



Naturskyddsföreningen

Ge oss kraft  
att förändra  
Pg.90 1909-2

# Förstudie Bra Miljöval Försäkringar

Förutsättningar för att miljömärka  
bil- och villaförsäkringar



# Sammanfattning

Sakförsäkringar är något som berör de flesta konsumenter. Branschen omsätter årligen knappt 60 miljarder kronor. Bil- och villaförsäkringar står för hälften av den omsättningen och skaderegleringen lägger stora summor på bilverkstäder och byggfirmor, knappt 10 miljarder tillsammans. De inbetalda försäkringspremierna förvaltas i aktier, obligationer och fastigheter. Här finns stor potential att göra val med hänsyn till miljön genom att välja bättre kemiska produkter, mindre miljöbelastande reparationsmetoder och välja aktier och obligationer i bolag som är hållbarare än andra. Men det är få som har funderat över miljöaspekterna av försäkringstjänsterna; fältet är fritt för en miljömärkning att definiera miljönytta och tillsammans med företag och konsumenter avtäckta den potential som förväntas finnas på marknaden.

Bild 1: Principiell resursanvändning för en bil- eller villaförsäkring.

Händelse	Försäkringen tecknas	Försäkringen löper	Skadereglering**
Aktivitet/ funktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikation, försäljning</li> <li>• Avtalstecknande</li> <li>• Förebyggande åtgärder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finansiella placeringar</li> <li>• Återförsäkring</li> <li>• Juridisk, organisatorisk och finansiell beredskap för skadereglering</li> <li>• Närbarhet</li> <li>• Förebyggande åtgärder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspektion av skada</li> <li>• Reparation/ ersättning</li> <li>• Uppföljning</li> <li>• Kommunikation</li> <li>• Förebyggande insatser</li> </ul>
Typ av resurser	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> <li>• Kapitalplaceringar</li> <li>• Försäkring hos återförsäkringsbolag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> <li>• Byggmaterial, reservdelar, färg, kemiska produkter</li> <li>• Energi</li> <li>• Resor</li> <li>• Godstransporter</li> </ul>
Exempel på miljö-belastning	Ex: utsläpp av klimatgaser, radioaktivt avfall och utsläpp/risk för kärnkraftsolycka, hälsovådliga luftutsläpp, hormonstörningar av ftalater.	Ex: Påverkan på företags (även återförsäkringsbolags) strategier, mer eller mindre hänsyn till och påverkan på miljö m.fl. etiska aspekter.	Ex: Faktiska utsläpp och risker för utsläpp av miljö- och hälsovådliga ämnen, utsläpp av klimatgaser, resursförbrukning, påverkan på biologisk mångfald i skogen. Reparationer kan påverka framtida risk för skador och löpande miljöpåverkan från drift.

\* I begreppet kontor inbegrips många typer av resurser, exempelvis förutom lokaler/möblering/inredning, personal, vatten, el, värme, it/webbplats/server, avfallshantering/återvinning/kompostering, callcenter, mejl, post, telefon, möten/resor (även till och från arbetsplatsen), transporter och städning. \*\* Skador och därmed reglering inträffar inte inom alla försäkringsavtal.

Bilar och småhus är stora, resurskrävande konstruktioner vars största miljöbelastning sker vid driften. Naturskyddsföreningen undersöker i den här förstudien förutsättningarna för att introducera miljömärkningen Bra Miljöval på bil- och villaförsäkringar. Företagen i försäkringsbranschen har olika strategier att hantera etiska frågor och det faktiska miljöarbetet varierar stort. De miljökriterier som formulerats i förstudien omfattar prestanda hos såväl licenstagaren självt, försäkringsbolaget, som på sakförsäkringarnas två huvudfunktioner: kapitalförvaltningen och skaderegleringens utförande. Förstudien går ut på bred remiss och efter det kommer föreningen att fatta beslut om lansering ska ske. Isåfall kommer kriterier att formuleras och därefter sätts miljömärkningen.

# Innehåll

Sammanfattning .....	2		
1. Höna eller ägg?.....	4	5. Analys.....	21
2. Förutsättningar .....	5	5.1 Branschanalys.....	21
2.1 Miljöproblemen.....	5	5.2 Miljöpåverkan och kravaspekter.....	22
2.2 Om verktyget Bra Miljöval.....	5	5.3 Marknadsförutsättningar .....	24
3. Om förstudien.....	7	5.4 Förutsättningar för miljömärkningen .	25
3.1 Syfte.....	7	5.5 Miljö som konkurrensfaktor .....	27
3.2 Frågeställningar .....	8	6. Slutsatser .....	30
3.3 Metod för förstudien.....	8	6.1 Försäkringar att miljömärka .....	30
3.4 Urval och avgränsningar .....	9	6.2 Försäkringsbolagen.....	31
4. Resultat av kartläggningen .....	9	6.3 Om kriteriehypoteserna .....	32
4.1 Utgångspunkt naturen och miljön.....	9	6.4 Felkällor.....	33
4.2 Strategier för hållbarhet .....	10	7. Fortsatt arbete .....	33
4.3 Ur konsumentens perspektiv.....	11	Förklaringar .....	34
4.4 Produkten sakförsäkringar .....	13	Källor .....	37
4.5 Sakförsäkringsbranschen .....	13	Bilaga 1: Kriteriehypoteser.....	41
4.6 Intervjuer .....	16	Bilaga 3: Trafikverkets policy.....	49
4.7 Miljöaspekter på sakförsäkringarna .....	18	Bilaga 4: Global Compact .....	50
4.8 Kapitalförvaltning med miljö- och etikanspråk.....	19	Bilaga 5: Naturskyddsföreningens placeringspolicy.....	51

Svenska Naturskyddsföreningen

Omslagsfoto: Istockphoto

Omslag: Carina Grave-Müller

Text och projektledare: Caroline Hopkins

ISBN: 978-91-558-0046-8

# Höna eller ägg

Vår hypotes är att sakförsäkringar skulle kunna vara ett viktigt område för miljömärkning. Försäkringar är något som de flesta konsumenter berörs av på ett eller annat sätt och skadeförsäkringar omsätter årligen 60 miljarder kronor bara i Sverige<sup>1</sup> och 379 miljarder euro i EU<sup>2</sup>. Förra året anmäldes över en miljon skador på hus och bilar till följd av brand, vatten, plåtskador med mera. I branschens olika verksamhetsområden finns många viktiga val att göra. Alternativen ger stora skillnader i hur resurser och energi används och i vilken utsträckning vår gemensamma miljö och natur påverkas. En miljömärkning skulle öppna möjligheterna att exempelvis göra bra val hos verkstäder och hantverkare vad gäller kemiska produkter och huruvida en skada ska repareras eller ersättas med en nyproducerad eller en begagnad del, men också för att styra ägarkapital på aktie- och obligationsmarknaderna samt för fastighetsförvaltning.

Miljömärkning är både hönan och ägget samtidigt. Med hjälp av den kanaliseras kundernas ställningstagande för hållbarare lösningar och den hjälper företag med de miljöbättre produkterna på marknaden att synas på ett trovärdigt sätt. Så blir marknadsutvecklingen mer miljödriven.

Naturskyddsföreningen vill förändra beslut och förhållanden i samhället så att skador på natur och miljö kan undvikas. I det arbetet ser vi försäkringar som en strategisk produkt för att utväxla stor miljönytta. Denna förstudie har genomförts under mars till november 2010 för att undersöka förutsättningarna för att miljömärka bil- och villaförsäkringar.

Rapporten går ut på bred remiss till försäkringsbolag, Naturskyddsföreningens kretsar, länsförbund, myndigheter m.fl. Om föreningen därefter beslutar sig för att gå vidare, är målet att lansera miljömärkning för sakförsäkringar under 2011. Se [www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval/forsakringar/](http://www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval/forsakringar/) för senaste uppdateringarna om processen.

Sedan 1990 driver Naturskyddsföreningen miljömärkningen Bra Miljöval. I märkningen ställer föreningen tuffa och absoluta miljökrav på de viktigaste konsumentprodukterna, förutom på mat. Sedan drygt 20 år driver Naturskyddsföreningen också en grön konsumentrörelse som växer för varje år, både på gräsrotsnivå, nationellt och i samverkan med organisationer från andra länder och andra miljömärkningar. Naturskyddsföreningen är medlem i GEN<sup>3</sup> (Global Ecolabelling Network), ett samarbete för att bland annat säkerställa standarden på miljömärkning globalt.

Försäkringsbolaget Folksam har finansierat arbetet med förstudien helt utan möjlighet att styra studien eller utfallet.

Vi vill framföra ett varmt tack till Folksam och till alla engagerade och kunniga personer som har ställt upp på intervjuer och lämnat information till denna förstudie. Det har varit mycket värdefullt.

---

<sup>1</sup> Försäkringsförbundet 2010

<sup>2</sup> 2005, 33 länder. CEA, the European insurance and reinsurance federation

<sup>3</sup> Se [www.globalecolabelling.net](http://www.globalecolabelling.net)

Kriteriehypoteserna, som är själva slutprodukten av förstudien, har vi valt att lägga i en bilaga till rapporten, se Bilaga 1. Branschuttryck, förkortningar osv. förklaras längst bak i studien, se sid 36.

# 1. Förutsättningar

## 1.1 Miljöproblemen

Objekten som sakförsäkringarna omfattar, dvs. bilarna och husen, är stora resurskrävande konstruktioner som används under lång tid och med stor miljöpåverkan till följd av användning av energi, kemiska produkter och andra resurser. I villor/småhus används t.ex. en betydande del av all energi som används i Sverige. För uppvärmning och varmvatten användes drygt 30 TWh, 2008<sup>4</sup>. Persontransporter på väg beräknades använda drygt 50 TWh per år<sup>5</sup>, då ingår förutom bilar också buss och MC.

Försäkringar får hänföras till driften av dessa tekniska konstruktioner. Ändå kan skaderegleringar anses vara av investeringskaraktär. Om ett hus byggs då det tidigare brann ned påverkas finns potential att reducera miljöpåverkan från driften, exempelvis från energianvändning. Om ett badrum repareras vid vattenskada, kan åtgärderna minska miljöbelastningen från uppvärmning och städning.

## 1.2 Om verktyget Bra Miljöval

Syftet med miljömärkningen är att vara både hönan och ägget. Genom att kanalisera angelägna konsumenters och andra köparens miljökrav blir det tydligt för dem som gör de aktuella produkterna vilka som är de relevanta kvalitetsaspekterna. Samtidigt underlättar Bra Miljöval för företag och produkter med hög miljöprestanda att nå marknaden. Produkterna blir lättare att sälja med trovärdiga argument så att marginaler och marknadsandelar ökar. Övriga aspekter på produkterna såsom pris och kvalitet är upp till producenter och säljare att avgöra. Naturskyddsföreningen sätter ramarna för miljöaspekterna med kriterierna.

Arbetet med att formulera miljökritierier är det första steget i att etablera en miljömärkning. De första kriterierna fokuserar på det allra viktigaste och utgår ifrån den nivå som de bästa i branschen befinner sig på. Därefter skärps kriterierna allt eftersom det är möjligt, för att driva på en fortsatt utveckling mot allt hållbarare produkter.

För att en produkt ska få kallas Bra Miljöval, måste den leva upp till de kriterier som Naturskyddsföreningen ställer upp. För att få använda märket, måste företaget sluta avtal med Naturskyddsföreningen. Föreningen följer upp licenstagarna genom årliga revisioner och stickprov. Om produkten inte följer kraven sägs avtalet upp. Därför är det viktigt att kraven i kriterierna kan mätas, utvärderas och följas upp. Kriterierna ska:

---

<sup>4</sup> ES2009:10

<sup>5</sup> WSP 2008

- styra mot visionerna formulerade i Naturskyddsföreningens policies<sup>6</sup>,
- omfatta de viktigaste miljöaspekterna ur ett dynamiskt livscykelperspektiv\*,
- kunna mätas och följas upp,
- vara kommunicerbara och logiska och
- vara tuffa och vara drivande på marknaden.

Naturskyddsföreningens målsättning med miljömärkning är således att minska miljöpåverkan från produkterna på den aktuella marknaden.

Problem som adresseras när miljökriterier formuleras är

- direkt och indirekt påverkan på biologisk mångfald,
- användning och utsläpp av kemiska ämnen som är svårnedbrytbara och bioackumulerbara,
- användning av icke förnybar energi,
- energieffektivitet och
- resurseffektivitet.

Det innebär att produkter som har mindre miljöpåverkan, men som ger samma nytta är miljöeffektivare än de andra produkterna på en given marknad. De kan använda Naturskyddsföreningens miljömärke Bra Miljöval.

Bra Miljöval har nyligen firat tjugo år som miljömärkning. Boken Handla Miljövänligt<sup>7</sup> som snabbt sålde över 400 000 exemplar, banade väg för miljömärkningen och kom att sprida och formulera tanken att konsumentval kan förändra produktionssystem och miljöpåverkan. Många företag, politiker och konsumenter kom att anamma det synsättet. Utgångspunkten är att varje val gör skillnad och att om det är många som tillsammans ställer samma krav på en bransch, så kan berg förflyttas.

*Exempel: Utsläppen av klorföreningar från massabrukens blekning påverkar åar, sjöar och hav, exempelvis Östersjön. På åttiotalet var läget så allvarligt i vattendragen att allmänhet och politiker var bekymrade och media rapporterade flitigt. Ingenting hände trots högljudda krav på att utsläppen borde minska. Företagen fortsatte ändå som förut. Naturskyddsföreningen satte då upp en lista för köpare av pappersprodukter. Många köpare ställde sig bakom utsläppskravet på max ett kilo klorutsläpp per ton pappersmassa. Genomsnittet i branschen låg tio gånger högre och företagen tog inte kravet på allvar till en början. När listan växte kunde frågan inte längre avfärdas av företagen. Tack vare att kommuner och andra stora förbrukare av papper, jämte privatpersoner ställde detta krav fick det genomslag på marknaden inom ett år. Då kunde fler viktiga aspekter vägas in, såsom skogsbruk och energieffektivisering, och kravet på klorblekning kunde skärpas. Sedan många år kräver Bra Miljöval helt klorfri pappersmassa och en ny, betydligt mindre miljöskadlig blekningsprocess har utvecklats.*

---

<sup>6</sup> Se [www.naturskyddsforeningen.se/om-oss/policydokument/](http://www.naturskyddsforeningen.se/om-oss/policydokument/)

<sup>7</sup> Holm & Thunberg, 1988

### 1.3 Med marknadskrafter på en spelplan

Miljömärkningen underlättar för marknadskrafterna att fungera effektivare. Många miljöproblem har uppstått därför att marknaden har defekter. Ingen äger t.ex. klimatet eller den biologiska mångfalden och därmed finns ingen som kan ställa ersättningskrav på den som förstör dessa resurser genom utsläpp eller skövling. Kostnaderna för ett rubbat klimat vägs inte in i de beslut om produktdesign, logistikupplägg, konsumtion med mera som fattas runtom i samhället. Avvägningarna blir inte de samhällsekonomiskt bästa när viktiga kostnader inte syns i priserna. Utsläppen av koldioxid blir för stora och arter hotas och utrotas, ofta utan att de som fattar besluten är medvetna om det. Dessutom kan inte kommande generationer, vars förutsättningar vi inskränker genom vår konsumtion idag, ställa krav så att marknaden kan väga in dessa. Därmed diskrimineras deras rätt till jordens resurser. Den effektivaste informationen på de flesta marknader är pris. Om alla signifikanta kostnader som produktionen eller köpet av en vara orsakar, också återspeglas i det pris köparen får betala, kommer det att styra konsumtionen och också produktionssystemen på sikt. Så är inte fallet när många av jordens viktiga resurser och system utnyttjas med stor natur- och miljöpåverkan som följd, utan att den som förorsakar skadan måste betala för det. Det kallas inom miljöekonomin för marknadsmislyckande. De stora miljöutmaningar vårt samhälle står inför visar att marknaden ensam sällan klarar att leverera samhällsekonomiskt bra lösningar. De politiskt beslutade skatte-, avgifts- och andra reglerande system såsom tullar, importrestriktioner, normer, upphandling och subventioner påverkar också hur jordens resurser nyttjas. Ofta är miljön inte huvudfokus när dessa system utformas, men den påverkas ändå; politikermislyckande. Återstår gör politiskt beslutade styrmedel av olika slag, till exempel skatter och avgifter. Naturskyddsföreningen utövar påtryckning på politiker men oftast ger det inte tillräckligt snabb effekt. Då kan miljömärkningen agera förtrupp och visa på goda, genomförda exempel, men också vara opinionsbildande. När de goda exemplen är genomförda, är kunderna som genomfört dem också väljare. Fosfatfria tvättmedel utvecklades tack vare miljömärkningen och begränsades med lag år 2008 i Sverige. Det blev då lättare för politikerna gå in och förbjuda fosfaterna och därmed säkra en kvalitetsnivå så att miljömärkningen kunde gå vidare och fokusera på återstående problem. Regleringen innebär att alla producenter tvingas ersätta fosfaterna och därmed blir konkurrensen mer likvärdig. Med Sverige som förebild blir det lättare att genom EU få övriga östersjöstater att begränsa sina fosfatutsläpp.

Idag driver Naturskyddsföreningen natur- och miljöfrågorna inom branscherna el, värme/kyla, papper, textil, kemiska produkter, butiker och transporter/resor.

## 2. Om förstudien

### 2.1 Syfte

Huvudsyftet för förstudien är att undersöka förutsättningarna för miljömärkning med Bra Miljöval på bil- och villaförsäkringar.

Naturskyddsföreningens utgångspunkt var positiv till miljömärkning på detta nya område. Under arbetets gång framträdde ytterligare ett syfte med förstudien; att informera branschens aktörer om Naturskyddsföreningens syn på bland annat miljöaspekter och konsumentmakt. Det senare redovisas inte i rapporten.

## 2.2 Frågeställningar

För att undersöka om det finns förutsättningar för miljömärkning med Bra Miljöval på bil- och villaförsäkringar har förstudien fokuserats på följande frågeställningar:

1. Miljöpåverkan från sakförsäkringar på villa och bil:
  - Hur påverkas natur och miljö av att denna tjänst levereras till köparen/konsumenten?
  - Hur är tjänsten uppbyggd, vilka typer av beslut finns som påverkar natur och miljö?
2. Föreställningar och status i branschen:
  - På vilket sätt arbetar företagen i branschen med miljöfrågor idag?
  - Vad har branschen för syn på miljömärkta sakförsäkringar?
3. Kriteriehypoteser:
  - Vilka krav kan vara relevanta i en eventuell miljömärkning med Bra Miljöval i Naturskyddsföreningens regi?
  - Vilket genomslag kan man bedöma att dessa kriterier kommer att få i branschen? Vilka svårigheter och möjligheter finns?

Initialt såg Naturskyddsföreningen tre områden för miljömärkningskrav på bil- och villaförsäkringar. *Skaderegleringens* alla val av reparationsåtgärder, *förvaltningen av försäkringskapitalet* som kan ske med eller utan miljö- och etiska krav och *relationen med försäkringstagaren* där försäkringsbolaget kan spela en roll som vägledare och förebild för hållbarare val och beteenden.

## 2.3 Metod för förstudien

I stor utsträckning är området för denna förstudie outforskad mark. För Naturskyddsföreningen är det första gången som försäkringsbranschen undersöks i syfte att hitta kriterier för miljömärkning. Det finns ingen annan miljömärkning på området och inom forskningen är frågan föga studerad.

Studien har därför ett brett angreppssätt ur miljöperspektiv och är explorativt upplagd. Fokus har riktats mot att ta fram de viktigaste frågeställningarna och miljöaspekterna där det finns potential till miljöförbättringar med hjälp av miljömärkning, samt att relatera dessa till företagens och deras kunders föreställningar och position.

Genom sökningar på internet i tidningsartiklar, vetenskaplig litteratur, företags och organisationers sidor påbörjades kartläggningen av hur frågan försäkringar + miljö + etik hanterats hittills och de olika delområdena kapitalförvaltning, bygg- och bilreparationer osv. Litteraturstudier och intervjuer med



representanter hos företag, branschorganisationer m.fl. har därefter givit viktiga bidrag till att besvara studiens frågor. Urvalet av intervjuade företag har gjorts för att täcka in huvuddelen av branschen, både stora, medelstora och mindre bolag är representerade.

