt fördelade över bolagets samtliga områden och mellan de olika arbetsuppgifterna. Den könsmässiga sammansättningen är tämligen traditionell. På personalavdelningen arbetar endast kvinnor och säljarna på företagssidan består enbart av män. Det sitter endast en kvinna i företagsledningen, som består av sju personer.

Marcus beskriver Safe AB:s organisation:

På marknadsområdena finns det en administrativ enhet. Den är förhållandevis liten. Det finns ett par administrativa sekreterartjänster och en postfunktion, som också är små. Därutöver har vi en kundtjänstorganisation, vars huvudsakliga uppgift är att ta hand om de kunder vi har via besök eller via telefon. I princip 95 procent av alla kundkontakter sker via telefon. Därutöver har vi en uppsökande verksamhet. De som arbetar där har huvudsakligen en annan sysselsättning. Deras arbete är framför allt förlagt till kvällstid. Vi har en stor säljkår som består av heltidsanställda tjänstemän, som huvudsakligen arbetar vid banken.

Vi har också en skadeorganisation som är uppdelad över ett flertal olika delar. Vi har ju väldigt många olika avtal som är tänkta att täcka de flesta skador som uppkommit i samband med olycksfall och sjukdom. Därutöver har vi också en bilskadeenhet och en civilskadeenhet som behandlar skador på villa och liknande. Vi har även en besiktningcentral, som tar hand om t.ex. krockskadade bilar. Det finns också vissa specialistfunktioner såsom en juridisk enhet, en enhet för kapitalförvaltning och en avdelning som handhar frågor som rör regresshantering.

(Marcus)

Till skillnad från hur det ser ut vid Riskfritt AB är den könsmässiga sammansättningen jämn vid Safe Ltd. Med undantag för personalen vid kundtjänst, som främst består av kvinnor, gäller detta i princip för verksamhetens samtliga områden.

8.11.3 Certifiering och märkning av försäkringsbolagen

Roger är osäker på om Riskfritt AB ställer miljömässiga krav på kontoret. Han ställer sig också tveksam till om det finns någon anledning att certifiera företag. Han har en känsla av att de kriterier som ställs upp vid certifieringar inte är mer än formaliteter; han tror inte heller att kriterierna innebär ett uttryck för det kunderna värdesätter:

Kriterierna är av mer formell karaktär, det innebär en förskräcklig massa arbete att kartlägga verksamheten och att styra upp verksamheten så att dessa kriterier uppfylls. Jag är inte övertygad om att det är så lönsamt för företaget och kunderna. Sedan finns det naturligtvis kunder som i slutändan... Det gäller inte minst på företagssidan, som kan ställa krav på att deras leverantörer uppfyller vissa kriterier. Men jag undrar ändå i vilken form utvärderingarna sker. Jag tror att det (märknings- och certifieringssystem) är en momentan bekräftelse på att verksamheten vid ett visst givet tillfälle uppfyller vissa kriterier, men vad händer sedan?

(Roger)

Riskfritt AB ställer inte heller några krav på att deras kunder uppfyller några särskilda krav ur miljösynpunkt. Roger har också svårt att förstå vilken nytta frågor om certifiering och märkning kan komma att tjäna. Han är särskilt tveksam till sådana system eftersom han tror att de endast leder till ökade kostnader för försäkringstagarna. Trots detta menar Roger att det finns vissa fördelar med märknings- och certifieringssystem, nämligen möjligheten att genomföra systematiska genomgångar av bolag eller liknande.

Safe Ltd arbetar aktivt med miljöfrågor både på arbetsplatsen och i förhållande till sina försäkringstagare. På kontoret använder de endast miljö- och användarvänliga bildskärmar och miljömärkt papper. De försöker använda miljövänliga produkter så långt det är möjligt. Bland annat undviker de engångsartiklar. Men Marcus menar ändå att det finns mycket mer som de skulle kunna göra.

Utgångspunkten för Safe Ltd:s miljöpolitik utgår från FN:s miljödokument, som ligger till grund för bolagets egen miljöpolicy.

Bolaget ställer också krav på att försäkringstagarna undviker de mest skadliga produkterna i olika sammanhang. Det är bland annat med beaktande av FN:s miljödokument som Safe Ltd har utarbetat ett flertal skrifter som belyser produkter och risker ur olika synvinklar. Tanken är att ett miljömedvetet handlande leder till ett långsiktigt och hållbart samhälle där individen kan känna sig trygg.

Safe Ltd bidrar även till ett flertal forskningsprojekt för att underlätta för försäkringstagarna att kunna återgå till ett normalt liv snabbare än vanligt efter inträffade skador. Bland annat kan nämnas ett projekt om whiplashskador och ett behandlingshem för de människor som har drabbats av hjärtinfarkt.

8.11.4 Jämställdhet vid försäkringsbolagen

Roger är inte intresserad av jämställdhet, som han definierar som *att varken män eller kvinnor ska ha någon nackdel på grund av sitt kön*. Han menar att jämställdhet är en *självklarhet* och han menar att jämställdhetsdebatten är *hysterisk*. Det förekommer till exempel att det förespråkas fördelar för kvinnor endast på grund av att de är kvinnor. Det är det han tycker är hysteriskt och [det] får en omvänd effekt. Han kan inte förstå annat än att "själva debatten förstärker uppfattningen om skillnaderna mellan kön och att debatten är till nackdel för kvinnorna."

Marcus beskriver jämställdhet som ett rättvisebegrepp: *att det inte ska finnas några skillnader mellan män och kvinnor*. Marcus menar också att han är intresserad av jämställdhet, även om han inte kan säga att han är någon riktig förkämpe. Han arbetar med jämställdhet på så sätt att han försöker "se till att vi lever i en jämställd organisation". Marcus framhåller att det är viktigt att organisationen är *såsom en spegel* av samhället. I princip anser han att Safe Ltd har lyckats när det gäller kön, men han ser det som ett problem att bolaget inte har lyckats integreras i dagens mångkulturella samhälle. Företaget:

har intervjuat 80 stycken invandrare... Det sägs att det finns begåvningsreserver hos kvinnorna. Men här pratar vi om människor som har varit arbetslösa länge därför att de har fel hudfärg och fel efternamn. De är doktorer, läkare, civilingenjörer, tolkar. Alltså, man blir generad när man hör detta. Vi har valt ut 17 – 18 av de 80, som vi bedömer har tillräckligt goda kunskaper i svenska. Tanken är att de inledningsvis ska projektanställas för att arbeta aktivt mot sina egna språkgrupper för att få ut informationen om det nya pensionssystemet... De ska

kartlägga sina egna målgrupper och tänka över hur de bäst ska kunna gå ut och informera dem... Det är vår avsikt att dessa informatörer ska anställas vid Safe Ltd...

(Marcus)

Marcus menar att det i och för sig är möjligt att det kan uppstå så kallade integrationsproblem, eftersom den svenska personalen inte är van vid att arbeta med andra än svenskar. Men han tror inte att problemen är värre än att de kan överbryggas ganska enkelt.

Roger har inte arbetat med jämställdhet och han tror inte heller att det finns några som helst problem vid Riskfritt AB. Bolaget har en upprättad jämställdhetsplan. Planen har emellertid inte utvärderats sedan den upprättades år 1997. Roger har inte heller någon uppfattning om vilken inställning personalen har i jämställdhetsfrågor. Men han tror ändå att det är möjligt att de kvinnliga medarbetarna menar att det är viktigt att det "finns en viss bevakning av jämställdhetsfrågorna".

Marcus tycker att han arbetar aktivt med jämställdhet i sin yrkesroll vid tjänstetillsättningarna. Han försöker hela tiden verka för att det ska vara ungefär lika många män som kvinnor på samtliga plan. Marcus har arbetat med jämställdhetsfrågor sedan mitten av 1980-talet när han arbetade som säljchef. Då ansträngde han sig särskilt för att anställa kvinnliga säljare och kvinnliga kontorschefer. Han menar dock att det dröjde ända in på 1990-talet innan det började hända något vid Safe Ltd.

Marcus tror att personalen är intresserad av att organisationen är trygg: att man till exempel inte blir förfördelad på grund av sitt kön. Årligen genomför bolaget förfrågningar om hur de anställda uppfattar sin situation vid bolaget. Det generella intrycket är att personalen är mycket nöjd med sin arbetssituation.

Mot bakgrund av att Roger menar att försäkringstjänster är könslösa, så har han också svårt att förstå hur det skulle vara möjligt att anlägga ett jämställdhetsperspektiv på försäkringsbranschen. Marcus tror inte att Safe Ltd har ställt några frågor till försäkringstagarna om hur de uppfattar bolaget ur jämställdhetshänseende. Men han menar ändå att det är en adekvat fråga, som bolaget bör ta under övervägande.

Marcus är övertygad om att om det hade funnits ett system för frivillig jämställdhetsmärkning, så hade Safe Ltd ställt krav på sina samarbetspartners om att de skulle uppfylla kraven för den märkningen. Det är möjligt att premierna hos Safe Ltd är lite högre, men

kunderna behöver aldrig tveka om vad bolaget har för ideal eller vilken policy bolaget intar.

8.11.5 Mindre lyckade exempel från arbetslivet

Riskfritt AB ställer visserligen inte några villkor på att de som tecknar försäkringar uppfyller vissa krav ur miljösynpunkt eller jämställdhetskänslighet. Men bolaget fordrar ändå att kunderna uppfyller vissa krav ur "säkerhetssynpunkt" för att få teckna försäkring. Roger menar att de

har haft anledning att diskutera frågan i flera sammanhang. Inte minst vid riskval. Det har varit en debatt om pizzerior och deras möjligheter att få teckna försäkring. Många pizzabagare har i dag inte svenskt ursprung, utan kommer någon annanstans ifrån. Det kan ju upplevas som, eftersom det är svårt att få försäkring, någon sorts orättvisa med hänsyn till just deras utländska härkomst, vilket det inte är fråga om. Det har att göra med att restauranger och pizzerior är verksamheter som drabbas av mycket skador, så enkelt är det. Vem som driver verksamheten saknar betydelse... Men vi resonerar inte mer än att vi konstaterar som det är: pizzerior vill vi helst avstå ifrån att försäkra oavsett vem det är som driver dem på grund av att risken för skador är så stor, såsom bränder i ugnar och skadegörelse av ungdomar som är där och super till. Ja, det finns massor.

(Roger)

Roger har svårt att förstå att det skulle vara möjligt att belysa problematiken utifrån den som uppfattar sig som förfördelad. Han uppfattar det inte heller som diskriminerande att inte anställa mörkhyade:

En kollega till mig berättade vad som hände honom vid ett annat företag för ett par år sedan. De hade en annons inne för att anställa säljare. Han hade fått svar från flera stycken och han hade valt ut vilka han ville träffa och så var det den här killen Per eller Markus eller vad han nu hette. De hade bestämt träff och när tiden var inne och det knackade på min kompis dörr och den här arbetssökande kliver in. Då är det alltså en riktigt svart kille; med riktigt kolsvart skinn och stickad mössa, en så'n där som är naturligt för många som vill förstärka sin kultur. Min kompis, den här försäljningschefen blev alldeles, han blev fullständigt perplex. Han hade aldrig förväntat sig att den här killen skulle vara mörkhyad. Han skulle aldrig för sitt liv kunna tänka sig att anställa en så'n där, inte för att han själv hade någon, hyste någon betänklighet.

Men han var övertygad om att kunderna aldrig skulle acceptera det, de [mörkhyade] skulle aldrig nå framgång som säljare i jobbet på grund av sin hud. Det blev inget jobb där... Det är ju så mångbottnat det här, en sådan situation.

(Roger)

När Marcus nyligen hade tillträtt arbetet vid Safe Ltd kom det in

en äldre farbror och fast att det satt erfarna tjejer i borden bredvid som kunde hjälpa honom där, och jag satt i telefonen, så väntade han för att få prata med mig. Han ville inte tala med en tjej. Jag kunde visserligen hjälpa honom efter att jag hade gått omvägen via mina kvinnliga kollegor som hade mer kunskap än jag. Det var en äldre farbror och han ville definitivt tala med en kille. Han litade inte på en kvinna.

Marcus tog ganska illa vid sig av den händelsen. Vi återkommer till de nu berörda exemplen i det följande.

8.11.6 Kriterier för frivillig jämställdhetsmärkning inom försäkringsbranschen

Roger kan inte förstå hur det över huvud taget skulle vara möjligt att relatera jämställdhet till frågor inom försäkringsbranschen. Där- emot menar han att det är möjligt att relatera försäkringsfrågor till frågor om mångfald, vilket han menar att bolaget borde göra genom att sätta sig in i andra *värderingar och kulturella regelverk* för att på så sätt nå framgång i arbetet att lansera försäkringar till *människor med utländsk härkomst*.

När det gäller frågan vilka kriterier som bör ställas upp vid ett eventuellt framtida frivilligt system för jämställdhetsmärkning framhåller Marcus att det är viktigt att börja inifrån och gå utåt; att *organisationen har en viljeinriktning och att man också är på väg att genomföra den viljeinriktningen*. Men det är också viktigt att bolaget arbetar för att vara en spegel av samhället i stort. Han ser det som ytterst tveksamt att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning som endast beaktar frågor ur ett västeuropeiskt jämställdhetsperspektiv och som tar sin utgångspunkt från den vita medelklassen kan bli trovärdigt.

Marcus menar att det inom försäkringsbranschen till exempel bör vara möjligt att ställa krav på bemötandet i försäkringsskadesammanhang. Till exempel bör ett krav på att möta en försäkrings-

skadereglerare av ett visst kön efter ett sexuellt övergrepp alltid tillmötesgås.

8.12 Synen på jämställdhetsmärkning inom bankvärlden

Banken, *Cashment Ltd*, är en av Sveriges storbanker och ingår i en koncern med förgreningar på världsmarknaden. Utredningen har intervjuat *Helena*, som är i 45-årsåldern. Hon är både chef för bankens juridiska avdelning och jämställdhetsansvarig vid *Cashment Ltd*. Helena sitter även i bankens ledningsgrupp, som består av fem män och tre kvinnor.

Numera är det vanligt att bankkunder inte har sina ekonomiska angelägenheter hos en enda bank, utan hos flera banker. *Cashment Ltd* har flera miljoner privatpersoner som kunder. Bankens kunder är allt från småsparare till riktigt förmögna kunder. Småspararna är de som en gång i månaden får sin lön insatt på ett konto hos banken. De riktigt förmögna bankkunderna är de som huvudsakligen använder bankens tjänster för sparande och investeringar. Bankens kunder på företagssidan sträcker sig från riktigt små till internationella företag.

8.12.1 Bankens inriktning

Bankkoncernen ingår i ett finanshus och har inom detta både finansiella tjänster med lån till företag och privatpersoner, bolån och sedvanlig utlåningsverksamhet till privatpersoner. Banken har vidare en sparande- och placeringsverksamhet. För närvarande ökar sparandet i fonder, aktier och optioner kraftigt.

Därutöver finns den traditionella bankverksamheten i vilken kunderna kan få sina betaltjänster utförda, men den verksamheten sker i mindre och mindre omfattning till förmån för banktjänster över Internet. Banken har haft ett starkt fokus på Internet, vilket *Helena* tror kan bero på den allmänna trenden mot internationalisering vid sparande.

8.12.2 Personalens sammansättning vid banken

Banken har omkring 10 000 anställda i hela koncernen, ungefär hälften arbetar i Sverige, varav 4 000 arbetar vid bankkontoren. Vid ett traditionellt bankkontor finns det de som arbetar i kassan – kundtjänst. De arbetsuppgifterna tenderar att minska allt mer. Det är inte ovanligt att kunder önskar hjälp med att köpa andelar i fonder, köpa och sälja aktier och att låna pengar för att kunna finansiera köp av hus och bilar.

Därutöver finns det privatrådgivare och kundansvariga. Privatrådgivarna har hand om kunder med mer avancerad privatekonomi och ger råd om allt från liv- till pensionsförsäkringar. De kundansvariga har hand om de företag som inte tillhör de allra minsta och hjälper dem med finansiering av tjänster. Vid varje kontor finns det en kontorschef.

Under den senaste 15-årsperioden har andelen akademiker bland personalen ökat från några få procent till ungefär 30 procent.

8.12.3 Märkning och certifiering vid banken

Cashment Ltd använder sig inte av något officiellt märknings- eller certifieringssystem. Men de använder sig av ett internt certifieringssystem, som främst innehåller råd om hur banktjänstemännen bör bemöta kunderna. I huvuddrag innebär det att tjänstemännen ska vara *goda rådgivare*. Systemet innehåller även rekommendationer såsom att banken ska *tillhandahålla hjälp med Internet* för att på så sätt möjliggöra en snabbare övergång från traditionella bankkontorstjänster till banktjänster över Internet.

8.12.4 Jämställdhet vid banken

Helenas definition av jämställdhetsbegreppet är att män och kvinnor ska ges samma förutsättningar både inom och utanför arbetslivet. Helena har varit intresserad av jämställdhetsfrågor allt sedan hon var 16 år. Men det var först för fyra år sedan (år 1996) som hon började arbeta med jämställdhet i yrkeslivet.

Cashment Ltd har en upprättad jämställdhetsplan. Planen, som utvärderas årligen, föreskriver bland annat att det ska råda jämn könsfördelning (40–60 procent) inom varje arbetsgrupp och inom varje funktion. Vid översynen av företaget har det bland annat

blivit synligt att vissa tjänster i det närmaste är könsmärkta. Exempelvis är kundansvariga framför allt män:

Jag känner igen det från juridiken och affärsjuridiken på banken... Det har hänt att jag har varit ensam kvinna vid olika utbildningsdagar. Då kan det hända att någon man talar om den där 'tantjuridiken', som är familjerätten och 'det kan ju kvinnorna hålla på med'. Det är något som jag kan se i banken också... När jag talar med kontorschefer om jämställdhet: Hur de ska försöka komma ifrån att man ser det som att kvinnor är de som värnar om andra och som också har lättare att syssla med privatekonomi och frågor som rör privatpersoner. Medan män är tuffa och arbetar med balansräkningar och gör finansieringsanalyser.

Under senare tid har jag bara bemötts bättre och bättre, vilket jag till stor del tror beror på att vi har fått en chef som är väldigt intresserad av jämställdhetsfrågor. Han är verkligen intresserad... eftersom han menar jämställdhet är en lönsamhetsfråga. Det är precis så man ska se det; att man inte kan slösa med den begåvningsresursen som finns hos alla kvinnor. Kvinnornas andel uppgår till drygt 60 procent av alla anställda i banken. På chefsnivå är det precis tvärtom, på de högre mellannivåerna är kanske bara 20 procent kvinnor.

(Helena)

Helena menar att jämställdhetsklimatet har blivit bättre inom affärsvärlden under senare år. Delvis förklarar hon det med att tidskriften *Veckans affärer* lyfter fram de företag som har kvinnliga chefer. Jämställdhet har blivit på modet och för att framstå som ett modernt företag är det många som *hoppas på tåget*. Men hon tror även att fler och fler har börjat inse värdet av att beslut fattas i tvåkönade grupper. När företagsledarna kommer till insikt om detta och också ställer krav på jämn könsfördelning, kommer jämställdhetsarbetet också att kunna genomsyra hela organisationens verksamhet.

Helena menar att storstadsregionerna är mer jämställda än övriga landet. I Stockholm är banktjänstemännen mer jämställda än i Göteborg. Personalen i Göteborg är emellertid mer jämställd än personalen i Malmö. Helena har arbetat med företrädare för finansförbundet för att få cheferna att inse att män och kvinnor inte ska ha givna roller inom banken. Det är till exempelvis vanligt att kvinnor uppmuntras att arbeta med privattjänster och att män uppmuntras att arbeta med företag. Vid ett tillfälle träffade Helena en

kontorschef som sade 'Ja, precis så är det. Jag har ju Pelle och Stina i kundtjänsten och jag har ju tänkt att han ska utvecklas till kundansvarig och hon till privatrådgivare'. Då sade jag [Helena] "tänk om".
(Helena)

Helena är av den uppfattningen att det finns en benägenhet att låta männen avancera i större utsträckning än kvinnorna. Det händer inte allt för sällan att män erbjuds möjligheten att bli kontorschefer, även om de inte har tillräckliga kunskaper på alla nivåer och områden. Kvinnor avfärdas i stället med argumentet att de inte har tillräckliga erfarenheter från företagssidan.

Helena menar också att det finns ett väldigt stort intresse för jämställdhet bland de lite yngre kvinnorna vid banken. På senare tid tycker hon sig ha sett en viss omsvängning bland de äldre manliga rörelsecheferna. Även om det emellanåt förekommer att de yngre männen använder sig av en "rätt så grabbig attityd", så menar hon att det har skett stora attitydförändringar bland männen under de senaste fyra åren. De allra flesta fäder vill utnyttja sin rätt till föräldraledighet.

Cashment Ltd gör inte något särskilt för att uppmuntra männen att utnyttja sin rätt till föräldraledighet, men de som "kommer upp till det så kallade maxtaket för föräldrapenningen" kompenseras med det överskjutande beloppet.

Sedan ett par år kan de anställda vid Cashment Ltd erhålla så kallade *hushållstjänster*: städning, hemtjänster och hjälp med att hämta barn från skola och daghem. Hushållstjänsterna får utnyttjas under maximalt tio timmar per månad mot en ersättning om 100 kronor per timme.

Helena framhåller att jämställdhet inte är något som endast kan bedrivas i arbetslivet, utan att jämställdhet måste bedrivas parallellt i privat- och yrkeslivet. Hon ger ett exempel på hur bristande jämställdhet i hemmet påverkar yrkeslivet:

Ett tag drev jag något som hette Nätverk för småbarnsmödrar och bjöd in alla småbarnsmödrar som hade varit föräldralediga någon gång under sin anställning i banken. Det kunde vara bortåt 200 personer. Det kom kanske in 40 anmälningar. Men det var väldigt många som fick förhinder så ofta vara vi inte mer än 10, 15 ibland 20 stycken. Anledningen till att så många föll ifrån var just bristande jämställdhet i hemmen. Kvinnorna kunde inte komma ifrån. Det kunde till exempel vara så att lille Kalle hade fått hosta. Ibland var kvinnorna förhindrade att delta vid sammankomsterna eftersom mannen skulle på tjänsteresa, eller skulle spela fotboll, eller göra något helt annat.

