

# Miljöledning i små företag

---

## En studie av frisörbranschen

Uppsats på kandidatnivå i Uthålligt företagande

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Vårterminen 2012

Handledare: Jon Williamsson

Författare:	Födelseår
Martin Olofsson	860610-_____
Henrik Samuelsson	851024-_____

# Sammanfattning

**Bakgrund och problem:** Idag jobbar mer eller mindre alla företag med något slags miljöarbete integrerat i verksamheten. Historiskt sett har fokus av miljöfrågorna legat på att lagen skall efterlevas samt att luftföroreningar från punktutsläpp förebyggas men detta har idag börjat skifta. Intresset ligger nu även på hur produkter tillverkas samt hur tjänster utförs och vilken miljöpåverkan de har. Fördelarna med miljöledning i större företag har varit självklara länge, men nu börjar även fördelar med att implementera det i små och mellanstora företag att belysas.

I frisörbranschen föreligger det både en problematik gällande arbetsmiljön och kemikaliehantering i den. I och med miljöledningens intåg i branschen och utvecklandet av lösningar, så som exempelvis ny enkel avfallshantering, börjar även frisörbranschen se lite grönare ut.

**Problemformulering:** Hur hanterar frisörer miljöledning med de begränsade resurser som de har?

**Syfte:** Uppsatsens syftar till att beskriva och analysera miljöledning i frisörsalonger samt utifrån empiri och befintlig teori föreslå hur arbetet inom miljöledning kan förbättras.

**Metod:** Uppsatsen har genomförts som en studie av frisörbranschen och hur små och medelstora företag inom den arbetar med miljöledning. Studien har varit av kvalitativ art och intervjuer med tre respondenter och en skola i förstudien har genomförts.

**Analys och slutdiskussion:** Det existerar en brist på kunskap om miljöpåverkan i frisörbranschen på flera punkter. Vilken person som helst får starta och driva frisörverksamhet men även frisörutbildning, vilket är problematiskt och behöver regleras. Salongernas kunder och konsumenter av hårvårdsprodukter behöver göras medvetna och få tillgång till mer information och forskning om produkternas påverkan på hälsa och miljö. Här anser uppsatsförfattarna att externa aktörer samt tillsynsmyndigheter behöver ta ett större ansvar och hårdare granska och reglera marknaden. Kundernas bristande medvetenhet utgör även ett stort hinder till förändring då efterfrågan på miljöanpassade produkter är låg, vilket leder till brist på ekonomiska resurser hos salongerna.

# Förord

Vi vill först och främst tacka våra respondenter; Carina Ladow och Sören Samuelsson från Burgårdens Utbildningscentrum, Kristina Lindman från Björn Axén, Kristina Udén och Sladiana Todorovic på Salong Klipp1 samt Kristin Gustafsson (Enskild frisör) för att de tog sig tid och ställde upp på intervjuer.

Utöver detta vill vi tacka vår handledare Jon Williamsson som hjälpte oss i vårt ämnesval samt gav oss välbehövad feedback, inte minst på uppsatsens struktur.

Sist men inte minst vill vi givetvis även tacka varandra.

## Innehållsförteckning

Sammanfattning .....	1
Förord .....	2
1. Introduktion .....	5
1.1. Bakgrund .....	5
1.2. Problemdiskussion .....	5
1.3. Problembeskrivning .....	6
1.4. Syfte .....	7
1.5. Avgränsningar .....	7
1.6. Definitioner .....	7
2. Metod .....	8
2.1. Förstudie (steg 1).....	8
2.1.1. Burgården .....	9
2.1.2. Branschstudie .....	9
2.2. Problemformulering (Steg 2) .....	12
2.3. Datainsamling (Steg 3).....	12
2.3.1. Respondenter .....	13
2.4. Genomförande (Steg 4) .....	14
2.5. Analysmetod (Steg 5).....	15
2.6. Rapportera/redovisa (Steg 6).....	15
3. Teoretisk referensram.....	15
3.1. Miljöledning .....	15
3.2. Miljöledning i små företag .....	18
3.3. Befintliga standarder .....	20
3.3.1 ISO .....	20
3.3.2. Grøn Salon.....	21
3.3.3. Miljödiplomering Göteborgs Stad.....	21
3.3.4 Grøn Salong – Stena Recycling .....	21
3.3.5. Hackeforsmodellen.....	22
4. Primär empiri.....	22
4.1. Förstudie (Burgården) .....	22
4.2. Björn Axén .....	23
4.3. Salong Klipp1 .....	25

4.4. Kristin Gustafsson (OSS Hår & Skönhetssalong).....	27
5. Analys.....	28
6. Slutdiskussion.....	32
7. Referenser.....	33
7.1. Böcker .....	33
7.2. Artiklar .....	34
7.3. Internet .....	35
8. Bilagor.....	38
8.1. Intervjuguide .....	38

# 1. Introduktion

*I detta kapitel presenteras uppsatsens bakgrund vilket övergår i en problemdiskussion för att slutligen smalna av mot problembeskrivningen och syftet. Vidare görs relevanta avgränsningar samt nödvändiga definitioner.*

## 1.1. Bakgrund

Idag råder det inga tvivel huruvida företag bör arbeta med sociala frågor eller sin miljöpåverkan (Epstein 2008). Traditionellt sett har miljöfrågorna fokuserats på lagefterlevnad samt utsläpp från fabriker och andra punktkällor men på senare tid har intresset vänts även mot andra samhällssektorer och enskilda produkters miljöpåverkan (Almgren & Brorson, 2003). Trots detta finns det idag många som inte arbetar med miljöledning eller har någon strategi för hur hantering av frågor och problem inom området skall gå till. Fördelarna med miljöledning i större organisationer är numera uppenbara i form av till exempel effektivare resursanvändning, förbättrade rutiner samt vinster för både miljö (till exempel minskade utsläpp) och för företagen (exempelvis kostnadsbesparingar) (Epstein, 2008). Den generella uppfattningen är dock att det ej finns resurser (tid, kapital etcetera) i små företag för att skapa och implementera sådana lösningar (Loucks et al., 2010). En särskilt stor resursbrist tycks existera i kunskap; kunskap om strategiska verktyg och metoder (Beaver, 2007) samt även om miljöpåverkan (Labonne, 2006; Condon, 2004). Då majoriteten av den totala andelen företag utgörs av just mindre företag är denna grupp givetvis viktig att inte förbise i vägen mot ett hållbart samhälle (Loucks et al., 2010; Labonne, 2006; Luetkenhorst, 2004).