Det är med backcastingperspektivet\* på miljöproblem och hur de kan angripas som frågeställningar och metoder valts i detta arbete. Med utgångspunkt från hållbarhet har sakförsäkringarnas olika system setts över. Ett livscykelperspektiv har också använts så att alla stadier kunnat överblickas och fokus läggs på de viktigaste och de som bedöms kunna påverkas med hjälp av miljömärkning.

## 2.4 Urval och avgränsningar

Förstudien bygger delvis på svar från intervjuer med försäkringsbolag, försäkringsbolagens branschorganisation och andra intressenter. Alla sakförsäkringsbolag som hittats via Försäkringsförbundets webbplats och Eniro har kontaktats via mejl eller brev och erbjudits att lämna synpunkter kring miljö, miljömärkning och sakförsäkringar. Förstudien pågick mellan mars och september 2010.

Resultatet av intervjuerna redovisas med hänvisning till hela den intervjuade gruppen. Detta för att de intervjuade skulle bli mer motiverade att berätta företagsspecifika detaljer utan att lämna ut företaget.

De delar av försäkringarna som omfattar rättsskydd, reseförsäkringar, läkarvård, förlorad arbetsinkomst etc. lämnas utanför förstudien.

# 3. Resultat av kartläggningen

## 3.1 Utgångspunkt naturen och miljön

Ett av Naturskyddsföreningens mål är ett hållbart samhälle och miljömärkningen Bra Miljöval syftar till att definiera de hållbaraste produkterna på en given marknad för att driva på utvecklingen. På en lång rad områden är läget långt ifrån hållbart, snarare akut eller åtminstone alarmerande. Rockström et al (2009) sammanfattar mänsklighetens utmaningar på global nivå och kopplar ihop olika störningar. Problemen handlar inte bara om lite varmare somrar, några arter som utrotas eller att främmande ämnen ackumuleras i våra kroppar och vattendrag. Störningarna är på flera områden så omfattande att de hotar eko- och klimatsystemens balans på kontinental- eller global nivå. Människan, dess samhällen och ekonomier är avhängiga naturen, ekosystemen och de ekosystemtjänster som de producerar. När jämvikten rubbas kan förändringarna bli mycket svåröversäglbara särskilt på sikt och katastrofala för naturen och därmed också samhället.

Klimatförändringarna är förmodligen mänsklighetens största utmaning, som påverkar jordens ekosystem och ökar känsligheten för andra störningar som pågår. De värsta-scenarier<sup>8</sup> som formulerats av IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) framstår som milda när olika klimatkatastrofer inträffar slag i slag. Det är mycket bråttom att minska utsläppen radikalt för att undvika tätare och värre

<sup>8</sup> T.ex. den stora ismältningen i Arktis 2007, glaciärernas tillbakadragning, utbredningen av de tropiska sfärerna mot polerna, trädgränserna som drar sig uppåt på bergen, hetta och bränder i Ryssland, översvämningen av Brisbane, Australien mm.

värmeböljor/torka, massutrotning av arter, förödande försurning av haven, starkt höjda havsnivåer och galopperande ökenutbredning. Mat- och vattenförsörjningen påverkas.

Cocktaileffekten\* beskriver den omfattande kemikalieanvändningen och hur vi utsätter oss själva och våra medvarelser för lång tid framöver. Reproduktions- och beteendestörningar, cancerfall och störda populationer i vattendrag kan noteras. Den totala risken av att kombinera många långlivade och aktiva substanser i ekosystemet och våra kroppar är dessvärre svårberäknad. Odlingen av mat och råvaror till energi, byggmaterial, kläder med mera som används här i Sverige tränger undan den biologiska mångfalden både här i landet och många andra länder, t.ex. i Brasilien, Nicaragua, Kina och Indonesien i ett rasande tempo. Sammantaget är allt detta en oerhörd stress för ekosystemen. Till perspektivet bör läggas att exploatering och utsläpp sker för att konsumeras av nu levande människor på ett mycket ojämnt fördelat sätt. Har en människa otur, föds hon för att snart dö igen av brist på mat, vatten eller sjukvård, medan andra föds in i ett resursmässigt överflöd. Det sker också till priset av att kommande generationers välfärd, dvs. dagens samhälle förgiftar framtiden och orsakar risk för storskaliga radioaktiva katastrofer. På grund av dagens konsumtion inskränks barnbarnens liv.

## 3.2 Strategier för hållbarhet

Hållbarhet\* definierades av Brundtlandrapporten 1987 som ”En hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.”<sup>9</sup> Den tar ett pedagogiskt samlat grepp om miljöfrågorna och inkluderar tidsaspekten, dvs. relaterar behoven inte bara till vår generation, utan tydliggör att handlingar idag påverkar förutsättningarna för kommande generationer. Något människofokuserad har den ändå visat sig fungera för sitt syfte att tydliggöra samband mellan handling och konsekvenser. Dock är Brundtlandsrapportens definition svår att tillämpa direkt på olika beslut. Det Naturliga Steget har formulerat fyra principer för hållbarhet i sina systemvillkor\*. De ger vägledning för alla typer av beslut i samhällets olika sammanhang för att sortera ut olika alternativ och huruvida de långsiktigt bygger upp en strategi mot långsiktig hållbarhet.

Besluten som påverkar hur hållbara samhällets resursomsättning och aktiviteter blir fattas på många nivåer i samhället och ansvaret varierar beroende på om det är kommunen, ett företag, en bilförsäkring eller en konsument som betraktas och vem som kan anses ha ansvar och möjlighet att påverka beslutet. Att handla miljövänligt för en konsument innebär mer än att bara välja den miljöbästa mjölken, elen eller tröjan. Det handlar även om de övergripande mönstren; att exempelvis välja vegetariskt ibland, ha energieffektiva lösningar i sitt hem och ett smart boende både i termer av yta och placering i förhållande till arbete, skolor, topografi, odling mm. Men bara en del av ansvaret ligger på den enskilde; statens utformning av skattesystem, företagens utbud och kommunernas fysiska planering försvårar eller underlättar för konsumenten att handla miljövänligt. Olika styrmedel ger också förutsättningar för företagens agerande.

Växande och internationaliserade företag har ändrat maktbalansen i världen. Nationalstaternas budgetar är i många fall mindre än de stora företagens. Genom No Logo (2000) ökade Naomi Klein medvetenheten om företagens stora inflytande över många människors liv och över natur och miljö.

---

<sup>9</sup> UN 1987

Hon gav där många konkreta exempel på hur globala företag sätter spelreglerna och att företag inte är demokratiska i sin styrning. Relationen mellan varumärke och konsument tydliggjordes som den viktiga tillgången för företagen, allt annat är mer eller mindre variabelt och underordnat; produktionsprocesser, leverantörer, fabriksanställda. Tidigare var varumärkena inte fullt lika centrala. Kina och Indiens starka tillväxt de senaste åren har dock återigen satt fokus på olika råvaror och odlingsmark.

För att minska resursanvändningen, sluta kretsloppen och minska trycket på skog, hav eller kulturlandskap, är det viktigt att prioritera en högvärdig återanvändning av material och produkter. Den förre tyske miljöministern Klaus Töpfer<sup>10</sup> ordnade alternativen i en tydlig hierarki som kallas Töpferskalen: 1. förebygga, 2. återbruka, 3. återvinna/materialåtervinna och som sista alternativ 4. energiutvinna.

Livscykelanalyser, -inventeringar och -perspektiv kan vara användbart, men ger inte alla svar. Resultaten måste relateras till en vision att styra mot. Ett övergripande livscykelperspektiv\* kan ge god vägledning om det anläggs dynamiskt, dvs. en övergripande infallsvinkel som sätter in produkt och produktion/användning/slutsskede i sitt sammanhang i form av infrastruktur och vilka typer av beslut som påverkar vilka delar av livscykeln; konsumenter, företagen, politiskt på kort eller längre sikt. Stora delar av vår infrastruktur och produktionssystem är byggda för ett enkelriktat materialflöde baserat på stora mängder skenbart billig fossil energi. Det gör att en ohållbar lösning kan se bättre ut i en livscykelanalys, än en hållbarare. Analyser och inventeringar är ögonblicksbilder och försök till kvantifiering av användning av energi och resurser. De är däremot inte effektiva i att beskriva risker och biologisk mångfald, som kan vara väsentliga delar av en produkts miljöpåverkan<sup>11</sup>. Det går att göra avgränsningar och allokeringar\* på olika sätt vilket innebär att resultatet blir helt annorlunda än om någon annan skulle gjort samma analys.

### 3.3 Ur konsumentens perspektiv

Miljömärkning är ett verktyg för köpare och leverantörer på en specifik marknad. Dessa aktörers perspektiv och egenskaper är viktiga förutsättningar för miljömärkningen.

Konsumenter upplever försäkringar som något nödvändigt ont och visar lågt intresse för produkten. Pris är den överlägset viktigaste aspekten för försäkringskonsumenten och det kan lättast jämföras för olika produkter. Rabatter och erbjudanden är därför viktiga. Andra kvaliteter som kunder uppskattar är service och tillgänglighet. Särskilt när en skada uppstår värderas lokal närvaro; det ger trygghet. Bara de kunder som fått en skada reglerad upplever att de har en relation till försäkringsbolaget. De kunder som inte byggt denna relation känner inte lojalitet till bolaget, eller vad varumärket står för. Få kunder har någon uppfattning om vad olika försäkringsvarumärken står för<sup>12</sup>.

Kunskapen om de utmaningar mänskligheten står inför, dess orsaker och verkningar, är större i samhället idag än för bara några år sedan<sup>13</sup>. Kännedom om klimatförändringar, hoten mot biologisk

<sup>10</sup> Klaus Töpfer, bl.a. miljöminister i Tyskland 1987-1994, 1998-2006 chef för FN:s miljöprogram UNEP.

<sup>11</sup> När olika sätt att producera el ska jämföras blir bilden skev, då vattenkraftens exploatering av biologisk mångfald inte visas tydligt, liksom kärnkraftens hundratusenåriga påverkan och risk för stora giftiga utsläpp. De kontinuerliga utsläppen av radioaktivitet vid drift och uranbrytning syns ej heller.

<sup>12</sup> Carlman et al 2007

<sup>13</sup> Källan

mångfald, försurning och spridning av svårnedbrytbara ämnen finns spridda brett i samhället. Insikterna om orsak, verkan och lösningar är förmodligen inte fullständiga, men konsumenterna som drar slutsatser av sina kunskaper och blir miljöaktiva tycks bli fler och fler<sup>14</sup>. Att ha nåtts av information är en sak, men att handla kräver mera: ställningstagande, prioriteringar gentemot andra mål osv.

Hur uppfattas miljömärkning av konsumenterna? Olika solidariska epitet, såsom ”etisk”, ”miljöanpassad” och ”rättvist” används för att beskriva produkter, tjänster, företag, städer osv. Mycket av forskningen på konsumenters beteende vad gäller solidariska värden är inriktad på ekologisk mat, men den förmodas ändå ha en viss relevans i detta sammanhang. Motiven för konsumenterna att välja erbjudandena med dessa förtecken är ofta många och komplexa. De grundar sig i både själviska och ideella värden<sup>15</sup>. Thøgersen (2006) har visat att benägenheten hos den enskilde konsumenten att välja ekologiska varor tenderar att öka över tiden, men att det går ganska långsamt. Andelen ekologiska livsmedel ökar stadigt, trots den senaste lågkonjunkturen<sup>16</sup>.

Många inköp görs vanemässigt. På så sätt sparas tid och tankekraft till beslut där det upplevs som nödvändigt med mer engagemang. I kända situationer plockar konsumenten till sig den vanliga produkten helt rutinmässigt, utan föregående beslutsprocess. Det krävs tydlig exponering av miljöalternativ och påminnelser i köptillfället för att ändra ett köpbeteende. Sådan beteendeförändring tar också tid. Ändå har en klar majoritet av konsumenterna en positiv attityd till miljöfrågor. Problemet är att göra kopplingen mellan de generella, stora frågorna till inköpstillfället och produktalet.<sup>17</sup>

För att ”väcka” konsumenterna i en invand situation krävs antingen tydlig information som ovan, eller kraftfull, negativ information. I bekanta situationer har konsumenterna en benägenhet att lättare ta till sig negativ information, alltså vilka alternativ som bör undvikas. Två exempel som förtydligar hela skalan från sämst till bäst alternativ är EU’s energimärkning av vitvaror och WWF’s konsumentguide för fisk. Konsumenterna som inte har ett aktivt engagemang att välja miljömärkt, kan ändå bemöda sig att välja bort de sämsta produkterna om de får sådan information.<sup>18</sup>

Butiker har en strategisk position när det gäller konsumenternas val av ekologiska varor. Det är ofta där valet sker. I Sverige har de stora butikskedjorna sedan miljömärkningens födelse tagit ett strategiskt ansvar för att bereda plats för ekologiska och miljömärkta varor. Val av prissättning har också påverkat tillgängligheten. Många ekologiska produkter är dyrare att tillverka och genom att använda kronpåslag istället för procentpåslag, får handeln samma marginal i absoluta termer på den konventionella som den ekologiska mjölken. Procentpåslag innebär att man ställer större vinstkrav på de ekologiska alternativen.

Placering och skyltning är mycket viktiga aspekter för att konsumenten ska uppleva den ekologiska produkten som ett alternativ så att en ny köpvana kan etableras. Även butikspersonalen har en nyckelfunktion; om den är välinformerad kan den ge god vägledning till konsumenterna<sup>19</sup>. De konsumenterna som *inte* väljer ekologiska varor låter sig i större utsträckning inspireras till köp i butiken

---

<sup>14</sup> Intresset för miljömärkning hos både konsumenterna och producenter ökar, se t.ex. Magnusson & Biel 2005.

<sup>15</sup> Thøgersen 2002

<sup>16</sup> Hansson & Holmberg 2009

<sup>17</sup> Magnusson & Biel 2005

<sup>18</sup> Grankvist, 2003

<sup>19</sup> Leire & Thidell 2005, undersökningen gjordes på den nordiska marknaden.

än de som väljer ekologiskt. Även vad andra konsumenter väljer har betydelse för vilket val konsumenten gör, dvs. socialt tryck.

Produkternas paketering, både fysiskt och värdemässigt är också viktigt för att konsumenter ska välja miljöprodukter. Solér (1997) har undersökt dagligvaruhandeln och poängterar att framgången hänger på hur marknadsföringen lyckas göra en koppling mellan konsumenten, produkten och miljöaspekter. Dessa aspekter bör heller inte bara vara diffusa och avlägsna<sup>20</sup>.

### 3.4 Produkten sakförsäkringar

Sakförsäkringar innebär att ett kollektiv delar på kostnader för stora, oförutsedda kostnader till följd av en olycka eller skada på det försäkrade objektet, t.ex. ett hus. Sakförsäkringar är ett paket av tjänster, t.ex. saskskadeskydd, reseskydd, rättsskydd, allriskskydd och stabil kapitalförvaltning med mera.

Försäkringar delas in i livförsäkringar\* och skade/sakförsäkringar\*. Begreppet livförsäkringar innefattar bland annat olika former av pensionsförsäkringar, efterlevandeskydd och sjukförsäkringar. En sakförsäkring å andra sidan, skyddar försäkringstagaren vid exempelvis brand, stöld eller skada. Exempel är sakförsäkringar på bilar, hemelektronik och bostad. Vanligen räknas också olycksfallsförsäkring till sakförsäkring i det svenska systemet.

Förstudien utgår ifrån de produkter som erbjuds på marknaden såsom villa- och bilförsäkringar. I trafik var 4,4 miljoner bilar i oktober 2010<sup>21</sup>. De köps till övervägande del av enskilda konsumenter, men bil/motorförsäkringarna köps av olika kommersiella aktörer för hyr- och tjänstebilar. De olika företagen paketerar försäkringarna på lite olika sätt. Som konsument kan man också välja att göra olika tillägg. Det gör att villa- och bilförsäkringarna inte är helt homogena produkter.

Villa- och bilförsäkringar är en lågintresseprodukt. Ofta satsas lite eller inget engagemang när en försäkring ska tecknas av en konsument. Pris jämförs lättare nu när olika webbsidor (Compricer, Insplanet med flera) erbjuder jämförelser, men de jämför inte innehållet i försäkringen. En viss andel försäkringstagare stannar kvar hos samma bolag år från år, men det beror på att kunden är nöjd eller oengagerad är oklart.

Försäkringstagaren står för en stor del av kostnaden för skador. Dels självrisk, och dels avskrivning på materialet beroende på ålder och när det gäller hus den del av en byggnad där problemet initialt uppstått.

### 3.5 Sakförsäkringsbranschen

Tabell 1. Inbetalda premier, verksamhetsgrenar, direkt skadeförsäkring i Sverige 2009 exkl. avtalsförsäkring		
	MSEK	procent
Företag, fastighet	13 855	24%
Hem och villa	11 737	21%
Trafik	8 822	15%
Övrig motor	12 846	23%
Fartyg	265,6	0,5%
Transport	830,1	1,5%
Luftfart	7,4	0,0%
Husdjur	2127	4%
Kredit	107,8	0,2%
Sjuk- och olycksfall	5850	10%
Avgångsbidrag	457,7	0,8%
Övriga förs.grenar	76,1	0,1%
Summa	56 982	100%

Källa: Svensk försäkring i siffror 2009, Försäkringsförbundet.

<sup>20</sup> Paavola 2001, Mayo 2006

<sup>21</sup> Trafikanalys, 2010.

Totalt inbetalades ca 60 miljarder kronor 2009 som premier för alla sakförsäkringar i Sverige, inklusive avtalsförsäkringar. Villa- och bilförsäkringar omfattar ungefär hälften av sakförsäkringarna totalt, ca 35 miljarder kronor och står för en ansenlig del av försäkringsbolagens verksamhet, ca 49 procent, se tabell 1. Kostnaderna för skador på bilar 5 miljarder och motsvarande för villor var 3,2 miljarder, 2007<sup>22</sup>

Enligt Tabell 2, stod Länsförsäkringsgruppen och Folksam tillsammans för drygt hälften av omsättningen för hem- och villaförsäkringarna och If och Trygg-Hansa för en fjärdedel. Bland de minsta var Moderna och Dina störst med ca tre-fyra procent var. När det gäller trafik- och motorförsäkringar stod Länsförsäkringsgruppen och If tillsammans för nästan 60 procent av hela omsättningen. Därefter kom Trygg-Hansa och Folksam med 18 respektive 16 procent var.

Tabell 2. Marknadsandelar baserat på inbetalda premier, vissa verksamhetsgrenar, skadeförsäkringar 2009						
MSEK	Totalt	Företag, fastighet	Hem, villa	Trafik, motor	Fartyg, transp.	
	56 271	13 738	11 737	21 669	1 096	Marknadsandel %
Länsförsäkr.gruppen	31	37	29	29,8	8,9	
If Skadeförsäkring	20	14	13	28,9	57,3	
Trygg-Hansa	17	13	12	18,0	10,5	
Folksam	15	2	25	15,5	0,2	
Dina-gruppen	2,4	2,7	3,3	2,6	0,0	
Moderna Försäkringar	2,3	2,1	4,2	2,3	0,0	
Zurich	1,9	6,7	0,0	0,1	9,7	
SveLand	1,2	1,6	0,4	0,8	0,0	
Europeiska	0,8	0,0	3,8	0,0	0,0	
Gjensidige	0,5	0,4	0,2	1,1	0,0	
Övriga	7,7	20,6	8,5	0,8	13,5	
Summa	100	100	100	100	100	

Källa: Svensk försäkring i siffror 2009, Försäkringsförbundet

Dina och Moderna låg på mellan två och tre procent var. Nyetablerarna på marknaden är främst utländska, stora bolag som gjort/köpt in sig i inbrytningar på den svenska marknaden, t.ex. Vesta och Gjensidige som har branschledande ställningar på sina respektive hemmamarknader i Danmark respektive Norge.