Vid ett sådant möte talade vi om att vara hemma med sjuka barn. Då sade jag att det handlar om att man bestämmer att mitt jobb är lika viktigt som ditt. Jag berättade att när mina ungar var små så brukade jag och min man dela på dagarna. Det kunde vara så att den ena hade möte på morgonen så fick den sticka till jobbet tidigt och komma hem tidigt, så att den andra kunde sticka till jobbet och arbeta sent. Det var ganska sällan som någon av oss var borta hela dagen. Då var det en tjej som sade att hon alltid var hemma när barnen är sjuka, eftersom hennes man tjänade mycket mer än hon. Då sade jag 'har du den inställningen så kommer han alltid att tjäna mycket mer än du'.

(Helena)

Helena har emellanåt fått kritik från just kvinnor som tycker att hon ställer för höga krav på dem. Men Helena vidhåller att jämställdhetsarbetet börjar i hemmet och att om det inte är jämställt i hemmet finns det inte mycket banken kan göra för att underlätta jämställdhetsarbetet.

8.12.5 Kriterier för frivillig jämställdhetsmärkning inom bankvärlden

Helena tror inte att det är någon i banken som har funderat på att belysa företag ur jämställdhetssynpunkt i kreditkommittén. Men hon framhåller att Cashment AB är väldigt angeläget om att framstå som en modern bank. Mot bakgrund av detta är hon förvissad om att banken mycket väl kan komma att bejaka ett system för frivillig jämställdhetsmärkning. Helena menar att det inte är uteslutet att "det här [jämställdhetsmärkning] blir nästa grej".

Helena förespråkar en självkritisk hållning från bankernas sida:

Jag har tänkt en hel del på det här att det är lätt att uppfatta det som att killar har en större substans i det de säger. Ställs det emot det att det finns kvinnliga företagare som tycker att det är svårt att komma till banken då måste man reflektera över vad substans egentligen står för. Vi [banken] tycker ju inte att vi är sådana [som beviljar män lån i större utsträckning än kvinnor]. Samtidigt så säger jag att vi inte kan ägna oss åt 'navelskåderi'. Om det är så att det finns de som är där ute som menar att kvinnor missgynnas av banken. Det kanske finns något subtilt som vi inte märker själva. Då tänker jag 'jaha, ju fler kvinnliga kontorschefer och ju fler kvinnliga kundansvariga vi får, som är vana att tänka kvinnligt – om man nu kan tala om att tänka kvinnligt, desto lättare är det att förstå kvinnors sätt att presentera kvinnors affärsidéer'.

Men jag undrar om det går tillräckligt fort och jag undrar om man kan höja kunskapen om kvinnligt företagande, om det nu är så att det skiljer sig. Kvinnors sätt att starta företag är mer försiktigt. Jag tycker själv att det är 'kanonbra', man lånar absolut inte mer pengar än man behöver och ambitionen är ju den att göra rätt för sig. Egentligen är kvinnor de idealiska bankkunderna. Men det är kanske så att kvinnor har en struktur som ser annorlunda ut än mäns, och att det är därför som kvinnor inte uppfattas ha någon struktur. Om det är så, då måste vi arbeta med våra attityder.

(Helena)

Helena menar att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning inom bankvärlden *både* måste ställa krav på att banken uppfyller vissa kriterier som bär för att verksamheten är jämställd *och* att kundkontaktarna sköts jämställt, eftersom jämställdhet är ett begrepp som rör relationer mellan män och kvinnor. Om det inte är möjligt att se helheten i jämställdhetsarbetet kommer systemet inte att ses som trovärdigt, utan bli mer en *läpparnas bekännelse* än någonting annat.

9 Konsumenters syn på frivillig jämställdhetsmärkning

Sammanfattning av kapitel 9

I det här kapitlet redogör vi för en kvantitativ studie över konsumenters intresse för frivillig jämställdhetsmärkning.

Sammantaget visar studien att intresset för att köpa och/eller ta del av jämställdhetsmärkta varor och/eller tjänster är mycket stort. Störst intresse visade konsumenterna för att placera pengar i banker som lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor (84 procent) och att ha möjlighet att köpa receptfria läkemedel som är utprovade på både kvinnor och män (83 procent). Så många som 82 procent uppgav att de kunde tänka sig att köpa produkter och/eller tjänster som produceras/utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan.

9.1 En kvantitativ studie av SCB om konsumenters syn på frivillig jämställdhetsmärkning

Utredningen fick bland annat i uppdrag att bedöma konsumenternas intresse för en frivillig jämställdhetsinformation/märkning.¹ Vi har valt att göra detta genom en kvantitativ studie i vilken vi ger exempel på ett par produkter och tjänster som vi menar skulle kunna vara föremål för just jämställdhetsmärkning.

Hösten 2001 uppdrog vi åt SCB att belysa frågan hur konsumenter ser på frågan och möjligheten att jämställdhetsmärka varor, tjänster och verksamheter. Vid vår studie av hur företrädare för olika näringsverksamheter ser på frågor om jämställdhet och jämställdhetsmärkning tydliggjordes även att det inte bara råder brist på kunskap om innebörden av vad som avses med jämställdhet. Det är även så att inte många känner till hur utprovning av exempelvis

¹ Dir. 1999:13, sid. 1.

läkemedel och krockkuddar, bilstolar och säkerhetsbälten går till. Fortfarande är det också så att många saknar kunskaper om vad en jämställdhetsplan ska innehålla.

9.1.1 Population och urval

Populationen är den mängd objekt som vi vill kunna dra slutsatser om. I undersökningen är det personer mellan 18 och 74 år som är folkbokförda i Sverige som utgör populationen och ingår i SCB:s register över totalbefolkningen (RTB). Populationen uppgår till 6 148 157 personer.

Från RTB drogs ett obundet slumpmässigt urval (OSU) om 2 010 personer. Sex personer i urvalet visade sig vara övertäckning, vilket innebär att de faller utanför undersökningspopulationen. De vanligaste orsakerna till detta är att personen har flyttat utomlands eller har avlidit sedan urvalet drogs. Efter att övertäckningen tagits bort från urvalet kvarstod ett nettourval om 2 004 personer.

Tabell 1 Population och urval

Population	6 148 157
Bruttourval	2 010
Övertäckning	6
Nettourval	2 004

9.1.2 Undersökningens genomförande

Undersökningen genomfördes som en postenkät som skickades ut till de utvalda personerna under hösten 2001. Undersökningen är en del i en s.k. omnibusundersökning, dvs. en undersökning där flera kunder delar på frågeutrymmet i en och samma enkät. I enkäten har SCB ett antal "fasta bakgrundsfrågor" – frågor som alltid ställs om dem som besvarar enkäten i dessa undersökningar.

9.1.3 Variabler

Frageblanketten omfattade elva sidor och innehöll totalt 35 frågor, varav åtta är SCB:s fasta bakgrundsfrågor. Antalet frågeställningar om jämställda konsumentval är tio.

9.1.4 Datainsamling

Datainsamlingen genomfördes under perioden augusti–oktober år 2001. Enkäten sändes ut i slutet av augusti 2001. Det sändes ut en påminnelseblankett efter ungefär tio dagar. Efter ytterligare tio dagar sändes ytterligare en påminnelse om enkäten jämte en ny enkät. En tredje påminnelse sändes ut efter ytterligare tio dagar (vilket motsvarar ungefär 30 dagar efter att den första enkäten sändes ut).

I mitten av oktober avslutades datainsamlingen. Då hade totalt 1 108 svar kommit in, vilket motsvarar ungefär 55,3 procent. En beskrivning av inflödet vid de olika utsändningstillfällena redovisas i tabellen nedan.

Tabell 2 Resultat av datainsamling per utsändningstillfälle

	Antal	Procent
Första utsändning	628	31,3
Påminnelsekort	148	7,4
Första enkätpåminnelsen	210	10,5
Andra enkätpåminnelsen	122	6,1
<i>Svar, totalt</i>	<i>1 108</i>	<i>55,3</i>
<i>Bortfall</i>	<i>896</i>	<i>44,7</i>
<i>Nettourval</i>	<i>2 004</i>	<i>100,0</i>

Ett av de stora osäkerhetsmomenten i en statistisk undersökning är bortfallet. Ambitionen är emellertid att ha så litet bortfall som möjligt. Av olika anledningar kan man dock inte undvika bortfall. De vanligaste orsakerna är att urvalspersonerna inte vill vara med i undersökningen eller att de inte är möjliga att nå. En redovisning av bortfallet visas i tabellen nedan.

Tabell 3 Bortfall

Bortfallsorsak	Antal	Andel (%)
Ej avhörda	801	89,4
Förhindrade att medverka	17	1,9
Postreturer	26	2,9
Avböjt att medverka	31	3,5
Insänt blanka enkäter	21	2,5
<i>Bortfall, totalt</i>	<i>896</i>	<i>100,0</i>

För att i någon mån belysa hur väl de svarande i undersökningen kan anses representera hela urvalet jämförs i tabell 4–9 de svarande med hela urvalet då det gäller fördelningen på några av bakgrundsvariablerna.

Tabell 4 Urval och svarande fördelat på kön

Kön	Urval %	Svarande %
Kvinnor	48,9	51,5
Män	51,1	48,5
Samtliga	100,0	100,0

Tabell 5 Urval och svarande fördelat på civilstånd

Civilstånd	Urval %	Svarande %
Gift	45,3	50,6
Ogift	40,6	3,1
Skild	11,3	9,3
Änka/änkling	2,8	3,0
Samtliga	100,0	100,0

Tabell 6 Urval och svarande fördelat på ålder

Ålder	Urval %	Svarande %
- 19 år	3,6	2,8
20 - 29 år	17,7	15,8
30 - 39 år	21,7	22,7
40 - 49 år	17,8	16,4
50 - 59 år	19,8	20,5
60 - 69 år	13,6	15,8
70 - 79 år	5,8	6,0
Samtliga	100,0	100,0

Tabell 7 Urval och svarande fördelat på medborgarskap

Medborgarskap	Urval %	Svarande %
Svenskt	93,4	95,0
Utländskt	6,6	5,1
Samtliga	100,0	100,0

Tabell 8 Urval och svarande fördelat på födelse land

Födelse land	Urval %	Svarande %
Sverige	85,6	87,6
Utländskt	14,4	12,5
Samtliga	100,0	100,0

Tabell 9 Urval och svarande fördelat på inkomst

Inkomst	Urval %	Svarande %
Ingen (0)	5,2	3,3
1 – 84 999	17,3	15,4
85 000 – 159 999	22,3	21,4
160 000 – 234 999	30,8	31,7
235 000 – 309 999	13,8	15,7
310 000 –	10,7	12,5
Samtliga	100,0	100,0

Av tabellerna blir det synligt att det är en viss skillnad på fördelningen bland urvalet och bland de svarande. Störst skillnad är det i gruppen civilstånd, där gruppen gifta är överrepresenterad bland de svarande. I övrigt är svarandebenenheten störst hos kvinnor, hos äldre samt de högre inkomstklasserna.

Om de som inte svarat skiljer sig åt mot dem som har svarat då det gäller undersökningsvariablerna blir det en skevhet i resultaten. För att reducera bortfallsskevheten finns det vikter som beräknas med hjälp av så kallad kalibrering.

9.1.5 Databeredning

Databeredningen genomfördes vid Statistiska centralbyråns enkätfunktion i Örebro. Samtliga inkomna svar avregistrerades och av-identifierades. Efter avslutad databeredning vid enkätfunktionen genomfördes så kallad kalibrering vid SCB:s Methodenhet.

9.2 Jämställda konsumentval

Mot bakgrund av att det fortfarande råder stor osäkerhet inför vad som avses med jämställdhet valde vi att i enkäten inledningsvis introducera begreppen jämlikhet och jämställdhet enligt följande:

Jämställdhet innebär att kvinnor och män ska ha lika rättigheter, möjligheter och skyldigheter att

- ha ett arbete som ger ekonomiskt oberoende
- vårda hem och barn
- delta i politiska, fackliga och andra aktiviteter i samhället.

Jämlikhet innebär i stället att alla människor *har lika värde* oavsett klass, kön, ras, etnicitet, religion, social tillhörighet, sexuell läggning. Det betyder att jämlikhetsbegreppet är väsentligt större än jämställdhetsbegreppet, som endast relaterar grupperna män och kvinnor till varandra. Varje fråga inleddes med en kort upplysning om hur olika frågor behandlas och förhåller sig till kvinnor och män. Enkäten syftade således inte till att belysa vilka kunskaper konsumenter har om hur provning av läkemedel och krockkuddar, bilstolar och säkerhetsbälten går till, eller vad en jämställdhetsplan ska innehålla. Det vi ville få svar på var i stället hur konsumenter väljer om de har tillräckliga kunskaper om produkter, tjänster och verksamheter.²

Vi redovisar resultaten i det följande genom att inledningsvis upprepa den fråga som ställdes i enkäten. Därefter belyser vi i tabellform hur många – både kvinnor och män – som besvarade frågan och hur svaren fördelar sig i procent mellan de olika svarsalternativen. Därefter illustrerar vi hur svarsalternativen fördelar sig mellan kvinnor och män.³

² Angående enkäten, se bilaga 6.

³ På grund av utrymmesskäl kommer vi inte att redovisa samtliga tabeller från SCB. Men i de fall det finns signifikanta skillnader inom någon grupp kommer vi att belysa detta i den kommenterande texten.

9.2.1 Miljömärkta varor

Fråga 1: Handlar Du någon gång varor som är miljömärkta?

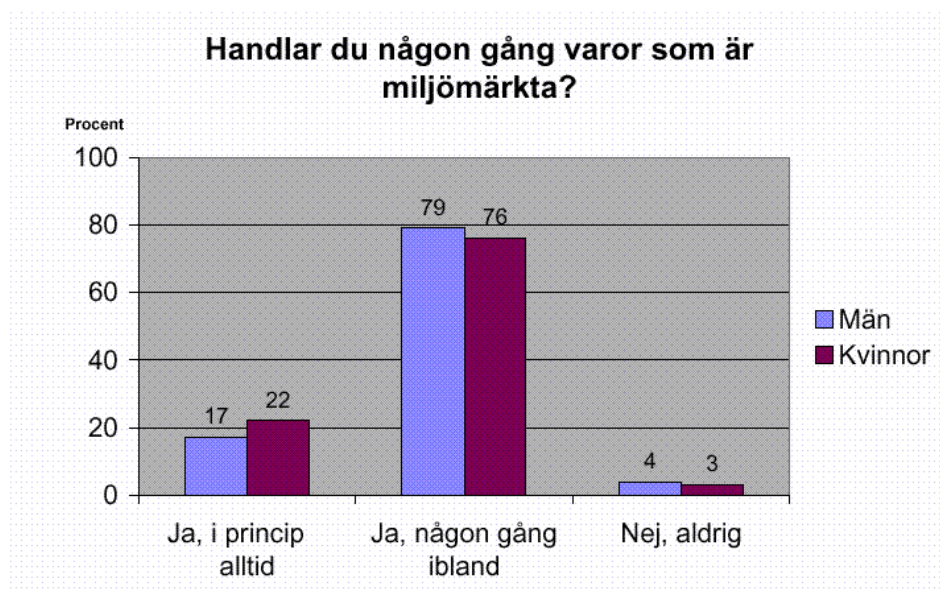
Tabell 10

Svarsalternativ	Antal	+ /-	%	+ /-
Ja, i princip alltid	1 170 900	146 400	19	2
Ja, någon gång ibland	4 723 300	158 200	77	3
Nej, aldrig	214 000	70 000	4	1
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Tabellen visar att så många som 96 procent av de tillfrågade handlar miljömärkta varor någon gång. Siffran är påtagligt hög, vilket kan förklaras med att drygt tre fjärdedelar uppger att de handlar miljömärkta varor någon gång ibland. Men det framgår även att så många som en femtedel av konsumenterna alltid handlar miljömärkta varor.

Av tabellen går det också att utläsa att konsumenter över lag är väl medvetna om att det finns miljömärkta varor och att de emellanåt också gör medvetna val när de gör sina inköp.

För Utredningens del är detta en högst intressant upplysning, eftersom en förutsättning för att införa ett system för frivillig jämställdhetsmärkning är att *konsumenterna är så medvetna om vad det finns för valmöjligheter att de kan överväga om de önskar handla jämställdhetsmärkta varor.*



Av diagrammet blir det tydligt att det endast är små skillnader mellan kvinnor och män när det gäller frågan om de någon gång handlar miljömärkta varor. Det är endast fem procent fler kvinnor än män som alltid handlar miljömärkta varor. När det i stället gäller dem som handlar miljömärkta varor någon gång ibland gäller i stället motsatsen, då är det tre procent fler män än kvinnor som gör sådana inköp. Skillnaden mellan de kvinnor och de män som aldrig gör miljömärkta inköp är i princip obefintlig. Det är endast fyra procent män och tre procent kvinnor som väljer att aldrig köpa sådana varor.

För Utredningens del är detta av central betydelse. Ofta brukar det framhållas att det finns stora skillnader i åsikter mellan kvinnor och män. Bland annat brukar det framhållas att kvinnor är *närmare naturen* och på så sätt också väljer att göra *mjukare val*. Detta är således något som vår studie inte kan ge belägg för.

9.2.2 Läkemedel genom läkare

Fråga 2: Skulle Du kunna tänka Dig att be Din läkare att förskriva läkemedel som var utprovade för både kvinnor och män?

Upplysning

Kvinnors och mäns kroppar kan emellanåt reagera olika på olika läkemedel. I dag är endast ett fåtal läkemedel testade på kvinnor när de kommer ut på marknaden. Det har hänt att läkemedel som har varit testade och godkända har lett till biverkningar hos just kvinnor.

Tabell 11

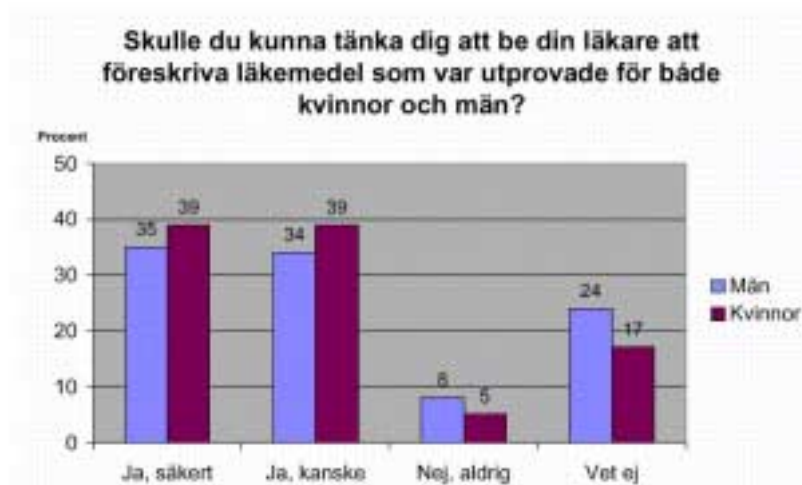
Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	2 263 400	178 100	37	3
Ja, kanske	2 208 600	179 000	36	3
Nej, aldrig	393 300	91 000	6	1
Vet ej	1 242 800	146 700	20	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Nära tre fjärdedelar av de tillfrågade uppger att de kan tänka sig att be sin läkare förskriva läkemedel som är testade på både kvinnor och män. Av dem kan lite drygt en tredjedel (37 procent) med all säkerhet be sin läkare att förskriva läkemedel som är utprovade och godkända för både män och kvinnor. I princip lika många kan eventuellt tänka sig att uppmana sin läkare att skriva ut sådana läkemedel (36 procent). Knappt en femtedel (20 procent) kände sig osäkra på om de skulle kunna tänka sig att påverka sin läkare i det här avseendet. Endast 6 procent är övertygade om att de aldrig skulle be läkaren om att förskriva läkemedel som är utprovade på både män och kvinnor.

För Utredningens del betyder detta att det borde finnas en marknad för jämställdhetsmärkta receptbelagda läkemedel. Så många som 37 procent skulle eventuellt kunna tänka sig att be sin läkare att förskriva läkemedel som är testade och godkända för både kvinnor och män.

Frågan är emellertid mer komplicerad än att det går att ge ett entydigt svar utifrån dessa siffror. Det finns flera studier som beskriver hur patienter känner sig underordnade och också står i beroendeställning till sin läkare. Siffrorna bör således ställas i relation till siffrorna i tabellerna 12 och 13 (frågorna 3 och 4 i enkäten). Ofta brukar relationen läkare–patient beskrivas som hierar-

kisk. Det är möjligt att fler skulle kunna tänka sig att uppmana sin läkare att förskriva vissa preparat om förhållandet mellan patient och läkare blev både mer jämlikt och jämställt.



Diagrammet illustrerar hur kvinnor och män tror att de kommer att förhålla sig till läkemedel som är testade och godkända på både kvinnor och män. Skillnaden mellan de kvinnor och de män som är övertygade om att de kommer att be sin läkare att förskriva sådana läkemedel och de som tror att de kommer att be sin är i princip obetydlig.

Störst skillnad mellan könen finns i den grupp som uppger sig inte veta huruvida de kommer att be sin läkare att förskriva de aktuella läkemedlen. 7 procent fler män (24 procent) än kvinnor (17 procent) hade kryssat för att de inte visste om de skulle be sin läkare att förskriva läkemedel som är utprovade på både män och kvinnor.

Om de personer som uppgett att de aldrig kommer att föreslå sin läkare att förskriva de aktuella läkemedlen slås samman med den osäkra gruppen, blir skillnaden mellan könen hela 10 procent (32 procent av männen respektive 22 procent av kvinnorna). En förklaring till den stora skillnaden mellan män och kvinnor kan vara att fler män än kvinnor känner sig trygga med de läkemedel som

finns på marknaden och att de därmed inte finner anledning att påverka sin läkare att förskriva de läkemedlen.

För Utredningens del är det emellertid av största intresse att så många som nära fyra femtedelar av alla kvinnor och drygt två tredjedelar av alla män tror att de kommer att uppmana sin läkare att förskriva läkemedel som är utprovade på både män och kvinnor.

9.2.3 Läkemedel på apotek

Fråga 3: Skulle Du kunna tänka Dig att på apoteket köpa receptfria läkemedel som var utprovade för både kvinnor och män?

Tabell 12

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	3 127 100	184 300	51	3
Ja, kanske	1 962 500	172 900	32	3
Nej, aldrig	228 600	71 300	4	1
Vet ej	790 000	125 000	13	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Drygt fyra femtedelar menar att de skulle kunna tänka sig att köpa receptfria läkemedel som är utprovade för både kvinnor och män på apoteket. Av dem är mer än hälften övertygade om att de säkert skulle kunna tänka sig att köpa sådan medicin på apoteket. Endast fyra procent av de tillfrågade uppger att de inte skulle kunna tänka sig att göra det.