## 1.2. Problemdiskussion

Som nämnts ovan är vinsterna med miljöledning i företag idag uppenbara för större företag men när det gäller mindre företag har forskning och teorier inte nått lika långt (Labonne, 2006). Befintliga miljöledningsstandarder såsom ISO14000 är resurskrävande (Ammenberg 2004) och det är ur denna resursproblematik den största skillnaden mellan stora och små företag uppstår, vilket utgör grunden för vårt problem.

En näringsgren som till stor del består av små företag är frisörbranschen. Flera salonger drivs av en eller ett fåtal ägare och i många fall hyr enskilda frisörer in sig på en stol som egen

företagare. Det krävs ej heller någon särskild utbildning för att få starta och driva egen frisörverksamhet eller frisörutbildning ([www.frisor.se](http://www.frisor.se)). På frisörsalonger används även en stor mängd olika allvarliga kemikalier, främst i olika schampon men också i hårfärger (Handelsanställdas förbund, 2003), vilket utgör ett problem för både miljön men också de anställda. En av de kemikalier vilka frisörer dagligen kommer i kontakt med är 4-fenylendiamin (PPD). PPD är ett svart färgämne, men återfinns även i ljusa färger och har tidigare varit förbjudet i Sverige men återinfördes i och med inträdet i EU (Kalla fakta, 2011). Ett annat ämne, vilket är förbjudet och cancerframkallande, är Toluene-2,4-diamin (2,4 TDA). Systemmolekylen 2,5 TDA, vilken hör till samma grupp aromatiska aminer, återfinns i hårfärg och tränger in genom hårbotten och därifrån vidare ut i blodet hos personen som undergår behandlingen (Kalla Fakta, 2011). Frisörer drabbas dock inte endast av kemikalier genom direktkontakt via huden. De får även ner det i lungorna på grund av att förbrukningen av hårspray ger upphov till mängder mycket små partiklar i luften, vilka kan sväva runt i salongen en hel arbetsdag vilket kan ge upphov till irriterade luftvägar samt astma (Arbetsmiljöverket, 2011). Det är därför av stor vikt att det finns ändamålsenlig ventilation inne i salongen. Många av de kemikalier frisörer kommer i kontakt med är allergiframkallande och kan orsaka svåra eksem på främst händer och armar. Skyddsutrustning, helst i form av engångshandskar skall därför användas i arbetet. Detta gäller främst då frisörer handskas med hårfärgningsmedel, vilka innehåller de allvarliga kemiska föreningarna fenylendiaminer (PPD), toluendiaminer (2,5 TDA) och väteperoxider (Arbetsmiljöverket, 2011). 2,5 TDA är även klassat som farligt avfall, bland annat på grund av dess toxiska effekter på vattenlevande organismer ([echa.europa.eu](http://echa.europa.eu)). Det är därför av stor vikt att detta ämne hanteras på ett hälso- och miljömässigt godtagbart sätt, efter gällande lagstiftning ([www.notisum.se](http://www.notisum.se)).

Små företag kännetecknas ofta av brist på kunskap inom miljöområdet (Loucks et al, 2010; Labonne, 2006; Hillary, 2003). Detta faktum samt behovet av mer information om branschen ledde till en intervju på Burgårdens Utbildningscentrum i Göteborg, vilka utbildar frisörer på gymnasial nivå. Ur intervjun framkom bland annat att det inte är obligatoriskt för alla frisörskolor att utbilda om risker med hårvårdsprodukter eller hur avfallet bör tas hand om.

### **1.3. Problembeskrivning**

Efter intervjun på Burgårdens frisörprogram förstärktes intrycket att små företag inom frisörbranschen lider av brist på kunskap inom miljöområdet. Denna lärdom tillsammans med det ovan konstaterade resurs- och miljöproblemet ledde fram till vår problemformulering; *Hur hanterar frisörer miljöledning med de begränsade resurser som de har?*

## **1.4. Syfte**

Uppsatsens syftar till att beskriva och analysera miljöledning i frisörsalonger samt utifrån empiri och befintlig teori föreslå hur arbetet inom miljöledning kan förbättras.

## **1.5. Avgränsningar**

Tack vare uppsatsförfattarnas akademiska bakgrund inom bland annat företagsekonomi samt miljöledning faller det naturligt att inrikta uppsatsen mot vilket miljöarbete frisörsalongen kan göra. Författarna har även valt att avgränsa sig från att beröra ekosalonger i uppsatsen. Anledning till detta är att marknaden för organiska produkter tycks vara begränsad. Genom att rikta uppsatsen mot konventionella frisörsalongers miljöarbete, anser författarna kunna nå ut till en större marknad.

## **1.6. Definitioner**

Innan läsaren går djupare in i uppsatsen har det nedan listats ett antal definitioner i syfte att klargöra vissa otydligheter samt öka läsvärdet.

### *Miljöledning*

Miljöledning är en benämning på metoder, strategier och tekniska åtgärder vilka ett företag använder för att utveckla, leda och driva sitt miljöarbete (Ammenberg, 2004).