Ägandet skiljer sig åt i de olika bolagen. Länsförsäkringsbolagen och Folksam är ägda ömsesidigt. Länsförsäkringsgruppen består av 24 regionala ömsesidigt ägda bolag med ett gemensamt, nationellt serviceföretag. If och Trygg-Hansa är aktiebolag som ingår i större bolagssfärer, If ägs av finska Sampo-koncernen och Trygg-Hansa av danska Codan som i sin tur ägs av internationella RSA.

För att hantera de risker som försäkringstjänsterna innebär, använder bolagen återförsäkringar; de tecknar försäkring hos återförsäkringsbolag. På så sätt överförs en del av den egna riskexponeringen på återförsäkringsbolaget. Återförsäkring kan också ge ett stabilare kassaflöde.

Försäkringsbranschen sammantaget är en mycket stor kapitalförvaltare med drygt 2 490 miljarder kronor i placeringstillgångar. De inbetalda försäkringspremierna placeras alltså på olika sätt på värdepappersmarknaden i räntebärande papper\*, aktier och andelar, samt i fastigheter. Som jämförelse förvaltar (2010) SwedbankRobur 676 miljarder kronor i fonder och portföljer, den svenska statsbudgetens utgifter var 2009 knappt 780 miljarder<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> Folksam 2007.

<sup>23</sup> Ekonomistyrningsverket 2010

Tabell 3. Placeringsstillgångar 2009

Bolagsgrupperingar*	MSEK	varav utländska	Placeringsstillgångar:				
			skadeförsäkringsbolagen*		livförsäkringsbolagen*		
			MSEK	procent	MSEK	procent	
Alecta	445 738	172 013	Obligationer	154 313	61	855 090	38
Skandia	404 357	109 654	Aktier och andelar	67 819	27	1 182 688	53
SEB Trygg Liv	327 008	115 834	Byggnader och mark	6 424	3	47 562	2
AMF Pension	306 627	153 481	Övrigt	26 010	10	139 193	6
Folksam	243 875	34 204	Summa	254 566	100	2 224 532	100
Länsförsäkringar	228 583	75 666					
SPP	131 501	16 870					
Swedbank Försäkring	82 104	2 369					
If	75 333	22 746					
Handelsbanken Liv	56 557	10 878					
Trygg-Hansa	34 681	564					
Nordea Liv	31 811	6 390					
Övriga	120 463	28 228					
Summa	2 488 638	748 898					
	varav	30%					

\* Exkl. AFA vars placeringsstillgångar vid utgången av år 2008 var MSEK 201 448,7.

Källa: Svensk försäkring i siffror 2009, Försäkringsförbundet, modifierad presentation.

Kapitalbasen hos skadeförsäkringsbolagen är placerad med förhållandevis låg risk och avkastning. Obligationer står för drygt 60 procent av placeringarna, aktier endast 27 procent, se tabell 3. För livförsäkringskapitalet är situationen nästan det omvända. Det är placerat för längre löptider och därför högre risk och potentiell avkastning.

Förra året anmäldes över en miljon skador på villor och bilar som innebär reparationer av något slag.<sup>24</sup> För att reglera skador löpande omsätts medlen genom en mycket omfattande upphandling eller inköp hos byggfirmor, bilverkstäder, materialleverantörer med flera.

Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdhet i sakförsäkringsbranschen sedan 1989 och den långsiktiga trenden är positiv, kunderna blir allt nöjdare. År 2009 noterades högsta betyg för sakförsäkringar på privatmarknaden och överlag är kunderna nöjda med skadereglering och det görs förhållandevis få klagomål.<sup>25</sup>

Ett initiativ till miljömärkning av bilförsäkringar har startats i Japan<sup>26</sup>. Det är det GEN-anslutna Eco Mark som i flera avseenden har liknande avvägningar som Naturskyddsföreningen.

#### Branschens regleringar

Olika lagar, förordningar och direktiv reglerar branschens verksamheter med svenska och EU-regler. Försäkringsrörelselagen (FRL) stadgar bl.a. krav på transparens och information, att koncession från

<sup>24</sup> Försäkringsförbundet 2009

<sup>25</sup> Svenskt Kvalitetsindex 2009

<sup>26</sup> Eco Mark Office 2010

Finansmyndigheten krävs för att få driva försäkringsverksamhet, stadgar åtskillnad på liv- och skadeförsäkringsrörelser samt regler för upprätthållande av god soliditet.

I försäkringsavtalslagen (FAL) regleras förhållandet mellan försäkringsbolag och försäkringstagare. Den gäller för konsumentförsäkringar (bl.a. bil- och villaförsäkringar), företagsförsäkringar och personförsäkringar. Individuella, grupp- och kollektivavtalsförsäkringar omfattas också. Syftet är att skydda den svagare parten, försäkringstagaren och lagen är i huvudsak tvingande. I lagen finns regler om kontraheringsplikt (försäkringstagare får ej diskrimineras om det ej kan relateras till risk), hur information ska lämnas till försäkringstagaren, hur ansvar kan begränsas av bolaget, hur skadereglering ska gå till m.m.

Trafikförsäkringen är obligatorisk enligt trafikskadelagen (TSL) och svarar för det stränga skadeståndsansvar som en bilägare har för skador på andra personer och deras egendom.

### 3.6 Intervjuer

Genom intervjuer med representanter för flera försäkringsföretag och branschorganisationen Försäkringsförbundet har attityder och miljöstatus i branschen undersökts.

En ökad segmentering av kunderna tycks vara på gång. Kunder med betalningsanmärkningar, vattennära lägen för hus och andra ”högrisk kunder” väljs bort av vissa bolag. Utformningen av kundbasen tycks variera mellan bolagen; några väljer nisch, andra vänder sig till alla kundsegment. För försäkringsprodukterna förändras inte så mycket, däremot försäljningskanalerna. Banker, dagligvaruhandel, medlemsorganisationer blir allt viktigare. Effektivisering framförs som en viktig fråga av flera av företagen; kontakter styrs mot att gå via internet och mejl istället för telefon och personliga kontakter. Flera intervjuade berättar om ambitioner att bygga relationer med kunderna för att försöka motivera dem att stanna kvar som kunder.

Skaderegleringen är utformad på olika sätt hos de olika bolagen, från att reglera det mesta inom slutna ramavtal med leverantörer, till att överlåta helt till kunden att utifrån en kontantreglering välja metod och leverantör. Ett argument som framfördes för den senare metoden, var att bolaget inte ska sätta sig över kunden. Motivet till att utgå ifrån ramavtal, uppgavs vara bättre möjlighet till kontroll på utförande och kvalitet, bl.a. för att förebygga framtida skador och miljöval, samt pris. Intressant observation är att plastdelsreparationerna på bilar, som nu börjar bli norm i branschen vilket från början utvecklades tack vare ett försäkringsbolags krav på bilverkstäderna är unikt för Sverige. Ett bolag har arbetat med Byggmiljöguiden sedan 1996 och den har påverkat användningen och utvecklingen av byggmaterial.

Sakförsäkringar har lågt intresse hos de flesta kunderna, enligt försäkringsbolagen. På olika sätt försöker bolagen att engagera kunderna, främst med målet att de ska stanna kvar. Lojala kunder skulle sänka kostnaderna för nyrekrytering. Det är svårt att öka engagemanget kring säkerhet, förebyggande åtgärder med mera.

Miljöfrågan är inte efterfrågestyrd. Ingen av de intervjuade beskrev att de upplevde att det fanns ett kundtryck i miljö- och hållbarhetsfrågor, men det finns enstaka kunder som ställer miljöfrågor. (Inget bolag erbjuder någon miljöprofilerad produkt.) Det tycks också finnas en beredskap på att det kan komma att bli en allt skarpare fråga för branschen, då många andra delar av samhället redan är, eller



utvecklas till att bli mer miljödrivet. Det var för ungefär två år sedan som branschen började arbeta med ”miljö” på bredare front. Företagen utmanar varandra i viss mån. Anställda, ägare i viss mån, nyckelpersoner inom organisationerna kan vara pådrivande aktörer. Bolagen ingår ofta i internationella strukturer, antingen som delar av koncerner eller i samarbeten med systerföretag i andra länder. För flera av företagen sades skadeförebyggande aktiviteter vara primärt fokus för miljöarbetet och klimatfrågan rangordnades som den viktigaste miljöfrågan hos en majoritet av de intervjuade.

En genomgång av skadeförekomster visar att inbrotten i bilar har gått ned medan andelen vagnskador har ökat. 70 procent av villaskadorna är våtrumsskador. 5-10 procent av vattenskadorna totalt är översvämningsskador.

Branschen och samhället arbetar på olika sätt med att förutse riskområden, typhändelser m.m. till följd av bland annat ökad vattenföring eller starkare vindar. För återförsäkringsbolagen är det intressant att se på risker för större katastrofer.

Flera av de intervjuade vittnade om att denna bransch har eller kommer att drabbas av typiska miljökostnader till följd av klimatförändringarna. Det gäller då fastigheter påverkas och därmed villaförsäkringar. Översvämningar, jordskred, skyfall osv. skadar egendom och ökar kostnaderna för skadereglering. I branschen finns en vaksamhet för hur klimatförändringarna utvecklas framöver och hur försäkringsprodukterna och -kollektiven då kan hantera förändringarna. Strategierna skiljer sig åt mellan de olika aktörerna, t.ex. huruvida befintliga och kommande hus i strandnära lägen med stor risk för översvämningar i närtid ska få högre premier, eller om dessa högre kostnader ska läggas på försäkringskollektivet.

Alla företag har enligt intervjuundersökningen någon form av miljöarbete. Sättet att se på och arbeta med miljöfrågorna har ett brett spektrum. Attityder och strategier hos bolagen beskrivs till exempel på följande sätt:

- Målsättning ”miljövänligare bilism”
- Profilerar sig i klimatfrågan
- Utsläppsreduktion och/eller –kompensation för delar av verksamheten
- Vara en god samhällsaktör som tar ansvar i övergripande frågor
- Upprätta system för rapportering av miljö och etiska faktorer, t.ex. enligt GRI\*
- Miljöcertifiering
- Arbeta med att minska kontorens miljöpåverkan, bl.a. sparsamt körsätt, resfria möten, köpa miljömärkt vindkraftsel, Green Building\*
- Inrikta sig på vissa miljösegment/miljötekniska objekt
- Använda premien som styrmedel för att påverka ett hållbarare beteende, t.ex. halverad premie för elmopeder
- Erbjuder miljö tjänster, t.ex. hämtning av miljöfarligt avfall, utsläppskompensation för reseförsäkring
- Ställa krav på olika typer av leverantörer; t.ex. till kontor, kapitalförvaltning och för skadereglering (återbruk av begagnade bildelar, BASTA etc.)

Miljö/etiska krav för kapitalförvaltningen är mycket ovanligt i branschen.

Andelen återbrukade delar sträcker sig från ingen alls till över 50 procent, det vittnas om ett visst motstånd hos kunderna till att få begagnade delar. Resursanvändning, hälsovådliga utsläpp till luft och kemikaliehantering tycks komma långt efter och tas bara upp av ett fåtal företag.

Synen på en eventuell miljömärkning på sakförsäkringar var övervägande mycket positiv. Försäkringsförbundet var den enda intervjuade aktören som ställde sig tveksam till både nytta och förutsättningarna.

Camilla Bratt<sup>27</sup> på Konsumenternas Försäkringsbyrå har en delvis annan bild än försäkringsbolagens representanter. Hon har inte upplevt att miljöaspekten inte är en aktuell fråga när det gäller att välja försäkring eller bolag. Bratt nämner några få fall när konsumenter varit frågande och missnöjda när det gäller val av material och metoder vid skadehantering, t.ex. val av tryckimpregnerat trä vid sanering efter brand. Hon kopplar kundernas miljöinvändningar till hälsoaspekter. Konkurrensen har ökat under senare år, då fler bolag etablerat sig på den svenska marknaden. Hon har observerat att nyetablerare ofta lockar in kunder med låga priser som sedan höjs. För att kunna bemöta detta har hon registrerat att de redan etablerade bolagen reagerat bland annat genom att urholka försäkringsskyddet. Hennes mening är att pris är den helt avgörande faktorn när de flesta konsumenter köper sakförsäkringar.

### 3.7 Miljöaspekter på sakförsäkringarna

Då sakförsäkringar betraktas ur ett konsumentmaktsperspektiv finns det ett antal olika typer av beslut som ger direkt eller indirekt miljöpåverkan. Då en kund "konsumerar" en försäkring är det ett antal processer som drar igång för dennes räkning och för att driva systemet som hon som kund blir delaktig i. I grundläget är det en försäkring som tecknas och ett avtal sluts. Det kräver kommunikation och betalning vilket förbrukar t.ex. papper, serverdrift och kontorsdrift. Då försäkringen löper ska en viss del av det inbetalda kapitalet förvaltas, vilket kan ske på olika sätt. Kapitalet ska finnas tillgängligt ifall försäkringen löser ut och reglering måste ske. Skaderegleringen, som är det konsumenten betalar för att under vissa omständigheter kunna ta del av, har ytterligare processer och beslut som innebär stor miljöpåverkan. Det är t.ex. kommunikation, inspektion med bil och ersättning av defekta delar, reparationer. Detta tar energi och naturresurser i anspråk och innebär utsläpp till luft, vatten, avfall osv. Åtgärden som görs kan också komma att påverka framtida användning och miljöpåverkan av det försäkrade objektet. Till försäkringen kan också olika tillägg avtalas som kan utformas på sätt som gynnar ett miljöklokt/-störande agerande.

Inom försäkringsbranschen, liksom i snart sagt alla branscher, måste människor kommunicera i sitt arbete, Ibland måste något ses/upplevas på plats. Den tekniska utvecklingen har under det senaste seklet förändrat förutsättningarna för hur företag kan drivas och utvecklas. Transportsätten har utökat räckvidden dramatiskt. På senare tid har olika it-lösningar möjliggjort kommunikation och möten utan att resa. Många företag arbetar med video-, telefon-, internetmöten och bara en av anledningarna är att spara miljöpåverkan. Caulat (2010) anger bland annat snabbare strategiska processer, tidseffektivitet, tillgänglighet, möjlighet att använda kompetens oavsett geografiskt läge förutom de ekonomiska och

---

<sup>27</sup> Telefonintervju 20 april, 2010

miljömässiga vinsterna. Men i Sverige menar hon, är huvudargumentet för IT-möten miljön. I övriga Europa är det istället effektivitet, kompetens, inläring och tid som är i fokus.

Bilverkstäder, men även byggfirmor i viss mån, hanterar en stor mängd kemiska produkter. Om de läcker ut i mark eller till vatten finns det stor risk för omfattande olyckor och skador på människa och natur. Därför är både valet av vilka produkter som används, men kanske ännu mer hur de hanteras, förvaras och hur utrustning och lokaler hålls i skick, avgörande för att förebygga miljöskador.<sup>28</sup>

Folksams initiativ att hantera skaderegleringens viktiga miljöaspekter genom långtgående avtal med byggentreprenörer och bilverkstäder har styrt upp dem i sitt arbete och sina produktval, bland annat med hjälp av Byggmiljöguiden. Det arbetet har varit en viktig drivkraft till att många delar på ett fordon återbrukas idag. Detta görs i första hand eftersom det också finns ekonomiska vinster att göra. Det finns lokala och nationella företag som restaurerar och handlar med reservdelar.

Inom byggbranschen ställer t.ex. kommuner krav på byggföretagens miljöarbete och att det ska finnas bygg- och rivningsplaner idag. Återbruk sker i liten skala och mest för äldre byggtilar. Återanvändning av gammal betong som ballast i ny står för en stor del av återanvändningen.

### 3.8 Kapitalförvaltning med miljö- och etikanspråk

#### *Principer och organisation*

Det finns många exempel på icke hållbart agerande hos företag och organisationer. Exempelvis skickar flera av de bolag i Europa som släpper ut mest växthusgaser, bl.a. BP och EON, omfattande ekonomiskt stöd till amerikanska senatorer som förnekar den antropogena klimatförändringen. Det avslöjade den europeiska klimatorganisationen Climate Action Network (CAN) där också Naturskyddsforeningen är medlem<sup>29</sup>. Ett annat aktuellt exempel som Ekot (2010-11-01) rapporterade om är Världsbankens investeringar i Sydafrika. Världsbanken satsades i vad som kommer att bli ett av världens största kolkraftverk. Bankens mål är att öka andelen förnybart i sin portfölj, men under förra året ökade andelen kolkraft med 356 procent enligt Ekot. Stor elbrist i utvecklingsländerna står mot klimatpåverkan.

Idag räcker det ofta inte att enbart hantera miljöaspekterna av ett företags verksamhet. Det finns i många fall förväntningar från olika aktörer att företaget förhåller sig etiskt till exempel barnarbete, lönenivåer och arbetsmiljö. Därför används begreppet miljö/etik i denna rapport när dessa aspekter sammantaget åsyftas, men det är inte någon standardiserad definition.

Förvaltningen av försäkringspremierna är en väsentlig del av sakförsäkringstjänsten. De medlen ska täcka de skador som försäkringen omfattar för försäkringskollektivet. Merparten av de inbetalda försäkringspremierna förvaltas i räntebärande instrument därför att sakförsäkringar kräver snabb mobilisering för att kunna leverera hjälp för de kunder som behöver det. Till viss del förekommer också förvaltning i form av aktier och fastigheter. När det gäller aktier och företagsobligationer är det intressant att betrakta dessa företag utifrån miljö/etiska aspekter. Miljökravställandet inom övriga räntebärande placeringar är inte lika utvecklat som för aktier i dagsläget, men räntefonder med

<sup>28</sup> Intervjuer med miljöförvaltningar.

<sup>29</sup> [www.naturskyddsforeningen.se/natur-och-miljo/aktuellt/?news=18263](http://www.naturskyddsforeningen.se/natur-och-miljo/aktuellt/?news=18263)

etik/miljökrav är en stark trend i Europa<sup>30</sup>. Det finns ett fåtal strikt miljöetiska räntepapper utgivna av exempelvis Världsbanken och Europeiska investeringsbanken. Inom försäkringsbranschen är det mycket ovanligt med miljö/etik-krav på kapitalförvaltningen.

Inom portfölj- och fondförvaltning finns olika arbetssätt för att tillämpa miljö/etiska krav. De här finansiella tjänsterna och produkterna efterfrågas av konsumenter, pensionsförvaltare, svenska kyrkan, kommuner och andra stora kapitalförvaltare och erbjuds av bland annat av banker och fondkommissionärer. En utgångspunkt är att gynna hållbar utveckling genom att kräva att de företag man investerar i/lånar ut till tar miljömässigt och socialt ansvar vid produktionen av varor och tjänster. Nivåerna definieras ofta utifrån internationella konventioner och överenskommelser om miljö, arbetsrätt, mänskliga rättigheter. De mänskliga rättigheterna värnas bl.a. genom ILO:s åtta kärnkonventioner, 29, 87, 98, 100, 105, 111, 138 och 182, FN:s barnkonvention, artikel 32, arbetarskydd och den arbetsmiljölagstiftning i olika länder liksom den arbetsrätt, inklusive lagstiftning om minimilön och det socialförsäkringsskydd.

Syftet med att tillämpa etik/miljöaspekter på kapitalförvaltning verkar variera, det är ofta otydligt vad målet är för de produkter som finns på marknaden är. Tre huvudstrategier används av miljö/etiska fonder och förvaltare, ofta i kombination.

1. Exkludering av branscher som bedöms oetiska, exempelvis vapen, tobak och porr eller för att företagen bryter mot internationella normer/konventioner.
2. Positivt urval utifrån hållbarhetsaspekter (miljö, mänskliga rättigheter, affärsetik), kan ske på företags- eller branschnivå.
3. Dialog med företagen.

Den tredje strategin tycks ha ökat under senare år. Ofta finns det emellertid brister i hur transparenta fonder är med vilka principer de tillämpar och hur det går till<sup>31</sup>.

#### *Exempel på initiativ*

Här nedan redovisas några initiativ som förekommer när det gäller miljö/etisk kapitalförvaltning och rapportering.