Det är ungefär lika många män som kvinnor som menar att de kan tänka sig att köpa receptfria läkemedel som är utprovade för både kvinnor och män på apoteket.

De personer som menar att de över huvud taget inte kan tänka sig att köpa sådana läkemedel är till övervägande del desamma som det saknades flera uppgifter om, såsom om de har hemmavarande barn, eller om det finns barn i hushållet, vilken form av bostad de bor i (eget ägande av villa, radhus, kedjehus, eller bor i bostadsrätt eller hyresrätt), eller var de bor. Gruppen är vidare överrepresenterad av personer som har annan utbildning än folkhögskola, realskola, gymnasium (1–2 eller 3–4 år) eller har universitetsutbildning. Majoriteten består vidare av personer som antingen är projektanställda eller som det saknas uppgifter om vilken sysselsättning de har. Därutöver är det något fler personer som antingen är lång-

tidsarbetslösa eller pensionärer som är avogt inställda till att köpa sådan medicin.

För Utredningen är det emellertid av stort intresse att så många som 83 procent kan tänka sig att köpa sådana läkemedel på apoteken. I den gruppen ingår även flera långtidssjukskrivna.



Diagrammet illustrerar att det i princip inte är några skillnader alls mellan kvinnor och män när det gäller frågan om de skulle kunna tänka sig att köpa receptfria läkemedel på apotek. Det saknas helt skillnader mellan könen bland dem som är övertygade om att de kan komma att köpa sådana läkemedel (51 procent vardera) samt dem som är osäkra på om de kommer att välja sådana läkemedel (13 procent vardera). Det är något fler kvinnor än män som menar att de kanske kan tänka sig att välja just sådana läkemedel (33 respektive 31 procent). Den grupp som består av personer som menar att de aldrig skulle kunna tänka sig att köpa sådana läkemedel består av några få procent fler män än kvinnor (5 respektive 3 procent).

9.2.4 Naturmedicin

Fråga 4: Skulle Du kunna tänka Dig att köpa naturmedicin som var utprovad för både kvinnor och män?

Tabell 13

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	2 788 500	184 700	46	3
Ja, kanske	2 051 700	176 300	34	3
Nej, aldrig	348 000	85 600	6	1
Vet ej	919 900	133 100	15	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

På samma sätt som gällde för de två tidigare frågorna som rör läkemedel är det en övervägande majoritet (fyra femtedelar) som kan tänka sig att köpa naturmedicin som är utprovad på både män och kvinnor. Det är lika många som inte kan tänka sig att be sin läkare att förskriva läkemedel, som är utprovad på både män och kvinnor som inte heller kan tänka sig att köpa sådan naturmedicin (sex procent). Gapet mellan de två grupperna som består av personer som är osäkra på huruvida de skulle kunna tänka sig att köpa naturmedicin som är utprovad på både kvinnor och män och dem som kan tänka sig att be sin läkare förskriva läkemedel som är utprovad på både kvinnor och män uppgår till fem procent (15 respektive 20 procent).

Att så många som 80 procent kan tänka sig att köpa sådan naturmedicin (46 procent är övertygade och 34 procent tror att de skulle kunna köpa sådan medicin), innebär att Utredningen har tungt vägande skäl för att förorda att sådan naturmedicin – tillika med receptförskrivna och receptfria läkemedel – ska kunna bli föremål för jämställdhetsmärkning.



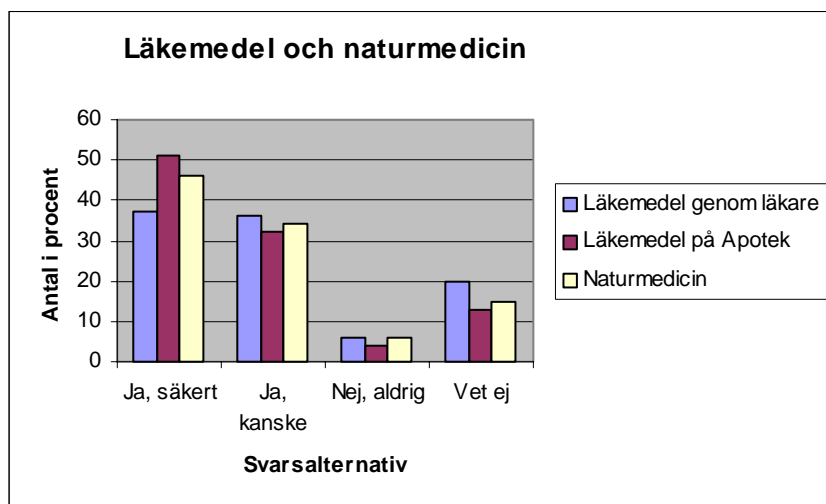
Diagrammet visar att det visserligen finns skillnader mellan hur kvinnor och män har svarat när det gäller frågan om de kan tänka sig att köpa naturmedicin som är utprovad på både kvinnor och män. Men skillnaderna är små. Det är några få procent fler kvinnor än män som kan tänka sig att köpa sådan medicin (46 procent av kvinnorna respektive 45 procent av männen är övertygade om att de skulle kunna göra sådana inköp, 35 procent av kvinnorna respektive 32 procent av männen svarar att de kanske skulle kunna köpa sådan medicin).

Den tredje största gruppen består av personer som är osäkra på hur de kan tänkas agera i en sådan situation. Skillnaden mellan könen är dock marginell (16 procent av männen och 14 procent av kvinnorna). På samma sätt är det två procent fler män än kvinnor (7 respektive 5 procent) som menar att de aldrig skulle kunna tänka sig att köpa sådan medicin. Det kan finnas anledning att notera att dessa två grupper kanske inte endast består av personer som är tveksamma inför de naturmedicinerna. Det kan vara så att gruppen även består av personer som är tveksamt inställda till just naturmediciner.

För Utredningens del är det av intresse att både kvinnor och män i förhållandevis stor utsträckning är positivt inställda till de produkterna.

9.2.5 Sammanfattning av intresset för jämställda läkemedel

Nedanstående diagram utgör en sammanställning av hur de tillfrågade svarar på de tre frågorna om de skulle kunna tänka sig *att* be sin läkare att förskriva läkemedel som är utprovade för både kvinnor och män, *att* på apotek köpa receptfria läkemedel som är utprovade för både kvinnor och män *samt att* köpa naturmedicin som är utprovad för både kvinnor och män.



Av diagrammet blir det tydligt att de tillfrågade sätter möjligheten att köpa receptfria läkemedel som är utprovade på både kvinnor och män framför möjligheten att be sin läkare skriva ut medicin som är utprovad på både kvinnor och män och naturmedicin som är framtagen på ett liknande sätt.

9.2.6 Möbler och kontorsredskap

Fråga 5: Skulle Du kunna tänka Dig att köpa möbler/kontorsredskap som var utprovade för både kvinnor och män?

Upplysning

I princip alla möbler som finns på marknaden är utformade med en 180 cm lång man i 50-årsåldern som förebild. Det betyder att stora flertalet kvinnor, men även en del män, är så korta att de drabbas av

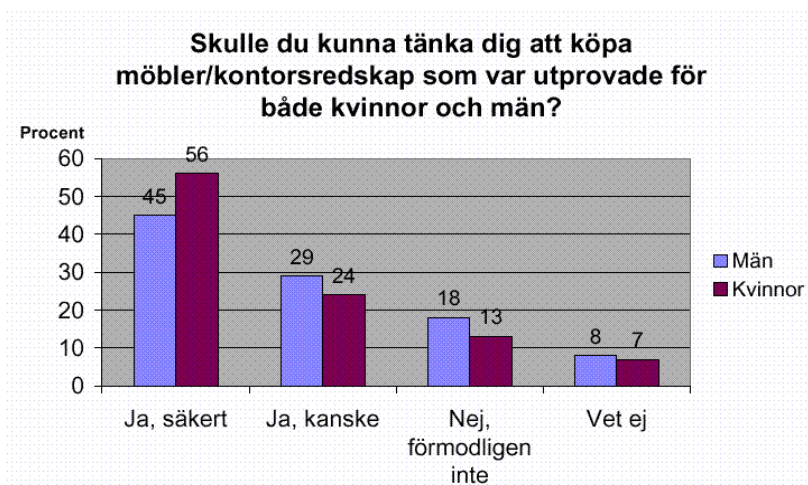
onda ryggar på grund av att bord, stolar, fätöljer, soffor, diskbänkar har utformats för att vara funktionella för andra än dem själva.

Tabell 14

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	3 094 300	184 300	51	3
Ja, kanske	1 605 900	165 000	26	3
Nej, förmodligen inte	948 200	134 600	16	2
Vet ej	459 900	97 900	8	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Av tabellen framgår det att mer än tre fjärdedelar menar att de antingen är helt övertygade om att de skulle kunna tänka sig att köpa möbler eller kontorsredskap som är utprovade för både kvinnor och män. Så många som 51 procent är övertygade om att de skulle kunna köpa sådana möbler eller kontorsredskap och drygt en fjärdedel (26 procent) svarar att de kanske skulle kunna tänka sig det.

Knappt en femtedel (16 procent) tror inte att de skulle köpa sådana möbler eller kontorsredskap med motiveringen att de förmodligen inte skulle bry sig om huruvida de är anpassningsbara till både kvinnor och män. Framför allt de som arbetar i eget hushåll uppger detta (32 procent). Endast åtta procent svarar att de inte vet hur de skulle göra om de stod inför valet att köpa möbler och kontorsredskap som är anpassningsbara för både kvinnor och män.



Diagrammet illustrerar att det förekommer skillnader mellan hur kvinnorna och männen svarar på frågan om de skulle kunna tänka sig att köpa möbler eller kontorsredskap som är utprovade för både kvinnor och män. Det är väsentligt fler kvinnor än män (56 respektive 45 procent) som kan tänka sig att köpa sådana möbler. Men det är fler män än kvinnor som eventuellt skulle kunna tänka sig att köpa sådan möbler.

Nära en femtedel av männen och lite drygt en åttondel av kvinnorna (18 respektive 13 procent, vilket motsvarar två procent över respektive tre procent under genomsnittet) uppger att de förmodligen inte kommer att köpa möbler eller kontorsredskap som är utprovade för både kvinnor och män.

Endast åtta procent av männen och sju procent av kvinnorna uppger att de inte vet om de skulle kunna tänka sig att köpa sådana möbler eller kontorsredskap.

Det är svårt att ge en förklaring till varför det är så stora skillnader mellan kvinnornas och männens svar. Men en förklaring kan vara att mäns fysiologi motsvarar den modell som utgör prototypen för möbler och kontorsredskap.

För Utredningens del är det emellertid mest centralt att det generellt sett finns ett stort intresse för sådana möbler och kontorsredskap.

9.2.7 Anpassningsbara bilar

Fråga 6: Skulle Du kunna tänka Dig att köpa en bil som är anpassningsbar till både kvinnor och män?

Uppllysning

Whiplash/pisksnärt är beteckningen för en rörelse som halsrygg och huvud utför och som till exempel kan drabba nacken i samband med trafikolyckor. Flertalet bilstolar, nackstöd och krokkuddar har utformats med en 180 cm lång och 78 kg tung man som förebild. De som inte når upp till denna vikt eller längd löper en avsevärd risk att utsättas för just whiplashskada.

Tabell 15

Svarsalternativ	Antal	+ /-	%	+ /-
Ja, säkert	3 249 900	184 700	53	3
Ja, kanske	1 253 000	150 800	21	2
Nej, förmodligen inte	656 900	116 300	11	2
Vet ej	239 600	71 000	4	1
Ej aktuellt	708 800	113 600	12	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Tabellen visar att nära tre fjärdedelar (74 procent) menar att de skulle kunna tänka sig att köpa en bil som är anpassningsbar till både kvinnor och män. Det betyder att det är något färre (tre procent) som kan tänka sig att köpa en sådan bil i förhållande till dem som kan tänka sig att köpa möbler och kontorsredskap som är anpassningsbara till både kvinnor och män.

Det är också något färre som menar att de förmodligen inte skulle bry sig om huruvida bilen är anpassningsbar eller inte. Det är främst de värnpliktiga och egna företagarna som menar att de förmodligen inte skulle bry sig särskilt mycket om huruvida bilen är anpassningsbar till både kvinnor och män.

Det kan finnas anledning att notera att det inte är någon värnpliktig som anför att de inte skulle kunna tänka sig att köpa möbler eller kontorsredskap som är anpassningsbara till både kvinnor och män.

Endast fyra procent uppger att de inte vet huruvida de ska välja en bil som är anpassningsbar på det sättet. Den tredje största gruppen består av dem som uppger att det inte är aktuellt att köpa en bil (12 procent).

Av detta borde man kunna dra slutsatsen att det stora flertalet tror att de skulle kunna tänka sig att köpa en bil som är utformad för att passa både kvinnor och män.

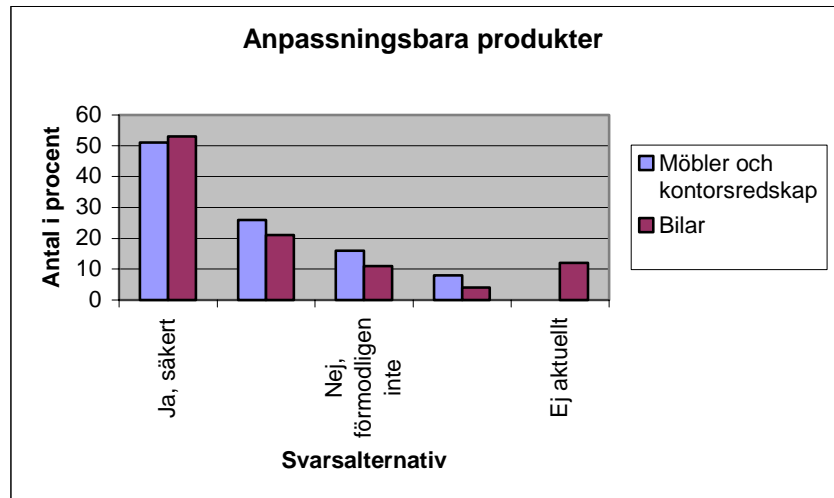


Diagrammet visar att det endast är en obetydlig skillnad mellan kvinnornas och männens svar när det gäller frågan om de kan tänka sig att köpa en bil som är anpassningsbar till både kvinnor och män (54 respektive 53 procent). Det är något fler män än kvinnor som tror att de skulle kunna tänka sig att köpa en sådan bil (23 respektive 18 procent).

Det är främst kvinnorna som uppger att det inte är aktuellt att köpa en bil som är anpassningsbar till flera. Mot slutet av år 2000 fanns det 3 998 614 bilar registrerade i Sverige. Majoriteten, 2 188 175 (motsvarande 54 procent), av dem är registrerade på män. Lite drygt en fjärdedel, 1 048 626 (motsvarande 26 procent) är registrerade på kvinnor. Övriga bilar, 761 813 (motsvarande 20 procent) är registrerade på juridiska personer. En förklaring till att kvinnor uppger att det inte är aktuellt att köpa en bil som är anpassningsbar till både kvinnor och män kan vara att kvinnor inte ser sig som bilägare. Eventuellt skulle bilar som är mer anpassningsbara till olika människor kunna förändra den uppfattningen.

9.2.8 Sammanfattning av intresset för anpassningsbara produkter

Nedanstående diagram utgör en sammanställning över hur de tillfrågade svarar på de båda frågorna om de skulle kunna tänka sig *att* köpa möbler eller kontorsredskap som är utprovade för både kvinnor och män *samt att* köpa en bil som är anpassningsbar till både kvinnor och män.



Diagrammet tydliggör bland annat att det framför allt är anpassningsbara bilar som de tillfrågade menar att de med all säkerhet kan tänka sig att välja. Men om staplarna "ja, säkert" och "ja, kanske" slås samman är det i stället möbler och kontorsredskap som blir de mest attraktiva produkterna.

9.2.9 Pensionsförsäkring

Fråga 7: Skulle Du kunna tänka Dig att välja en pensionsförsäkring som berättigade kvinnor och män till lika hög pension?

Upplysning

Omkring 925 000 kvinnor betalar regelbundet in pengar till pensionsförsäkringar. Men även om de betalar in lika mycket som männen i premier till försäkringsbolagen erhåller de lägre ersättning när de går i

pension. I en debattartikel i DN nämns följande räkneexempel: en man och en kvinna sparar vardera 500 kr i månaden i tjugo år. Mannen får 176 kr mer per år i pension. På tio år blir skillnaden 11 760 kr. Motiveringen till att kvinnor erhåller lägre pension än män är att kvinnor lever längre än män och att pensionen av den anledningen generellt sett ska betalas ut till kvinnorna under en längre tid än till männen.

Tabell 16

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	3 548 200	177 000	58	3
Ja, kanske	934 900	132 300	15	2
Nej, förmodligen inte	710 000	115 700	12	2
Vet ej	342 900	86 900	6	1
Ej aktuellt	572 300	104 100	9	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Tabellen illustrerar att lite drygt hälften (58 procent) av de tillfrågade menar att de tveklöst kan tänka sig att teckna en pensionsförsäkring som berättigar kvinnor och män lika hög pension. Nära en sjättedel av de tillfrågade menar att de eventuellt skulle kunna teckna en sådan försäkring.

Nära en tiondel av de tillfrågade uppger att det inte är aktuellt att teckna en sådan försäkring. Det är främst personer i åldern 65–74 år som uppger detta (30 procent).

Drygt en tiondel (12 procent) uppger att de förmodligen inte skulle bry sig om huruvida det är fråga om en pensionsförsäkring som berättigar kvinnor och män lika hög pensionsersättning. Intressant nog är det främst de yngre som uppger detta. Bland dem som är i åldern 18–24 år uppger hela 17 procent att detta är en likgiltig fråga. 15 procent av dem som är i åldern 25–34 år och 11 procent av dem som är i åldern 35–64 år menar också att detta är en fråga som saknar intresse.



Diagrammet synliggör att det är stora skillnader i hur män och kvinnor kan tänka sig att välja pensionsförsäkring. Det är uppenbart att männen, generellt sett, är mer negativt inställda till pensionsförsäkringar som berättigar kvinnor och män lika hög pension.

Medan hela 70 procent av kvinnorna skulle kunna välja en sådan pensionsförsäkring, är endast 46 procent av männen beredda att teckna en sådan försäkring. Å andra sidan skulle hela 20 procent av männen och endast 10 procent av kvinnorna kunna tänka sig att teckna en försäkring som berättigar kvinnor och män lika hög pension. Det betyder att 80 procent av kvinnorna och 66 procent av männen ändå skulle kunna tänka sig att göra ett sådant pensionsval.

Så många som 65 procent i åldern 50–65 år kan väl tänka sig att välja en pensionsförsäkring som ger kvinnor och män lika hög pension. Hela 70 procent bor i Övre Norrland och 62 procent i Skåne eller Blekinge. 69 procent av de personerna har barn som är 18 år eller äldre

En förklaring till den stora skillnaden i svaren mellan könen kan vara att en sådan förändring kan komma att innebära att ersättningen från pensionsförsäkringen kommer att jämnas ut. Det skulle kunna få till följd att människans ersättning minskar, eller åtminstone inte kommer att öka. För ett sådant resonemang talar bland annat

att nästan 20 procent av männen uppger att de förmodligen inte skulle kunna tänka sig att teckna en sådan försäkring.

9.2.10 Försäkringar

Fråga 8: Skulle Du kunna tänka Dig att teckna en försäkring som innebär att män och kvinnor betalade lika hög försäkringspremie?

Upplysning

Unga män utsätts för misshandel av obekanta personer i långt större utsträckning än kvinnor. Den misshandel som män drabbas av sker nästan uteslutande utomhus. När kvinnor utsätts för våld sker det i stället vanligtvis inomhus och av manliga personer i kvinnornas närhet.

Försäkringspremier fastställs efter att försäkringsbolaget har gjort s.k. riskbedömningar. Det betyder bl. a. att kvinnor och män ofta betalar olika höga premier.

Tabell 17

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	3 023 400	186 900	49	3
Ja, kanske	1 592 500	164 100	26	3
Nej, aldrig	168 500	60 600	3	1
Vet ej	655 600	116 200	11	2
Ej aktuellt	668 200	109 000	11	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Av tabellen framgår det bland annat att knappt hälften av de tillfrågade kan tänka sig att teckna en försäkring som innebär att kvinnor och män betalar lika hög försäkringspremie. Det betyder att det nästan är en tiondel färre än de som uppger att de kan tänka sig att teckna en pensionsförsäkring som innebär att kvinnor och män erhåller lika hög pension.

De siffrorna bör dock jämföras med dem som visar hur många som eventuellt skulle kunna tänka sig att teckna en försäkring som innebär att kvinnor och män betalar lika hög försäkringspremie. Så många som tre fjärdedelar kan tänka sig att teckna en sådan försäkring. Det är endast tre procent som uppger att de aldrig skulle kunna teckna en sådan försäkring. Det är nästan tio procent

färre än de som menar att de inte kan tänka sig att teckna en pensionsförsäkring som berättigar kvinnor och män till lika hög pension.

Lite drygt två tiondelar (elva procent vardera) uppger antingen att de inte har någon uppfattning i frågan eller att det inte är aktuellt att teckna någon försäkring.



Diagrammen illustrerar att det i princip inte är någon skillnad mellan kvinnors och mäns uppfattning när det gäller frågan om de skulle tänka sig att teckna en försäkring som innebär att kvinnor och män betalar lika hög försäkringspremie (50 respektive 49 procent). Det är fler män än kvinnor som kan tänka sig att teckna en sådan försäkring.

Lite drygt en åttondel (13 procent) av kvinnorna menar att det inte är aktuellt att teckna en sådan försäkring, vilket bör jämföras med att det endast är en knappt tiondel av männen som uppger detta.