### *Små företag (SME's)*

Europeiska kommissionens definierar sedan 2003 SME's ("(micro), small and medium-sized enterprises") efter två kategorier; antal anställda och antingen omsättning eller balansomslutning. (1) Mikroföretag definieras som företag vilka har mindre än 10 anställda samt vars omsättning eller balansomslutning inte överstiger 2 miljoner euro, (2) små företag definieras som företag vilka har mindre än 50 anställda samt vars omsättning eller



balansomslutning inte överstiger 10 miljoner euro och (3) medelstora företag definieras som företag vilka har mindre än 250 anställda samt vars omsättning inte överstiger 50 miljoner euro eller vars balansomslutning inte överstiger 43 miljoner euro. (Europeiska kommissionen, 2003).

### *Hållbarhet (Sustainability)*

Hållbarhet (och hållbar utveckling) syftar ofta till Gro Harlem Brundtlands definition från 1985, vilken nästan är identisk med Europeiska kommissionen vilka definierar begreppet följande; *“Med hållbar utveckling avses en form av utveckling som uppfyller dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att uppfylla sina behov”* (Europeiska kommissionen, 2012).

### *CSR (Corporate Social Responsibility)*

Begreppet används ofta i samband med företags arbete inom socialt ansvarstagande. Europeiska kommissionen definierar begreppet så här; *“CSR avser idén om att företag frivilligt ska integrera socialt och miljömässigt ansvarstagande i sin verksamhet och i samarbetet med intressenter”* (Europeiska kommissionen, 2012).

## **2. Metod**

*I detta kapitel vill vi att läsarna skall erhålla större förståelse för vilka metoder vi använt oss av, samt genom att lista aktörer och beskriva våra respondenter ge inblick i det miljöarbete som uträttas och krävs i branschen.*

Enligt Patel och Davidsson (2003) kan forskningsprocessen beskrivas i ett antal steg; (1) skaffa sig kunskap, (2) problemformulering, (3) bestämma sig för undersökningsupplägg, undersökningsgrupp samt tekniker för att samla information, (4) genomförande, (5) bearbeta/analysera, (6) redovisa/rapportera. Författarna påpekar dock att under studiens gång erhålles ibland ny kunskap, vilket kan medföra att tidigare steg får revideras. Denna studie har följt ovanstående steg.

### **2.1. Förstudie (steg 1)**

För att få en helhetsbild av själva miljöledningsproblemet och frisörbranschen startades en förstudie av ämnet. I den ingick en kvalitativ intervju med representanter från frisörprogrammet för gymnasieelever på Burgårdens utbildningscentrum samt en branschstudie av olika aktörer inom frisörbranschen. Litteratur studerades vilken låg till grund för uppsatsens bakgrund och problemformulering. Denna typ av data bestod främst av rapporter från arbetsmiljöverket, handelsanställdas förbund samt ett inslag i tv-programmet "Kalla Fakta" om hårfärgning.

### **2.1.1. Burgården**

Burgården är en kommunal skola och utbildningen löper över tre år. Här ges de kunskaper inom frisöryrket som krävs för att eleverna efter avslutad utbildning skall kunna anställas på salong och arbeta de 3000 timmar som krävs innan slutprovet kan avläggas, erhålla sitt gesällbrev och bli behörig frisör. Utöver de gemensamma kurser som ingår i alla gymnasieprogram (svenska, engelska, matematik, historia, samhällskunskap samt idrott och hälsa) läses också en del teoretiska kurser inom frisörämnet till exempel om kemiska processer, eget företagande samt material och miljö. Resultatet från intervjun återfinns i kapitlet primär empiri.

### **2.1.2. Branschstudie**

#### **Utbildning**

Som frisör finns det flera val gällande utbildning. Det finns gymnasiala utbildningar liksom det ovan nämnda frisörprogrammet på Burgården, privata utbildningsalternativ samt trainee utbildning ([www.utbildningssidan.se](http://www.utbildningssidan.se)). Det krävs ingen särskild utbildning eller tillstånd för att starta och driva en frisörutbildning ([www.frisor.se](http://www.frisor.se)). Skolverket styr dock kommunala skolors arbete med syftet att förbättra kvaliteten i verksamheterna. Frisörprogrammet ligger under Hantverksprogrammet i vilket Material och miljö är en kurs som skall ingå. Undervisningen i kursen skall behandla bland annat material och produkters hantering, egenskaper, användningsområden, påverkan på människor och miljö vid användning samt hur de bör återvinnas ([www.skolverket.se](http://www.skolverket.se)).

## **Frisör**

Efter avslutad utbildning kan frisörerna sedan välja att öppna eget, hyra in sig på stol eller söka anställning hos en kedja eller salong. Hyr frisören in sig på en stol är denne sin egen företagare och har ansvar för sin egen bokföring och sina egna kunder. Idag finns cirka 17000 aktiva frisörföretag i Sverige varav cirka 5600 är anslutna till frisörföretagarna enligt Thompson (2012).

## **Riksorganisation**

Frisörföretagarna (SFF) bildades 1907 och är en rikstäckande bransch- och arbetsgivarorganisation för frisörer i Sverige. Organisationen har för uppgift att, enligt de själva, "påverka, underlätta och utveckla frisörbranschen" ([www.frisor.se](http://www.frisor.se)). Deras målsättning är att frisörbranschen skall vara modern och hållbar. De har därför tagit fram ett sigill vilka deras medlemmar kan använda sig av för att visa upp som ett slags bevis på att salongen är ett tryggt val för kunderna. Frisörföretagarna bistår med så väl hjälp inom den juridiska avdelningen som vid utbildning av frisörer. Organisationen utfärdar det så kallade gesällbrevet, vilket är ett yrkesbevis vilket visar att frisören utbildat sig och avlagt branschens behörighetsprov ([www.frisor.se](http://www.frisor.se)). Frisörföretagarna har idag, som ovan nämnts, cirka 5600 medlemmar ([www.frisor.se](http://www.frisor.se)).