Enligt Belgisk lag är det förbjudet att investera i företag som producerar personminor eller klustervapen.<sup>32</sup> FN har utformat principer för ansvarsfulla investeringar, UNPRI, som innefattar miljö och andra etiska aspekter. De är att:

1. Integrera Ethic Social Governance- (ESG)-faktorer i investeringsanalys och beslutsprocesser
2. Vara aktiva ägare och inkludera ESG-faktorer i ägandepolicys
3. Söka efter relevant information om ESG-frågor från företag man investerar i
4. Sprida acceptans och implementering av principerna
5. Samarbeta för att öka effektiviteten vid implementering av principerna
6. Rapportera om verksamheten och arbetet enligt principerna

---

<sup>30</sup> Nilsson, Anna 2010.

<sup>31</sup> Riddselius 2009

<sup>32</sup> Ethix 2007

SAM är en schweizisk fond som årligen utvärderar ca 2 000 internationella bolag med syftet att välja de bästa i respektive bransch utifrån hållbarhetsaspekter och där också konkurrensförmåga ingår. Ingen bransch utesluts på grund av att den i sig skulle vara ohållbar, som exempelvis olja och vapen. Det är utifrån denna lista som Dow Jones Sustainability Index baseras. Investerare kan använda sig av listan och sedan själv lägga ytterligare urvalskriterier.

Första till fjärde AP-fonderna har ett gemensamt etikråd sedan 2007. Fokuset ligger på att få utländska aktiebolag som bryter mot internationella konventioner för miljö och mänskliga rättigheter undertecknade av Sverige att upphöra med det.

Hållbart värdeskapande bildades 2009 av ett antal stora institutionella placerare, däribland flera av ap-fonderna, banker och försäkringsbolag i syfte att tillsammans ställa krav på de svenska börsnoterade bolagen för ökad hänsyn till hållbarhetsaspekter och för ökad transparens i rapporteringen av dessa.

GRI (Global Reporting Initiative) G3 är en internationellt väletablerad standard för hur ESG-frågor kan redovisas. Bakom den står bl.a. UNEP, OECD och Global Compact.

Naturskyddsföreningens finansiella kapital förvaltas enligt placeringspolicy fastställd av styrelsen, se bilaga 5. Den innehåller principer för både positivt och negativt urval och ett syfte att främja en hållbar utveckling.

## 4. Analys

### 4.1 Branschanalys

Sakförsäkringsbranschen sett ur ett svenskt eller nordiskt perspektiv, är koncentrerad till en knapp handfull stora bolag och med några få nyetablerare. Dessa nya företag har förändrat strukturen på marginalen, men det dominerande mönstret av några få, tongivande företag är bestående. Höga etableringshinder är en anledning till branschstrukturen. Det är ett oligopol. De stora företagen skiljer sig åt i sättet att organisera sig också och hur kundservice och skadereglering levereras. Till viss del kan skillnaderna förmodas bero på ägarskapet. Länsförsäkringar rankas högt i sin serviceleverans och representerar en framgångsrik avvägning mellan stordriftsfördelar och lokal förankring. Bil- och villaförsäkringar är stora produkter för sakförsäkringsbolagen. För försäkringsbranschens leverantörer för skadereglering dvs. byggfirmor och bilverkstäder av olika slag är strukturen mer heterogen. Trenden tycks dock vara att branschstrukturerna koncentreras. Det finns kedjor som kan leverera reparationer av t.ex. vindruteskador över i stort sett hela landet.

Enligt en konsumentundersökning är det vid skaderegleringen som kunder får en relation till sitt försäkringsbolag. Det är också då som flera av de viktiga valen sker när det gäller försäkringens miljöpåverkan. Därmed är det avgörande sanningsögonblicket för försäkringsbolagen just skaderegleringen. Där finns både kontaktytan och valmöjligheten för miljöbättre lösningar.

Vissa av företagen säger sig vilja utsträckning bygga relationer med sina kunder. Kan de behållas längre än ett år, minskar kostnaderna för att ständigt fylla på med nya kunder i den läckande kundbasen. Det skulle kunna sänka kostnaderna totalt för försäkringarna, allt annat lika. Samtidigt görs fler och fler

kontakter mellan bolag och försäkringstagare personliga genom användningen av exempelvis internet och mejl vilket kan ha en motsatt effekt, beroende på utformning.

För konsumenten finns få egentliga substitut till att teckna försäkringar. Konsumenten upplever oftast att hon måste ha bil- respektive villaförsäkring och för trafikförsäkring finns lagkrav. Att istället spara premiepengar och själv stå för kostnaden om en skada uppstår skulle kunna vara ett substitut.

Det finns många olika aktörer som påverkar företagets värderingar och strategier. Deras betydelse varierar över tiden beroende på förändringar i branschstruktur, trender, konjunktur mm. Aktörer kring försäkringsbolagen:

- *Kunder och dess företrädare*: privatkonsumenter, fackföreningar, medlemsorganisationer
- *Distributionskanaler*: försäkringsbolagen själva, banker, dagligvaruhandel, mäklare, bilförsäljare, medlemsorganisationer
- *Leverantörer*: skaderegleringsentreprenörer (byggfirmor, bilverkstäder etc.), reservdelsleverantörer, biltillverkare, byggmaterieföretag, återförsäkringsbolag, kapitalförvaltare, revisorer, konsulter, webbhotell, leverantörer av kontorsmaterial, reseleverantörer etc.,
- *Ägare*: aktieägare, moderbolag, kunder),
- *Anställda*: nuvarande, tidigare och framtida,
- *Övriga branschen och branschorganisationer*,
- *EU, stat, kommuner och regioner/landsting* genom bl.a. regleringar.

Företag i en bransch som är starkt koncentrerad, skyddade av relativt höga etableringshinder har ofta en tendens till orientering inåt, snarare än ut mot omvärlden. Den generella nivån på miljöarbetet i branschen kan vara ett tecken på det.

## 4.2 Miljöpåverkan och kravaspekter

Sakförsäkringar innefattar flera olika typer av verksamheter med sin profil av potentiell miljöpåverkan. Utgångspunkten för miljömärkningen är att finna de relevanta kraven att ställa för varje typ av verksamhet. För sakförsäkringar berörs många miljöaspekter, men på olika sätt beroende på om det är kontorens pappersförbrukning, elanvändning eller bilverkstadens kemikaliehantering som bedöms. Det handlar exempelvis om effekter på biologisk mångfald till följd av skogsbruk och pappersanvändning eller reglering av strömmande vatten, försurning och klimatpåverkan till följd av transporter, eller av en cocktaileffekt till följd av användning av långlivade, bioackumulerbara kemiska substanser, se bild 1 nedan för en principiell bild av resursanvändningen för tjänsten skadeförsäkring för bil/villa.

De objekt som dessa sakförsäkringar omfattar, har sin största påverkan under driften, dvs. när man bor i villan och när bilen används. Så mycket som 30 procent av energianvändningen i Sverige går till uppvärmning av byggnader. Att genom miljömärkningen av sakförsäkringar hitta vägar att underlätta för försäkringstagare att göra bra val i ett större perspektiv, än bara när det gäller försäkringar har varit en viktig fråga i arbetet med kriterierna. Försäkringsbolagen kan föregå som gott exempel, vara vägledande, ge information om bättre respektive sämre val.

Försäkringsbranschen har inte kommit lika långt som många andra branscher i arbetet med miljöfrågor. Miljö är ännu ingen viktig konkurrensfaktor bland företagen och miljöfrågor tycks inte vara

drivande för produktutvecklingen. Det finns många olika initiativ och med stor varians i hur genomgripande de är. Det viktiga miljöarbete som drivs, t.ex. genom Byggmiljöguiden, återtagande av farligt avfall m.m. verkar inte ha nått ut till kunderna ännu. Inget bolag verkar ha lyckats med en riktigt genomförd miljöprofilering. Det gör det svårt för konsumenter att välja produkt och företag utifrån miljöaspekter.

I branschen ökar informationsutbytet via internet och mejl. Trenden är generell för samhället som helhet. Syftet för företagen är bland annat att minska kostnader, pappers- och postanvändningen, men expansionen av internet sker till stor del utan energi- och kvalitetseffektivitet som drivande parameter. Därför är det viktigt att följa upp konsekvenserna av denna förändring. En målsättning kunde vara att dessa kommunikationssätt utvecklas energieffektivt och att elen som används är förnybar och med begränsad påverkan på biologisk mångfald. Kommunikationen påverkar också relationen till kunden.

Att använda bil är ofta det mest miljöbelastande sättet att åka eller resa, att transportera familj och saker. Ofta finns andra, betydligt mindre miljöbelastande alternativ. Det sätt på vilket bilar används idag är inte hållbart. Det krävs stora förändringar av stadsplanering, konsumtionsmönster, kollektivtrafik med mera för att det ska bli mer hållbart. Därför kan det tyckas rimligt att ställa krav på vilka typer av bilar som kan komma att åtnjuta möjligheten att försäkras miljömärkt. Det är dock problematiskt att via miljömärkningen försöka ställa krav på köparen. En möjlighet skulle kunna vara att istället styra med hjälp av ersättningsbil och vid totalskada.

Bild 1: Principiell resursanvändning för en bil- eller villaförsäkring.

Händelse	Försäkringen tecknas	Försäkringen löper	Skadereglering**
Aktivitet/ funktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikation, försäljning</li> <li>• Avtalstecknande</li> <li>• Förebyggande åtgärder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finansiella placeringar</li> <li>• Återförsäkring</li> <li>• Juridisk, organisatorisk och finansiell beredskap för skadereglering</li> <li>• Närbarhet</li> <li>• Förebyggande åtgärder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspektion av skada</li> <li>• Reparation/ ersättning</li> <li>• Uppföljning</li> <li>• Kommunikation</li> <li>• Förebyggande insatser</li> </ul>
Typ av resurser	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> <li>• Kapitalplaceringar</li> <li>• Försäkring hos återförsäkringsbolag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontor*</li> <li>• Byggmaterial, reservdelar, färg, kemiska produkter</li> <li>• Energi</li> <li>• Resor</li> <li>• Godstransporter</li> </ul>
Exempel på miljö-belastning	Ex: utsläpp av klimatgaser, radioaktivt avfall och utsläpp/risk för kärnkraftsolycka, hälsovådliga luftutsläpp, hormonstörningar av ftalater.	Ex: Påverkan på företags (även återförsäkringsbolags) strategier, mer eller mindre hänsyn till och påverkan på miljö m.fl. etiska aspekter.	Ex: Faktiska utsläpp och risker för utsläpp av miljö- och hälsovådliga ämnen, utsläpp av klimatgaser, resursförbrukning, påverkan på biologisk mångfald i skogen. Reparationer kan påverka framtida risk för skador och löpande miljöpåverkan från drift.

\* I begreppet kontor inbegrips många typer av resurser, exempelvis förutom lokaler/möblering/inredning, personal, vatten, el, värme, it/webbplats/server, avfallshantering/återvinning/kompostering, callcenter, mejl, post, telefon, möten/resor (även till och från arbetsplatsen), transporter och städning. \*\* Skador och därmed reglering inträffar inte inom alla försäkringsavtal.

I skaderegleringen, exempelvis vid reparationer av plåtskador och våtrumsskador används många olika produkter och metoder. Val av olika lösningsmedel, färger, limmer och hanteringsmetoder ger olika grad av miljöpåverkan genom utsläpp till luft, mark och vatten.

### 4.3 Marknadsförutsättningar

Få försäkringsköpare sägs idag fråga efter ”miljö”. Förstudien kan dock inte visa varför det är så, om det beror på att produkterna inte finns, eller om det är så att motivationen saknas. Aktiviteter och engagemang gällande andra produkter talar för att det finns ett latent behov av ”miljöprodukter” även på försäkringsmarknaden. Efterfrågan på ekologisk mat, miljöfonder mm. talar för att samma kunder gärna vill vara med och påverka den stora sfär som försäkringsbranschen utgör i form av kapitalplaceringar och bil- och byggentreprenörer.

Miljömärkning engagerar bara en delmängd av konsumenterna. Med information om vilka de sämsta produkterna är kan fler börja göra aktiva val, liksom WWF:s fiskguide och EU:s energiklassning av vitvaror.

När det gäller konsumenter antas forskningen på dagligvaror kunna ha viss relevans för försäkringsprodukter. Till stor del är det upp till den som erbjuder produkten att göra den attraktiv och tillgänglig nog för att bryta invanda mönster. Utmaningen ligger i att koppla de välkända miljöaspekterna till försäkringarna. När det gäller hur varor köps i butiker, är butikspersonal och varornas paketering och placering avgörande för att konsumenten ska välja ekologiskt. På motsvarande sätt torde marknadsföring, framträdande plats på webbsida, aktiva och välinformerade försäljare och



rådgivare vara viktiga faktorer för försäljningen av miljömärkta försäkringar. Framgången bör ligga i att paketera dem som både ett försäkringskydd och också ett sätt att konkret hantera miljöfrågor såsom klimat och kemikalieanvändning.

Det finns också en omfattande användning av bilar i företag, kommuner och andra organisationer genom eget ägande, leasing, hyra osv. I linje med dessa organisationers miljöpolicies och upphandlingskrav, borde också de försäkringar som köps vara miljömärkta.

#### 4.4 Förutsättningar för miljömärkningen

I miljömärkning är det lättast att ställa krav på och att följa upp den verksamhet som ligger i eller nära den potentiella licenstagaren, i detta fallet försäkringsbolaget. Det är rimligt att ställa samma typ av krav på försäkringsbolagen som Bra Miljöval gör på t.ex. butiker. Miljöpåverkan från företagets egen verksamhet, olika leverantörers verksamhet/produkter ingår också att granska, liksom produkten som miljömärks. I övervägningen av vilka krav som sätts och hur höga de är, ingår att göra en avvägning mot hur svårt det är att anpassa verksamheten för att klara dem.

Sakförsäkringarna innebär många olika typer av miljöbelastning: från kontorsdriftens el-, värme- och pappersanvändning, resor, städning, till kapitalplaceringar i företag med hållbarare eller ohållbarare verksamheter och produkter och alla de sätt som natur och miljö påverkas av det, till skaderegleringens olika åtgärder och användning av kemiska produkter, byggmaterial och reservdelar och den påverkan på naturresurser, utsläpp till luft, vatten och mark och på biologisk mångfald som det ger.

”Positiv” miljömärkning är möjligen inte det kraftfullaste verktyget, men det möjliga. Miljömärkning är frivillig och det vore svårt att få till stånd konkret ”negativ” märkning som licenstagare får betala för att erhålla. Forskning har visat att det är de redan engagerade som nås med hjälp av positiv information. För att involvera även de som inte automatiskt funderar över miljöfrågornas koppling till sakförsäkringar kan det krävas komplettering med negativ information, det vill säga hela skalan. Ett sätt kan vara att identifiera ”svarta” produkter för att skapa en bakgrund för de miljömärkta produkterna att framträda mot. Det sistnämnda ingår inte som uppgift för en miljömärkning, utan är ett arbetssätt som ibland används av Naturskyddsföreningens arbete som grön konsumentrörelse.

##### *Skaderegleringen*

Det finns gemensamma drag hos skaderegleringen kopplade till både villa- och bilförsäkringar. Materiella skador ska repareras, ersättas, återställas. Till följd av det används olika kemiska produkter, osv. och det finns ett antal principer att tillämpa. Som målsättning för skaderegleringen skulle en minskning av användningen och spridningen av farliga kemikalier och en ökning av andelen återbrukade material/delar vara. Våtrumsskador är den i särklass vanligaste skadan för villaförsäkringar vilket innebär stora kostnader och omfattande miljöbelastning. Det vore intressant att hitta sätt att förebygga genom standardlösningar för att välja respektive undvika särskilt effektiva lösningar och undvika de riktigt dåliga.

Återbruk och reparation av skadade delar tillämpas inom bilförsäkringar. Det finns hos vissa konsumenter, enligt intervjuerna ett visst motstånd mot att få en ”gammal” del, man förväntar sig en ny.

Andelen återbruk kan förmodligen ökas och ske i fler fall och hos fler verkstäder. Däremot verkar det vara gängse när det gäller skador på hus. Idag finns handel med begagnade byggdelar, men det kräver nya arbetssätt och planering för att etablera återbruk i de fall det är möjligt med avseende på avstånd, tillgänglighet osv. I vissa fall är det rimligt att anta att byggdelarna behöver provas. Återbruk av byggdelar är ingen ny företeelse, det finns testmetoder, marknader mm. att börja använda i större skala.

#### *Skadeförebyggande arbete*

Skadeförebyggande arbete framhölls av flera intervjuade som mycket viktigt i deras miljöarbete, men det verkar vara svårt att visa på effektiva metoder i praktiken. Till viss del beror det på den snabba omloppstiden för kunderna. När villa- och bilförsäkringar analyseras från ett miljöperspektiv, så intar skaderegleringen en framträdande plats. Det ligger nära till hands att se de miljövinster som ett skadeförebyggande arbete kan leda till i förlängningen. Det har viss likhet med när hotellbranschen inledningsvis bad sina hotellgäster att inte slänga handduken på golvet om de kunde tänka sig att använda den fler gånger. På så sätt förebyggs onödig miljöbelastning; och kostnader<sup>33</sup>. Liksom i handduksfallet har även det skadeförebyggande arbetet till viss del ett inneboende problem, är fokus på vem som ansvarar för hur miljöpåverkan kommer att ske. Att skadeförebygga, i samarbete med försäkringstagarna torde vara ett givet första steg och det är bra att vara kreativ för vilka effektiva, konkreta krav man kan ställa på försäkringstagaren, som t.ex. skvellerskydd som leder vattnet från en läckande ledning under diskbänken ut på golvet så att husägaren blir varse och agerar före en vattenskada uppstått. På så sätt kan bitar av kostnader och miljöbelastning kapas. Dock innebär tjänsten försäkring och även hotell, att kunden efterfrågar en leverans. Återställande då en olycka varit framme, och ett rum med säng, linne, handdukar, uppvärmning med mera i hotelfallet. Frågan är vad som sker med den stora merparten av skadereglering respektive hoteldrift? Där kan krav på kemikalier, återbruk, uppvärmning, energieffektivisering etc. ställas och där har försäkringsbolagen full makt att välja.

Trafikverkets (tidigare Vägverkets) konsekventa arbete med nollvision för dödsoffer i trafiken skulle som tankemodell kunna tillämpas på skador för bil och villor. Då skulle miljö och kostnader vara det som är önskvärt att undvika. En risk skulle dock kunna vara att allt ansvar läggs på den enskilde konsumenten att lösa världsproblemen genom att undvika t.ex. vattenskador och stenskott. Dels blir det ett för tungt och orättvist ansvar och dels ligger inte hela lösningen där, även försäkringsbolagen kan ju göra mycket för att begränsa miljöbelastningen. Det finns en viss parallellitet med diskussionerna om att slänga mat. Det är ett reellt och viktigt problem, men om alla ansträngningar stannar där, i konsumentens kök, så begränsas också miljövinster.

#### *Kapitalplaceringarna*

Försäkringsbolagen är mycket stora kapitalförvaltare. Förvaltningen måste anses som en väsentlig del av sakförsäkringar. En miljömärkt försäkring borde rimligen ha etiska principer för hur försäkringskapitalet förvaltas. De intressanta frågorna torde hänföra sig till två huvudgrupper:

---

<sup>33</sup> Hotellens handduksuppmaningar sägs ha givit upphov till begreppet greenwash.

- Hur kan ett ägande/icke-ägande av andrahandsaktier användas som drivkraft för att påverka företag till mer hållbara strategier och produkter?
- Utforma en portfölj som uppfyller förväntningarna på att vara mer ”hållbar” eller ”etisk”, i förhållande till börsen som helhet.

Den första indikerar att ägandet handlar om att vara drivande i en process och att utnyttja den förhandlingskraft, position mm. som kapitalet ger till att växla ut så mycket hållbar utveckling som möjligt hos företagen. Det finns en rad olika alternativ att utnyttja; att välja, välja bort, att informera om sina beslut till olika aktörer, skapa allianser med andra ägare och andra aktörer kring företagen.

Den andra punkten kan ses som en delstrategi för att uppnå det första; bara de hållbaraste får ”utmärkelsen” av att vara med i t.ex. en etisk fond. Det tycks också vara vad sparare förväntar sig, nämligen att det är ”gröna” företag i en ”grön” fond.