9.2.11 Placering av bankmedel

Fråga 9: Skulle Du kunna tänka Dig att välja att placera dina pengar i en bank som lånade ut pengar till kvinnor och män på lika villkor?*Upplysning*

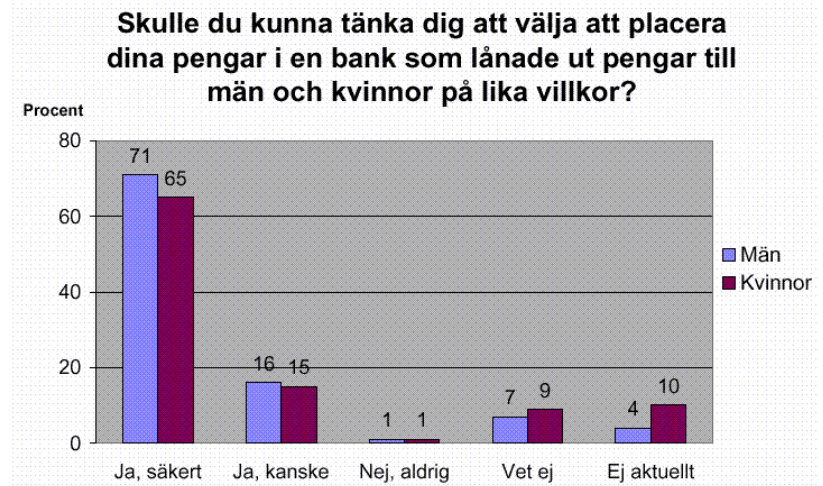
Det påstås att kvinnor har svårare än män att erhålla lån för att starta bolag. Trots det anses kvinnor vara mer pålitliga som låntagare än män. Kvinnor lånar nämligen sällan mer pengar än vad de behöver och fullgör i princip alltid sina förpliktelser enligt avtalen.

Tabell 18

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, säkert	4 176 700	172 800	68	3
Ja, kanske	952 000	135 400	16	2
Nej, aldrig	80 200	41 500	1	1
Vet ej	485 400	101 200	8	2
Ej aktuellt	413 900	90 400	7	1
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Tabellen illustrerar att drygt två tredjedelar kan väl tänka sig att placera sina pengar i en bank som lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor. En sjättedel av de tillfrågade menar att de eventuellt kan tänka sig att placera sina medel i en sådan bank. Det är endast en procent som uppger att de aldrig skulle kunna tänka sig att placera sina medel i en sådan bank.

Siffrorna i tabellen blir särskilt intressanta när de ställs i förhållande till de två tidigare tabellernas siffror. Då blir det särskilt tydligt att det är få av dem som hyser några som helst tvivel om att de skulle kunna tänka sig att placera sina medel i en bank som lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor.



Diagrammet tydliggör förhållandet att män faktiskt är mer benägna än kvinnor att placera sina medel i en bank som lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor (71 procent av männen respektive 65 procent av kvinnorna). Ställs dessa siffror i förhållande till de två tidigare diagrammen blir det också uppenbart att männen i det närmaste ser den frågan som prioriterad i långt större utsträckning än de två tidigare frågorna. Endast 46 procent av männen kan tänka sig att välja en pensionsförsäkring som berättigar kvinnor och män till lika hög pension. Något fler av männen (49 procent) kan tänka sig att teckna en försäkring som innebär att kvinnor och män betalar lika hög försäkringspremie.

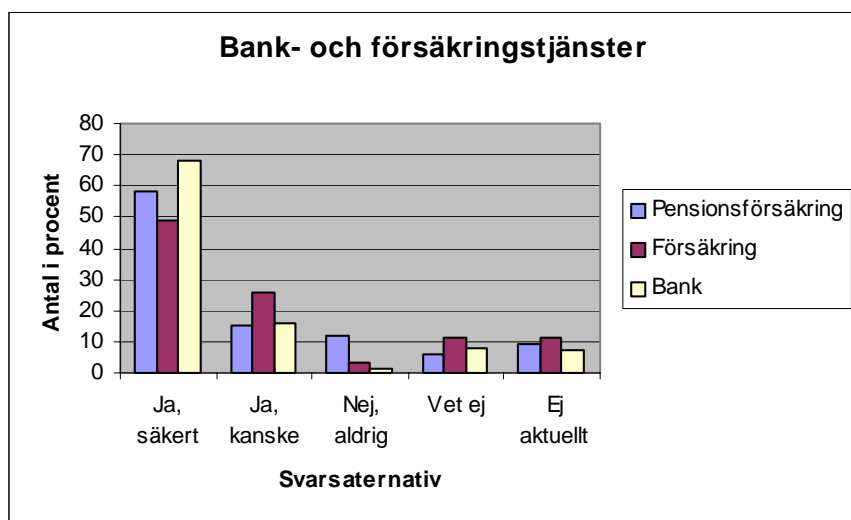
Detta skulle kunna förklaras med att det inte är troligt att män tror att det finns risk att deras egna lånevillkor kan komma att försämrans om bankerna lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor. Det går ju nämligen inte att bortse från att det finns risk för att män kan komma att göra en kortsiktig ekonomisk förlust om kvinnor och män ska behandlas identiskt genom pensionsförsäkringar och försäkringar.

Skillnaderna mellan kvinnors och mäns svar när det gäller frågan om de skulle kunna tänka sig att placera sina pengar i en bank som lånar ut pengar till män och kvinnor på lika villkor är marginell när det gäller dem som har svarat att de *eventuellt* skulle kunna tänka sig detta, *aldrig* skulle kunna tänka sig detta eller dem som uppger att de *inte har någon uppfattning* i frågan.

Det finns emellertid anledning att fästa uppmärksamheten på att så många som en tiondel av alla kvinnor inte menar att det är aktuellt att placera sina pengar i en bank som lånar ut pengar till män och kvinnor på lika villkor. Det betyder att nära en femtedel av alla kvinnor menar att det antingen inte är aktuellt eller att de inte har någon uppfattning om huruvida de kan tänka sig att placera sina pengar i en bank som lånar ut pengar till män och kvinnor på lika villkor.

9.2.12 Sammanfattning av intresset för jämställda pensionsförsäkringar, försäkringar och banktjänster

Nedanstående diagram illustrerar förhållandet mellan hur de tillfrågade svarar att de skulle agera när det gäller, *att* välja en pensionsförsäkring som berättigar kvinnor och män till lika hög pension, *att* teckna en försäkring som innebär att kvinnor och män erlagger lika hög försäkringspremie, *eller att* placera sina pengar i en bank som lånar ut pengar till män och kvinnor på lika villkor.



Av diagrammet blir det tydligt att de tillfrågade är mest positivt inställda till tjänster som utförs vid banker som lånar ut pengar till kvinnor och män på lika villkor.

9.2.13 Verksamheter med jämställdhetsplaner

Fråga 10: Skulle Du kunna tänka Dig att köpa produkter eller använda Dig av tjänster som produceras/utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan?

Upplysning

Den 1 januari 1992 infördes en skyldighet för arbetsgivare att arbeta aktivt för jämställdhet i arbetslivet. Samtliga arbetsgivare som har minst tio (10) anställda är skyldiga att upprätta en s.k. jämställdhetsplan.

Planen ska vara anpassad till den enskilda arbetsplatsen. Den ska bl. a. innehålla uppgifter om hur många män och kvinnor som arbetar vid arbetsplatsen. Det ska framgå om männen och kvinnorna har olika stora möjligheter att vidareutbilda sig, hur könsfördelningen ser ut vid de olika nivåerna, om det förekommer sexuella trakasserier samt om män och kvinnor erhåller lika hög ersättning när de utför arbete som är lika eller kan betraktas som likvärdigt.

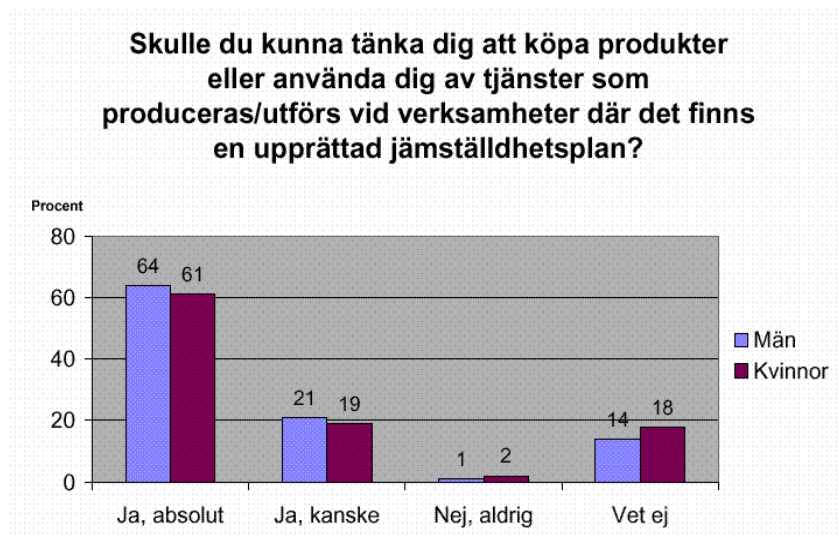
Tabell 19

Svarsalternativ	Antal	+/-	%	+/-
Ja, absolut	3 795 500	180 700	62	3
Ja, kanske	1 236 100	149 700	20	2
Nej, aldrig	101 700	46 200	2	1
Vet ej	974 900	134 200	16	2
Totalt	6 108 200	32 200	100	0

Tabellen illustrerar de tillfrågades intresse för att köpa produkter eller använda tjänster som produceras eller utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan. Drygt tre femtedelar (62 procent) menar att de tveklöst kan tänka sig att köpa eller använda produkter eller tjänster som kommer från sådana verksamheter. Till den gruppen hör även de som förklarar att de eventuellt kan tänka sig detta. Det betyder att så många som drygt fyra femtedelar (82 procent) är positivt inställda till sådana verksamheter.

16 procent har inte tagit ställning till frågan ännu ("vet ej") och två procent uppger att de aldrig skulle kunna tänka sig att köpa produkter eller använda tjänster som produceras eller utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan.

Av tabellen framgår det även att det finns ett intresse för att köpa produkter eller använda tjänster som produceras/tillverkas vid verksamheter där en jämställdhetsplan upprättats.

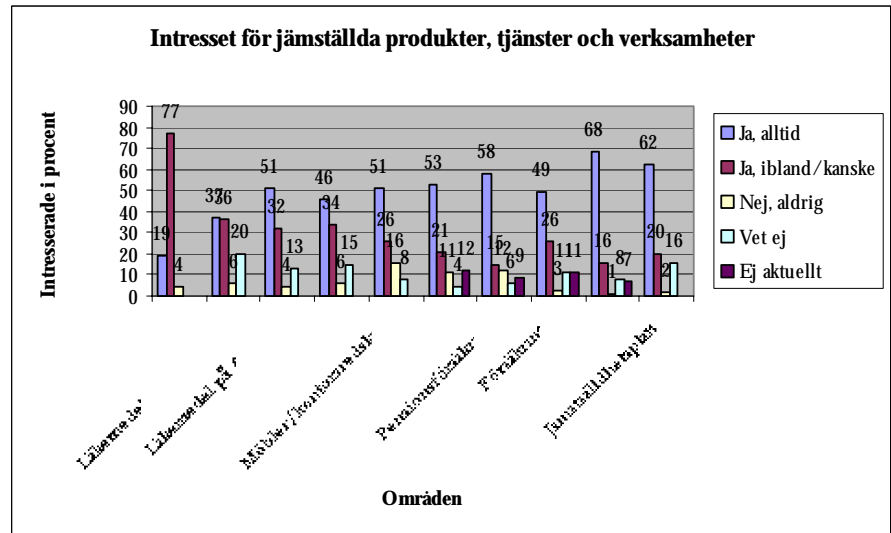


Att jämställdhet inte enbart är en *kvinnofråga* blir tämligen tydligt genom ovanstående diagram, som illustrerar att det faktiskt är fler män än kvinnor som skulle kunna tänka sig att köpa produkter eller använda sig av tjänster som produceras eller utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan. Det är visserligen så att skillnaderna mellan de svar som kvinnorna respektive männen har avgivit endast är marginella, men faktum kvarstår att så många som 64 procent av männen och 61 procent av kvinnorna svarar att de med all säkerhet kan tänka sig detta.

Det är även så att det föreligger skillnader mellan dem som uppger att de kanske skulle kunna tänka sig att köpa produkter eller använda sig av tjänster som produceras eller utförs vid verksamheter där det finns en upprättad jämställdhetsplan (19 procent av kvinnorna och 21 procent av männen) samt dem som ännu inte har tagit ställning (18 procent av kvinnorna och 14 procent av männen).

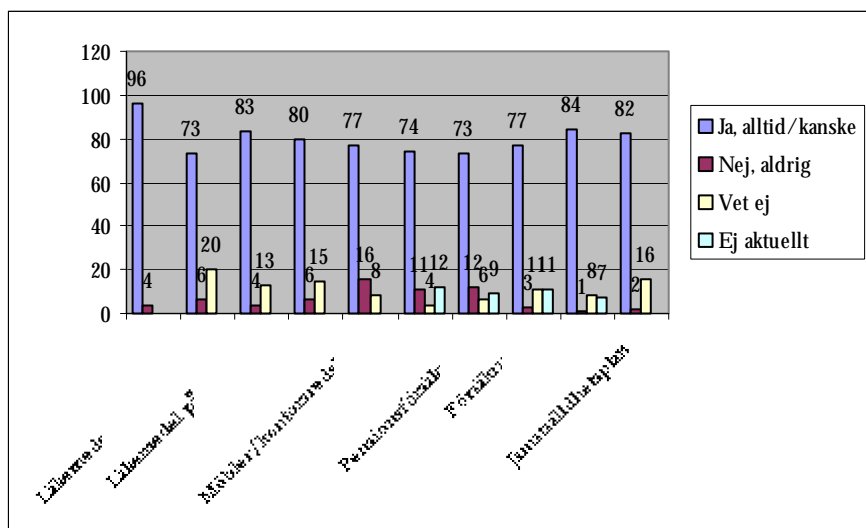
9.2.14 Sammanfattning av intresset för jämställda produkter och tjänster

Nedanstående diagram utgör en sammanställning över hela enkäten *Jämställda konsumentval*. Diagrammet illustrerar bland annat att konsumenter visar störst intresse för *jämställda banktjänster*, *anpassningsbara bilar* samt *jämställda verksamheter*.



Det är emellertid inte lämpligt att endast utgå från de tjänster där de tillfrågade svarar "ja, alltid", utan det svarsalternativet bör sammanföras med svarsalternativet "ja, ibland/kanske", eftersom det är troligt att de som tror sig komma att handla eller ta del av de produkterna eller tjänsterna troligen även kommer att agera på det sättet. När det gäller konsumenters intresse för miljömärkta varor är det ofta så.

Nedanstående diagram illustrerar de tillfrågades intresse för att ta del av *jämställda produkter och tjänster* inom de aktuella produkt- och tjänsteområdena.



Av diagrammet framgår det bland annat att de produkter som verkar vara mest intressanta för konsumenterna är de *receptfria läkemedlen* som finns att tillgå på apotek (84 procent) och naturmediciner (80 procent). Därutöver tydliggörs det att konsumenter prioriterar *jämställda banktjänster* (84 procent).

Men det blir även tydligt att konsumenter även är positivt inställda till verksamheter där det finns upprättade jämställdhetsplaner, s.k. *jämställda arbetsplatser*.

Avslutningsvis kan vi således konstatera att det finns ett stort intresse för jämställda produkter, tjänster och verksamheter. Av staplarna blir det även tydligt att det intresse som konsumenter säger sig visa för jämställdhetsmärkta produkter, tjänster och verksamheter ligger nära intresset för miljömärkta produkter. En fråga om konsumenter handlar miljömärkt (alltid eller någon gång ibland) mäter faktiska förhållanden men frågorna om de eventuellt tror sig vilja handla eller ta del av jämställdhetsmärkta produkter, tjänster eller verksamheter är hypotetiska. Men det går inte att bortse från de svar vi har fått på våra frågor, nämligen att det finns ett stort intresse från konsumenter att ta del av det vi har valt att kalla jämställda produkter, tjänster och verksamheter.

Del IV

System för märkning och certifiering samt bedömning av överensstämmelse

10 Frivilliga märknings- och certifieringssystem i Sverige och Europa

FRIJA:s förslag:

FRIJA föreslår att det införs ett frivilligt system för jämställdhetsmärkning samt att jämställdhetsmärkningen görs oberoende av andra märkesordningar.

Sammanfattning av kapitel 10

I det här kapitlet beskriver vi olika kontrollordningar vid system för märkning och certifiering samt skillnaden mellan dynamiska och statiska system. Vi gör även en genomgång av ett flertal märken och märkesordningar som finns i Europa och Sverige. Kapitlet avslutas med en analys av förhållandet mellan miljömärkning och jämställdhet, varvid vi konstaterar att de erfarenheter som har vunnits på miljöområdet bör tas som utgångspunkt för ett system för frivillig jämställdhetsmärkning.

Vi menar att det finns risk för att jämställdhetsfrågorna kommer i skymundan om de ska hanteras parallellt med/inlemmas i något av de befintliga systemen på marknaden. Vi konstaterar även att det är en helt annan fråga varifrån ett system för jämställdhetsmärkning bör administreras.

Utredningen har i uppgift att redovisa på vilket sätt uppbyggnad av befintliga kontrollordningar och erfarenheter från dessa ska kunna användas för jämställdhetsmärkning. Med kontrollordning avses det system som omger en bedömning av överensstämmelse.

Utgångspunkten är att en produkt eller tjänst ska uppfylla de krav som läggs fast i ett *normerande dokument* (kriteriedokument/EU-direktiv etc.). För att skapa tilltro kan bedömningen av överensstämmelsen (kontroll av att kraven är uppfyllda) i vissa fall utföras av ett oberoende och kompetensprövat (ackrediterat) *kontrollorgan*, ofta ett certifieringsföretag eller provningslaboratorium.

Kontrollorganet gör också en *löpande uppföljning*. I andra fall kan tillverkaren, med stöd i ett kvalitetssystem, själv deklarerat att kraven uppfylls, s.k. tillverkardeklaration eller självdeklaration. Därutöver finns det till exempel krav som är förbundna med användning av ett *märke*.

När det gäller ledningssystem (t. ex. kvalitetssystem, miljöledningssystem) finns de normerande dokumenten i internationella standarder. Det tillämpas inte någon märkning av de företag som uppfyller dessa standarder.

Vid sidan av *obligatorisk bedömning* av överensstämmelse och därtill hörande märkning, så som CE-märkning, finns ett rikt utvecklat system för *frivillig bedömning* av överensstämmelse och märkning inom ramen för olika certifieringssystem i syfte att öka tilltron till produktens egenskaper.

Märkningen är ytterst ett bevis på att en vara (produkt) eller tjänst uppfyller obligatoriska eller frivilliga krav/kriterier. I ett *statiskt system* som revideras efterhand, t. ex. lagstiftning, är kriterierna uppställda på förhand. *Lagstiftning* utgår från *väsentliga krav* avseende *allmänna skyddsaspekter*. Om kriterierna däremot har en utformning som innebär att föremålet ska genomgå en ständig utveckling mot ett bestämt mål talar man om *dynamiska system*. I ett *statiskt system* är det lättare för externa och oberoende kontrollorgan att utföra en bedömning om kraven är uppfyllda för att få det åtråvärda märket. Inom det frivilliga området finns ibland en blandning mellan statiska och dynamiska kriterier. Om kriterierna är uppställda på förhand och entydiga finns en garanti för att det inte ska bli fråga om skönsmässiga bedömningar. Vid *kompetensprövning* (ackreditering) kontrolleras bl.a. om kontrollorganet har tillräckliga kunskaper inom de områden (kriteriedokument) som ackrediteringen avser.

I Europa och många länder utanför Europa, utvecklas ackreditering mycket starkt inom det frivilliga området, baserat på standarder inom EN 45000-serien och/eller ISO/IEC Guide 25, 28 och 61. Det finns ingenting som hindrar att obligatorisk märkning kombineras med sådana frivilliga märkningar. Men det förekommer även att produkter som inte omfattas av särskilda rättsregler är certifierade. Vissa länder har väl inarbetade och frivilliga märkningssystem, så som t.ex. GS-märkningen i Tyskland, S-märket för elektrisk utrustning och Blå skylten på fritidsbåtar i Sverige, olika miljömärken, ekologisk odling, etnisk märkning, rättvisemärkning. Dessa märkningar förutsätter oftast lokal provning och kontroll. För tillverkaren, som eftersträvar en samordning, kan det därför

vara svårt att välja rätt organ och många produkter har flera märken. I praktiken kan även frivilliga certifieringssystem utgöra handelshinder och målet att en internationellt saluförd produkt endast ska genomgå bedömning av överensstämmelse på ett ställe – *one stop testing and certification* – är långt ifrån uppnått.

Det finns en strävan för att integrera det obligatoriska området med det frivilliga, eftersom många organ som utför teknisk kontroll bedriver verksamhet inom båda områdena. I praktiken kan det vara svårt, särskilt för ett litet land, att upprätthålla ett utbud av provnings- och certifieringstjänster på alla områden.

Det finns ett flertal märken på miljöområdet. I Sverige, Norge, Island och Finland används sedan år 1989 symbolen *Svanen* för att märka produkter i miljöhänseende. Inom EU används den s.k. *EU-Blomman* som symbol för miljömärkningen. För att få ett godkännande krävs ofta att produkten är testad av ett oberoende laboratorium och att det finns en väl genomförd dokumentation av produkten. Miljömärkningsstyrelsen, som består av representanter från bland andra Naturvårdsverket, Industriförbundet, Konsumentverket, Kemikalieinspektionen, Miljöförbundet och handeln, gör också fabriksbesök. Kostnaderna finansieras delvis genom ansökningsavgifter och årsavgifter, som står i relation till omsättning av produkten på marknaden.

Att certifieras för något innebär i korthet att certifieringsorganet efter avslutad bedömning av överensstämmelse utfärdar ett intyg, ett bevis, över att de särskilt uppställda kriterierna är uppfyllda. Certifiering används normalt som begrepp när det handlar om företags ledningssystem eller personers kompetens, t. ex. ISO 9000-certifierad eller certifierad svetsare. Även ackreditering förekommer när det gäller kyl- och miljökontrollanter – i dessa fall har det ansetts att uppgiften ska utföras av ackrediteringsorganet självt och inte av ett certifieringsorgan som är ackrediterat.

Legitimering, diplomerings, registrering och auktorisering används för att beskriva personers kompetens i olika sammanhang.

Produkter och tjänster som uppfyller vissa på förhand uppställda kriterier för märkning i någon form beskrivs således vara *märkta* efter ett visst system.

Vi gör i det följande en beskrivning och genomgång av några märknings- och certifieringssystem som finns på den svenska marknaden i Sverige och Europa.