## **KTF**

Kemisk-tekniska leverantörförbundet är en branschorganisation vilken tillgodoser dess medlemmar med gällande lagstiftning inom områdena för importering och användandet av kemikalier i Sverige. KTF har nära 100 medlemsföretag och utför kontinuerliga uppdateringar för företag inom frisörbranschen gällande dess kemiska produkter ([www.ktf.se](http://www.ktf.se)). 2008 gav KTF ut en så kallad vägledning om frisörprodukter till sina medlemmar. Den vände sig till arbetsgivare och anställda på frisörsalonger och informerade om hur produkter skulle användas och vilket innehållet var, samt vilka försiktighetsåtgärder KTF ansåg borde vidtagas vid hanteringen av dem (Vägledning om frisörprodukter, 2008). Det ställs dock vissa krav på KTF:s medlemmar. Bland annat skall de följa den svenska lagstiftningen som berör företagets verksamhet och produkter men även följa de föreskrifter vilka Läkemedelsverket och Kemikalieinspektion tillhandahåller ([www.ktf.se](http://www.ktf.se)).

## **Ansvarig tillsynsmyndighet**

Läkemedelsverket är en myndighet vilken verkar inom Sverige men med ansvarsområden vilka är reglerade på EU-nivå. Det ansvarar för regleringar av skadliga produkter och förmedlar EU:s föreskrifter genom publicering i sin egen författningssamling, LVFS ([www.lakemedelsverket.se](http://www.lakemedelsverket.se)). Företag förväntas därefter följa dessa regleringar och föreskrifter. Efterlevnaden av reglerna kontrolleras sedan genom tillsyn av myndigheten. Läkemedelsverket skall kontrollera att bland annat kosmetika och hygieniska produkter inte är skadliga för den enskilda användaren/konsumenten eller för miljön. Detta sker till exempel genom inspektioner av företag, då myndigheten kontrollerar bland annat produktinformation och god tillverkningssed, genom laboratorieanalyser av produkter, genom tillsyn av märkning på produktförpackningar på den svenska marknaden och genom bevakning av biverkningar från kosmetiska och hygieniska produkter ([www.lakemedelsverket.se](http://www.lakemedelsverket.se)). En ny märkning, vilken infördes i november 2011 av Läkemedelsverket, på hårfärgningsmedel uppmanar nu bland annat barn under 16 att ej färga håret ([www.lakemedelsverket.se](http://www.lakemedelsverket.se)).

## **EU**

REACH - Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical substances, är en förordning vilken EU upprättade 2007 med avsikt att reglera hanteringen av kemikalier ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)). Dess huvudsakliga mål är att skydda människors och naturens hälsa mot de risker vilka vissa kemikalier utgör ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)). REACH förtydligar även vilket ansvar och de skyldigheter tillverkare, importörer, distributörer och nedströmsanvändare av kemiska ämnen har. I förordningen kan även utläsas att användaren av kemikalier uppmanas att progressivt byta ut alla farliga kemikalier till bättre lämpade alternativ, skulle det finnas sådana tillgängliga. En av de kemikalier vilka är reglerade i REACH är 2,5 TDA (Diamintoluen) på grund av bland annat dess allergiframkallande effekter ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)).

## **Reningsverk**

Ett reningsverks två huvuduppgifter består i att leda avloppsvatten från samhällets befolkning till reningsverket samt att behandla, rena, vattnet då det transporterats till verket. Reningen av avloppsvattnet sker i tre steg, nämligen via mekanisk, kemisk och biologisk rening. I Göteborg är det Gryaab vilka ansvarar för att rena avloppsvattnet i regionen. Detta görs genom det reningsverk vilket Gryaab driver; Ryaverket. Det slam och fett vilket följer med vattnet till verket tas till vara på och blir slutligen biogas i olika anläggningar, eller används

som gödningsmedel på åkermark eller för att tillverka anläggningsjord. Värmeenergin i vattnet tas till vara på även den och återanvänds likväl (Miljörapport Ryaverket 2011). Slutligen släpps det renade vattnet ut i havet, väster om Älvsborgsbron, vid Rya Nabbe ([www.gryaab.se](http://www.gryaab.se)). Dock är det problematiskt för ett reningsverk att ta hand om svårnedbrytbara organiska föreningar, vilka återfinns i många hårvårdsprodukter, eftersom ämnena antingen fastnar i slammet eller leds direkt ut i recipienten (Miljöförvaltningen R 2011:9).

## **Producent**

Producenter är en betydande aktör i frisörbranschen. De arbetar med att framställa och tillverka produkter vilka sedan säljs på marknaden. Förutom produktion finns det även de vilka har samarbete med skolor dit de åker ut och bland annat utbildar och informerar frisörer i yrket (Kalla Fakta, 2011).

## **2.2. Problemformulering (Steg 2)**

Genom litteraturstudier inom områdena miljöledning, miljöledning i små och medelstora företag, förstudien samt studier om frisörsalonger och deras miljöpåverkan kom vi fram till vår ovan nämnda problemformulering; *Hur hanterar frisörer miljöledning med de begränsade resurser som de har?*

## **2.3. Datainsamling (Steg 3)**

Uppsatsens primärdata har införskaffats genom flera kvalitativa intervjuundersökningar med frisörsalonger. Samtliga intervjuer (undantaget förstudien) har genomförts efter samma semistrukturerade intervjuguide, vilken finns bifogad som bilaga i uppsatsen. Syftet med kvalitativa intervjuer är att upptäcka och identifiera egenskaper hos något, för att belysa ett forskningsproblem (Patel & Davidsson, 2003). Uppsatsens sekundärdata har främst bestått av artiklar och böcker vilka insamlats med hjälp av sökverktyget "Summon" samt företagsekonomiska databaser, främst "Business source premier" (EBSCO) på Göteborgs Universitetsbibliotek. Övrig information har insamlats med hjälp av diverse internetkällor. Vanliga sökord har varit; "Environmental management", "Environmental management in small and medium businesses" och sökbegränsningar har varit att artiklar skall vara så kallad "peer reviewed" (vetenskapliga tidskrifter).