Investeraren kan välja vilken nivå av ansvar som krävas av företagen/investeringsobjekten. För de statliga pensionsfonderna är utgångspunkten vilka konventioner Sverige skrivit under rimlig, men det är inte ett eget etiskt övervägande. Sverige har inte undertecknat och ratificerat alla konventioner och avtal, alla sådana räcker inte heller för att säkra en hållbar utveckling. Andra investerare kan välja en annan utgångspunkt för sitt ställningstagande i miljö/etiska frågor. Frågan om miljö/etiska placeringar har funnits i den allmänna debatten drygt ett decennium och frågan blir allt aktuellare. Det torde vara rimligt att anta att mer kommer att hända också på utbudssidan. En viktig faktor kan vara oviljan att avvika från index, dvs. att avstå från att investera i de stora bolagen på den svenska börsen.

Det är oklart vilken direkt effekt påverkansdialog med aktiebolag som bryter mot hållbarhetskriterier har. Orsaken till att starta dialog verkar oftast vara när något missförhållande uppdagas via media.

## 4.5 Miljö som konkurrensfaktor

De lägst hängande frukterna vad gäller miljöåtgärder torde vara skadeförebyggande arbete. Det pågår redan hos de flesta bolagen i någon form. Här är både bolag och kunden företagsekonomiskt\* vinnare genom sänkta kostnader och lägre försäkringspremier. En effekt av färre skador är att belastning på naturen och miljön undviks.

Stora delar av branschen har fokus på klimatfrågan, vilket riskerar att ge suboptimerande utveckling när andra miljöproblem förbigås. Risker med användning av kemikalier och konsekvenser av cocktaileffekten, vissa typer av elproduktion med mera lämnas därhän. Kunskaperna om samhällets utmaningar av miljö- och andra etiska aspekter är idag stora och spridda i samhället. Det kan underlätta utmaningen att lansera en miljömärkning på en marknad där miljöaspekter inte idag är en konkurrensfaktor.

I dagligvaruhandeln har de tre stora matvarukedjorna haft ett stort inflytande över hur ekologiska och miljömärkta varor kunnat nå konsumenterna. På försäkringssidan sker försäljningen inte på samma sätt. Här faller istället ansvaret på försäkringsbolagen själva, eller på de olika förmedlare/kanaler som ökar i betydelse; mäklare, bilförsäljare, banker, prisjämförelsesajter.

Det är fritt för försäkringsbolagen att välja marknadsförings- och prisstrategi för de miljömärkta försäkringarna. Om alla företagens försäkringar i kategorin bil och villa miljömärks, kan ett starkare

budskap formuleras; företaget har tagit ställning och valt att erbjuda sina kunder en viss kvalitetsnivå. Om istället bara en andel av försäkringarna miljömärks och säljs enbart på direkt efterfrågan från kunderna, kommer vissa särskiljningskostnader att uppstå. Dessa kan företaget välja att slå ut på alla produkter eller bara låta den miljömärkta produkten bära.

Vissa av åtgärderna som föreslås i kriterierna innebär en reducerad risk och därmed kostnad för försäkringsbolagen. Strandnära lägen har större risk för översvämningar än andra och därmed högre kostnader för försäkringskollektivet, vilket skulle kunna motivera högre premie. Ur miljömärkningsperspektiv kan man tänka sig att inte diskriminera redan byggda villor och fritidshus med dålig placering, men att likt elmärkningskriterierna visa att nya, tillkommande etableringar med detta riskläge inte kan bli aktuella för miljömärkta försäkringar. På så sätt skulle två kostnader reduceras: risken för försäkringskollektivet och intrång i strandtillgängligheten för allmänheten.

Starten av miljömärkningen av papper visar en intressant utveckling. Nivån på kraven för en miljömärkt produkt är till stor del en avvägning mellan opinion för frågan och svårigheten för företagen att leva upp till kriterierna. Dock får kriterierna inte vara för låga, då kommer de inte att upplevas som trovärdiga på marknaden. I fallet med sakförsäkringar är opinionsläget okänt specifikt för miljöfrågan kopplat till produkten. Ingen preferens kan uttryckas av kunderna, när miljökvaliteten av försäkringar inte är känd och exponerad. Däremot är intresset för de stora miljöfrågorna stort.

Kriteriehypoteserna för försäkringarna skiljer sig från läget i pappersmärkningens begynnelse: då fanns inte någon teknisk lösning. När det gäller försäkringar har enskilda försäkringsbolag, finansiella förvaltare med flera genomfört bra arbetssätt och nivåer för miljöprestanda. Det är inte stora, nya investeringar som ska göras som när ett massabruk ska byggas om. Dock kan det kräva viss tid att organisera, sluta avtal, skapa system för uppföljning och att utbilda.

### *Köparen*

När konsumtionen av materiella föremål ökar medför det ett ökat behov av att underhålla och reparera dessa. Modetrender, teknikutveckling, värderingar och ökat konsumtionsutrymme driver förändringen av bilparken, boendeyta per capita och användningen av elektroniska produkter.

Att köpa bil eller villa är för de flesta hushåll en stor affär och därefter ofta ett pågående ”projekt” som kräver uppmärksamhet och åtgärder. Många problem ska lösas, val ska göras, även när det gäller försäkringsbolag. Många av åtgärderna exempelvis måla fasaden eller köpa ersättningsdäck, har både miljökonsekvenser och påverkar objektets prestanda ur försäkringsperspektiv.

Kunskap om den miljöbelastning våra produktions- och konsumtionsmönster utgör är idag större än någonsin. Miljö är dock enligt branschföreträdare och konsumentorganisationen idag inte en viktig konkurrensfaktor på sakförsäkringsmarknaden. Det är svårt att förutsäga vilka förutsättningarna för en miljömärkning på den marknaden skulle vara. Dock ökar andelen sålda ekologiska livsmedel, komplexa produkter såsom miljömärkt el, miljöbilar, KRAV-märkt mat med mera ökar. Det finns insikter som skulle kunna överföras till försäkringsprodukter.

### *Försäkringsbolagen*

Ur klimatperspektiv drabbas försäkringsbranschen tidigt. Mer regn ger t.ex. översvämningar som ger skador på egendom. Det ligger i bolagens och försäkringskollektivens eget intresse att förebygga och minimera skadorna. En ökad medvetenhet om risker med olika lägen och prisdifferentiering kan styra nyetablering av byggnation så att stora risker undviks.

En lyckad satsning på miljömärkning av ett försäkringsbolag, skulle förmodligen innebära ett större engagemang från kundernas sida genom förbättrade kundrelationer och högre lojalitet och därmed sänkta kostnader för nyrekrytering, ökad spridning av word-of-mouth och även merförsäljning är rimligt att anta. Vilken strategi försäkringsbolagen väljer att ta vad gäller sitt sortiment av försäkringstjänster kan förmodas ge konsekvenser för hur försäkringstagarna upplever produkten och företaget. Särskilt då miljöfrågan inte har väckts på allvar i branschen ännu, skulle ett tydligt ställningstagande genom ett brett utbud av miljömärkta produkter upplevas tydligare av konsumenten..

Miljöpåverkan från villor och hus kan delas upp i byggnadens olika skeden. *Tillverkningsskedet*, när den tillverkas eller byggs står för en stor påverkan och dessutom påverkas själva *användningsfasen* beroende på hur bilen eller villan är utformad. För både bilar och hus gäller i de flesta fall att den största delen av miljöpåverkan sker då dessa används, inte vid tillverkningen, dvs. då bilen körs och när man bor i villan. För småhus visar livscykelberäkningar att så mycket som 85 procent av energin används under brukarskedet och 15 procent vid tillverkningen<sup>34</sup>, men även vattenförbrukning torde följa samma mönster. För många bilar, men framför allt villor gäller att man gör restaureringar, ändringar och underhåll, åtgärder som kan hänföras till ”investeringar”. Tillverkningen är dock avgörande – då disponeras bilen eller villan för att orsaka större eller mindre miljöavtryck. Då beslutas om sunda och återbrukade material och lösningar och möjligheterna för återbruk.

En mer genomgripande reparation påverkar objektet på samma sätt; framtida miljöpåverkan bestäms då. Då objektet inte används längre inträder *restproduktsskedet*. Då kan produkten återbrukas, material kan återvinnas, bearbetats och i sista hand kan materialet energiåtervinnas innan slutresten deponeras. Försäkringsbolagen skulle kunna spela en roll för att öka miljöanpassade beslut när det gäller nybyggnation, renoveringar och återbruk. De kan t.ex. guida nybyggare, återbruka vid skadereglering och ge råd när det gäller energilösningar och byggmaterial.

Miljömärkning med Bra Miljöval innebär att Naturskyddsföreningen lånar ut sin goodwill till de tjänster och varor som lever upp till miljökriterierna mot en licensavgift. Systemet bär sina kostnader över tiden och det innebär att också en märkning av sakförsäkringar kommer att vara avgiftsbelagd.

Sammantaget förfogar försäkringsbranschen över ett mycket stort kapital. Det är en central del av försäkringstjänsten. Vare sig det är kortare eller längre engagemang på aktie- eller räntemarknaderna, så torde potentialen vara mycket stor för bra genomförd förvaltning med avseende på miljö- och etiska aspekter. Skulle de krav som ställs dessutom samordnas mellan bolagen i Sverige skulle genomslaget på aktiebolagens strategier och drift bli större. På detta område är det inte Sverige som ligger längst fram,

---

<sup>34</sup> Tänk nytt, tänk hållbart – att bygga och förvalta för framtiden., 2000. Miljövårdsberedningen

utan det finns förmodligen mycket att vinna på en internationellt samarbete med försäkringsbolag och andra stora ägare i t.ex. Schweiz, Storbritannien, USA.

Företag med ohållbara branscher, produkter och strategier kan samtidigt vara duktiga på att rapportera om ESG-frågor\* och därmed komma högt i rankingar som tar hänsyn till det. Företag i dessa branscher gör ofta själva eller genom branschföreningar, lobbyister mm. satsningar på att motarbeta insatser som Naturskyddsföreningen och andra miljöorganisationer gör. Det skulle kunna vara en urvalsgrund för etiska placeringar.

## 5. Slutsatser

### 5.1 Försäkringar att miljömärka

Försäkringsbolagen har ett stort ansvar för att förebygga miljöpåverkan genom den stora omsättning i bygg- och bilverkstadsbranscherna och den stora kapitalförvaltning som branschen står för. Dessutom är företagen stora arbetsgivare och kan vara ett gott föredöme i samhället. Bil- och villaförsäkringar är något som de flesta konsumenterna kommer i kontakt med på ett eller annat sätt, men det är få som är engagerade i annat än pris. Miljö har hittills varit en icke-fråga på marknaden, mycket få konsumenter frågar efter "miljö" och miljöerbjudanden av sakförsäkringar saknas. Dock torde större, kortsiktig potential ligga i försäkringar kopplade till bilar använda av företag. Skaderegleringen omsätter stora summor i bilverkstads- och byggtreprenörsbranscherna. En viktig del av sakförsäkringarna är att försäkringsbolagen förvaltar över ett mycket stort kapital; de inbetalda försäkringspremierna. Försäkringsbolagen har således ansvar för en stor omsättning i bilverkstads- och byggtreprenörsbranscherna, stor kapitalförvaltning i värdepapper och fastigheter, likaväls om sin egen efterfrågan vad gäller driften av själva bolaget.

Bil- och villaförsäkringar är paket av flera olika tjänster. Sammansättningen varierar mellan olika produkter och företag som erbjuder dem. De försäkringar som omfattas av förstudien och kriteriehypoteserna är alla de försäkringar där objektet är en bil eller ett småhus och som innebär ett tillgång till reparationer om skador objektet uppstår.

Branschen är ett oligopol, vilket i sig inte är en bra förutsättning i sig för miljömärkning. Men försäkringsbranschens företag är positiva till miljöfrågorna och flera har visat stort intresse för arbetet med förstudien. Klimatfrågan är den miljöaspekt som flest aktörer i branschen har i fokus. Det är på branschen ansvaret ligger om en lansering av miljömärkning ska lyckas i nuläget. Det är troligt att andra aktörer såsom kunder, anställda och ägare framöver kan komma att bli starkare drivkrafter i miljöfrågan, om inte bolagen själva tar mer initiativ.

De krav som formuleras i kriteriehypoteserna går relativt snabbt att ställa om till, jämfört med att investera i ny blekningsprocess i ett pappersmassebruk. De stora insatserna handlar om utbildning, information, organisation och avtal med leverantörer samt uppföljning. Det finns förutsättningar genom den kompetens som finns runt om i Sverige tack vare många enskilda initiativ där företag har börjat hantera dessa frågor och där Folksam har varit banbrytande, bland annat med Byggmiljöguiden.

Rimliga målsättningar för kriterier för bil- och villaförsäkring, mot bakgrund av vad som framkommit i förstudien, borde vara:

- reducera användningen av kemiska produkter
- öka medvetenheten om energianvändningen i kontor, fastigheter, skadereglering och driva på effektivisering
- sätta miljö- och etiska ramar för det förvaltade kapitalet hos försäkringsbolagen
- styra hur skadereglering sker så att bra produkter och metoder väljs och dåliga undviks
- öka kunskapen hos bilverkstäderna om hanteringen av farliga kemiska produkter

## 5.2 Försäkringsbolagen

### *Kommunikation och paketering*

Försäkringsprodukter med miljöhänsyn måste etableras på försäkringsmarknaden, den finns inte där i dagsläget. Utmaningen ligger i att tydliggöra kopplingen mellan försäkringstagaren, objektet och tjänsten försäkring och hur en minskad miljöpåverkan är möjlig. Ansvaret att lansera, kommunicera och exponera de miljömärkta försäkringarna faller på försäkringsbolagen. En viktig betydelse har också förmedlare av olika slag (bilförsäljare, mäklare, banker, webbsidor med prisjämförelser). Lågt engagemang i produkterna kräver tydlig information över hela skalan; dels tydligt vad som är miljömärkt och varför och dels hur dåligt det kan vara om konsumenten inte gör ett aktivt val.

Socialt tryck har betydelse för andra konsumentprodukter. Genom att stötta köpare av miljömärkta produkter att tydliggöra sitt ställningstagande som köp av miljömärkta försäkringar utgör, kan det ge motivation till andra konsumenter att reflektera över sina val.

### *Skadereglering och relationen till försäkringstagaren*

Försäkringsbolagen skulle kunna ta på sig ett tydligare roll för att guida sina kunder till mer återbruk, sunda och välbeprövade material och metoder, bra energi- och vattenlösningar, med målsättningen att göra objekten säkrare och hållbarare men det är svårt att ställa krav på.

Skaderegleringen tycks vara det sanningens ögonblick då det finns möjlighet för försäkringsbolaget att visa skillnaden med produkter märkta med Bra Miljöval och att använda det till att bygga en bra relation till kunden. På så sätt kan också word-of-mouth stärkas så att mervärdet kan spridas också till andra konsumenter.

Skadeförebyggande arbete finns redan hos många bolag. Premien kan bli lägre om husägaren har skvallerskydd och brandlarm installerat. Genom att koppla potentiella skador till miljöpåverkan och tydliggöra att det är ett gemensamt ansvar för försäkringstagaren och försäkringsbolaget skulle vissa försäkringstagare få en ökad motivation att anta förslag på lösningar och beteenden som minskar risken för miljöpåverkan och skador. Det finns dock risk för greenwash om endast detta blir ett företags miljöarbete och det kommuniceras så mot konsument. Det har stora likheter med hotellens inledande ansats att uppmana kunderna att hänga upp handduken och kommunicera det som miljöarbete.

### *Finansiella placeringar*

Miljö/etiska krav på försäringsskapitalet ställs bara i mycket begränsad utsträckning i dagsläget. Den största delen förvaltas i räntebärande instrument, men 27 procent (2009) var placerade i aktier. Arbetet med miljö/etiska krav har kommit längst när det gäller fondprodukter och andra portföljer när det gäller aktier.

Miljö/etiska finansiella placeringar kan baseras på principer om urval och påverkan på företagen. Bedömning och uppföljning bör vara en del av systemet för etiska placeringar. Företag med ohållbara produkter, i ohållbara branscher och med oetiskt agerande bör uteslutas i en portfölj som ska kallas miljö/etisk. Aktivt urval av de hållbaraste branscherna och företagen i respektive bransch är troligtvis också viktiga strategier för att placeringarna kunna vara en stark drivkraft. Urvalskrav är troligen rimliga krav att ställa först i nästa generations kriterier.

Lika viktiga som principerna och hur de förmodas kunna bidra som drivkraft mot hållbarare beslut och/eller fungera för att göra ett bra urval, är själva tillämpningen. Ett robust system för hur principerna tillämpas och uppföljning av att de kontinuerligt följs i försäringssbolagets portfölj.

Transparens och kommunikation om de beslut som fattas är förmodligen också viktiga för att växla ut så mycket drivkraft som möjligt på denna sfär.

## 5.3 Om kriteriehypoteserna

För själva kriteriehypoteserna, se bilaga 1.

### *Principer*

Villa- och bilförsäkringar är tjänstepaket där en rad olika system kopplas samman. Miljöpåverkan sker på olika sätt, och några tydliga aktörer och verksamhetsområden kan urskiljas. Försäringssbolagens egna kontor, finansiella förvaltning och skadereglering är de viktigaste. Där fattas beslut med stor miljöpotential.

De relevanta miljöaspekterna är många. Utgångspunkten är sakförsäkringarna och leder till de miljöavtryck de gör både i form av skogsbruk, klimatpåverkan, vattendragsregleringar, kemikaliehantering mm. Kriterierna syftar till att påverka försäringssprodukten så att de hållbaraste alternativen väljs för de miljömärkta försäringarna.

Ju närmare licenstagaren beslut om miljöval ligger, desto lättare är det att ställa krav och att kontrollera utfallet.

Kriteriehypoteserna presenteras i en bruttolista, vilket betyder att flera inte kommer att finnas med i ett första kriteriedokument.

### *Struktur*

Förslaget på miljökritierier innehåller krav som utgår ifrån de olika typer av aktiviteter som ger miljöpåverkan från sakförsäkringarna. Det innebär inte att alla miljöaspekter finns med men kriterieförslaget baseras på en helhetsbild. Hypoteserna omfattar kriterier för de mest väsentliga aspekterna, som, om de efterlevs i leveransen av en försäringstjänst ska kunna märkas med Bra



Miljöval. I kriterierna kommer också att anges vad som kan märkas, dvs. vad Naturskyddsföreningen definierar som en märkbar försäkring. Detta kommer att utgöra en grund och det blir upp till potentiella licenstagare att erbjuda produkter som innehåller grunddefinition med eventuella tillägg, men däremot inte mindre.

*Bild 2: Områden för miljökriterier för sakförsäkringar.*



Vissa krav ställs på försäkringsbolaget självt: energianvändning, upphandling, möten/resor, godstransporter mm. Andra krav ställs på den finansiella förvaltningen och gäller principer för urval och system för kontroll. På skaderegleringen är vissa krav generella såsom att licenstagaren ska ha avtal innefattande krav på miljöprestanda med de bilverkstäder, byggtreprenörer som levererar skaderegleringstjänster.

Kontroll av att kriterierna uppfylls görs på tre sätt: ansökningsförfarande, årlig revision och stickprov. För revisionens utformning finns exempel på Naturskyddsföreningens webbsida för miljömärkningen Bra Miljöval på andra produkter.

## 5.4 Felkällor

Under arbetets gång kan det faktum att Folksam finansierat förstudien varit orsak till försiktighet hos de övriga aktörerna i branschen. Det är möjligt att svaren kunde ha varit annorlunda om Naturskyddsföreningen själv stått för finansieringen. Därför bör resultaten av undersökningen läsas med detta i åminne.

## 6. Fortsatt arbete

Förstudien går ut på bred remiss till bransch, olika berörda organisationer, myndigheter och Naturskyddsföreningens organisationer. Därefter fattar föreningen beslut om en miljömärkning ska

lanseras. Isåfall formuleras kriterier, licensvillkor mm. och därefter sjösätts ett nytt miljömärkningsområde.