10.1 Miljömärkning – en inledning

I dag finns det ett flertal märkningssystem som alla garanterar att en produkt eller tjänst uppfyller vissa krav ur miljömässig synvinkel. Kraven och inriktningen på vad det specifika märket garanterar varierar. I enstaka fall är kriteriedokumentet inte heller offentliga. Detta skapar en osäkerhet för konsumenter och näringsidkare över vad det aktuella märket egentligen står för.

Miljömärkningen kan delas in i två olika kategorier, tillverkarens *självdeklaration* (även tillverkardeklaration) och *tredjeparts-certifiering*.

Självdeklaration innebär att den som påstår att en produkt uppfyller vissa krav (ofta tillverkaren eller importören) också går i god för att detta är riktigt. Inom de obligatoriska systemen ska det ske en dokumentering efter en särskild ordning, *technical file*, vid vilket det råder strikt ansvar för tillverkningen. Formen har, särskilt när det gäller frivilliga ordningar, kritiserats för att det är svårt att veta om producenternas utfästelser överensstämmer med de verkliga förhållandena, eftersom kontrollen av överensstämmelse endast kan ske av produkter som satts på marknaden.

En *tredjeparts-certifiering* kan ses som ett svar på den nu berörda kritiken. Att en produkt eller tjänst är tredjeparts-certifierad innebär att de kriterier som är uppställda för att få märket också bedöms vara uppfyllda av en *oberoende tredje part (kontrollorgan i tredjepartsställning)* som även kan vara ackrediterad för uppgiften.

10.2 Olika typer av miljömärkningar

Den internationella standardiseringsorganisationen (ISO) använder sig av följande tre *typindelningarna*.¹ För fullständigheten ger vi här också en beskrivning av en fjärde *typ*.

¹ Följande resonemang utgår från bland annat Miljömärkning och konsumentmakt av Minna Gillberg, bilaga 1, *Jämställdhetsmärkning. Konsumentmakt för ett jämställt samhälle* (Ds 1998:49), *Märk väl!* (SOU 1997:7), kap. 4 samt *ISO/TR 14 025 – Miljömärkning och miljödeklarationer. Typ III miljödeklarationer*, SMS Rapport 58, First edition 2000-03-15, (2000).

10.2.1 Typ I – tredjepartscertifierad miljömärkning

Typ I är en tredjepartscertifierad miljömärkning. Företag har möjlighet att på frivillig basis ansöka om certifiering för att få det aktuella märket.² Rätten att utnyttja märket förutsätter att användaren är *kontrollerad* och *godkänd* av den myndighet eller privata organisation som äger företräda de aktuella märkena. Certifieringen utgår från krav som behörig märkningsorganisation menar är av vikt vid bedömning av den aktuella produkten eller tjänsten ur miljöhänseende. Bra Miljöval/Falken, och Svanen är exempel på märken som Svenska Naturskyddsföreningen respektive SIS Miljömärkning utfärdar vid miljömärkning av *Typ I*. I Tyskland finns märket Blå Ängeln. Inom EU utvecklas den så kallade EU-blomman.

10.2.2 Typ II – *självdeklaration* från företagen

Typ II är en *självdeklaration* från företagen att en produkt eller tjänst uppfyller vissa miljömässiga krav.³ De som använder sig av dessa symboler gör således påståenden om att det som har försetts med symbolen stämmer överens med de påstadda förhållandena. Även om de kvalitetsmässiga kraven utgår från vissa på förhand givna kriterier sker det inte någon oberoende tredjepartsbedömning av om kriterierna verkligen är uppfyllda.

Pandan, Änglamark och Skona är exempel på märken som faller in under miljömärkningens kategori *Typ II*.

10.2.3 Typ III – tredjepartscertifiering av miljövarudeklarationer

Typ III är en tredjepartscertifiering av en eller flera produkters miljövarudeklarationer. Miljövarudeklarationerna tar sin utgångspunkt i varans hela livscykel.⁴ Tanken är att konsumenter och näringsidkare ska ha möjlighet att göra jämförelser mellan produkternas skilda miljöaspekter för att på så sätt själva kunna göra bedömningar av produkternas miljöegenskaper.

Miljömärkning enligt *Typ III* har hittills huvudsakligen använts utanför Sveriges gränser. Den svenska regeringen har också ut-

² Angående definition, se ISO/TC207/SC3, 1995; ISO/DIN 14 024.

³ Angående definition, se ISO/DIN 14 021.

⁴ Angående definition, se ISO/DIN 14 025.

tryckt sin tveksamhet inför miljövarudeklarationer. Bland annat har det anförts att miljövarudeklarationer ställer höga krav på konsumenterna när det gäller deras möjlighet att bedöma, värdera och överväga den aktuella miljövarudeklarationen.

För närvarande arbetar ISO med att utforma ett förslag till standardisering av *Typ III*. Men redan år 1998 tog det svenska Miljöstyrningsrådet *Certifierade Miljövarudeklarationer* fram ett förslag till miljövarudeklaration av ISO 14 025. Ytterligare exempel på miljövarudeklarationer är Scientific Certification Systems (SCS), Environmental Report Card – the Green Cross Scheme (USA).

10.2.4 Typ IV – märkning av en viss *kategori* av produkter

Typ IV innebär en märkning av en viss *kategori* av produkter, så som datorer eller skogsprodukter.⁵ Det förekommer att vissa märkningsprogram endast tar hänsyn till en del eller ett fåtal aspekter. TCO:s märkning av bildskärmar ställer till exempel endast krav på energieffektivitet och strålning. Inom jordbruksområdet är kraven väsentligt bredare. Här kan till exempel International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOA), KRAV och Forest Stewardship Council (FSC) nämnas.

För att få använda beteckningen *ekologiskt* ställs det krav på att produkten har framställts i enlighet med Rådets förordning (EEG) nr 2092/91 av den 24 juni 1991 om ekologisk produktion av jordbruksprodukter och uppgifter därom på jordbruksprodukter och livsmedel. Rätten att använda beteckningen ställer bland annat krav på att produktionsmetoderna kontrolleras av ett oberoende kontrollorgan. I Sverige utfärdas certifikat av *KRAV* eller *Svenska Demeterförbundet*. Kravmärkta produkter erhåller kontrollnumret *SE. EKOL 1* och Demetermärkta produkter märks med numret *ES. EKOL 2*.

10.2.5 Tredjepartscertifiering av miljöfrågor

Bakgrunden till miljömärkningen är att nå en bättre miljö genom att undvika att naturen och med den människan går under. Tanken är att miljömärkningen ska bidra till ett ökat miljömedvetande hos konsumenterna. Förhoppningen är att konsumenternas ökade kun-

⁵ Angående definition, se ISO/TC207/SC3/WGI.

skaper och engagemang i miljöfrågor ska leda till att de ställer högre krav på producenternas miljöarbete.

Ett system som innebär att oberoende parter granskar och garanterar att vissa på förhand givna kriterier uppfylls ökar tilltron till märkningsordningen. Märkena *Bra miljöval/Falken*, *EU-Blomman*, *KRAV*, *Svanen* och *Demeter* är några exempel på miljömärken från den svenska marknaden.

10.2.6 Naturskyddsföreningens miljömärkning – Bra miljöval/Falken



Sedan sommaren 1992 är det möjligt att märka produkter vid den ideella organisationen Naturskyddsföreningen, som sedan flera år tillbaka arbetar med konsumtionens och livsstilens miljöpåverkan. *Bra miljöval/Falken* kan ses som ett resultat av ett samarbete mellan Natur-

skyddsföreningen och handeln.

En styrelse bestående av representanter från både Naturskyddsföreningen och handeln tar fram ett underlag för de kriterier som ska gälla vid miljömärkningen *Bra miljöval/Falken*. Kriterierna tar sin utgångspunkt i produktens miljöeffekter under hela dess livscykel. Kriterierna fastställs av föreningens generalsekreterare.

För att erhålla rätt att använda miljömärket *Bra Miljöval/Falken* ställs det krav på att sökanden kan styrka att produkten/-erna uppfyller de uppställda kraven. Sedan licensavgiften har erlagts får märket användas.

10.2.7 Europeiska unionens miljömärkning – EU-Blomman

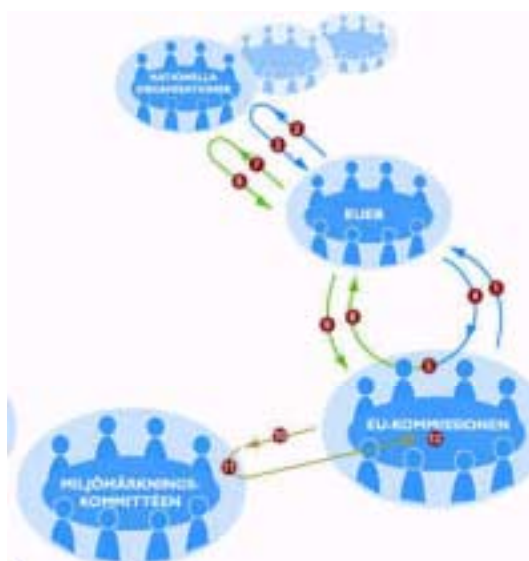


År 1992 beslutade Europeiska gemenskapen (numera unionen) att införa ett miljömärkningssystem enligt Rådets förordning (EEG) nr 880/92 av den 23 mars 1992 om ett gemenskapsprogram för tilldelning av miljömärke.

Tanken med att införa ett miljömärke inom Unionen var att harmonisera och samordna den nationella miljömärkningen för att på så sätt skapa en enhetlig standard för miljömärkningen. Målet är att minska antalet miljömärken inom EU, eftersom de kan verka hindrande för den fria varuörligheten.

Miljömärkningen finansieras både genom anslag från riksdagen och avgifter. Avgifterna för att använda miljömärket utgörs dels av en ansökningsavgift i form av ett engångsbelopp dels en årsavgift vilken är beroende av produktens omsättning inom EU:s inre marknad.

Kommissionen fattar beslut om vilka kriterier som ska tillämpas, efter omröstning i en kommitté där alla medlemsstaterna är representerade. Innan kommittén fattar sina beslut ska de dock inhämta yttranden från aktuella intressegrupper. I Sverige har regeringen valt att låta SIS Miljömärkning AB hantera EU-Blomman. Innehavaren av miljömärket får endast använda det tillsammans med den produkt för vilken miljömärket tilldelats. Användningen av märket är reglerat i ett standardavtal.



10.2.8 Svenska Demeterförbundet – Demeter

År 1957 bildades Svenska Demeterförbundet. Det är en ideell organisation med rötter i den antroposofiska rörelsen. Föreningens medlemmar är konsumenter och intresseföreningar. Svenska Demeterförbundet bedömer jordbruksproduktioner utifrån ett *ekologiskt* och *biodynamiskt* synsätt samt auktoriserar odlare, butiker, förädlare, grossister och importörer av ekologisk och biodynamisk jordbruksproduktion.

Den som vill få sin produktion kontrollerad och godkänd av Svenska Demeterförbundet kan ansöka om detta hos förbundet. Under förutsättning av ett godkännande skrivs ett *avtal* mellan producenten och föreningen om att producenten äger rätt att använda märket *Demeter*. Förbundet genomför årligen kontroller hos de producenter med vilka de har tecknat avtal.

10.2.9 Föreningen KRAV



År 1985 bildades ekonomiska föreningen KRAV. KRAV har sina rötter i den ekologiska rörelsen. Föreningens medlemmar är lantbrukare, företrädare för livsmedelsindustrin, förädlingsföretag, dagligvaruhandel och djurskydds-, miljö- samt konsumentintressen. Märket syftar till att ge en trovärdig märkning och en effektiv kontroll av den ekologiska produktionen. Märket garanterar att produkten har tagits fram med ekologiska metoder.

Föreningen fastställer regler för och genomför kontroll av ekologisk odling, djurhållning samt förädling av livsmedel och andra produkter från jordbruket.

Den som vill få sin produktion kontrollerad av KRAV kan ansöka hos föreningen. Om producenten uppfyller de uppställda kraven för produktionen kan det tecknas ett avtal mellan producenten och föreningen. Avtalet berättigar producenten att använda föreningens symbol på sina samtliga produkter.

De som har ett avtal med KRAV kontrolleras av föreningen minst en gång per år. KRAV är ackrediterad som kontrollorgan av IFOAM, som är en egen ackrediteringsordning utanför de nationella ackrediteringssystemen.

10.2.10 Den nordiska miljömärkningen – Svanen



Redan år 1989 beslutade konsumentministrarna inom Nordiska ministerrådet att införa en gemensam miljömärkning av produkter.⁶ Systemet fick rätten att använda Nordiska ministerrådets egen symbol Svanen, men i grön färg försedd med texten *miljö-*

⁶ Förevarande avsnitt utgår huvudsakligen från Svanens hemsida: <http://www.svanen.nu>.

märkt. Danmark deltog inledningsvis som observatör och anslöt sig till systemet år 1997.

Svanen förvaltades vid starten av Standardiseringskommissionen i Sverige (SIS) och utgjorde där till en början en avdelning.

Kriterierna för de olika produktgrupperna utarbetas i nordiska expertgrupper. Det nordiska samordningsorganet *Nordiska miljömärkningsnämnden* fattar beslut om både vilka produktgrupper som ska vara aktuella för märkningen och fastställer kriterierna för märkningen.

Vid Svanenmärkning utgår kriterierna och bedömningen utifrån produktens hela miljöpåverkan under dess livscykel, det vill säga från råvara och produktion till användning, förstörelse och avfallshantering. Kriterierna revideras vanligtvis vart tredje år.

En producent eller en importör kan efter ansökan erhålla en *miljömärkningslicens* för en produkt, vilket innebär att företaget äger rätt att använda det nordiska miljömärket *Svanen*. För att företaget ska få en sådan licens ställs det bland annat krav på att företaget kan styrka att de aktuella kriterierna är uppfyllda. SIS Miljömärkning AB äger rätt att göra kontroller av de licensierade produkterna för att se till att uppställda kriterier efterlevs. En produkt som inte längre uppfyller kraven för licensen blir av med märket.

10.2.11 SIS Miljömärkning AB

År 1989 infördes ett harmoniserat nordiskt frivilligt miljömärkningssystem. Tanken var att *den frivilliga miljömärkningen* skulle stimulera utvecklingen och användningen av produkter som ur miljösynpunkt är bättre än andra i övrigt jämförbara produkter – *ett jämförande system*.

Genom omstruktureringar av miljömärkningsverksamheten i Sverige genomfördes år 1998 en förändring av förvaltningen av den nordiska miljömärkningen (Svanen) och den europeiska miljömärkningen (Blomman). Vid förändringen överflyttades förvaltningen av de båda bolagen till ett för ägarna – staten och SIS icke vinstgivande aktiebolag *SIS Miljömärkning AB*. Staten förvärvade 10 procent av aktiekapitalet i bolaget och röstetalet för samtliga aktier. Resterande 90 procent av aktierna innehas av SIS. Grunden för omstruktureringen var en önskan att skapa en klarare och effektivare organisation, som var tänkt att i förhållande till tidigare få en mer tydlig beslutsstruktur. Huvudinriktningen för bolagets

verksamhet skulle dock vara densamma som i den tidigare organisationen och bolagets skötsel skulle tillika med övriga förvaltningsuppgifter regleras genom ett avtal mellan ägarna. Bolaget är enligt bolagsordningen inte vinstdrivande.

SIS Miljömärkning AB är således det officiella nationella organet för det svenska arbetet inom miljömärkningsområdet samt för svensk medverkan i nordiskt, europeiskt och globalt miljösamarbete. Arbetet inom SIS Miljömärkning AB leds av Svenska Miljömärkningsnämnden (SMN). SIS Miljömärkning AB arbetar vidare med marknadsföring av verksamheten gentemot konsumenter, massmedia och näringsliv.

10.2.12 Den nordiska miljömärkningsnämnden

Den nordiska miljömärkningen är gemensam för Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige. De olika ländernas arbete samordnas genom den Nordiska miljömärkningsnämnden, NMN, som beslutat om ett gemensamt regelverk för Nordisk miljömärkning.

Miljömärkningsnämnden arbetar bland annat med att *bestämma produktgrupper* och *fastställa de kriterierna* för miljömärkningen. Besluten i miljömärkningsnämnden skall vara enhälliga. Förslagen till kriterier utarbetas vid samnordiska expertgrupper, som är sammansatta av och har initierats av personer från bland annat myndigheter, miljöorganisationer, handel och industri. Förslagen remissbehandlas innan de slutligen fastställs av NMN. När kriteriedokumentet slutligen har fastställts har företag möjlighet att söka licens för en produkt inom gruppen. Licensansökningarna handhas av de olika ländernas sekretariat som också utfärdar licenser.

10.2.13 Den svenska organisationen

Den svenska organisationen *SIS Miljömärkning AB* leds av en styrelse, vilken utses av den svenska regeringen. I styrelsen finns det representanter från svensk Handel, Näringsdepartementet, Miljödepartementet och Miljöförbundet.

Det är den svenska miljömärkningsnämnden som leder arbetet inom SIS Miljömärkning AB. I nämnden sitter det företrädare för miljöintressenter och industrin. I nämnden sitter för närvarande representanter från Världsnaturfonden, Svensk Handel, Industrieförbundet, Kemikalieinspektionen, Miljöförbundet Jordens Vänner,

Svenska Kommunförbundet (Miljökontoret), Naturvårdsverket, Konsumentverket och Sveriges konsumentråd.

Innan kriteriedokumentet fastställs sänds de ut på remiss till näringsliv, myndigheter, miljö- och intresseorganisationer. Det finns en *allmän remissgrupp* som består av följande organisationer:

Arbetsmiljöverket
DAGAB
Fältbiologerna
Företagarnas riksorganisation
Handelsanställdas förbund
Husmorsförbundet Hem och samhälle
ICA-förbundet
Ingenjörsvetenskapsakademien
Institutet för miljömedicin
Institutet för vatten och luftvårdsforskning
Miljöförbundet Jordens Vänner
Kemisk-Tekniska Leverantörsförbundet
Kommerskollegium
Konsumentvägledarnas förening
Kungliga Vetenskapsakademien
Lantbrukarnas Riksförbund
Packforsk
Pensionärernas Riksorganisation
Riksförbundet mot Astma-Allergi
Statens Livsmedelsverk
Svenska Kommunförbundet
Svenska Renhållningsverksföreningen
Sveriges Pensionärsförbund

Remisstiden uppgår vanligtvis till sex veckor. Sedan remisserna är sammanställda publiceras en remissammanställning. Sammanställningarna av remissvaren finns tillgängliga på SIS hemsida.

10.2.14 Finansieringen av miljömärkningen

SIS Miljömärkning AB bildades år 1989. De statliga anslagen framgår av nedanstående tabell.

Budgetår	Anslag i kronor	Förändring
1989/90	1 900 000	+/- 0
1990/91	1 000 000	- 900 000
1991/92	2 700 000	+ 1 700 000
1992/93	3 000 000	+ 300 000
1993/94	5 000 000*	+ 2 000 000
1994/95	5 000 000	+/- 0
1995/96	6 900 000	+ 1 900 000
(18 månader)		
1997	4 600 000	- 2 300 000
1998	4 600 000	+/- 0
1999	2 800 000**	- 1 800 000
2000	3 850 000***	+ 250 000
2001	3 800 000	+/- 0

* Bidrag för EU-blomman

** Ursprungligen 4 600 000, minskning i värbudgeten med 1 800 000 kronor.

*** Ursprungligen 3 600 000 kronor, ökning i värbudgeten med 250 000 kronor.

Bolaget omsatte omkring 36 miljoner kronor under år 2001, varav 3 800 000 kronor avsåg det statliga stödet. Av dessa gick 2,66 miljoner kronor till EU-Blomman.

För år 2002 uppgår det statliga anslaget till 4,4 miljoner kronor, varav 1,32 miljoner kronor går till Svanen de resterande går 3,080.000 kronorna går till Blomman. Motivet till ökningen är att bolaget behöver "eget rörelsekapital" för att inte bli beroende av sina kunder (industrin). För närvarande finns det 53 kriteriedokument och 1096 licenser (inom hela Norden) för Svanen och 15 kriteriedokument och 13 licenser för det europeiska miljömärket (EU-blomman).

Miljömärkningen är tänkt att vara självfinansierad genom licensavgifter och ersättningar från dem som låter miljömärka sina produkter. Staten har emellertid fortsatt att ge ett begränsat ekonomiskt stöd till Svanen även efter uppbyggnadsskedet. Detta för att finansiera sådant utvecklingsarbete som inte omedelbart kan förväntas bära sina egna kostnader. Det statliga stödet till Svanen

uppgår i år till omkring 800 000 kronor och övriga medel är avsedda för EU-blomman. EU-Blomman befinner sig fortfarande under uppbyggnad och är således helt beroende av det statliga stödet.

I regeringens riktlinjer för användandet av det statliga stödet framgår att under år 2002 ska insatserna koncentreras på

- att vidareutveckla den nordiska miljömärkningen och bidra till utvecklandet av former för samarbete och samordning mellan det nordiska miljömärkningssystemet och EU:s system för miljömärkning,
- att göra EU:s miljömärkningssystem mer spritt och känt på den svenska marknaden.

10.3 Organiseringen av standardiseringen

SIS organiserar det svenska deltagandet i det internationella standardiseringsarbetet.⁷ Utgångspunkten är bland annat att svenska företag, myndigheter och andra organisationer ska få möjlighet att delta och kunna påverka innehållet i internationella standarder.⁸ I dag är i stort sett all standard internationell och tillmäts ökad betydelse i rättsliga sammanhang bland annat som presumtion när det gäller uppfyllande av krav i EU-direktiv.

En standard kan beskrivas som en lösning på ett återkommande problem. Genom standardiseringen skapas förutsättningar för massproduktion. Användning av standarder syftar nämligen till att göra produkter och tjänster enklare, säkrare och billigare. Såväl den nationella som gränsöverskridande handeln underläggas också genom standardiseringen. Förfarandet som har demokratiska inslag, kan ibland upplevas som allt för tidsödande, särskild inom branscher som präglas av en snabb teknisk utveckling. Generellt sett bidrar standarder bland annat till ökad ekonomisk tillväxt samt förbättrad välfärd.

Standardiseringsorganisationen utarbetar standarder inom flera områden, så som bygg och anläggning, hälso- och sjukvård, konsumentprodukter, lednings-/managementsystem, material- och mekateknik, miljö och säkerhet. Till de mest kända standarderna hör nog *ISO 9000 för kvalitetsledning* och *ISO 14 000 för miljöledning*.