### **2.3.1.Respondenter**

Urvalet av respondenter startade med att vi ville ha tre olika stora företag. Vi ville även att någon av dessa hade avfallslösningen och den befintliga standarden Grön Salong i drift, något som bestämdes efter förstudien.

#### **Björn Axén**

Som vårt största företag valde vi Björn Axén vilken är en stor aktör på marknaden och driver fem salonger i Stockholm samt en i Göteborg och är utöver detta även kunglig hovleverantör. Företaget har förutom salongerna även egna produktserier inom hårvård där samtliga producenter är certifierade mot bland annat ISO 9001 samt ISO14001 och driver utöver detta också en egen utbildning för frisörer; Björn Axén Academy. Företaget sysselsätter idag runt 100 personer varav cirka 70 är frisörer. Detta innebär att Björn Axén, enligt Europeiska kommissionens definition av små och medelstora företag, kan klassas som ett medelstort företag. Björn Axén kommer dock i denna uppsats inkluderas i benämningen små företag. De har en miljöpolicy vilket de tydligt förmedlar på sin hemsida; *"Björn Axén ska erbjuda tjänster och produkter som skapar förutsättningar för en hållbar utveckling och en god ekonomi. Vårt kvalitetstänkande är högt och vi strävar alltid efter att utvecklas genom våra kärnvärden som är ödmjukhet, kunskap och ambition"*. Företaget har även ett antal miljömål vilka lyder; *"Ständig förbättring inom: (1) Återvinningshantering, (2)Frisöravfallshantering, (3) Att utbilda personal i kemikaliehantering samt (4) Att ta socialt ansvar"*. Utöver detta engagerar företaget sig i diverse aktiviteter inom socialt ansvarstagande samt har en avfallslösning anpassad för frisörer; Grön Salong. ([www.bjornaxen.se](http://www.bjornaxen.se)).

#### **Klipp1**

Salong klipp1 är beläget på Olskrokstorget i Göteborg. Den ägs och drivs av Kristina Udén och Sladiana Todorovic men där även två frisörer hyr in sig på varsin stol. Salongen har inget utbrett miljöarbete men en viss avfallssortering sker och försöker vara sparsamma och förbruka så lite som möjligt.

#### **Kristin Gustafsson (OSS Hår & Skönhetssalong)**

OSS är en frisörsalong och en skönhetsklinik belägen på Västra Hamngatan i Göteborg. På salongen jobbar det åtta frisörer, en stylist, två hudterapeuter och en estetisk formgivare

([www.salongoss.se](http://www.salongoss.se)). En av de frisörer som hyr in sig på stol är Kristin Gustafsson. Kristin är sin egen arbetsgivare och fattar beslut gällande allt som rör henne, som eget företag, på egen hand. Det finns inget implementerat miljöledningssystem på salongen, hon arbetar istället efter principen; *“Ju mindre jag slösar desto mindre pengar går åt”* (K. Gustafsson, personlig mail-kommunikation, 23 maj 2012).

## 2.4. Genomförande (Steg 4)

Inför skrivandet av rapporten beslutade författarna att rikta arbetet mot ämnesområdet miljöledning i små och medelstora företag. I deras första handledarträff diskuterades rapportens upplägg i detalj och inriktningen ändrades något. Ursprungligen önskade författarna skriva om företag inom industribranschen och då främst tillverkningsindustrin. Tillsammans med handledare bestämdes dock slutligen att det redan utfördes mycket miljöarbete inom området och att istället inriktningen skulle ske mot frisörbranschen; en bransch betydligt mindre och med många småföretagare. Kort efter mötet påbörjades litteraturstudierna och under dessa beslöt sig författarna för att genomföra en förstudie. Då de ansåg att grunden vilka frisörer står på är deras utbildning, bestämde de att en intervju på en skola skulle vara en nödvändig del i förstudien. Efter både kontakt genom elektroniskt e-postmeddelande samt telefoni bestämdes tid och plats för intervju på Burgårdens gymnasieskola i Göteborg. Intervjun genomfördes och spelades in digitalt, därefter transkriberades innehållet vilket resulterade i rapportens befintliga förstudie. Författarna fortsatte sedan med litteraturstudier samt genomförde urvalet av respondenter och tog kontakt med dessa. Björn Axén valdes då företaget har ett utbrett miljöarbete samt som ovan nämnts har avfallslösningen Grön Salong i drift. Uppsatsens övriga respondenter valdes av anledningen att de är salongerna där respektive författare klipper sig. En intervjuguide utformades, efter vilken den primära empiristudien utfördes. Intervjun med Salong Klipp1 utfördes i salongen, belägen i Göteborg och intervjun med Björn Axén utfördes på dess huvudkontor i Stockholm. Även dessa intervjuer spelades in digitalt och transkriberades likt förstudien för att sedan sammanställas. Intervjun med Kristin Gustafsson på Salong OSS gjordes dock via elektroniskt e-postmeddelande på grund av förhinder vid intervjutillfälle. Författarna är medvetna om att intervjuerna vilka utfördes på plats kan ha gett mer kvalitativa svar, då tid och utrymme fanns för att ställa följdfrågor. Den intervju vilken genomfördes med elektroniskt e-postmeddelande var mer strukturerad och lämnade således mindre utrymme för intervjupersonen att svara inom. De sammanställda intervjuerna resulterade i rapportens

kapitel primär empiri. Uppsatsen avslutades med analys av befintlig teori och den insamlade empirin samt en sammanfattning av samtligt innehåll.