Det finns likheter mellan skaderegleringens olika verksamheter och miljömärkningen av el. De flesta kraven i miljökriterierna för Bra Miljöval el, riktas mot elproduktionen. Elen produceras i enskilda kraftverk, ibland inom samma koncern som säljer den till slutanvändaren, men ofta handlas också elen. Inom elmärkningen finns ett behov av att på förhand kunna meddela potentiell elköpare, huruvida produktionen uppfyller Naturskyddsföreningens kriterier. Det skulle kunna komma att bli så, att verkstäder och byggtreprenörer upplever ett behov av att kunna uppvisa intyg på att de uppfyller miljömärkningskriterierna.

Hur viktig miljöaspekten är bland konsumenter på sakförsäkringsmarknaden är inte känt idag. Försäkringsköpare möts inte av ett utbud där denna faktor är särskiljande och kan därför inte heller ta ställning till ett sådant erbjudande. För att höja intresset, finns ett antal olika åtgärder som kan vidtas. Exempelvis kan transparensen ökas genom undersökningar av produktutbudet, för att visa på hela skalan och tydliggöra att det ur miljösynpunkt finns stora skillnader redan idag.

Arbetet med den här rapporten har visat på ett antal områden som är möjliga att utreda vidare för att miljömärka fler produkter än bil- och villaförsäkringar. Miljömärkning räcker inte som verktyg för att skapa hållbara lösningar, men det är ett verktyg med sina styrkor och svagheter. Andra strategier måste också till, t.ex. när det gäller själva objekten för sakförsäkringarna och synen på återanvändning i stort och när det gäller skaderegleringsmetoder.

En tydlig utvecklingsväg är att utvidga möjliga områden för miljömärkningen att omfatta t.ex. småföretag, hem, gårdar, fastigheter, småbåtar etc. Produkterna skiljer sig förmodligen åt på viktiga punkter, varför det är bra att undvika att ha ett alltför generellt kriterium. Ett sådant skulle öppna för en mycket stor flora av produkter som i dagsläget kan vara svår att överskåda miljönyttan av. I denna förstudie har vi tagit ställning till produkter med betydande marknad, tydlig materialomsättning i skadereglering och kapitalförvaltning. Det finns eventuellt intressanta paralleller till sambandet mellan beteende hos försäkringstagaren kopplat till risk till följd av nykterhet å den ena sidan, och miljöbra beteende å den andra.

Olika finansiella produkter är ett annat mycket aktuellt område. Genom arbetet med förstudien har det blivit tydligt att detta strategiska område har ökat betydligt i aktualitet under de senaste åren. Intresset för etik och miljö kopplat till framförallt aktiefonder är stort bland konsumenter och medialt. Det tycks vara ett gott marknadsläge för att i en fokuserad studie, utreda möjligheterna för miljömärkning av bland annat fonder.

De stora, internationella företagen har enorma omsättningar och tillgångar och därmed inflytande över resurser, miljö, arbetsvillkor med mera. Idag förväntas av företagen att de ska vara goda samhällsmedborgare och det finns flera processer såsom Global Compact\*, GRI\*, standardisering som tar hand om denna förväntan. Trots det fortsätter miljö- och etiska problemen.

## Förklaringar

*Allokering* – term som används inom livscykelbranschen. Allokering betyder att fördela. Exempel: bränsleförbrukning och utsläpp från en färja fördelas på både passagerarna och godset som transporteras samtidigt enligt viss princip (exempelvis ekonomisk eller vikt, dvs. hur mycket omsättning/massa som gods respektive passagerare står för).

*Allrisk* – extra tillval till försäkring som kan täcka skador som man själv orsakar annan/annans egendom. Drulleförsäkring å andra sidan kan täcka skador på den egna egendomen. Det finns olika benämningar; otur-, plus- osv.

*Ansvarsfullt ägande* – kapitalplaceringar där olika solidariska principer tillämpas. Det finns ingen fast definition, men ofta läggs fokus på aktivt ägande.

*Ansvarsförsäkring* – om försäkringstagaren orsakar någon annan/annans egendom.

*Avtalsförsäkring* – försäkringsskydd för arbetstagaren om det finns kollektivavtal.

*Backcasting* – att definiera målet och utifrån det ”se bakåt” för att finna ut hur man skulle kunna ta sig dit från dagens läge<sup>35</sup>.

*BASTA* – system för att fasa ut särskilt farliga ämnen ur byggvaror och –material. Leverantören deklarerar sin produkt och ansvarar för att produkten uppfyller kraven. Stickprovskontroller genomförs.

*Bilförsäkring* – ofta en kombination av den enligt lag obligatoriska trafikförsäkringen och den frivilliga motorfordonsförsäkring.

*Byggmiljöguiden* – Folksam:s guide med listor över olika byggprodukter och –material. Olika miljö- och hälsoaspekter rankas.

*Cocktaileffekten* – begrepp som beskriver att när olika kemikalier blandas såsom i våra kroppar, samhället, vattendrag osv. uppstår effekter vi idag har liten eller ingen kunskap om. Ofarliga kemikalier kan bli farliga och låga koncentrationer kan räcka för skada människa och natur. Många kemikalier bryts dessutom inte ned och lagras i våra kroppar, havet etc. så att det finns möjligheter till potenta cocktails över tiden.

*CSR – corporate social responsibility, management.* Kallas också corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business etc. Initiativ från företag att själva kommunicera och kontrollera sitt uppträdande ur fler aspekter än företagsekonomiskt genom att integrera det i sin styrning.

*ESG – environment, social and corporate governance.* Branschuttryck som ofta används i företagsvärderingssammanhang. De tre huvudområden som ofta avses när hållbarhet och etisk prestanda ska mätas i en investering eller ett företag. Se även SRI.

*Företagsekonomiskt* – uttrycker att en kostnad eller intäkt hänförs till en specifik part (i en ekonomisk relation) t.ex. ett företag, till skillnad från samhällsekonomiskt då det är samhället som helhet som uppbär en intäkt eller kostnad också ofta med längre perspektiv.

*GEN – Global Ecolabelling Network* är ett internationellt nätverk för organisationer som jobbar med miljömärkning. GEN jobbar för att främja, förbättra och utveckla miljömärkning av produkter och tjänster.

*Global Compact* – bildades 1999 på uppmaning av Kofi Annan vid World Economic Forum i Davos. med syftet att skapa principer för företag kring frågor om mänskliga rättigheter, korruption, miljö, arbetsrättsfrågor med mera. Syftet var att engagera dem i att uppnå millenniemålen. Principerna grundar sig på Rio-deklarationen, FN:s

---

<sup>35</sup> Begreppet på ett perspektiv som använts sedan tidigare, myntades av John Robinson 1990. Senare har perspektivet kommit att användas i fler sammanhang än han föreslog, används ofta i sammanhang där det gäller att söka lösningar för hållbar utveckling.

deklaration om de mänskliga rättigheterna, ILO:s grundläggande konventioner om de mänskliga rättigheterna i arbetslivet samt FN:s konvention mot korruption.<sup>36</sup> För principerna, se bilaga.

*GRI – Global Reporting Initiative* – ofta menas GRI G3 som är en standard för hållbarhetsredovisning och används av företag över hela världen. Riktlinjer som på frivillig basis kan användas av organisationer vid redovisning av miljömässiga, sociala och ekonomiska aspekter av deras verksamhet, produkter och tjänster. GRI finns i flera olika nivåer.

*Hemförsäkring* – paket av många olika försäkringar, kan innehålla egendoms-, överfalls-, ansvars-, rättsskydds- och reseförsäkring. Villaförsäkring är ofta samma som hemförsäkring, men med vissa tillägg, exempelvis för byggnader, värme- och ventilationssystem.

*Hållbarhet* – det finns flera definitioner där den mest spridda och accepterade är Brundlandskommissionens. Det Naturliga Stegets fyra systemvillkor för hållbarhet är också erkända och har fått stor tillämpning på grund av sin användbarhet.

*IPCC* – FN:s klimatpanel (Intergovernmental Panel on Climate Change), bildades 1988 av två FN-organ, Världsmeteorologiska organisationen (WMO) och UNEP (FN:s miljöorgan), för att fastställa ”risken för klimatförändringar orsakade av mänskliga aktiviteter”.

*Kapitalbas* – försäkringsbolagets förvaltade kapital för att täcka utbetalningar vid skador. Regleras av försäkringsrörelselagen med avseende på omfattning, riskspridning och placeringsform. Kan t.ex. omfatta aktier, obligationer och fastigheter.

*Livförsäkringsbolag* – jfr skadeförsäkringar. Sådan verksamhet får enligt lag ej finnas i samma bolag som skadeförsäkringsbolag, dock inom samma koncern.

*Livscykelperspektiv* - är inte samma sak som livscykelanalys eller livscykelstudie. Inkluderar en företeelse alla stadier från planering till restproduktstadium och fortsatt liv på annat sätt. Livscykelperspektivet ger inte svar om vad som är bäst, först måste ett mål formuleras, t.ex. som hållbarhet. Ett dynamiskt livscykelperspektiv sätter in produkten i sitt sammanhang av produktion och distributionssystem.

*Motorfordonsförsäkring* – frivillig sakförsäkring för skador på t.ex. bil. Ofta en del i en kombinerad bilförsäkring.

*PRI – principles for responsible investment* – investerare, UN Global Compact och UNEP Finance Initiative har utarbetat frivilliga riktlinjer för miljömässiga, sociala och företagsstyrningsaspekter vid investeringar.

*Räntebärande instrument* – eller -papper, har ofta låg risk och liten värdeökning. Är en av två huvudgrupper för värdepapper, den andra är aktier.

*Skadeförsäkringsbolag* – jfr livförsäkringar. Sådan verksamhet får enligt lag ej finnas i samma bolag som liv-, dock inom samma koncern.

*SRI – social responsible investment*, används som term för kapitalplaceringar med hänsyn till miljö-, etiska och sociala aspekter.

*Systemvillkor* – fyra principer för att uppnå hållbarhet initialt formulerade av John Holmberg och utvecklade av bl.a. Karl-Henrik Robèrt och Det Naturliga Steget. Syftet är att underlätta beslutsfattande på olika nivåer i samhället. Principerna är: 1. Förhindra koncentrationsökning av ämnen från berggrunden i naturen (fossilt lagrad energi som olja, kol, gas, och tungmetaller som uran, bly, kvicksilver). 2. Förhindra koncentrationsökning av ämnen från samhällets produktion i naturen (t.ex. naturfrämmande kemiska substanser som är hormonstörande

<sup>36</sup> <http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/142479>

och cancerogena). 3. Inte utsätta naturen för undanträngning (trafikinfrastruktur, skogsskövling). 4. Inte hindra människor att tillgodose sina behov (t.ex. missbruk av ekonomisk och politisk makt).

*Trafikförsäkring* – obligatorisk enligt lag för alla motorfordon registrerade i vägtrafikregistret, som ej är avställda.

*UNPRI* (United Nations Principles for Responsible Investment) Principer för s.k. ansvarsfulla investeringar, utarbetades 2006, för institutionella investerare, men används även av alla som bedriver investeringsverksamhet. Investerarna ska enligt principerna agera ansvarsfullt och beakta sina investeringsobjekts miljömässiga och sociala ansvar (ESG-parametrar). Principerna kan tolkas och tillämpas på olika sätt.

*Villahemförsäkring* – kallas ofta villaförsäkring, paket av försäkringar som kan innehålla skydd för tomt, hus, lösöre och resor; en kombination av villa- och hemförsäkring. Se även hemförsäkring.

*Ömsesidigt försäkringsbolag* – ömsesidigt betyder att företaget är kundägt, en av två dominerande bolagsformer. Den andra är försäkringsaktiebolag där försäkringstagare och ägare och skilda grupper.

## Källor

### Muntliga källor

Beslik, Sasja, Nordea, november 2010  
Bjursten, Claes-Göran, Folksam, april 2010  
Bratt, Camilla, Konsumenternas Försäkringsbyrå, april 2010  
Wiktorsson, Bengt, FMK, 2010  
Edström, Kenth, If Skadeförsäkring, 2010  
Elgström, Susanne, Bygg- och miljökontoret, Norrköping juni 2010  
Enquist, Annelie, Länsförsäkringar AB, juni 2010  
Eriksson, Ida, Miljöförvaltningen Göteborgs Stad, juni 2010  
Eriksson, Johan, Trygg-Hansa, juni 2010  
Flock Åhlander, Maria, Ekobanken, november 2010.  
Forsberg, Joachim, Moderna Försäkringar, 2010  
Hahn, Gunnela, Svenska Kyrkan, 2010  
Holst, Gustav, Länsförsäkringar AB, juni 2010  
Janson, Magnus, Folksam Väst, september 2010  
Krafft, Maria, Folksam, 2010  
Lagerberg, Lotta, Länsförsäkringar AB, 2010  
Lundborg, Marcus, energirådgivare, Göteborgs Stad, juni 2010  
Nilsson, Anna, SwedbankRobur, november 2010.  
Nylin, Christina, Länsförsäkringar Skåne, juni 2010  
Nyrén, Agneta, Länsförsäkringar Skåne, juni 2010  
Moberg, Staffan, Försäkringsförbundet, juni 2010  
Olsson, Maria, Folksam, 2010  
Roth, Anders, Trafikkontoret Göteborg, augusti 2010  
Schölander, Michael, Folksam, september 2010  
Semi, Wille, Länsförsäkringar AB, juni 2010  
Snaar, Jan, Folksam 2010  
Vestman, Anna, Miljöförvaltningen Stockholm Stad, juni 2010  
Westerfors, Ingrid, Ekobanken, maj 2010

Westholm, Emelie, Folksam, september 2010

Wiblom, Michael, Swedbank, juni 2010

Öhman, Nicklas, Ålandsbanken, juni 2010

## Skriftliga källor och webbsidor

Atracco AB, bildemontering: [www.atracco.se/](http://www.atracco.se/)

Basta, Byggmaterialdatabas: [www.bastaonline.se/](http://www.bastaonline.se/)

Bastas kriterier, [www.bastaonline.se/download/18.71afa2f11269da2a40580007408/Egenskapskriterier\\_BASTA.pdf](http://www.bastaonline.se/download/18.71afa2f11269da2a40580007408/Egenskapskriterier_BASTA.pdf)

Baumann, H., Boons, F., Bragd, A., *Mapping green product development field: Engineering, policy and business perspective*, Journal of Cleaner Production, vol. 10, 2002.

BBA, Byggbranschen: [www.bygg.org/publ\\_miljo.asp](http://www.bygg.org/publ_miljo.asp)

Berg, E. & M., Skillius, Å., *Folksam – en strategisk översyn, IIIIEE*, Lund, 1996

Naturskyddsföreningen, *Bra Miljöval Blomsterbutik Kriterier* 2009:1.

Bäckström, U., *Dags att köpa aktier? Om aktiesparande på turbulenta finansmarknader*, 2009

Cambridge, H. et al, *Towards a Zero Carbon Vision for UK Transport*, SEI, 2010

Carlman, A. et al, *Försäkringsbranschen – ett nödvändigt ont?* Kandidatuppsats Linnéuniversitetet, 2010

Carlqvist, C., Lange, G., *Gröna bilisters granskning av hyrbilsföretagen*, 2010

Caulat, G., *Virtual leadership requires a systematic change of mindset*, 2010

CEA, the European insurance and reinsurance federation:

[www.cea.eu/uploads/DocumentsLibrary/documents/1283505667\\_cea-motor\\_web.pdf](http://www.cea.eu/uploads/DocumentsLibrary/documents/1283505667_cea-motor_web.pdf)

CEA, the European insurance and reinsurance federation:

[www.cea.eu/uploads/DocumentsLibrary/documents/CEA%20Statistics%20No%2026%20-%20Property%20Insurance%20in%202005.pdf](http://www.cea.eu/uploads/DocumentsLibrary/documents/CEA%20Statistics%20No%2026%20-%20Property%20Insurance%20in%202005.pdf)

Dahlberg, J., *Bankbluffen: så blir du blåst på dina pengar*, Ordfront, 2009

Dahlberg, J., *Bredsida mot storbanker*, Göteborgs-Posten, 2010-01-09

Det Naturliga Steget, [www.naturalstep.org/sv/sweden/hallbarhetsprinciperna](http://www.naturalstep.org/sv/sweden/hallbarhetsprinciperna)

Dreborg, K. H., *Essence of Backcasting*, Future vol. 28 ss. 813-823, 1996

Eco Mark Office, *General Insurance Version1.0 Certification Criteria (Draft)*, nov 2010

Ekonomistyrningsverket, *Statsbudgetens utfall 2009*, Rapport 2010:9

Energimyndigheten, *Energistatistik för småhus, flerbostadshus och lokaler*, ES2009:10, 2008

Energimyndigheten, *Transportsektorns energianvändning*, ES2010:04, 2009

Ekobanken, *Goda affärer*, nyhetsblad nr 3, 2010

Ekobanken, *Transparent utlåning*, 2010

Ethix om investerare/kontroversiella vapen,

[http://www.ethix.se/nyheter/images/Ethix\\_Roundtable\\_13sep07%20\\_Sammanfattning.pdf](http://www.ethix.se/nyheter/images/Ethix_Roundtable_13sep07%20_Sammanfattning.pdf) 2007

Eriksson, K., Persson, A., Söderberg, I., *Bankrådgivningsrelationen och rådgivningsrelationen*, KTH och Finansinspektionen, 2009

Etikrådet, AP-fondernas, [www.etikradetapfonderna.se](http://www.etikradetapfonderna.se)

Etsare, U. et al *Privat sakförsäkring*, Studentlitteratur, 2007

Boverket, *EU-direktivet om byggnaders energiprestanda – konsekvenser och behov av förändringar i det svenska regelverket. En redovisning av Boverkets regeringsuppdrag N2010/1474/E*, 2010. Boverket,

[www.boverket.se/Global/Webbokhandel/Dokument/2010/EU-direktiv-om-byggnadernas-energiprestanda.pdf](http://www.boverket.se/Global/Webbokhandel/Dokument/2010/EU-direktiv-om-byggnadernas-energiprestanda.pdf)

FN, [www.un.org/millenniumgoals/bkgd.shtml](http://www.un.org/millenniumgoals/bkgd.shtml), september 2010

Folksam: [media.folksam.se/2010/03/15/folksams-lista-over-sakra-och-hallbara-bilar-2010/](http://media.folksam.se/2010/03/15/folksams-lista-over-sakra-och-hallbara-bilar-2010/)

Försäkringsförbundet, *Svensk försäkring i siffror 2009*,

[www.forsakringsforbundet.com/upload/Svensk%20forsakring%20i%20siffror/svfolder%2009.pdf](http://www.forsakringsforbundet.com/upload/Svensk%20forsakring%20i%20siffror/svfolder%2009.pdf)

GEN, [www.globalecolabelling.net/](http://www.globalecolabelling.net/)

Grankvist, G., Röd eller grön miljömärkning. Vad fungerar bäst? <http://www.miljoportalen.se/bo-leva/varor/roed-eller-groen-miljoemaerkning-vad-fungerar-baest>, 2010

GRI, [www.globalreporting.org/Home](http://www.globalreporting.org/Home)

Grönroos, C., From marketing mix to relationship marketing- towards a paradigm shift in marketing, *Management Decision*, 35(4), 322-339, 1994

Göteborg Stad Trafikkontoret, *Resepolicy för Trafikkontoret*, 2007

Hansson, N. & Holmberg, U. (ed.), *"Konsumtionsrapporten – 2009"*, Centrum för Konsumtionsvetenskap, CFK Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, 2009

Holmberg, J., *Socio-Ecological Principles and Indicators for Sustainability*, Chalmers, 1996

Hållbart värdeskapande, [hallbartvardeskapande.se/](http://hallbartvardeskapande.se/)

ISO 14001; *Miljöledningssystem – Krav och vägledning ISO 14001:2004*, 2004

ISO, SR: [isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/home.html?nodeid=4451259&vernum=0](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/home.html?nodeid=4451259&vernum=0)

Japan Environment Association Eco Mark Office: *General Insurance Version 1.0" Certification Criteria (Draft)*, november 2010.