⁷ Det nu aktuella avsnittet utgår huvudsakligen från SIS hemsida, http://www.sis.se/om_standardisering/organisation.asp.

⁸ Standardiseringen berörs vidare i kapitel 11 jämte bilaga 2 och 7.

SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. I Sverige omsätter verksamheten årligen omkring 1 miljard kronor om även värdet på de insatser som utförs i företag och förvaltningar räknas in. SIS omsätter själva omkring 200 miljoner kronor och antalet anställda uppgår till omkring 160 personer. Den egna verksamheten finansieras av projektavgifter (50 %), försäljningsintäkter (40 %) och statliga medel (10 %).

Den svenska standardiseringsorganisationen, Swedish Standards Institute (SIS) består av en sammanslagning av sju organisationer (BST, HSS, IKH, SIS, SMS, STG och TKS) samt två bolag (SIS Forum AB och SIS Förlag AB). SIS vision är att vara en effektiv organisation för svenska företag, myndigheter och organisationer när det gäller att få kunskap om och få tillgång till olika standarder samt att kunna påverka och delta i arbetet med nationella, europeiska standarder.⁹

SIS är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global). Därigenom har SIS möjlighet att delta och påverka arbetet i den internationella standardiseringsarbetet. CEN arbetar på uppdrag av bland annat EU med att ta fram standarder för den gemensamma marknaden.

10.4 Den internationella standardiseringsorganisationen – ISO



ISO är en internationell standardiseringsorganisation som bland annat arbetar med att utveckla och samordna olika standarder.¹⁰

ISO bildades år 1947 och grundar sig på de krav som den internationella handeln ställer på global standardisering. Tanken var att "underlätta den internationella samordningen och harmoniseringen av industriella standarder".¹¹

10.4.1 Miljöledningsstandard – ISO 14 000

ISO skapar inom standardserien ISO 14 000 ett stort antal generella standarder inom miljöområdet. Standarderna rör bl. a. miljöledning, miljömärkning och livscykelanalys. ISO 14 001, som är

⁹ www.sis.se.

¹⁰ www.iso.ch.

¹¹ Miljöledningsguiden, SIS miljöforum (1997), sid. 133.

den mest kända av standarderna, innehåller krav på miljöledningssystem. Standarden är ett frivilligt verktyg som ska underlätta för företag och organisationer att bedriva ett effektivt och strukturerat miljöarbete med hjälp av ett dokumenterat miljöledningssystem. Standarden ger en arbetsmodell som syftar till ständiga förbättringar av miljöarbetet. Den kan användas för en egen bedömning av överensstämmelsen med standarden eller som underlag för en extern certifiering av ett ackrediterat certifieringsorgan. Mycket förenklat kan det sägas att ISO 14 001 innehåller följande tre grundkrav.

Organisationen ska:

- uppfylla lagar och andra krav inom miljöområdet,
- analysera sin miljöpåverkan och arbeta med ständiga förbättringar inom miljöområdet samt
- ha rutiner för det dagliga miljöarbetet.

ISO 14 001 syftar till att uppnå en god miljö inom företag och organisationer med ständig förbättring som ett centralt begrepp. Standarden ISO 14 004 innehåller råd och anvisningar om hur miljöledningen kan införas, upprätthållas och förbättras.

ISO 14 001 har fått mycket stor spridning. I Sverige finns det omkring 1 500 certifierade företag och organisationer med en stor spridning inom olika branscher och typer av verksamheter. Sverige är i täten när det gäller antalet certifikat i förhållande till landets storlek tillsammans med Danmark och Schweiz. I absoluta tal är Japan störst följt av Tyskland och England.

Systemet ställer emellertid inte endast krav på att företaget håller en god miljöprofil, utan det krävs även att företaget visar att det ständigt arbetar med miljöfrågor. Detta sker genom att företaget visar att det reducerar sin negativa miljöpåverkan. Ett certifikat enligt ISO-serien blir på så vis ett bevis på att företaget är engagerat i miljöfrågor och också arbetar aktivt med dem. Detta kan liknas vid en garanti för att miljöfrågorna inte hanteras slentrianmässigt. Det räcker med andra ord inte med att företaget upprättar en miljöpolicy och låter den ligga i skrivbordet fram till dess det är dags för utvärdering av arbetet ett år senare.

10.4.2 Eco Management and Audit Scheme – EMAS



Våren 2001 antog EU en uppdaterad förordning från EMAS (Eco Management and Audit Scheme). Den ursprungliga EMAS-förordningen är från år 1993, men den började inte tillämpas förrän omkring år 1995. Förändringarna syftade främst till att förbättra möjligheterna till *marknadskommunikation*. EMAS är tillämplig på alla slags verksamheter.

EMAS är en frivillig EU-förordning som rör miljöstyrning och revision av företags miljöarbete. I förordningen förordas företagets roll och ansvar för ett arbete *för en mer hållbar utveckling*. Tanken är att företagen ska anta en miljöpolicy och ett förhållningssätt som inte endast beskriver företagets arbete utifrån gällande lagstiftning. Miljöpolicyen ska även innehålla uppgifter och förslag på hur företaget ska arbeta med ständiga miljöförbättringar. På samma sätt som gäller för ISO-systemen är tanken att företagets miljöarbete inte ska ses som ett statiskt arbete. I stället understryks vikten av ett pågående processuellt miljöarbete. Den stora skillnaden mellan den tidigare EMAS-förordningen och ISO 14 001 är EMAS nya krav på en *offentlig miljöredovisning*.

Det är väsentligt färre företag som har valt att ansluta sig till EMAS än till ISO 14 001. I Sverige är det endast runt 240 företag som är EMAS-registrerade (vilket ska jämföras med drygt 1500 ISO-registrerade företag). I övriga Europa, som är EMAS tillämpningsområde, finns det omkring 400 registreringar. Majoriteten av dem finns i Tyskland.

EMAS reviderades mot bakgrund av de erfarenheter som vanns under EMAS tidigare tillämpning. Syftet med revideringen var att öka det marknadsmässiga värdet av en EMAS-registreringen och möjligheten att införa en särskild logotyp för en *bredare och mer synlig* användning av EMAS-information vid olika slags miljökommunikation.

EMAS innehåller bland annat rekommendationer om att använda *miljöindikatorer/nyckeltal* vid miljöarbetet. Tanken är att miljöindikatorerna/nyckeltalen ska underlätta marknadens bedömning av miljöarbetet.

Årliga *EMAS-redovisningar* ska genomföras av *miljökontrollanter*, vilket är en skärpning i förhållande till tidigare.

10.4.3 Kvalitetsledning – ISO 9000

Principerna för kvalitetsledning inom företag och organisationer är av betydligt äldre datum än miljöledning. De första stegen togs i samband med stora militära upphandlingar under andra världskriget. Den första ISO-standarden för kvalitetssystem kom 1987 och grundade sig på äldre brittiska standarder. Successivt har en hel serie standarder byggts upp inom ISO 9000-serien.

Centralt för kvalitetsledning är att uppfylla kundens kvalitetskrav på en produkt (vara eller tjänst). Under 1990-talet växte antalet certifierade företag snabbt och i dag finns det omkring 400 000 ISO 9 000-certifikat världen över. I Sverige är antalet certifikat omkring 4 000. Traditionellt har ISO 9000 använts mest inom tillverkningsindustrin men de senaste åren har användningen inom tjänstesektorn ökat. Även inom offentlig verksamhet används modellen och för närvarande pågår till exempel inom sjukvården ett omfattande arbete med att införa standarden.

ISO 9000-serien ingår också i vissa av de system för produktkrav inom EU:s tvingade området. Här kan till exempel säkerhetsskäl och obligatoriska produktkrav nämnas.

En ny, kraftigt omarbetad version av standarden, ISO 9001:2000 gavs ut under hösten 2000. Det som är nytt i denna version är bland annat ett starkt fokus på processtänkande och krav på ständiga förbättringar. I det här avseendet är likheterna mellan ISO 9 001:2000 och miljöledningsstandarden ISO 14 001 påfallande.

10.5 Internkontroll av arbetsmiljön

Frågan om att trygga arbetstagares hälsa är ett förhållandevis stort område inom EG-arbetsrätten. Redan år 1974 underströks i en resolution från den 21 januari vikten av att upprätta ett handlingsprogram om förbättring av arbetstagares hälsa samt levnads- och arbetsvillkor. I syfte att harmonisera den spretiga arbetsmiljölagstiftningen i de olika länderna antogs ett antal direktiv på området.

Arbetsmiljöverket (tidigare Arbetarskyddsstyrelsen) har med stöd av 18 arbetsmiljöförordningen (1977:1166)¹² utfärdat ett flertal föreskrifter som rör arbetstagares hälsa. För Utredningens vidarekommande är det främst följande föreskrifter som är av betydelse:

¹² Prop. 1986/87:165, AU 1987/88:4. 18 § har reviderats med stöd av SFS 1990:974, prop. 1989/90:60, AU 1989/90:16.

- AFS 1980:14 *Arbetskyddsstyrelsens allmänna råd beträffande psykiska och sociala aspekter på arbetsmiljön,*
 AFS 1993:17 *Kränkande särbehandling i arbetslivet,*
 AFS 1994:01 *Arbetsanpassning och rehabilitering och*
 AFS 1996:6 *Arbetskyddsstyrelsens allmänna råd om tillämpning av föreskrifterna om internkontroll av arbetsmiljön.*

Av dessa är det särskilt föreskrifterna om internkontroll av arbetsmiljön som är av intresse. Föreskrifterna kan beskrivas som en handfast vägledning i att arbeta med att uppnå en god, sund och säker miljö. Dessa föreskrifter har nyligen (1 maj 2001) omarbetats och erhållit en ny form. Tanken är att de ska kunna tjäna som hjälpmedel vid arbetsmiljöarbetet.

I dag är det visserligen möjligt att belysa företag utifrån ett jämställdhetsperspektiv, men det finns i dag inte någon möjlighet att jämställdhetsmärka en produkt/tjänst eller bli certifierad i jämställdhetshänseende. Etikanalytikerna och Statistiska centralbyrån genomför mätningar av företag respektive kommuner med hjälp av *kvantifierbara data*. Kommunförbundet arbetar med jämställdhet utifrån *jämtegreringsmetoden*. Det finns även ett flertal konsulter som arbetar med att hjälpa företag att genomföra *kartläggningar av företagets organisation ur jämställdhetssynpunkt*. Här kan till exempel Investors in People nämnas.

10.5.1 Etikanalytikernas jämställdhetsranking



Etikanalytikerna¹³ har funnits på marknaden sedan början av år 2000. Analytikerna rankar börsnoterade företag ur olika etiska perspektiv, varav jämställdhet är ett. Tanken är att Etikanalytikernas analyser och värderingar av företagen ska vara vägledande för kapitalmarknaden och påverka näringslivet till *goda affärer*. Med goda affärer avses verksamheter som bygger på

demokrati och öppenhet, mångfald, respekt och ansvar, ärlighet och moral, samhällsansvar och nytta för helheten.

¹³ Texten utgör en sammanfattning av en telefonintervju med Etikanalytikernas vice VD Ulrika Hasselgren och bolagets hemsida <http://www.etikanalytikerna.se>.

Etikanalytikerna menar att det finns en positiv utveckling för verksamheter som både har konkurrenskraftiga strategier och tar ansvar för människor och miljö. Att kunna kombinera affärer och etik blir på så sätt nyckeln till framgång.

Etikanalytikerna genomför analyser av bolagen mot bakgrund av fem områden, varvid de bland annat ställer följande frågor:

Demokrati och öppenhet

Är företagen öppna med information? Finns det ledningssystem för miljö? Är etiska värderingar inskrivna i företagets mål och visioner? Har medarbetare ett inflytande över besluten? Har företaget demokratiska samarbetspartners och underleverantörer? Hur säkras respekten för oliktankande, för medarbetares integritet och olika åsikter?

Mångfald

Återspeglar företagets ledningsstrukturer samhället i stort med hänsyn till ålder, kön, etnisk bakgrund och funktionshinder? Försöker företagen aktivt bredda erfarenhetsbasen vid rekryteringar? Finns det aktiva styrdokument så som jämställdhetsplan, mångfaldsplan och handikappolicy?

Respekt och ansvar

Är lönesättning och övriga arbetsvillkor rimliga? Hur värnar företaget arbetsmiljön? Finns det utvecklingsmöjligheter för alla i personalen, eller huvudsakligen för dem i ledande befattningar? Tar företaget ett aktivt ansvar för personal som blir övertalig? Tar företaget ansvar för arbetsvillkor hos underleverantörer? Har företaget mekanismer till skydd och stöd för en anställd som blir trakasserad eller mobbad?

Ärlighet och moral

Är företaget ärligt i sin marknadsföring? Förekommer mutor eller bestickning? Har företaget en hög affärs- och skattemoral? Är företaget en aktiv och etisk ägare? Har företaget rimliga representationsregler eller fungerar representation som en belöning?

Samhällsansvar och nytta för helheten

Är företagets produkter och tjänster till nytta eller skada för samhället som helhet? Har företaget ett samhällsengagemang utöver vad som är direkt lönsamt för företaget självt? Bidrar företagets forskning och utveckling till att ny kunskap skapas som för samhället framåt? Förbättrar eller skadar företagets verksamhet den gemensamma livsmiljön?¹⁴

Analyserna görs bland annat med hjälp av årsredovisningar och statistik över företagets interna organisation. Men analytikerna gör även bedömningar av företagets samhällsengagemang. När det gäller att göra bedömningar av företagets samhällsengagemang gör de bland annat bedömningar av företagets eventuella intresse för forskning och utveckling. De tar även hänsyn till om företagen engagerar sig samhällspolitiskt på något annat sätt, till exempel erlägger ekonomiskt bidrag till hjälporganisationer.

De analyserade företagen ges olika kvoter mot bakgrund av deras arbete med etik. Därefter sker det en bedömning av hur det granskade företagen förhåller sig till andra granskade företag.

Etikanalytikernas verksamhet finansieras av kapital-/börsförvaltare.

10.5.2 Jämställdhetsindex – SCB



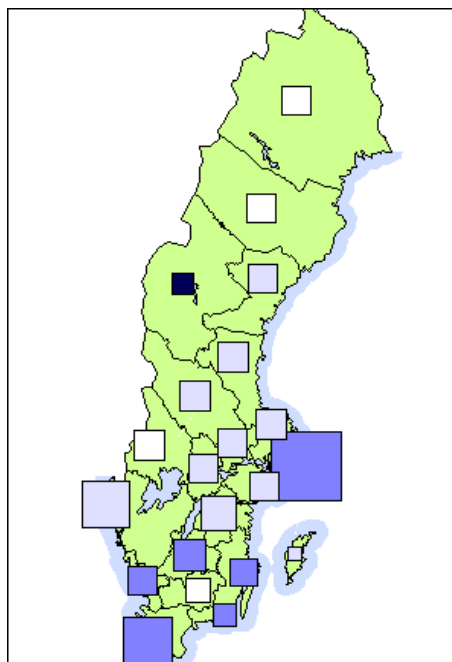
Den 2 mars 2001 lade Statistiska centralbyrån (SCB) ut en försöksversion av statistiska skillnader mellan

kvinnor och män på Internet – *Jämställdhetsindex*.¹⁵ Tanken är att möjliggöra jämförelser mellan kommuner och/eller län. Systemet kan ses som ett resultat av ett samarbete mellan Västra Götalandsregionen, länsstyrelserna och Regeringskansliet.

¹⁴ <http://www.etikanalytikerna.se>.

¹⁵ Förevarande avsnitt utgör en sammanfattning av SCB:s hemsida <http://www.h.scb.se>.

Jämställdhetsindexet utgår helt från kvantifierbara data och bygger på ett 10-tal statistikvariabler. Variablerna är baserade på hur stora statistiska skillnader det finns mellan kvinnor och män i landets samtliga kommuner och län. Skillnaderna poängsätts utifrån en skala där små skillnader ger höga poäng. Därefter viktas poängen samman för de olika variablerna. Det betyder att ju högre rangmedelvärde kommunen eller länet får desto mer jämställt anses kommunen/länet vara. Skillnaderna illustreras med hjälp av kartor och tabeller. Nedanstående bild illustrerar hur de statistiska skillnaderna mellan män och kvinnor skiljer sig mellan olika delar av landet. Ju mörkare färgen är desto mer jämställt anses det vara.



Kartan visar bland annat hur Jämtland skiljer ut sig som det mest jämställda länet i landet.

Jämställdhetsindex är beräknat mot bakgrund av följande:

- Andel kvinnor och män med eftergymnasial utbildning
- Andel kvinnor och män förvärsarbetande
- Andel kvinnor och män heltidsarbetande år 1998 (0)
- Andel kvinnor och män kvarstående arbetsökande (inkl. i åtgärder)
- Sammanräknad förvärsinkomst, beräknad i tusen kronor

Dagar med föräldrapenning, könsandel
 Dagar med tillfällig föräldrapenning, könsandel
 Andel barn i barnomsorg (förskola + familjedaghem. Ej könsfördelat) (0)
 Ohälsotal (ohälsodagar)
 Kommunfullmäktige, könsandel
 Kommunstyrelse, könsandel
 Egna företagare med minst 9 anställda, könsandel
 Medelålder för 20–64-åringar (0)¹⁶

I databasen finns dels *bearbetade* tabeller där SCB har valt vissa variabler och räknat ut andelar (procent) för enkel jämförelse mellan kvinnor och män och dels *grundtabeller* som är mer komplexa.

SCB har använt data från SCB, Arbetsförmedlingen (AMS), Brottsförebyggande rådet (BRÅ), Riksförsäkringsverket (RFV), Socialstyrelsen (SoS) och Skolverket.

10.5.3 Investors in People – IIP



Investors in People (IIP) är en metod som syftar till att¹⁷:

stärka en verksamhet och dess medarbetare
 öka engagemanget och motivationen
 öka attraktionskraften
 stärka medarbetarens anställningsbarhet

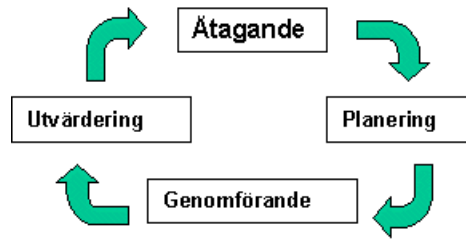
IIP tar sin utgångspunkt i benchmarking. Tanken är att nå en totalt upplevd synkronisering av verksamhetens mål och behov med den kompetensutveckling som bedrivs.

IIP härrör ursprungligen från England. Där har det bland annat använts för att belysa skolor, sjukhus, myndigheters, små och stora företags verksamheter och organisationer.

IIP gör analyser mot bakgrund av verksamhetens *åtagande, planering, genomförande* och *utvärdering*. Tanken är ett processtänkande. Det betyder att arbetet med och i verksamheten hela tiden utvärderas och att det ställs upp nya mål för verksamheten. På så sätt båtar systemet för att verksamheten inte stagnerar, vilket illustreras av nedanstående bild:

¹⁶ Vikt=0 anger EJ med i indexet. Bakgrundsvariabel, <http://www.h.scb.se>.

¹⁷ Nedanstående avsnitt utgör en sammanfattning av Investors in Peoples hemsida <http://www.iip.se>.



IIP tar sin utgångspunkt i ett antal krav, som har tagits fram med hjälp av *goda föredömen*. Därvid ställs det bland annat krav på:

- Trovärdigt och långsiktigt åtagande för kompetensutveckling
- Planer som är förankrade i alla led och som leder till uppsatta mål
- Att planer genomförs, mäts, följs upp och förbättras
- Att utvärdering av såväl metoder som utfall genomförs och som leder till en lärande organisation

IIP kan beskrivas som ett lärandeprojekt på så sätt att det ställer krav på att verksamhetens ledning ska *komma till insikt* om vad IIP syftar till och vad de olika kravpunkterna efterfrågar samt att den har tagit ställning till vad verksamheten bör eftersträva för att bli en Investor in People.

Sedan en analys har genomförts av hur det ser ut i verksamheten genomför en *gapanalys*. Gapen utgörs av förhållandet mellan hur det ser ut i verksamheten och vad som ska genomföras för att uppnå IIP-kraven. Därefter upprättas en åtgärdsplan varvid ledningen avger ett *Commitment* att arbeta för att verksamheten ska bli IIP-märkt. Därefter inleds arbetet med att nå upp till åtgärderna. Till sist görs en slututvärdering av en utomstående auktoriserad *IIP-assessor*.

IIP-indikatorer

Åtagande	
En Investor in People-verksamhet är helt övertygad om att endast genom att ge medarbetarna en målinriktad utveckling kan den uppnå sina mål.	
Indikator – det organisationen behöver uppnå	Bevis – det organisationen behöver visa/demonstrera
1 Organisationen är hängiven att stödja och främja lärande och utveckling av sina medarbetare.	Högsta ledningen kan demonstrera sitt åtagande genom att beskriva strategier som de har utformat för att stödja och främja lärande och utveckling i syfte att förbättra organisationens resultat. Chefer och ledare kan demonstrera sitt åtagande genom att beskriva specifika handlingar/handlingsprogram som de har infört och för närvarande inför för att stödja och främja lärande och utveckling. Medarbetarna i organisationen bekräftar att de specifika strategier och handlingsplaner som nämns av ledning och chefer verkligen träder i kraft. Medarbetarna anser att organisationen är trovärdig och långsiktig i sin satsning på medarbetarnas kontinuerliga utveckling.
2 Medarbetarna uppmuntras att förbättra sina egna och andras resultat.	Medarbetarna kan ge exempel på hur de har: uppmuntrats att förbättra sina egna resultat, uppmuntrats att förbättra andras resultat.