## **2.5. Analysmetod (Steg 5)**

Uppsatsens analys går ut på att relatera teori och verklighet till varandra vilket är ett av de verkligt centrala problemen inom allt vetenskapligt arbete enligt Patel och Davidsson (2003). Det finns flera olika metoder som forskarna kan arbeta efter. Då denna studie har sin utgångspunkt i redan befintlig teori kan den anses ha följt ett deduktivt arbetssätt, vilket är något som enligt författarna (Patel & Davidsson, 2003) kan antas stärka objektiviteten i forskningen.

## **2.6. Rapportera/redovisa (Steg 6)**

Uppsatsen skall lämnas in den 30:e maj och redovisas i form av opponering mellan den 4:e och 5:e juni. Den kommer att lämnas in i två exemplar, ett till handledare och ett till examinator samt kontrolleras mot Urkund som är ett system för automatisk dokumentkontroll vilket används för att förebygga och upptäcka plagiering. Efter nödvändiga kompletteringar skall uppsatsen publiceras elektroniskt i Göteborgs Universitets uppsatsdatabas (GUPEA) samt slutligen på respondenternas förfrågan överlämnas till dessa.

# **3. Teoretisk referensram**

*I detta kapitel kommer de befintliga teorier och standarder vilka existerar inom miljöområdet tas upp och förklaras i syftet att nå en ökad förståelse för hur små företag kan arbeta med miljöledning. Först i kapitlet behandlas miljöledning i allmänhet samt miljöledning i små företag för att sedan avslutas med befintliga standarder.*

## **3.1. Miljöledning**

Miljöledning är en benämning på metoder, strategier och tekniska åtgärder vilka ett företag använder för att utveckla, leda och driva sitt miljöarbete. Då många av dessa områden överlappar varandra kan miljöledning delas in i två områden för att förenkla strukturen. Det handlar om organisatorisk, så kallad, mjuk miljöledning och operationell, hård miljöledning. Mjuk miljöledning beskriver ett företags relation till dess omvärld, både internt och externt.



Hård miljöledning beskriver däremot mer fokuserat hur material- och energiflödena inom ett företag är strukturerade och anpassade. (Ammenberg 2004).

Mycket av befintlig teori kring miljöledning och miljöarbete har influerats av "*Stakeholder theory*"; vikten av att ta hänsyn till alla berörda parter (Loucks et al., 2010; Gadenne et al., 2008; Epstein, 2008). Teorin har använts och definierats på många olika sätt men till de mest inflytelserika försöken att förtydliga begreppet räknas Donaldsson och Prestons artikel från 1995: "*The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications*" (Egels-Zanden & Sandberg, 2010). Författarna (Donaldsson & Preston, 1995) delar i denna artikel in teorin i tre teser och hur den kan användas i olika syften; (1) deskriptivt, (2) instrumentalt och (3) normativt. (1) Deskriptivt i den mening att teorin beskriver och förklarar hur ett företag är uppbyggt av flera olika, ofta konkurrerande, intressen vilka har egna värden i sig. (2) Instrumentalt i den funktionen att teorin utvärderar hur "*stakeholder management*" och konventionella företagsmål, såsom till exempel lönsamhet, hänger ihop. (3) Normativt genom att den presenterar en värdegrund vilken säger att "*stakeholders*" är personer och eller grupper med legitima intressen i företaget och vice versa, intressen vilka har ett eget värde i sig. Konsensus är dock att kärnan i "*Stakeholder theory*", samt dess främsta funktion, är den normativa aspekten (Donaldsson & Preston, 1995; Egels-Zanden & Sandberg, 2010).

Oavsett hur företag definierar sitt miljöarbete är det, som nämndes i introduktionen, inte längre en fråga huruvida företag bör ta socialt ansvar och beakta sin miljöpåverkan. Epstein (2008) listar i sin bok "*Making sustainability work*" flera huvudskäl till varför företag bör arbeta med miljöledning; lagstiftning (genom att följa lagstiftning minskar sannolikt relaterade kostnader såsom böter och rättsliga kostnader), samhällsrelationer (ökat företagsrykte), finansiella värden (ökad lönsamhet genom till exempel processförbättringar) samt moraliska skäl (företag har ett ansvar att hantera sin miljöpåverkan). Om företag skall lyckas med sitt miljöarbete krävs dock framförallt att; miljö- och sociala frågor måste vara integrerade i företaget, företagsstrategin och alla beslut (särskilt finansiella); ledningen måste stödja arbetet samt bistå med de resurser som krävs; mätning av miljöprestanda är av yttersta vikt för att kunna avgöra huruvida förbättringar sker (Epstein, 2008).

Ett annat begrepp som ofta nämns i samband med miljöledning är "*trade-offs*", som syftar till de kompromisser vilka kan uppstå mellan till exempel en produkts prestanda och minskad miljöpåverkan (Epstein, 2008; Porter & van der Linde, 1995). Somliga författare argumenterar för att det inte behöver ske några "*trade-offs*", att företagen genom till exempel

hårdare lagstiftning drivs till innovation och på så sätt uppnår konkurrensfördelar (Porter & van der Linde, 1995). Andra konstaterar dock att arbetet mot att uppnå bättre miljöprestanda ofta påverkar företagets finansiella prestanda, om än på kort sikt, och att kompromisser mellan de två slutligen måste göras (Epstein, 2008). Vidare är det ofta svårt att sätta monetära värden på de ekonomiska fördelar som miljöarbete och hållbara satsningar medför. Att mäta kostnader för hantering av farligt avfall är relativt enkelt men att mäta samt sätta ekonomiska värden på till exempel medarbetarnöjdhet eller ett företags påverkan på samhället är svårare (Epstein, 2008). Epstein fortsätter på denna tråd och menar att det finns andra värden än strikt finansiella som måste tas i beaktning. Han delar upp värden i användarvärden och icke användarvärden; användarvärde kan vara till exempel värdet i en resurs som kommer att den brukas; icke användarvärden kan vara att resursen har ett värde i sig (existensvärde) eller att resursen kan ha ett optionsvärde för någon annan, den kanske kan brukas för exempelvis rekreationella aktiviteter (vilket ofta innebär resursen inte förbrukas). Det är som redan nämnts svårt att mäta dessa värden i ekonomiska termer men Epstein (2008) kommer med några förslag; "betalningsvilja" (det vill säga är konsumenten till exempel redo att betala ett prispålägg för en mer hållbart framtagen produkt) samt, "acceptpris" (med andra ord vilken summa skulle påverkade intressenter acceptera för att förlora resursen eller se den försämrade). I samma diskussion tar Epstein (2008) även upp externaliteter (de kostnader som uppstår när en resurs förbrukas men inte är inkluderade i priset) och hur de måste tas i beaktning vid företagsbeslut. Metoder för att kunna sätta ekonomiska värden på externaliteter skulle exempelvis kunna vara kostnaden för att "reparera" skada på en resurs (exempelvis kostnaden att sanera ett utsläpp) eller kostnaden att undvika skada på en resurs (till exempel kostnaden för åtgärder som minskar risken för ett utsläpp).