Klein, N., *No Logo*, Ordfront, 2000.

Konsumentverket: [www.konsumentverket.se/bilar/Nybilsguiden/Drivmedelochutslapp/Miljoklasser-for-bilar/](http://www.konsumentverket.se/bilar/Nybilsguiden/Drivmedelochutslapp/Miljoklasser-for-bilar/)

Leire C. & Thidell, Å., "Product-related environmental information to guide consumer purchases- a review and analysis of research on 18 perceptions, understanding and use among Nordic consumers", *Journal of Cleaner Production*, Vol 13, 1061-1070 2005

Malmö Stad, Miljökrav vid byggverksamhet: [www.malmo.se/Foretagare/Miljokrav/Verksamheter/Byggverksamhet.html](http://www.malmo.se/Foretagare/Miljokrav/Verksamheter/Byggverksamhet.html)

Malmö Stad, Miljöproblem vid bilverkstäder: [www.malmo.se/Foretagare/Miljokrav/Verksamheter/Bilverkstad.html](http://www.malmo.se/Foretagare/Miljokrav/Verksamheter/Bilverkstad.html)

Miljövärdberedningen, *Tänk nytt, tänk hållbart! – att bygga och förvalta för framtiden*, 2000

Naturskyddsföreningen, *Kapitalplaceringspolicy*, 2009

NY Times, *As Glaciers Melt, Science Seeks Data on Rising Seas*, 13 november 2010

Paavola, J., *Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices*", *Review of Social Economy*, Vol 59, nr 2, 227-248, 2001

Paijkull, M. & Wilhelmsson, A., *Att bygga med avfall*, Svenska Geotekniska Föreningen, 2003

Palmgren, B., *Försäkringsekonomi*, 1993

PRIO, [www.kemi.se/templates/prioframes\\_\\_\\_\\_4045.aspx](http://www.kemi.se/templates/prioframes____4045.aspx)

Regeringskansliet om Global Compact, [www.regeringen.se/sb/d/2657/a/142479](http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/142479)

Report of the World Commission on Environment and Development: *Our Common Future*, FN 1987

Riddsellius, C., *En rapport om etiska sonder – för en bättre värld?* Fair Trade Center, 2009

Robinson, J.; *Futures Under Glass: A Recipe for People Who Hate to Predict*, 1990

Rockström et al; *Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity*, 2009

SAM sustainable asset management, [www.sam-group.com/html/main.cfm](http://www.sam-group.com/html/main.cfm)

Sevenius, R., *Bolagsstyrning*, 2007

SIS, ISO 26 000: [www.sis.se/DesktopDefault.aspx?tabName=%40sr&cmpe=l\\_wiki\\_ISO26000](http://www.sis.se/DesktopDefault.aspx?tabName=%40sr&cmpe=l_wiki_ISO26000)

SLU, Fakta Jordbruk, *Ekologiska livsmedel – konsumenternas attityder, vanor och värderingar*, 2000

Statskontoret; *Ska myndigheter göra hållbarhetsredovisningar?* 2009

Stevensson, *Consumer Culture, Ecology and the Possibility of Cosmopolitan Citizenship*, 2002

Svanberg, J., *The Ethics of Investing. Making Money or Making a Difference?* 2008

Svanen, *Hotell och vandrarhem*, 2009. Svanen rapport 072, version 3.2

Svanen, *Småhus, flerbostadshus och förskolebyggnader*, 2010. Svanen rapport 089, version 2.0

Svensk Miljöbas: [svenskmiljobas.se/](http://svenskmiljobas.se/)

Svenska Kyrkan, *Nyckeln till Svenska Kyrkan*, 2009

Svenskt Kvalitetsindex: [www.kvalitetsindex.se/index.php?option=com\\_content&task=view&id=170](http://www.kvalitetsindex.se/index.php?option=com_content&task=view&id=170)

Sveriges Natur, *Hur gröna är miljöfonderna*, Sveriges Natur nr 5, 2004

Sveriges Radio, Ekot: *Världsbanken investerar i kolkraftverk*, [sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4143206](http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4143206)

SWESIF (Sveriges forum för hållbara placeringar), [www.swesif.org/](http://www.swesif.org/)

Trafikanalys, *Fordonsstatistik oktober*, 2010

Transportstyrelsen: [www.transportstyrelsen.se/sv/Vag/Fordon/typer-av-fordon/Miljokrav/Avgaser/?WT.ac=Bilar/Ext./Miljoklasser](http://www.transportstyrelsen.se/sv/Vag/Fordon/typer-av-fordon/Miljokrav/Avgaser/?WT.ac=Bilar/Ext./Miljoklasser)

Thøgersen, J.; *Are consumers guided by selfish or unselfish motives when they buy organic food?* 2006

Thøgersen, J.; *Direct experience and the strength of the personal norm-behavior relationship*, 2002

TRB: [www.trbmiljo.se/](http://www.trbmiljo.se/)

UN Documents; *Our Common Future, Report of the World Commission on Environment and Development*, 1987

van Gelder, J.W., *German and multilateral financial institutions in the biomass sector*, 2009

WSP, *Fördelning av transportsektorns energianvändning på gods- och persontransporter*, WSP Ananalys och Strategi, 2008

Ynnor AB; *Trafikverkets policy borde bli ny miljöbilsdefinition*, nyhetsbrev, 2010-10-01

Ängelholms kommun, Bilverkstadsinventering:

[www.engelholm.se/Documents/Bygga,%20bo%20och%20miljö/Miljöskydd/tillsyn%20bilverkstäder.pdf](http://www.engelholm.se/Documents/Bygga,%20bo%20och%20miljö/Miljöskydd/tillsyn%20bilverkstäder.pdf)

Transportstyrelsen, *Översikt över miljöklassningssystemet t.o.m. hösten 2001*, 2009

## Information från försäkringsbolag

Bildemontering, miljökravspecifikation. Folksam, utgåva 3

Bilglasverkstäder, miljökravspecifikation. Folksam, utgåva 1

Bilverkstäder, miljökravspecifikation. Folksam, utgåva 3

Byggentreppenörer, miljökravspecifikation. Folksam, utgåva 3

Folksam, 2009, Årsredovisning och Verksamhetsberättelse.

Folksam bilförsäkring, 2009. Försäkringsvillkor 1 januari 2009

Att förebygga skador är att värna miljön. Om klimathotet och våra möjligheter att göra något åt det, 2008. Länsförsäkringar AB

Best Practice on Climate, Assessing risk and implementing measures, 2009. Nordic Insurance Survey August 2009

CO2 Emissions associated with the management of water and fire damage in the Nordic countries, 2009. Nordic Insurance Survey 2009

Goda affärer, 2009. Ekobanken, nyhetsblad nummer 1 och 2, 2009

Gör dina pengar mer inflytelserika, 2010. Informationsblad Swedbank Robur

På din sida, 2009. Länsförsäkringar Skåne, Årsredovisning

Rasmussen, A. K., Hansen, J., V., 2009. Nordic Expectations for Climate Change and Insurance. The Danish Insurance Association. Report 2009:10

Verksamhetsberättelse 2009. Sveriges Försäkringsförbund

Vårt bidrag till samhället, 2009. Trygg-Hansa, Ansvarsrapport 2008/09

Årsredovisning, 2009. Sampokkoncernen



## Bilaga 1: Kriteriehypoteser

### Kriteriernas omfattning

Målsättningen med kriterieformuleringarna är att alla försäkringar för bilar och villor som uppfyller dessa krav kan miljömärkas. Kriterier för Bra Miljöval gäller tills nästa version träder i kraft. Ofta sker det tidigast efter tre år.

Förslagen på kriterieformuleringar omfattar de åtgärder som bedöms viktiga för att urskilja sakförsäkringar med hög miljöprestanda. I mindre text kommenteras och förtydligas vissa av förslagen, samt i vissa fall hur uppföljning är tänkt att göras. I ett kommande kriteriedokument, kan vissa kriterier komma att bli obligatoriska för alla licenstagare, och vissa kan komma att läggas i en särskild kvot där varje licenstagare måste uppnå en viss andel. Detta är en bruttolista, kommande kriterier kan komma att reduceras till antalet till ungefär hälften.

Produkten som kan miljömärkas kommer kan komma att definieras med en minimistandard för vad som måste ingå av försäkringsskydd.

Kriterierna anger en miniminivå, det är valfritt för licenstagaren att gå längre i sitt arbete.

Kriterierna har delats upp med utgångspunkt från vad/vem kraven riktas mot och om de gäller generellt eller specifikt för de miljömärkta tjänsterna. I flera fall kommer det i realiteten att vara leverantörer till licenstagarens som ska leva upp till krav.

För varje rubrik finns två avdelningar med utgångspunkt från om prestandan måste redovisas före utfärdande av licens ske, eller om det räcker med att det redovisas/kontrolleras efter ett år, vid revisionen.

#### Kriteriehypoteser, indelning

- A. Krav på licenstagaren, generellt
- B. Krav på försäkringsobjektet och relationen till försäkringstagaren
- C. Krav på skaderegleringen, specifikt för miljömärkta leveranser

### A. Krav på licenstagaren, generellt

#### *Redovisas initialt*

1. Licenstagaren har utsett en kontaktperson för miljömärkningen. Ansvarig för att underteckna licensavtal miljömärkningen är firmatecknaren för företaget.
2. Licenstagaren har utsett en kontaktperson som ansvarar för att energikraven i kriterierna uppfylls.
3. Licenstagaren har en kapitalförvaltningsansvarig som ansvarar för att kraven på kapitalförvaltning uppfylls.

4. Licenstagaren har en ansvarig för de/de produkter miljömärkningen omfattar.
5. Licenstagaren har en miljöpolicy som fastställer att företaget ständigt arbetar med att förbättra sin miljöprestanda. Den ska omfatta upphandling, energi, kemikalier/utbytesprincip, möten/resor/transporter och resursanvändning. Den ska vara fastställd av VD och kommuniceras gentemot kund.
6. Stickprov görs på att den går att hitta på företagets webb, av kunder. Alternativt får företaget informera om hur de kommunicerar den mot kund.
7. Vid inköp av varor och tjänster efterfrågas alltid miljömärkta och ekologiska alternativ och miljökrav ska alltid ställas. Avvägning görs alltid om det är möjligt att välja högsta miljöprestanda. Engångsprodukter ska ersättas med sådana som kan återanvändas, t.ex. handdukar, muggar, glas och även buteljerat vatten med kranvatten osv. Transporter av leveranser ska till minst 10 procent vara miljömärkt med Bra Miljöval. (från början)

Det är enklare att erhålla transporter med hög miljöprestanda, om dessa upphandlas separat. Transportarbetet mäts i tonkilometer eller fordonskilometer.

Enbart miljömärkta kemiska produkter (eller motsvarande) såsom tvål, toalett- och hushållspapper, tvättmedel får användas. Vid städning av personalutrymme, kontor med mera används miljömärkta disk-, tvätt- och rengöringsmedel och skonsamma metoder oavsett vem som utför arbetet (egen personal eller upphandlad tjänst).

#### *Redovisas vid revision*

8. Utbildning ska ske av alla anställda som utför uppgifter som relaterar till dessa kriterier och till miljömärkningen i relevanta frågor för respektive verksamhet. Organisationen ska identifiera utbildningsbehov som har samband med miljöaspekterna enligt kriterierna och genomföra utbildning. Utbildningen ska vara inplanerad inom ett år och översyn ska ske kontinuerligt.
9. Elanvändning: Den el som används i företagets lokaler ska vara märkt med Bra Miljöval. Detta gäller alla de lokaler som involveras i företagets verksamhet och serviceleverans, även t.ex. externa callcenters och webbhotell ska inkluderas.  
  
Det finns motsvarigheter till Bra Miljöval för el i de flesta europeiska länder. Kvaliteten kan köpas finansiellt vid sidan av gällande avtal. Avstämning sker kalenderårsvis.  
  
I försäkringsbranschen ökar informationsutbytet via Internet och mejl, vilket ökar elanvändningen, därför är det viktigt att följa upp konsekvenserna och ställa krav. En naturlig fortsättning vore att dessa kommunikationssätt utvecklas energieffektivt.
10. Energiinventering: Företagets lokaler redovisar total mängd använd energi per år fördelat på el, värme och kyla (och eventuellt bränsle) samt total kontorsyta.
11. Energiåtgärder: Åtgärdsplan ska upprättas för att spara energi.  
  
Naturskyddsföreningen tar fram exempel på godkänd åtgärdsplan. Åtgärden ska vara tidsatta, system för uppföljning ska vara upprättade och ansvarig person ska vara utsedd. Exempel på åtgärder: smart ljus, behovsanpassad uppvärmning, luftväxling samt effektivisering i kapacitetsanvändning i it-tillämpningar, avstängning av datorer, belysning, ventilation, skrivare etc. på nätter och helger. År ett formuleras mål och en prognos görs, andra årets revision börjar kontrollera måluppfyllelse.
12. All ordinarie personal som frekvent kör bil i tjänsten ska vara utbildade/ska få utbildning i sparsam körning. Utbildningen ska vara inplanerad inom ett år.  
  
De anställda som omfattas av kriteriet ska definieras, t.ex. de som är beresningsskyldiga, de som kör mest. Uppföljning: Redovisning av utbildare eller avtal.

13. Möten och resor: Licenstagaren ska ha en mötes/resepolicy och en åtgärdsplan som syftar till att förebygga resandets negativa effekter på miljön. Det sker både genom att förebygga antalet resor samt att planera väl och när resor ändå genomförs, välja de miljöeffektivaste alternativen vid varje tillfälle; flyg och bil ska undvikas så långt det är möjligt. Licenstagaren ska redovisa alla kostnader uppdelat på transportslag.

Naturskyddsföreningen tar fram ett exempel på åtgärdsplan. Åtgärderna ska vara tidsatta, system för uppföljning och organisering av beslut ska vara upprättade och ansvarig person ska vara utsedd. Exempel på åtgärder: korta resor sker med cykel, kollektivtrafik eller bilpool med miljöbilar, längre resor sker med tåg. Definition på längre resor: utanför den ordinarie verksamhetsorten för kontoret och resor över 50 km. Beslut om flyg och bil fattas av chef.

Uppföljning: Licenstagaren ska redovisa antalet resor per år och antal personkilometer, båda uppdelat på transportslag.

14. Kapitalförvaltning i värdepapper (aktier och räntebärande instrument för företag): Förvaltningen ska ske aktivt med avseende på miljö och etiska krav för att

1. undvika placeringar i ohållbara branscher, organisationer och företag och
2. aktivt påverka företag att öka sin miljö/etiska prestanda.

Med det menas systematisk tillämpning av principer och uppföljning av kvalitet och prestationer. System och praxis ska redovisas för Naturskyddsföreningen.

Principer, organisation, kontrollsystem och ställningstaganden samt aktuellt innehav ska redovisas på företagets webbplats. Detta gäller aktier och företagsobligationer. Arbetet ska ha påbörjats när licensavtal ingås, systemet ska vara på plats inom ett år.

Licenstagaren ska när det gäller placeringar i värdepapper välja sådana utgivna av företag eller motsvarande som enligt bedömning bedriver sin verksamhet, internt och externt, på ett miljöriktigt och i övrigt etiskt riktigt sätt. Under urvalsprocessen skall både positiva (bra exempel/företag som bör gynnas) och negativa (dåliga exempel/företag som bör undvikas) kriterier användas. Kriterier för det negativa urvalet skall utesluta företag som i sin verksamhetsbeskrivning anger att man till en noterbar del (så låg som möjlig) tillverkar, säljer, levererar till, utnyttjar eller stödjer företag inom följande industrier: (i) vapen, (ii) alkohol (för förtäring), (iii) tobak, (iv) pornografi, samt (v) kolkraft, kärnkraft och uran. Företag som kränker mänskliga rättigheter skall uteslutas. Kriterier för det positiva urvalet skall gynna företag som är branschledande på miljöarbete och som visar detta genom etablerad välfungerande certifiering el. likn. och redovisning. Viktiga områden är: (i) återbruk och återvinning, (ii) utsläppsrening, (iii) miljöadministration och miljökontroll, (v), förnybar energi (inklusive transporter, exklusive vattenkraft), samt energieffektivisering. Företag som tillverkar, säljer eller på annat sätt gynnar en ökad andel miljömärkta produkter (typ 1) skall gynnas.

Här är gränsdragningen kring vad som definieras som bolag, t.ex. vilken ägarandel som krävs för att ett dotterbolags oetiska verksamhet ska tillskrivas även moderbolaget. Frågan om ansvar, inflytande och avkastning är avgörande för gränsdragningen. Viktiga leverantörer och kunder (med vilka man har avtal) är också av betydelse.

15. Kapitalförvaltning i fastigheter: I den mån företaget äger fastigheter ska driftselen till dessa vara miljömärkt med Bra Miljöval. Energieffektivisering, städning och användning av kemiska produkter ska underkastas kraven i detta dokument.

## B. Krav på försäkringsobjektet och relationen till försäkringstagaren

### *Redovisas vid revision*

16. Information till försäkringstagare: Licenstagaren ska uppmuntra försäkringstagarna om olika sätt att hålla en hållbar livsstil kopplat till objektet för försäkringen samt vidareförmedla information från Naturskyddsföreningen fyra gånger om året via sina kanaler. Informationen kan hämtas från Naturskyddsföreningens webb, redovisas vid revision. Källan ska anges.

Informationen ska dels förklara varför försäkringen är miljömärkt och vad det innebär. Den kan utgå från objektet för försäkringen; bilen eller villan. Naturskyddsföreningen har omfattande information om vad man som konsument/medborgare kan göra för att bidra till hållbar utveckling. Exempel: sparsamt körsätt, hållbar planering av mobilitet i vardagen och på resa, användning av kemiska produkter och papper i hemmet, ställa krav på politiker.

17. Licenstagaren ska redovisa hur de kontinuerligt uppdaterar de som har kundkontakt i vad miljömärkningen innebär.

Naturskyddsföreningen kontrollerar att de som har kundkontakt ska kunna svara på frågor om Bra Miljöval. Uppföljning: Stickprov där Naturskyddsföreningens lokalkretsar kontaktar bolaget för att ställa frågor. Gäller för Sverige. De inom företaget som har kundkontakt ska känna till vad miljömärkningen ställer för krav och varför.

18. Licenstagaren ska arbeta systematiskt för att förebygga skador hos sina kunder. Licenstagaren redovisar mål, metod och resultat gentemot Naturskyddsföreningen. (i efterhand)

Syftet är att upprätta en lista över effektiva åtgärder för skadeförebyggande.

19. Här skulle vi vilja ställa krav på bra energideklarationer, men de har ofta alltför låg kvalitet. Istället ska licenstagaren ge information till försäkringstagarna från Energirådgivarna/Energimyndigheten med samma syfte: smartare energilösningar hemma.

Erbjudande om att göra en energideklaration. De byggnader som försäkrats och som inte redan har aktuell energideklaration (t.ex. fritidshus, hus som inte bytt ägare senaste åren) ska energiklassas. Användning av el, värme, bränsle och kyla ska redovisas och bo- samt biyta samt antalet boende ska anges.

Alternativ: Maxgräns för hur stor energiförbrukningen får vara för att objektet ska kunna försäkras med miljömärkt försäkring. Dock är bebyggelsen heterogen och en viss anpassning till respektive objekt vore mer ändamålsenligt. Krav på åtgärder?

Uppföljning: Information om detta lämnas i försäkringsvillkoren. Stickprovstest vid kontakt och kontroll av medarbetare.

## C. Krav för skaderegleringen, specifikt för miljömärkta leveranser

Krav där licenstagaren är utförare

*Redovisas initialt*

20. Alternativ till kraven på verkstaden/byggaren: om denne istället är miljödiplomerad, ISO14001/EMAS-certifierad.

Uppföljning: Denna information ska vara med på listan över vilka leverantörer licenstagaren har avtal med, samt datum för giltighetstid. Stickprov.

*Redovisas vid revision*

21. Licenstagaren ska ha avtal med varje verkstad/byggare som utför skadereglerande åtgärder och i avtalet ska alla krav som ställs i detta kriterium som är tillämpligt på den aktuella leverantören (sätt exempel) ingå. I avtalet ska säkerställas att Naturskyddsföreningen ska kunna utföra oanmälda kontroller av att miljökriterierna uppfylls.