<p>3 Medarbetarna tror att deras bidrag till verksamheten uppmärksammas.</p>	<p>Medarbetare kan visa exempel på hur deras bidrag har uppmärksammas. Medarbetarna tror på att deras insatser är uppmärksammade. Människor får regelbundet lämplig och konstruktiv återkoppling.</p>
<p>4 Organisationen är hängiven att säkerställa att alla i organisationen har lika möjlighet att lära och utvecklas.</p>	<p>Högsta ledningen kan visa att strategier finns för medarbetarnas lika möjlighet att lära och utvecklas. Chefer kan ge exempel på att åtgärder vidtagits eller vidtas som säkerställer lika möjlighet att lära och utvecklas. Medarbetarna kan ge exempel på att ledningens och chefers strategier och åtgärder tillämpas och uppmärksammar olika gruppers behov. Medarbetarna tror att alla i organisationen har lika möjlighet att lära och utvecklas i linje med organisationens verksamhet och mål.</p>

Planering	
En Investor in People-verksamhet uttrycker tydligt sina mål och vad dess medarbetare behöver göra för att organisationen ska uppnå målet.	
Indikator – det organisationen behöver uppnå	Bevis – det organisationen behöver visa/demonstrera
5 Organisationen har en verksamhetsplan med tydliga syften och mål som är förstärkta av alla.	Organisationen har en verksamhetsplan där syften och mål är tydligt definierade, Medarbetare kan genomgående beskriva organisationens syften och mål på en nivå som överensstämmer med deras roll. Fackliga representanter och/eller andra representerade grupper rådfrågas angående organisationens syften och mål.
6 Medarbetarnas utveckling är i linje med organisationens syften och mål.	Det finns en tydlig och prioriterad koppling mellan organisationens syften och mål till alla kompetensutvecklande åtgärder på organisations-, grupp- och individnivå. Medarbetarna har klara förväntningar på vad deras kompetensutveckling ska ge dem och tillföra organisationen.
7 Medarbetarna förstår hur de bidrar till uppfyllelsen av organisationens syften och mål.	Medarbetarna kan förklara och ge exempel på hur de bidrar till organisationens resultat.

Genomförande En Investor in People-verksamhet utvecklar sina medarbetare effektivt för att förbättra verksamhetens resultat.	
Indikator – det organisationen behöver uppnå	Bevis – det organisationen behöver visa/demonstrera
8 Chefer ger effektivt stöd till medarbetarna i deras utveckling.	Organisationen säkerställer att chefer har den kunskap och erfarenhet som behövs för att utveckla medarbetarna. Chefer på alla nivåer förstår vad de behöver göra för att effektivt stödja och främja lärande och utveckling. Medarbetarna förstår vad deras chef bör göra för att stödja och främja lärande och utveckling. Chefer på alla nivåer kan ge exempel på åtgärder som vidtagits eller vidtas för att stödja lärande och utveckling. Medarbetarna bekräftar genom exempel att chefer effektivt stödjer och främjar lärande och utveckling.
9 Medarbetarnas lärande och utveckling är effektivt och ger resultat.	De som är nya i organisationen och de som är nya på ett jobb bekräftar att de har fått en effektiv introduktion. Organisationen kan visa att kompetensutveckling genomförs effektivt. Medarbetarna förstår varför de har åtagit sig olika kompetenshöjande aktiviteter och vilka resultat som förväntas av dem. Medarbetarna kan ge exempel på vad de lärt sig (kunskaper, färdigheter, attityd). Där det är tillämpligt är lärande och utveckling kopplat till externa kvalifikationsnormer.

Utvärdering	
En <i>Investor in People</i> -verksamhet förstår värdet av att investera i medarbetarna och ser de resultat det ger i verksamheten.	
Indikator – det organisationen behöver uppnå	Bevis – det organisationen behöver visa/demonstrera
10 Medarbetarnas deltagande i kompetensutveckling förbättrar organisationens, grupper och individers resultat.	Organisationen kan ge exempel på hur lärande och utveckling har förbättrat organisationens, grupper och individers resultat.
11 Medarbetarna upplever hur lärande och utveckling påverkar organisationens, grupper och individers resultat.	Högsta ledningen kan peka på de övergripande kostnaderna och fördelarna med lärande och utveckling och dess påverkan på resultat. Medarbetarna kan förklara hur lärande och utveckling har hjälpt dem att nå verksamhets-, grupp- och individuella mål.
12 Organisationen/verksamheten blir bättre på att utveckla sina medarbetare.	Medarbetarna kan ge exempel på relevanta och tidsbesparande förbättringsaktiviteter i sättet att genomföra kompetensutveckling.

För att bli märkt som *Investor in People* ställs det således krav på att verksamheten har arbetat planmässigt med *åtagande, planering, genomförande* och *utvärdering*.

10.5.4 Svenska kommunförbundet – jämtegrering

Skyldigheten att *undanröja bristande jämställdhet mellan kvinnor och män*, att arbeta med *mainstreaming – jämtegrering* innebär bland annat att det ställs krav på att myndigheter är skyldiga att tillämpa ett jämställdhetsperspektiv på allt arbete.¹⁸

¹⁸ Artikel 2, Romfördraget, se även *Reglerna kring och inställningen till frivillig jämställdhetsmärkning av produkter och tjänster*, SOU 2001:9, sid 73.

Forskaren Gertrud Åström, Stockholms universitet, har tillsammans med Svenska kommunförbundet utvecklat metoden 3R.¹⁹ 3R tar sin utgångspunkt i *representation*, *resurser* och *realia*. Syftet med den nu aktuella metoden är att synliggöra kvinnors och mäns villkor som brukare och medborgare, beslutsfattare och personal i verksamheten. *Representation* – hur ser könsfördelningen ut bland politikerna i nämnderna och tjänstemännen i förvaltningen ut. *Resurserna* – hur pengar, tid och plats fördelas mellan könen. *Realia* – vilka normer och värderingar är utgångspunkten för arbetet. Metoden kan ses som en kritisk granskning av maktförhållandena genom att frågan *vem som får vad och på vilka villkor* ställs. De tre R:en kan också beskrivas som ett redskap för att genomföra systematiska analyser av verksamheten ur ett jämställdhetsperspektiv.

3R-metoden kan ses som en förändringsmodell. Där det första steget innebär att *kartlägga* och *analysera* verksamheten. Därefter inträder *förändringsarbetet* – att med utgångspunkt från den bild som framträder av kvinnors och mäns villkor i verksamheten skapa en verksamhet, där kvinnor och män, flickor och pojkar, har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter. Slutligen kan arbetet med jämtegrering inledas, med fokus på frågan *hur ska samhället bli demokratiskt för alla*.

10.6 Förhållandet mellan miljömärkning och jämställdhet

Utredningen har bland annat fått i uppdrag att undersöka på vilket sätt befintliga märknings- och certifieringssystem skulle kunna användas för jämställdhetsmärkning. Vi har nu belyst ett flertal väl fungerande miljömärkningssystem. Gemensamt för dem alla är att de sätter fokus på miljön, vilket de naturligtvis ska göra. System för miljömärkning har funnits på marknaden under en ur jämställdhetssynpunkt ett tiotal år. Utredningen menar att de erfarenheter som har vunnits på miljöområdet absolut bör tas som utgångspunkt om ett system för frivillig jämställdhetsmärkning ska införas.

Utredningen ställer sig emellertid tveksam till att inlemma ett system för jämställdhetsmärkning inom ramen för ett redan befintliga märkningssystem med annan inriktning. Det är visserligen så att ett integrationsperspektiv, dvs. frågor om jämställdhet, bör integreras i den dagliga verksamheten. Men det finns risk för att

¹⁹ Förevarande avsnitt är huvudsakligen baserat på information från Svenska kommunförbundets hemsida <http://www.svekom.se>.

jämställdhetsfrågorna kan komma att urvattnas om de inte lyfts fram. De konceptuella erfarenheter som finns från till exempel miljömärkningen bör emellertid tillvaratas. På så sätt kommer den strukturella uppbyggnaden från den redan etablerade system att tas tillvara, liksom de erfarenheter som finns på området vad beträffar organisation, marknadsföring, administration.

Det är Utredningens bestämde uppfattning att frågor om jämställdhet och etik bör uppmärksammas i större utsträckning än vad som görs i dag. Även om det i flertalet ledningssystem redan i dag ställs krav på att den verksamhet som är föremål för certifiering också lever upp till befintliga lagar, saknas det ett genomgripande jämställdhetsperspektiv i de systemen.

Mot tanken att integrera jämställdhet i de befintliga systemen står det faktum att de är könsneutrala. Könsneutraliteten genomsyrar inte endast de kriterier som är tänkta att ligga till grund för certifieringen. Det är även så att de verksamheter som arbetar med certifiering i dag är könsneutrala. Det är emellertid A och O att det föreslagna systemet blir trovärdigt för att det ska få genomslag. Det råder ingen som helst tvekan inför påståendet att ett könsneutralt system för frivillig jämställdhetsmärkning inte skulle vinna någon vidare trovärdighet på marknaden.

Många av dagens ledningssystem ställer visserligen krav på att verksamheten efterlever befintliga lagar. Vid certifiering kontrolleras om det finns en upprättad plan för ett aktivt jämställdhetsarbete, men det kontrolleras inte om verksamheten också lever upp till de mål som har ställts upp i planen. Ett system för frivillig jämställdhetsmärkning kan knappast nöja sig med att det endast finns skriftliga dokument om jämställdhet. Det måste även ställas krav på att de uppställda målen verkligen fylls med ett reellt innehåll som är mätbart och efterlevs. Redan när arbetsgivare ålades att upprätta skriftliga jämställdhetsplaner riktades det kritik mot att planerna inte skulle bli mer än en *papperstiger*.

Men det finns ytterligare en risk som bör övervägas då det är fråga om huruvida det är lämpligt att inlemma ett system för jämställdhetsmärkning i redan befintliga system. Nämligen frågan vilka konsekvenser integrering av jämställdhetskriterier kan få för de befintliga systemen. Om vi tänker oss att olika jämställdhetskriterier ställs upp inom de befintliga systemen och om vi även tänker oss att ett av dessa krav innebär att den aktuella verksamheten ska arbeta aktivt med jämställdhet, är det också troligt att flertalet av dagens certifierade verksamheter kommer att bli av med sina

certifikat – det är påfallande få verksamheter som bedriver ett jämställdhetsarbete som går utöver vad som är föreskrivet i lagen.

Till det kommer frågan hur kriterierna ska utformas för de produkter och tjänster som redan i dag är föremål för någon form av märkning. Vi ser det nämligen som i princip otänkbart ur ett trovärdighetsperspektiv att endast låta vissa produkter och tjänster uppfylla specifika jämställdhetskriterier och underlåta att ställa sådana krav på andra varor och tjänster. Det är återigen en fråga om att göra systemet så trovärdigt att producenter av produkter och tjänster kan bli intresserade av det. Det är även så att om konsumenterna misstror systemets trovärdighet kommer systemet i sig att mista sin relevans.

Det är mot bakgrund av detta som vi menar att ett system för frivillig jämställdhetsmärkning måste leva upp till det som förespeglas i systemet. Det är Utredningens bedömning att integrering av jämställdhet och miljö i ett och samma märknings-system skulle kunna förorsaka mer skada än nytta. Det betyder emellertid inte att vi inte förespråkar integrering som sådan. Vi menar att det för närvarande bör vara så att miljömärknings-systemen ska rikta fokus på miljöfrågor och system för jämställdhetsmärkning ska fokusera frågor om jämställdhet. Det är naturligtvis endast av godo om systemen var för sig även ställer krav på jämställdhet respektive miljö. Det är också högst troligt att det i framtiden kommer att vara möjligt att integrera olika system med varandra. Mot bakgrund av det nu sagda föreslår vi således att det införs ett frivilligt och från övriga system fristående system för jämställdhetsmärkning som ställer frågor om jämställdhet i fokus.

I det här kapitlet har vi endast berört frågor om ett system för frivillig jämställdhetsmärkning ska föras in under/integreras i något av de system som redan i dag finns på marknaden. En helt annan fråga är vem som ska äga märket och varifrån det ska administreras. Dessa frågor behandlas i kapitel 13 och 14.

10.7 Sammanfattning av kvalitetssäkringar och miljö

Vi har nu sett hur arbetet med att skapa en bättre miljö drivs på med hjälp av lagar, förordningar och andra regler. Det övergripande syftet är att värna om naturen och på bästa möjliga sätt förhindra naturens undergång. Stundom drivs utvecklingen vidare med hjälp av producentansvar, miljömärkning miljöledningssystem, ekolo-

giskt hållbar utveckling och miljökrav i arbetsmarknadspolitiken.²⁰ Men det förekommer även att det används ekonomiska incitament i form av skattelättnader och miljöavgifter för att åstadkomma ändrade beteenden. Koldioxidskatt har funnits sedan 1991 för att minska koldioxidutsläppen vid förbränning av fossila bränslen.

Den ändrade beskattningen på bränsle har bland annat bidragit till att koldioxidutsläppen från fabriker minskat med ungefär 35 procent och svavelhalten beräknas ha minskat med ungefär 40 procent.

Inom regeringskansliet genomförs årligen en sammanställning över vad som görs inom de olika verksamhetsområdena för att förverkliga målet om en ekologiskt hållbar utveckling i Sverige.

Vi har även sett hur Arbetsmiljöverket förordar ett aktivt arbetsmiljöarbete med hjälp av bland annat reglerna om internkontroll av arbetsmiljön.

Sättet att arbeta för ett hållbart samhälle och en god och sund miljö i vilken människors hälsa och naturen ställs i centrum kan vid en första anblick te sig högst tillfredsställande. Men ur ett genusvetenskapligt perspektiv är det tveksamt om dessa arbetsformer håller måttet.

Ett genusvetenskapligt perspektiv ställer krav på att både män och kvinnor och relationerna dem emellan blir och är synliga. Att förorda system för kvalitetssäkringar och/eller ledningssystem som inte belyser hur kvinnor och män berörs av och/eller upplever miljön eller arbetsmiljösituationen är således inte acceptabelt.

Men vi har även sett att det finns ett flertal olika mätmetoder som alla gör gällande att de mäter och frågar om jämställdhet i olika verksamheter. Vissa metoder belyser frågor om jämställdhet mot bakgrund av ett kvantitativt betraktelsesätt, andra system är mer kvalitativt inriktade genom att de utgår från ett processangreppssätt.²¹

²⁰ Det nu aktuella avsnittet är dels en sammanfattning av förevarande kapitel, dels hämtat från regeringens hemsida http://miljo.regeringen.se/M-dep_fragor/hallbarutveckling/index.htm.

²¹ SCB:s Jämställdhetsindex utgör ett exempel på en kvantitativ mätmetod. I **kapitel 12** ger vi exempel på kvalitativa mätmetoder.

11 Uppbyggnader av system för bedömning av överensstämmelse

Sammanfattning av kapitel 11

I det här kapitlet beskriver vi uppbyggnader av system för bedömning av överensstämmelse.

År 1985 antogs den s.k. Vitboken som lade grunden till 1987 års revidering av Romfördraget. Det är en nödvändig förutsättning att avskaffa sådana tekniska handelshinder som innebär att det måste genomföras en förnyad bedömning av överensstämmelse av föreskrifter så snart en produkt ska lanseras i något av Unionens medlemsländer. Detta ställer krav på ömsesidigt erkännande av provningar och certifieringar samt ömsesidiga villkor och regler för laboratorier, certifierings- och besiktningsorgan.

År 1999 antog Europaparlamentet en resolution om standardiseringen i Europa, som innebär ett erkännande av standardiseringen enligt den nya metoden. Den europeiska standardiseringen är frivillig. Den syftar till att underlätta den fria rörligheten för varor. De mekanismer som införts för att uppnå detta mål grundar sig på förebyggande av nya handelshinder, ömsesidigt erkännande och teknisk harmonisering.

I Sverige är det SWEDAC som har det övergripande ansvaret för att genomföra kontrollordningar i öppna system, som ger en tillfredställande säkerhet och står i överensstämmelse med principerna i EU och även i övrigt godtas internationellt.

Romfördraget stadgar inledningsvis bland annat:

Gemenskapen skall ha till uppgift att genom att upprätta en gemensam marknad och en ekonomisk och monetär union och genom att fullfölja den gemensamma politik eller verksamhet som avses i artiklarna 3 och 4 främja en harmonisk, väl avvägd och hållbar utveckling av näringslivet inom gemenskapen som helhet, en hög nivå i fråga om sysselsättning och socialt skydd, jämställdhet mellan kvinnor och män, en

hållbar och icke-inflatorisk tillväxt, en hög grad av konkurrenskraft och ekonomisk konvergens, en hög nivå i fråga om miljöskydd och förbättring av miljöns kvalitet, en höjning av levnadsstandarden och livskvaliteten samt ekonomisk och social sammanhållning och solidaritet mellan medlemsstaterna.

(Artikel 2)

För att nå upp till dessa mål ska gemenskapens verksamhet på de villkor och i den takt som anges i Romfördraget bland annat innefatta:

- k stärkande av den ekonomiska och sociala sammanhållningen,
- l miljöpolitik.

— — —

I all verksamhet som avses i denna artikel skall gemenskapen syfta till att undanröja bristande jämställdhet mellan kvinnor och män och att främja jämställdhet mellan dem.

(Artikel 3)

På produktsäkerhetsområdet talar man om bevakning av marknaden, *marknadskontroll*. Det handlar om att kontrollera att de produkter som finns på marknaden uppfyller de krav som ställs i lagar och andra föreskrifter på området när det gäller märkning och provning. Tillverkare och/eller importörer är skyldiga att dokumentera produkter. Dokumentationen ska också vara tillgänglig för kontrollerande myndigheter. Produktsäkerheten faller inom EU:s harmoniserade område, vilket betyder att området är tänkt att bli och vara likriktat inom Unionen.¹ Syftet med reglerna är två. För det första ska produkterna hålla en viss minsta säkerhetsnivå. För det andra ska varornas fria rörlighet inom Unionen tryggas.

Marknadskontrollen är ett åtagande som medlemsländerna är skyldiga att genomföra och är därmed en *myndighetsuppgift*. Marknadskontrollen ska genomföras i två steg:

- marknadsövervakning, direkt genom inspektioner och indirekt via informationskällor och klagomål, samt
- ingripande vid överträdelser, antingen genom överenskommelser eller rättsliga procedurer.

¹ För en detaljerad genomgång av den europeiska standardiseringen, se bilaga 2 samt *Principer för kommersiell provnings- och certifieringsverksamhet hos myndigheter* (DS 1997:17), Förslag från en arbetsgrupp inom Närings- och handelsdepartementet. Terminologin i internationell, europeisk och svensk standard framgår av bilaga 7

Som en följd av harmoniseringen av europeiska gemensamma marknaden har de tidigare kontrollerna vid landets gränser kunnat tas bort till förmån för stickprovsvisa kontroller då produkten introduceras på marknaden. Huvudregeln är att det är tillverkaren eller importören som har ansvaret för att produkten uppfyller de uppställda kraven. Handeln har också ett visst ansvar för produkters säkerhet.

Ur ett konsumentperspektiv är det konsumentverket som allt sedan år 1976 har haft ansvaret för att bevaka att reglerna om produktsäkerhet efterlevs. EG-rätten har till stor del inneburit en systematisering av produktsäkerheten och en höjning av skyddsnivåerna för konsumenterna. På produktsäkerhetsområdet är EG-direktiven *maximidirektiv*, vilket innebär att medlemsländerna inte får ställa strängare krav än vad som uppgivits i direktiven. Produktsäkerhetsdirektiven är tänkta att genomföras genom produktsäkerhetslagen. Konsumentverket är tillsynsmyndighet vad gäller *leksaker, skyddsutrustning för privat bruk* och *maskiner för hushållsbruk* (såsom gräsklippare och elvispar).

11.1 EU:system för bedömning av överensstämmelse

År 1985 antogs EU:s Vitbok *Internal Market and Industrial Cooperation - Statute for the European Company - Internal market White Paper, point 137* (memorandum from the Commission to Parliament, the Council and the two sides of industry), COM(88) 320. Vitboken som lade grunden till 1987 års revideringen av Romfördraget genom Enhetsakten. Därefter följde ett intensivt arbete för att genomföra förändringarna och anpassningen av den inre marknaden till utgången av år 1992. En nödvändig förutsättning för den inre marknads funktion är att avskaffa sådana tekniska handelshinder som innebär att det måste genomföras en förnyad bedömning av överensstämmelse av föreskrifter så snart en produkt ska lanseras i något av EU:s medlemsländer. Något som ställer krav på *ömsesidigt erkännande av provningar och certifieringar*, vilket innebär att det infördes gemensamma villkor och regler för laboratorier, certifierings- och besiktningsorgan.

I policyn för bedömning av överensstämmelse enligt en resolution från 1989 beslutades det om en helhetssyn *global approach* för bedömning av överensstämmelse (EGT nr C 10 av den 16 januari 1990). Där principerna för det system som tillämpas inom

EG-området för hur bedömning av överensstämmelse ska ske av produkter som marknadsförs eller tas i bruk.

Helhetssynen innebär att det tas ett samlat grepp vid bedömning av överensstämmelse om såväl det obligatoriska som det frivilliga området. Med det obligatoriska området avses att det finns rättsligt bindande regler som ställer krav på kontroll av produkten. På produktområdet meddelas rättsligt bindande regler främst genom direktiv. Den nuvarande modellen för hur sådana direktiv ska utformas beslutades av EU redan år 1985 genom principbeslutet om en ny metod (*new approach*) för harmonisering av medlemsländernas lagstiftning.

I 1989 års beslut slogs fast vissa generella principer såsom att

- den rättsliga harmoniseringen av reglerna för bedömning av överensstämmelse i direktiven ska utformas begränsas till så kallade *väsentliga krav* för de produkter som släpps ut på den gemensamma marknaden,
- de tekniska specifikationerna för produkter som uppfyller de väsentliga kraven som föreskrivs i direktiven fastställs i form av harmoniserade standarder enligt EN/ISO 9000-serien avseende kvalitetssystem och 45000-serien avseende provning, certifiering och ackreditering ska utnyttjas generellt och att ackreditering ska främjas,
- tillämpningen av harmoniserade standarderna är frivillig och tillverkaren har alltid rätt att tillämpa andra tekniska specifikationer för uppfyllande av kraven,
- principerna ska kunna ligga till grund för överenskommelser med länder utanför EU om ömsesidigt godkännande av provning, certifiering m.m. inom det obligatoriska området avseende *Mutual Recognition Agreements* (MRA) samt att
- det presumeras att produkter som är tillverkade enligt harmoniserade standarder uppfyller de väsentliga kraven.

Enligt EG:s principer ska det undvikas att det ska behöva ske en obligatorisk statlig förhandskontroll av produkter innan de släpps ut på marknaden. Det betyder emellertid inte att farliga produkter ska få saluföras utan föregående provning och kontroll. Det är emellertid grundläggande att tillverkaren eller importören marknadsför sina produkter på eget ansvar. Produkten ska då ha genomgått den kontroll som föreskrivs enligt direktiven, där deltagande av tredjepartsorgan, så kallade anmälda organ, kan vara obligatorisk. Den ska vara CE-märkt av tillverkaren eller importören. CE-märkningen innebär att det märkta uppfyller alla de krav som riktas mot den enligt gällande direktiv.