För att ett system vilket införts med hjälp av miljöledning skall vara effektivt måste det anpassas efter vilket slags företag det implementeras i. Det är främst inriktningen och omfattningen samt de olika typerna av miljöaspekter som är viktiga menar Ammenberg (2004). Huvudsyftet med ett miljöledningssystem ligger dock i att styra och kontrollera de betydande miljöaspekterna. Då detta syfte följs har det, i många exempel, uppmärksamats att miljöledningssystem kan förbättra ett företags miljöprestanda vilket i sin tur har bidragit till besparingar och ökade intäkter i vissa fall (Ammenberg, 2004). Förutom de givna ekonomiska fördelarna (direkta ekonomiska vinster och kostnadsreduceringar) med att införa ett miljöledningssystem i ett företag, finns det forskning som visar på att det likväl kan leda till ökad konkurrenskraft vilket i sin tur kan ge större marknadsandelar (Ammenberg, 2004).

De fördelar vilka erhålls tack vare införandet av miljöledningssystem följs också givetvis av nackdelar, eller kostnader, för ett företag. De mest betydelsefulla kostnaderna är enligt Ammenberg den egna personalens arbetstid, konsultarvoden, personalutbildning, eventuella kostnader för certifiering, registrering och fortlöpande revision samt arbetsmaterial i form av böcker och utbildningspaket, med mera. Den slutgiltiga fokusen, för att miljöledning skall vara lyckosam för ett företag, bör dock riktas mot den miljöprestanda och miljöpåverkan ett företag strävar efter att uppnå menar Ammenberg.

### **3.2. Miljöledning i små företag**

De största olikheterna mellan större och små företag härstammar från skillnader i resurser, till exempel i intäkter, budgetar och antal anställda (Loucks et al., 2010). Forskning har visat att skillnader i storlek påverkar och att ju större ett företag är, desto mer troligt är det att det engagerar sig i sociala och miljömässiga frågor (Luetkenhorst, 2004). Det är dock inte enbart storleken som påverkar små företags miljöarbete, flera andra egenskaper spelar en avgörande roll.

Till skillnad från större företag drivs mindre företag oftast av ägarna själva och inte sällan av en enstaka sådan, det sannolika är då att ägarens värderingar är de som i slutändan driver organisationen (Loucks et al., 2010). Flera författare har visat på att om ledningen i små företag prioriterar miljö- och sociala frågor så prioriterar sannolikt deras företag detsamma (Loucks et al., 2010; Gadenne et al., 2008; Luetkenhorst, 2004 ). Forskning antyder även att små företag snabbare kan anpassa sig och implementera förändringar (Loucks et al., 2010;) och erbjuda hållbara erbjudanden och locka nya kunder (Loucks et al., 2010; Condon, 2004). Emellertid visar dock forskning även på att mindre företag varken har tid, kunskap eller resurser att lägga på typiska ledningsområden som till exempel strategiska frågor, långsiktiga planer och investeringsbeslut (Epstein, 2008; Beaver, 2007; Labonne 2006; Luetkenhorst, 2004). De använder sig sällan av verktyg och metoder vid investeringsbeslut som tar hänsyn till pengars tidsvärde (beslut som starkt påverkar ett företags långsiktiga kapacitet och möjligheter) vilket ofta går att relatera till brist på finansiell kunskap, kortsiktigt tänk, och återigen brist på resurser (Epstein, 2008). I många fall är inte heller små företag medvetna om sin miljöpåverkan (Labonne, 2006; Condon, 2004). Dessutom kan endast få små och medelstora företag göra kostnadsbesparingar som svarar upp till den höga införingskostnaden av miljöledningssystem, på grund av deras förhållandevis låga omsättning (NUTEK, 2003:2).

Som nämnts tidigare arbetar små företag mindre än större företag med miljöledning, påståendet gäller om företaget har utformat en miljöpolicy till att ha implementerat ett miljöledningssystem (Labonne 2006). Att ha en person (eller flera) med formellt ansvar för miljö- och sociala frågor är viktigt för lyckad miljöledning. Förutom att personen besitter viktig kunskap om hur miljöaspekter kan påverka företaget skickar det signaler om att företaget bryr sig om miljön, vilket kan leda till förbättrade relationer med allmänheten och andra företag (Labonne, 2006). Loucks et al. (2010) poängterar att verktyg som utvecklas för miljöledning i små företag måste anpassas då dessa har helt andra resurser och strukturer jämfört med stora företag. I en australiensisk studie där det undersöktes vad mindre företag efterfrågar i ett miljöledningssystem kom följande krav fram (bör vara); enkelt; inte för dyrt; lågt underhåll; minimalt med pappersarbete; samt inte ta tid från verksamheten (Williams et al., 2000).