Kontantreglering kan ske i viss utsträckning om det sker enligt bra metoder, uppföljning ska redovisas.

Uppföljning: Hur kontrollera att ingen annan verkstad får uppdrag?

22. Licenstagaren ska årligen lämna en förteckning över de leverantörer som utför skadereglering för Bra Miljöval.

Firmanamn, e-postadress, telefonnummer, post- och besöksadress ska anges.

Uppföljning: Kontaktlista ger möjlighet till stickprov.

23. Om inspektion av skada sker med licenstagarens egna personal och bilar, ska det inom två år ske med miljöbil enligt definition av säkra och miljöbra bilar som godkänns enligt dessa kriterier.

Tänkbar definition: till en viss andel som ökar Trafikverkets policy (ej miljöbilsdefinition), miljöbilar enligt Folksamns lista över säkra och hållbara bilar eller Gröna bilisters ranking.

24. Leverantörernas bilanvändning ska kontinuerligt förbättras. Licenstagaren ska kräva miljöbilsanvändning och ge information om hur miljöbelastningen från resor, möten, logistik kan förbättras.

Tänkbar definition: till en viss andel som ökar Trafikverkets policy (ej miljöbilsdefinition), miljöbilar enligt Folksamns lista över säkra och hållbara bilar eller Gröna bilisters ranking.

25. När reparationer görs bör byte av byggteknik/isoleringsteknik ske när det finns tydliga hållbarhetsvinster att göra när både reparation och drift räknas med. Licenstagaren redovisar mål, metod och resultat gentemot Naturskyddsföreningen.

När reparationer görs, är det av stor miljönytta att välja insatser som ger mindre löpande miljöpåverkan. Kriterier skulle vara lättare att tillämpa om det fanns en lista på några vanligt förekommande och tydliga exempel.

26. Återbruket i skaderegleringen ökas. Skaderegleringen ska ske med återbrukade delar/material då det är möjligt. Licenstagaren ska ha ett system för att gynna eget återbruk och uppföljning. På licenstagarnivå ska skaderegleringen uppnå: Bilar: minst 10 % av värdet av de totala reparationerna ska ske helt eller delvis med återanvändning av begagnade delar. Villa: minst 3 % av värdet av skaderegleringarna ska ske helt eller delvis med återbruksmaterial. Det räcker att återbruksmaterial ingår i skaderegleringen. Allt material måste inte vara återbruk för att räknas som återbruk. Det räcker dock inte med att en spik i en hel återuppbyggd vägg för att det ska räknas som återbruk.

Uppföljning: Licenstagaren redovisar antal skaderegleringar per år samt antal regleringar där återanvända delar använts.

27. Licenstagaren ska sammanställa leverantörernas förteckningar över de kemiska produkter som används i ett register/databas, och utse ansvarig person hos sig. Miljöstörande kemikalier ska ersättas med bättre. Enbart material och kemikalier från Naturskyddsföreningens lista över godkända bedömningar får användas. I dagsläget är de: databasen BASTA, Folksamns Byggmiljöguide, Bra Miljöval eller Svanenmärkta produkter (bygg), eller motsvarande i andra länder. Återbrukat material får användas.

I framtiden kan PRIO (KemI) läggas till. Bedömningssystem och begränsning av farliga ämnen. Basta stämmer ganska väl överens med Bra Miljövals kriterier för kemiska produkter. LAG: verksamheterna ska ha en förteckning över de kemiska produkter som hanteras inom verksamheten.

Uppföljning/revision mycket avgörande för att detta krav ska få betydelse. Detta är ett mycket centralt krav i kriterierna.

## Krav på alla leverantörer som reglerar skador på småhus och bilar

### *Redovisas vid revision*

28. Leverantören har utsett en person som ansvarig för miljöarbetet och uppfyllnaden av kriterierna.

Uppföljning: Denna info ska vara med på listan över vilka leverantörer licenstagaren har avtal med.

29. Leverantören ska ha en miljöpärm. Den miljöansvarige ansvarar för att den är aktuell och uppdaterad.

Miljöpärm ska finnas på verkstaden, eller i bilen. Den ska vara aktuell och uppdaterad med säkerhetsdatablad, information om sparsam körning, miljödeklarationer på byggprodukter, färger, branschfakta, fakturor på avfallstransporter. Lista över farliga komponenter och ämnen som vid brand eller olycka kan ge stor miljöskada, NFS 2002:2 bilaga 2.

Uppföljning: Stickprov

30. Miljöfarligt avfall vid byggen, verkstäder med mera lämnas till lagligt omhändertagande.

31. Övrigt avfall sorteras och lämnas till återvinning i de fraktioner som är möjliga på orten.  
För att kunna utföra de två punkterna ovan, är det viktigt att vara riktigt utbildad.
32. Leverantör av tjänster och varor för skadereglering följer lagkrav och har åtgärdat eventuella anmärkningar från miljö- och hälsoskyddsförvaltningen eller motsvarande i respektive land.  
Uppföljning: Lagkrav, inte Naturskyddsföreningens uppföljning.
33. Företaget ska identifiera utbildningsbehov som har samband med miljöaspekterna enligt kriterierna och genomföra utbildning. Utbildning ska ske av alla anställda som utför uppgifter som relaterar till dessa kriterier och miljömärkningen i relevanta frågor för respektive verksamhet. Utbildningen ska vara inplanerad inom ett år och översyn ska ske kontinuerligt.  
För alla: Miljöpärm, sparsam körning, arbetsmetoder för minskad miljöbelastning, vad säger lagen, miljömärkt försäkring, riskperspektiv, brand, identifikation och hantering av farligt avfall och miljöfarliga ämnen.  
Byggföretag bl.a: sanering, utveckling av byggmaterial, återbruk, hantering av rivningsmaterial och -schaktmassor, arbetsmetoder, identifikation av farligt avfall.  
Bilverkstäder bl.a: miljöpärm, brand, farliga komponenter, oljehantering, metoder för reparationer och återbruk.  
Uppföljning: Licenstagaren redovisar utbildningsdatum, utbildare och antal medverkande/totalt anställda i listan över avtalsleverantörer.
34. Leverantören ska varje år sammanställa sin användning av kemiska produkter (produkt, system för hantering och användningsområde) enligt licenstagarens instruktioner. Farliga produkter ska bytas mot mindre farliga när det är möjligt.  
Naturskyddsföreningens struktur för underhållsplan i Bra Miljöval kan vara en bra struktur.

### Krav på alla leverantörer som reglerar skador på bilar

#### *Redovisas vid revision*

35. Avlopp utan oljeavskiljare måste vara igensatta.  
Lock kan vara ett alternativ.  
Uppföljning: Stickprov
36. Slipdamm från lack, plåt och plast avskiljs och lagras som farligt avfall.  
Uppföljning: Stickprov
37. Uppställning av bilar, skrot, avfall, demontering och rengöring sker på tätt golv med oljeavskiljare eller på asfalt.  
För att hindra utsläpp till mark.  
Uppföljning: Stickprov
38. Bilar får ej förvaras utanför inhägnat område.  
Uppföljning: Stickprov
39. Hantering av miljöfarliga ämnen och komponenter ska ske så att negativ miljöpåverkan undviks.  
Spillolja: uppsamling och leverans till anläggning godkänd för destruering av miljöfarliga ämnen,  
Demontering: ta ut allt farligt före fragmentering,  
Lagring: delar för återbruk,  
Lagring: invallat,  
Tydlig uppmärkning,  
Spillrisk,

Avfall: blanda ej miljöfarligt avfall med annat avfall

Miljöfarligt avfall: får ej lämnas som privatperson till miljöstationen, transportdokument krävs.

Bortforsling: farligt avfall får endast transporteras av någon med tillstånd för detta.

Uppföljning: Stickprov och kontroll av anmärkningar från kommunens miljöskyddstillsyn.

40. Finns villkor om ersättningsbil i försäkringen så ska endast miljöbil enligt definition av säkra och miljöbra bilar som godkänns enligt dessa kriterier, men motsvarande värde ska också erbjudas kunden för att kunna användas till kollektivtrafikbiljetter eller presentkort till cykelverkstad/affär.

Tänkbar definition: Trafikverkets policy (ej miljöbilsdefinition), miljöbilar enligt Folksam lista över säkra och hållbara bilar eller Gröna bilisters ranking.

Uppföljning: Info i försäkringsvillkoren. Licenstagaren redovisar antal ersättningsbilstillfällen och vilket alternativ kunden valt.

41. Inköp av däck, (utan HA och utan IPPD) , t.ex. märkta med Svanen.

### Krav på alla leverantörer som reglerar skador på småhus

*Redovisas vid revision*

42. Reparationsmetoder som ger minsta möjliga miljöpåverkan utan att funktion och kvalitet påverkas ska användas.

Svårt att mäta och följa upp. Det är angeläget att ställa det här kravet, men svårt att hitta generella formuleringar. Lista med konkreta exempel/fall kan fungera.

43. Selektivt rivningsförfarande, inventering av objektet som definierar vad som kan återanvändas, vad som är farligt avfall och hur det ska hanteras och av vem. Farligt avfall ska avlägsnas före rivning.

Uppföljning: Kontroll av avtal, rivningsplaner och annan dokumentation.

Eget återbruk är svårt att följa upp.

## Bilaga 2: Krav på personbilar

När EU beslutar om nya avgaskrav införs de som obligatoriska krav i de svenska miljöklasserna (Mk), med beteckningar som anger året då kraven infördes. Elbilar och hybridbilar kan dessutom klassas, i likhet med andra bilar med särskilt låga utsläpp. Den första tabellen nedan beskriver det tidigare miljöklassningssystemet, till och med 2001. Tabell 2 redovisar det nu gällande systemet.

Tabell 1. Översikt över miljöklassningssystem t.o.m. hösten 2001.				
Miljöklass 3	Miljöklass 2 <sup>1)</sup>	Miljöklass 1 <sup>2)</sup>	Miljöklass 1E	Miljöklass 1H
Bilar som uppfyller de obligatoriska avgaskraven för personbilar sedan den 1 januari 2001 enligt EU:s regler. <sup>3)</sup>	Specifikation saknas sedan miljöklassen omformats till Mk3 från den 1 januari 2001	Bilar som i förtid uppfyller de skärpta gränsvärdena för avgasutsläpp från personbilar (obligatoriska i EU sedan den 1 januari 2006)	Bilar som drivs med elektricitet från batterier	Bilar som drivs med elektricitet från batterier och förbränningsmotor (s.k. hybriddrift)
<p>1. Miljöklass 2 upphörde för lätta lastfordon den 1 januari 2002. Kraven blev då obligatoriska och överfördes därmed till att gälla som specifikation för miljöklass 2000.</p> <p>2. De nya bestämmelserna för miljöklass 1 gäller sedan den 1 januari 2000. Bilar, som överensstämde med en motorfamilj som av Bilprovningen tilldelats ett beslut om miljöklass 1 enligt äldre krav för personbilar och lätta lastfordon, fick säljas som miljöklass 1 till och med den 31 december 1999.</p> <p>3. Bilar som i förtid uppfyllde dessa krav placerades i miljöklass 2 fram till och med den 31 december 2000.</p>				

Källa: Transportstyrelsen 2009.

Tabell 2. Miljöklasserna, enligt lagen (2001:1080) om motorfordons avgasrening och motorbränslen.			
Miljöklass 2000	Miljöklass 2005	Miljöklass EEV	Miljöklass EI och Hybrid
Äldre personbilar samt ett fåtal bilar i slutserier.	Bilar som uppfyller obligatoriska krav.	Bilar som uppfyller krav för särskilt miljövänliga fordon.	Bilar som är inrättade som elbilar, dvs. drivs enbart med elektricitet från batterier (miljöklass EI).

Källa: Transportstyrelsen 2010.



## Bilaga 3: Trafikverkets policy

### *Trafikverkets policy, steg 1 (15/9 2010-31/12 2011)*

- Minst fem stjärnor och 31,5 poäng i Euro NCAP:s tester enligt 2009-års kriterier (minst 32,5 i tester före 2009)
- Bältespåminnare förarplats och passagerare fram (2 poäng), även i baksätet för leasingbil (3 poäng)
- Skydd mot pisksnärtsskador (2 poäng, eller gul nivå i Thatchams tester)
- Skydd för fotgängare (14 poäng)
- Bullernivå på 73 dB för bensin-, etanol- och gasbilar respektive 74 dB för dieslbilar
- CO<sub>2</sub>-utsläpp (g/km) maximalt enligt följande formel (där m<sub>0</sub>=bilens tjänstevikt i kg):
  - Bensin- och dieslbilar:  $CO_2 = 0,95 \cdot 130 + 0,0457(m_0 - 1372)$
  - Etanol- och gasbilar:  $CO_2 = 1,54 \cdot 130 + 0,0457(m_0 - 1372)$

### *Trafikverkets policy, steg 2 (1/1 2012-)*

- Bullernivå på 72 dB för alla bilar
- Minst fem stjärnor och 31,5 poäng i Euro NCAP:s tester enligt 2009-års kriterier (minst 32,5 i tester före 2009)
- Bältespåminnare på samtliga platser (3 poäng)
- Skydd mot pisksnärtsskador (3 poäng, eller grön nivå i Thatchams tester)
- Skydd för fotgängare (21 poäng, men alternativa metoder ska utvärderas; det skulle till exempel kunna handla om system som automatiskt upptäcker och stannar framför hinder)
- CO<sub>2</sub>-utsläpp (g/km) maximalt enligt följande formel (där m<sub>0</sub>=bilens tjänstevikt i kg):
  - Bensin- och dieslbilar:  $CO_2 = 0,95 \cdot 130 + 0,0457(m_0 - 1372)$
  - Etanol- och gasbilar:  $CO_2 = 1,31 \cdot 130 + 0,0457(m_0 - 1372)$

### *Fakta*

#### *Bilar som redan nu klarar Trafikverkets policy från 1/1 2012*

- Honda Insight
- Honda CR-Z

Källa: Ynnor AB

## Bilaga 4: Global Compact

Global Compact bildades 1999 på uppmaning av FN:s generalsekreterare Kofi Annan vid World Economic Forum, med syftet att skapa principer för företag kring frågor om mänskliga rättigheter, korruption, miljö, arbetsrättsfrågor med mera för att engagera dem i att uppnå millenniemålen. Principerna grundar sig på Rio-deklarationen, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, ILO:s grundläggande konventioner om de mänskliga rättigheterna i arbetslivet samt FN:s konvention mot korruption.<sup>37</sup> För att vara med i Global Compact måste företaget/organisationen:

- Skicka ett brev från VD:n - företrädesvis med godkännande av företagets styrelse om att de stödjer Global Compact och dess principer - till FN:s generalsekreterare.
- Se till att inkorporera Global Compacts principer i sin företagsstrategi och arbeta för att principerna blir en del av företagskulturen i det dagliga arbetet.
- Åta sig att offentligt stå upp för Global Compact och dess principer.
- I sin årsrapport redogöra för hur de stödjer och arbetar för Global Compact och initiativets tio principer.

### *Global Compacts 10 principer*

#### Mänskliga rättigheter

- 1. Företagen ombeds att stödja och respektera skydd för internationella mänskliga rättigheter inom den sfär som de kan påverka; och
- 2. försäkra sig om att deras eget företag inte är delaktigt i brott mot mänskliga rättigheter.

#### Arbetsvillkor

- 3. Företagen ombeds att upprätthålla föreningsfrihet och erkänna rätten till kollektiva förhandlingar;
- 4. avskaffa alla former av tvångsarbete;
- 5. avskaffa barnarbete; och
- 6. inte diskriminera vid anställning och yrkesutövning.

#### Miljö

- 7. Företag ombeds att stödja förebyggande åtgärder för att motverka miljöproblem;
- 8. ta initiativ för att främja större miljömässigt ansvarstagande; och
- 9. uppmuntra utveckling och spridning av miljövänlig teknik.

#### Korruption

- 10. Arbeta mot alla former av korruption, inklusive utpressning och bestickning.

---

<sup>37</sup> [www.regeringen.se/sb/d/2657/a/142479](http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/142479)

## Bilaga 5: Naturskyddsföreningens placeringspolicy

*Utdrag ur Naturskyddsföreningens kapitalplaceringspolicy 2009.*

Naturskyddsföreningen ska:

”...investera i värdepapper utgivna av företag eller motsvarande som enligt bedömning bedriver sin verksamhet, internt och externt, på ett miljöriktigt och i övrigt etiskt riktigt sätt. Under urvalsprocessen skall både positiva (bra exempel/företag som bör gynnas) och negativa (dåliga exempel/företag som bör undvikas) kriterier användas.

Kriterier för det negativa urvalet skall utesluta företag som i sin verksamhetsbeskrivning anger att man till en noterbar del (så låg som möjlig) tillverkar, säljer, levererar till, utnyttjar eller stödjer företag inom följande industrier: (i) vapen, (ii) alkohol (för förtäring), (iii) tobak, (iv) pornografi, samt (v) kolkraft, kärnkraft och uran. Företag som kränker mänskliga rättigheter skall uteslutas. Företag inom branscher vars verksamhet uppenbart strider mot föreningens övriga policies skall så långt möjligt undvikas.

3/3

Kriterier för det positiva urvalet skall gynna företag som är branschledande på miljöarbete och som visar detta genom etablerad välfungerande certifiering el. likn. och redovisning.

Viktiga områden är: (i) återbruk och återvinning, (ii) utsläppsrening, (iii) miljöadministration och miljökontroll, (v), förnybar energi (inklusive transporter, exklusive vattenkraft), samt energieffektivisering. Företag som tillverkar, säljer eller på annat sätt gynnar en ökad andel miljömärkta produkter (typ 1) skall gynnas.

Med undantag av vad som skrivs ovan i stycket om positiva kriterier kan en begränsad del av tillgångarna, dock högst två procent, efter särskild analys placeras för att gynna miljöprofilerade företag, eller fonder som kan innehålla noterade och onoterade företag, inom exempelvis grön kemi, ekoturism, naturvård och miljöteknik.

För hela dokumentet, se <http://www.naturskyddsforeningen.se/om-oss/foreningsdokument/>

Sakförsäkringar berör de flesta konsumenter; vi har försäkringar för hemmet, cykeln, huset, bilen och så vidare. Branschen omsätter årligen knappt 60 miljarder kronor och skaderegleringen lägger stora summor på bilverkstäder och byggfirmor. De inbetalda försäkringspremierna förvaltas i aktier, obligationer och fastigheter. Det finns stor potential att göra val med hänsyn till miljön genom att välja bättre kemiska produkter, mindre miljöbelastande reparationsmetoder och välja aktier och obligationer i bolag som är hållbarare än andra. Men det är få som har funderat över miljöaspekterna av försäkringar; det blir en utmaning för en kommande miljömärkning.

Naturskyddsföreningen undersöker i den här förstudien förutsättningarna för att introducera miljömärkningen Bra Miljöval på bil- och villaförsäkringar. Förstudien går ut på bred remiss och om Naturskyddsföreningen beslutar sig för att gå vidare kommer kriterier att formuleras. Därefter sjösätts miljömärkningen. Se [www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval/](http://www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval/) försäkringar för senaste uppdateringarna om arbetet.



Naturskyddsföreningen

Ge oss kraft  
att förändra.  
Pg.90 1909-2

Naturskyddsföreningen. Box 4625, 11691  
Stockholm. Tel 08-702 65 00. [info@naturskyddsforeningen.se](mailto:info@naturskyddsforeningen.se)

Naturskyddsföreningen är en ideell miljöorganisation med kraft att förändra. Vi sprider kunskap, kartlägger miljöhot, skapar lösningar samt påverkar politiker och myndigheter såväl nationellt som internationellt. Föreningen har ca 180 000 medlemmar och finns i lokalföreningar och länsförbund över hela landet.

Vi står bakom världens tuffaste miljömärkning  
Bra Miljöval.

[www.naturskyddsforeningen.se](http://www.naturskyddsforeningen.se)  
Mobil hemsida (wap): [mobil.naturmob.se](http://mobil.naturmob.se)



Bra Miljöval