En produkts *omloppstid* kan översiktligt delas in i stadierna *konstruktion, tillverkning, tillhandahållande på marknaden, användning* och *skrotning*. Produktdirektiven täcker normalt endast tiden intill produkten släpps på marknaden eller tas i bruk, eftersom tiden därefter har mycket liten betydelse för varornas fria rörlighet. Förfarandet för bedömning av överensstämmelse ska ske enligt de moduler som används i direktiven enligt den nya metoden täcka både konstruktions- och tillverkningsfasen.²

I det enklast fallet (modul A) räcker det med att tillverkaren i en *försäkran om överensstämmelse* själv intygar att gällande krav, som kan innefatta krav på provning, är uppfyllda. Tillverkaren ska på begäran även kunna uppvisa dokumentation som styrker detta *technical file*. Annars krävs i varierande grad medverkan av ett *anmält organ* – ett fristående provnings-, besiktnings- eller certifieringsorgan som efter särskild granskning anmälts av medlemsstaten som kompetent att utföra angivna kvalificerade kontrolltjänster reglerade i ett eller flera produktdirektiv.

Anmälda organ utför specificerade tekniska uppgifter på uppdrag av kunder. Det är inte i något fall fråga om något *godkännande* av produkten på statens eller EU:s vägnar. En tillverkare kan vända sig till vilket anmält organ som helst och uppdraget utförs för dennes räkning. Några statliga befogenheter att till exempel vidta tvångsåtgärder har inte de anmälda organen, utan det är endast fråga om ett tekniskt förfarande utanför den offentlighetsliga sfären. Det finns inget hinder i EG:s rättsakter mot att utse en statlig myndighet till anmält organ, men myndigheten arbetar då på i princip samma villkor som andra organ som anmälts för denna uppgift. Normalt ställs det endast krav på att de ska vara oberoende från uppdragsgivaren och i övrigt kompetenta. I praktiken kan det naturligtvis uppkomma problem av olika slag när myndigheter och kommersiellt arbetande företag i konkurrens ska verka på samma marknad. SWEDAC publicerar en förteckning av vilket det framgår vilka produkter, kontrollformer och direktiv som respektive organ är anmält för.

Den nu beskrivna ordningen innebär att tillverkare och importörer på eget ansvar släpper ut produkter som omfattas av statliga krav till skydd för säkerhet, hälsa, miljö och så vidare. För att tillgodose att endast produkter som uppfyller dessa krav finns på marknaden finns ytterligare EG-regler. Enligt Rådets direktiv 85/374/EEG av den 25 juli 1985 om tillnärmning av medlems-

² Se vidare bilaga 2.

staternas lagar och andra författningar om skadeståndsansvar för produkter med säkerhetsbrister gäller ett skarpt skadeståndsansvar för produkter som släpps ut på marknaden med säkerhetsbrister. I Sverige återfinns dessa regler i produktansvarslagen (SFS 1992:18). Vidare ställs krav på att staten beträffande produkter som kommit ut på marknaden utövar en särskild *marknadskontroll*.

Marknadskontrollen är en övervakning som tar sikte på det stadium i omloppstiden då produkten redan finns eller har tagits i bruk på marknaden. Den är en statlig efterkontroll av att tillverkare eller importörer har fullgjort sina förpliktelser. Syftet är att säkerställa att det endast finns säkra produkter på marknaden samt att kraven på teknisk kontroll, dokumentation och märkning är uppfyllda. Det grundläggande syftet med CE-märkningen är att den ska underlätta marknadskontrollen, som är en uppgift för statliga myndigheter med särskilda befogenheter.

Marknadskontrollen är en skyldighet som följer av EG-rätten, även om det överlämnats till medlemsstaterna att bestämma om dess utformning. Den har en viktig roll för den inre markandens funktion och har som utgångspunkt att det är statens ansvar att i sista hand avlägsna farliga produkter från marknaden. Genom skyddsklausuler i enskilda produkt direktiv ges möjlighet att ingripa mot en produkt, som trots att den är CE-märkt, visat sig kunna utgöra en säkerhetsrisk vid normal användning.

Marknadskontrollverksamhet är ett relativt nytt område som i Sverige är under utveckling hos de flesta tillsynsmyndigheter. Enligt ett principbeslut av riksdagen år 1994 fördelar regeringen ansvaret för marknadskontrollen områdesvis på sektorsmyndigheter med utgångspunkt från deras ansvarsområden. SWEDAC har utsetts till samordnings- och kontaktorgan för de marknadskontrollerande myndigheterna.

En följd av den angivna ordningen är att myndigheter som är anmälda organ inte utan vidare kan utnyttjas i marknadskontrollen, eftersom de då ingår i det system som ska övervakas.

Från marknadskontrollen måste särskiljas sådan återkommande kontroll, som kan förekomma under en produkts användning och som syftar till att kontrollera att produkten inte på grund av förslitning eller bristande underhåll orsakar skador. I Sverige föreskrivs sådan kontroll av bland annat bilar, tryckkärl och personhissar. Eftersom denna typ av kontroll har mycket liten betydelse för varors fria rörlighet, finns mycket få EG-regler om den. Medlemsstaterna får besluta om sådan kontroll under förutsättning att den inte utformas så att den i praktiken hindrar den fria

rörligheten. På vissa områden har dock EU utfärdat minimidirektiv.

I runda tal finns det omkring 20 EU-direktiv enligt den *nya metoden*. Därutöver finns 700–800 äldre och mycket detaljerade produktdirektiv. För dessa finns ingen enhetlig ordning för provning och kontroll. Det saknas enhetliga krav för märkning och det anges vanligen inte heller några krav på de organ som till exempel ska genomföra tredjepartskontroll. I vissa fall är det myndigheter som ska utses för att fullgöra den uppgiften.

11.2 Frivillig bedömning av överensstämmelse och märkning

Vid sidan av den obligatoriska bedömningen av överensstämmelse med därtill hörande märkning, såsom CE-märkning, finns ett rikt utvecklat system för frivilliga bedömningar av överensstämmelse och märkning inom ramen för olika certifieringssystem i syfte att öka tilltron till produktens egenskaper. I Europa, och många länder utanför Europa, utvecklas ackreditering mycket starkt inom det frivilliga området, baserat på standarder inom EN 45000-serien och/eller ISO/IEC Guides 25, 28 och 61. Den obligatoriska märkningen kan kombineras med sådan frivillig märkning. Det förekommer också att produkter som inte omfattas av några särskilda rättsregler kan vara certifierade i någon form. Vissa länder har väl inarbetade och frivilliga märkningssystem, några exempel på detta är GS-märkningen i Tyskland och de olika miljömärkena den nordiska Svanen och Bra miljöval. Dessa märkningar förutsätter oftast lokal provning och kontroll. För tillverkarna, som eftersträvar en samordning, kan det därför vara svårt att välja rätt organ och många produkter har flera märken. I praktiken kan även frivilliga certifieringssystem utgöra handelshinder och målet att en internationellt saluförd produkt bara ska behöva genomgå bedömning av överensstämmelse på ett ställe *one-stop testing and certification* är ännu inte uppnått.

En strävan har varit att integrera det obligatoriska området med det frivilliga, vilket betyder att många organ som utför teknisk kontroll har verksamhet inom båda områdena. I praktiken kan det vara svårt, särskilt för ett litet land, att upprätthålla ett utbud av provnings- och certifieringstjänster på alla områden.

11.3 Mutual Recognition Agreements

Förhandlingar om så kallade *Mutual Recognition Agreements* (MRA) pågår mellan EU och ett antal länder utanför Unionen. I något fall har det redan träffats avtal.

Avtalen syftar till att underlätta marknadstillträde och därigenom befrämja varuhandel mellan berörda länder. Genom avtalen erkänner parterna ömsesidigt procedurer för bedömningar om överensstämmelse *conformity assessment procedures* utförda i expertlandet mot impostlandets krav. Det innebär att en svensk tillverkare kan få sina produkter erkända genom provning, certifiering, inspektion, märkning och liknande hos ett organ *Conformity Assessment Body* (CAB) i Sverige mot importlandets krav och vice versa. På så sätt behöver företagen endast tredjeparts-kontrollera produkten i ett land.

11.4 Ackreditering och bedömning av överensstämmelse

I Sverige är det SWEDAC som med stöd av lagen (1992:1119) om teknisk kontroll det svenska nationella systemet för ackreditering. SWEDAC är en statlig myndighet under Utrikesdepartementet.³ Lagen om teknisk kontroll tillämpas bland annat på SWEDAC (1 §). SWEDAC:s primära uppgift är vara ackrediterande myndighet. Ackreditering innebär i princip en förklaring att ett organ är kompetent att utföra den verksamhet som ackrediteringen avser. SWEDAC är ackrediterande myndighet för bland annat *certifieringsorgan för certifiering av produkter, kvalitetssystem eller personal* (14 § 2 p). Beslut om ackreditering kan meddelas för viss tid eller tills vidare. Till beslutet ska de villkor som gäller för verksamheten fogas. Om det ackrediterade organet inte längre uppfyller de krav som ställdes inför ackrediteringen eller i något väsentligt hänseende bryter mot de villkor som gäller för verksamheten får SWEDAC återkalla ackrediteringen (15 §).

SWEDAC är även tillsynsmyndighet för verksamhet som avses i lag (1992:1119) om teknisk kontroll eller i de föreskrifter som har meddelats med stöd av lagen (17 §). För att kunna utöva sin tillsyn har SWEDAC även rätt att få tillträde till lokaler samt erhålla upplysningar och handlingar av de organ som omfattas av tillsynen

³ Förevarande avsnitt utgår från information hämtad från SWEDAC:s hemsida <http://www.swedac.se/sdd/SwInternet.nsf>.

(18 §). SWEDAC äger också rätt att ta ut en avgift för att täcka sina kostnader för ackrediteringen och utövandet av tillsynen enligt lagen (19 §).

SWEDAC:s uppgifter regleras genom förordning (1996:81) med instruktion för Styrelsen för ackreditering och teknisk kontroll. Styrelsen ska särskilt meddela föreskrifter och utöva tillsyn enligt bemyndiganden i lagen (1992:1119) om teknisk kontroll, förordningen (1993:1065) om teknisk kontroll, förordningen (1993:1066) om måttenheter, mätningar och mätdon och förordningen (1995:294) om frivillig miljöstyrning och miljörevision samt vid behov utfärda allmänna råd för tillämpningen av föreskrifterna (2 § 5 p). I sitt arbete ska Styrelsen ha ett nära samarbete med berörda myndigheter och organ samt informera och lämna råd i frågor inom sina ansvarsområden (2 § 2 st).

Med stöd av författningssamlingsförordningen (1976:725) ger SWEDAC ut *Styrelsens för ackreditering och teknisk kontroll författningssamling* (STAFS).

11.4.1 Ackrediteringsverksamheten

Ackrediteringsverksamheten omfattar

- laboratorier (provnings- och kalibreringslaboratorier),
- certifieringsorgan (organ för certifiering av produkter, kvalitets-system, miljöstyrningssystem eller personal),
- kontrollorgan i olika partsställning (till exempel besiktningsorgan).

Systemet i dess nuvarande form infördes efter beslut av riksdagen år 1989.⁴ SWEDAC ackrediterar organ som behöver styrka sin kompetens av rent kommersiella skäl eller som önskar utföra sådan uppgifter som enligt föreskrift kräver ackreditering. Ofta är det en kombination, eftersom det är fråga om teknisk verksamhet av samma slag. Genom öppna system når man bättre samverkan mellan det frivilliga och det obligatoriska området.

SWEDAC har inget legalt monopol på ackrediteringsverksamheten. Inom det obligatoriska området utförs ackreditering, om det i föreskrift anges att tvingade provning eller certifiering ska utföras av ackrediterat organ. Detta innebär inte att det ackrediterade organet handhar myndighetsutövning eller annars agerar på satens vägnar. Det statliga tvänget riktas – på samma sätt som i ett EG-

⁴ Prop. 1988/89:60, bet 1988/89:NU15, rskr. 1988/89:147.

direktiv enligt den nya metoden – mot tillverkaren eller ägaren av den produkt som ska kontrolleras och innebär att denne måste vända sig till ett organ, vars tekniska kompetens styrkts genom ackreditering, för att få uppgiften utförd. Dennes uppdrag till det ackrediterade organet vilar sedan helt på civilrättslig grund. Den rättsliga konstruktionen motsvarar alltså vad som gäller för anmälda organ enligt EG-direktiv av nys nämnt slag.

Genom detta system öppnades möjlighet att ersätta tvingade provning och kontroll, som tidigare i monopolställning hade utförts av statliga myndigheter eller bolag med motsvarande myndighetsuppgifter med *öppna system* där alla tekniskt kompetenta och i övrigt lämpade aktörer har rätt att delta. Rättsligt sett innebär den nya modellen också att kontrollen läggs utanför den offentlig-rättsliga sfären på det sättet att det inte längre är staten som genom *godkännande* eller på annat sätt tar teknisk ställning i ärendet.

I Sverige hade teknisk kontroll i stor utsträckning utförts av riksprovplatser med monopolställning. Genom EES-avtalet år 1992 ålades Sverige att anpassa de svenska reglerna till EG-rätten. Det innebär att inom stora delar av området för provning och kontroll nya former av bedömning av överensstämmelse måste ersätta dem som utövades av riksprovplatser eller motsvarande statliga organ.

I SWEDAC:s uppgifter ingår att utse och anmäla svenska organ enligt olika EG-direktiv. Enligt lagen om teknisk kontroll ska de organ som begär det och uppfyller ställda krav anmälas efter bedömning av SWEDAC och berörda sektorsmyndigheter. I praktiken gäller samma krav som för ackreditering för motsvarande uppgift.

Enligt SWEDAC:s föreskrifter och allmänna råd framgår att anmälda organs verksamhet ska vara klart avskild från annan verksamhet. Dess personal får inte ägna sig åt andra aktiviteter som kan medföra att förtroendet för organets bedömningar eller provningar kan ifrågasättas. Organet ska vara fritt från kommersiell, ekonomisk eller annan inverkan som kan påverka bedömningarna. Det ska finnas rutiner som säkerställer detta.

11.5 Den aktuella situationen i Europa

EG-kommissionen har i olika sammanhang, bland annat i förarbeten till *The Global Approach* uttalat grundtanken att de nationella systemen ska vara öppna för alla kompetenta och oberoende organ oavsett om de är offentliga eller enskilt ägda. Härigenom

uppnås konkurrens såväl inom ett land som internationellt, vilket förutses leda till ökad effektivitet. En övergång till ett system där även enskilda organ kan medverka underlättas av att bedömningen av överensstämmelse inom det obligatoriska området betraktas som ett rent förfarande utan inslag av myndighetsutövning. På detta sätt uppnås en bättre samverkan mellan de frivilliga och obligatoriska områdena genom att provnings- och certifieringsorgan kan verka inom båda områdena.

Den principiella inställningen är således att privata organ ska beredas möjlighet att konkurrera på lika villkor med de offentligägda. I vilken grad offentligägda organ ska tillåtas konkurrera med privata är i grunden en nationell fråga att avgöra för medlemsstaterna. Eftersom organen är fria att konkurrera på Europamarknaden är det ur konkurrenssynvinkel väsentligt att de offentligägda organen inte ges konkurrensfördelar genom till exempel direkt eller indirekt subventionering.

Dessa principer har tillämpats mycket olika i medlemsstaterna. I många stater saknas en samlad policy för dessa frågor varför olika lösningar kan återfinnas mellan olika produktområden.

De områden där bedömning av överensstämmelse utförd av offentligägda organ har behållits är i stor utsträckning *äldre teknikområden*, med stark tradition av myndighetsutförd kontroll, till exempel legal mätteknik och fordon. Inom det förra området har endast Sverige, Danmark, Finland och delvis Frankrike avskaffat den statliga kontrollverksamheten. Här kan emellertid förändringar komma att ske genom *METRO-direktivet*, som ska införlivas i de nationella systemen. Inom fordonsområdet har trafiksäkerhetsmyndigheterna fortfarande kvar uppgiften att svara för typgodkännande av fordon och komponenter. Däremot har vissa länder såsom Island, Finland, Tyskland och Nederländerna låtit den periodiska fordonskontrollen handhas av besiktningsorgan. I Sverige kan ombesiktning ske vid ackrediterade verkstäder.

Det kan konstateras att det i flertalet stater finns en tydlig tendens att allt fler övergår till en tillämpning av Kommissionens grundtanke om att bedömning av överensstämmelse *inte* betraktas som en myndighetsuppgift.

Det finns ingen entydig bedömning av frågan om verksamhet inom provning, besiktning, certifiering och bedömning av överensstämmelse i egenskap av anmält organ är en nationell fråga som har att avgöras utifrån närings-, konkurrens- och förvaltningspolitiska utgångspunkter och riktlinjer. Vad gäller situationen bland EU:s medlemsländer har avvägningen lett till varierande resultat såväl

mellan medlemsländerna som mellan olika produktområden. Men utvecklingstendensen pekar tydligt i riktning mot minskad myndighetsinblandning.

Några samlade bestämmelser om hur marknadskontrollen ska organiseras och bedrivs finns inte inom EU. Det är först på senare tid som EU har behandlat frågan på ett mer systematiskt sätt. Det har förutsatts att medlemsstaterna ordnar en sådan kontroll utan reglering från EU:s sida. Den närhetsprincip, som omnämns i Maastrichtfördraget, förutsätter att frågor som kan lösas nationellt inte ska regleras på gemenskapsnivå. Betydelsen av en effektiv marknads kontroll för hela den inre marknaden uppmärksammas allt mer och frågan tillmäts nu även större betydelse.

Marknadskontrollens organisation och omfattning varierar stort mellan EU:s medlemsländer och beror bland annat på uppbyggnaden av förvaltningsstrukturen (såsom lokaler i kommuner), tillgängliga resurser och tillgången till information om hur kontroll kan bedrivs.

Diskussioner och överläggningar förs från EU med central- och östeuropeiska länder ifråga om deras anpassning av nationella produktkrav och system för bedömning av överensstämmelse. Inom ramen för Phare-programmet (PRAQ) lämnas tekniskt bistånd inom området.

11.6 Omläggning till öppna system

Riksdagen beslöt efter förslag i EES-propositionen⁵ att helt ersätta riksprovplatserna med öppna system (konkurrensutsatta verksamhet) dit alla kompetenta aktörer har tillträde. Systemet med riksprovplatser har därför successivt avvecklats och i dag anses det inte vara en primär uppgift för staten att tillhandahålla provnings- och certifieringsresurser.

SWEDAC, som ålagts ett särskilt ansvar för genomförandet av omläggning till öppna system, har i en rapport (SWEDAC, DOC 1996:16) redovisat hur principen med kontrollordningar i öppna system har införts och tillämpas inom olika samhällssektorer. Inom vissa sektorer finns alltjämt monopolsystem. Bland annat har på fordonsområdet av särskilda skäl behållits monopol för AB Svensk Bilprovning beträffande huvuddelen av besiktning för återkommande kontroll enligt särskild lagstiftning.

⁵ Prop. 1991/92:170, bilaga 11, bet. 1992/93:EU1, rskr. 1992/93:18.

11.7 Marknadskontrollen

SWEDAC har ett övergripande ansvar för att genomföra kontrollordningar i öppna system, som ger en tillfredställande säkerhet och står i överensstämmelse med principerna inom EG-rätten och även i övrigt godtas internationellt. SWEDAC lämnar även stöd, råd och information till näringslivet och offentlig förvaltning vid utformning av föreskrifter och standarder. De myndigheter som utfärdar föreskrifter måste samråda med SWEDAC för att säkerställa att dessa inte strider mot principerna på den inre marknaden. SWEDAC ska också bistå myndigheter i frågor om tillämpning av så kallade skyddsklausuler i syfte att förebygga brott mot EU:s regler.

SWEDAC har bland annat i uppdrag att samordna marknadskontrollen i Sverige⁶. Ansvaret för marknadskontrollen ligger på sektorsmyndigheterna. Samordningsansvaret omfattar bland annat att övervakningen och kontrollen av de produkter som finns på marknaden ska ske heltäckande efter enhetliga och internationellt accepterade principer. Målsättningen är att få en enhetlig tolkning av principerna samt en klar ansvarsfördelning mellan myndigheter vad gäller produktområden. SWEDAC lämnar årligen en redogörelse av hur marknadskontrollen bedrivs i Sverige.

SWEDAC:s föreskrifts- och tillsynsansvar omfattar därutöver andra uppgifter såsom legal mätteknik (förpackningar, vågar, bränslepumpar m. m.) samt ädelmetallkontroll. SWEDAC lämnar även bidrag till investeringar och drift samt utöver tillsyn av riksmätplatsorganisationen. Denna omfattar fyra riksmätplatser.

11.8 Standardiseringen i Sverige

I samband med den växande industrin och den växande världshandeln uppstod behov och ställdes krav på bland annat standardisering av tekniken. I syfte att underlätta handeln inom industrin och mellan olika länder bildades år 1922 Svenska Industriens Standardiseringskommission (SIS) som central organisation för den svenska standardiseringen efter initiativ från Sveriges Industriförbund och Ingenjörsvetenskapsakademien.⁷

⁶ Prop. 1993/94:161 om marknadskontroll för produktsäkerhet, m. m.

⁷ Avsnittet *Standardiseringen i Sverige* utgår från *Nordisk miljömärkning – det statliga engagemanget*, SOU 1999:145, delbetänkande av Konsumentpolitiska kommittén 2000, budgetpropositionen för 1998, prop. 1997/98:1, bet 1997/98: NU 1, Utvärdering av den

SIS är medlem – och företräder Sverige – i de internationella standardiseringsorganen den internationella organisationen för standardisering ISO International Organization for Standardization och den europeiska organisationen för standardisering CEN Europeiska organisationen för standardisering. Därutöver arbetar SIS med att auktorisera standardiseringsorgan med ansvar för standardisering inom sina respektive fackområden (branscher), fastställa svenska standarder och verka för att standarderna används.

Tillsammans med standardiseringsorganen driver de SIS Förlag AB, som bland annat ger ut, marknadsför och säljer standarder. SIS har även fått i uppdrag av regeringen att genom SIS Miljömärkning AB ansvara för miljömärkningen med Svanen och representera Sverige i EU:s miljömärkningssamarbete.