Brist på resurser är något som betonats men forskning visar även att det är bristen på mänskliga resurser (personal), inte finansiella, som mindre företag oftast har svårast att säkra vid införande och drift av miljöledningssystem (Hillary, 2003). Loucks et al. (2010) poängterar även att företag och organisationer består av individer, att de anställdas kunskap, värderingar och erfarenhet har stor påverkan på hur små företag presterar, i synnerhet gällande miljöprestanda.

När bristen på kunskap diskuteras betonar flertalet författare vikten av nätverk och branschorganisationer. Loucks et al. (2010) menar att nätverk bör vara en central faktor i utvecklandet av hållbarhetsstrategier för små företag vilka kan bistå med de resurser och den kunskap som krävs för att överkomma det hindret som kunskapsbristen innebär. Hillary (2003) påvisar att frånvaron av affärsnätverk kan hindra implementering av miljöledningssystem mot ISO 14000 serien. Labonne (2006) drar slutsatsen att externa hjälpprogram har en positiv effekt för små företags miljöprestanda och att detta belyser det faktum att små företag ofta besitter mindre kunskap inom miljöområdet, kunskaper vilka större företag redan har. Det går även att se att stora företag med implementerade miljöledningssystem influerar små företag att införa samma eller liknande system vilka de själva redan innehar (Ammenberg 2004). Det finns dock forskning som visar på att fallet även kan vara det omvända. Både Clemens (2006) och Luetkenhorst (2004) hävdar att företag vilka utvecklat hållbara strategier i verksamheten kan utöka sin kundkrets genom att locka större företag. De båda hävdar vidare att detta är med anledning till att de stora företagen har större

press från både allmänheten och föreskrifter att ständigt sträva efter att förbättra den påverkan deras leverantörskedja har både på miljön och människor.

Hillary (2003) nämner tillsyns- och lokala myndigheter bland viktiga intressenter för små företag vid implementering av miljöledningssystem, dock är små företag övertygade om att en hårdare lagstiftning gällande miljö skulle innebära bland annat större kostnader för dem (Condon, 2004). Loucks et al. (2010) drardock slutsatsen att statlig påverkan tycks variera geografiskt, och kan influeras av lobbyister från större företag. Samma författare (Loucks, et al. 2010) påpekar att små företag syns mycket mindre och därmed sannolikt löper mindre risk att bli granskade av allmänheten och media, något som kan reducera incitamenten till att införa och börja arbeta med hållbara arbetsmetoder. Enligt Hillary (2003) är kunder en central drivkraft bakom införandet av miljöledningssystem samt en av de grupper av intressenter som har störst makt och inflytande. Samma författare (Hillary, 2003) påpekar dock att det motsägelsefullt nog ofta är just kunderna som ofta inte har något intresse för, eller är nöjda med, små företags miljöarbete.

### **3.3. Befintliga standarder**

Det finns idag en stor mängd olika standarder och miljöledningssystem för företag att använda sig av. Dessa standarder är ett slags verktyg med avseende att underlätta miljöarbetet samt strukturera upp verksamheten i företag vilka väljer att implementera dem. Dessa standarder ställer ofta krav eller delger riktlinjer på hur ett företag skall genomföra sitt miljöarbete för att uppfylla de och ofta genomförs kontroller och uppföljning för att säkerställa att företaget följer de krav de skall. Vid uppfyllandet av alla krav tilldelas verksamheten ett slags certifikat, eller diplomerings, för att kunna visa upp att de aktivt följer den angivna standarden. Nedan ges exempel på ett antal befintliga standarder vilka brukas flitigt idag.

#### **3.3.1 ISO**

ISO - International Organization for Standardization, är världens största utvecklare av certifierbara standarder i världen. ISO 14000 är den standard vilken behandlar miljöledning och ISO 14001 vänder sig direkt mot miljöledningssystem ([www.iso.org](http://www.iso.org)). Dock finns det inga speciella krav eller miljöprestanda ett företag måste uppfylla för att nå ISO 14001, och därmed bli certifierad. Däremot måste företaget kunna visa upp att det fullföljt processen att implementera och utveckla ISO som miljöledningssystem i verksamheten. Dessutom skall företaget kunna visa att det åtar sig att ständigt sträva efter att finna

förbättringsåtgärder gällande dess miljöledningsarbete och även följa de föreskrifter inom miljöområdet vilket påverkar deras bransch (Epstein 2008). Miljöledningssystem utvecklade efter ISO 14001 standarden är dock resurskrävande och lämpar sig enligt forskning bäst för organisationer med fler än cirka 50 anställda (Ammenberg 2004). Ett verktyg, eller sätt att jobba efter då företag väljer att implementera miljöledningssystem i verksamheten är den så kallade PDCA-cykeln vilken efter många ISO standarder är uppbyggda. PDCA står för Plan, Do, Check, Act och ger företag en chans att införa förändring i organisationen, i form av exempelvis ett miljöledningssystem (Epstein 2008). PDCA består således i fyra faser; fyra steg att gå tillväga på, från (1) planeringsstadiet till själva (2) utförandet, till (3) utförande av kontroll och slutligen (4) utvärderingen av ledningen (Epstein, 2008).

### **3.3.2. Grøn Salon**

Grøn Salon - Danmark, utvecklades ur ett samarbete mellan Energitjänsten (Energijtjenesten), Grønt Yrke (Grønne Erhverv) och Danska Frisör och Kosmetiska Förbundet (Dansk Frisør og Kosmetiker Forbund) och certifierar företag vilka väljer att investera i konceptet genom att miljödiplomera dem. Det ställs åtta stycken obligatoriska krav på företag för att uppnå diplomering enligt Grøn Salon. Ett är bland annat att ej använda kemiska produkter vilka finns med på dess förbudslista. Grøn Salon syftar dock främst till att hjälpa företag att förbättra sitt miljöarbete, att genomföra energibesparande åtgärder och självklart erbjuda kunderna mer miljöanpassade och hälsosamma alternativ ([www.energitjenesten.dk](http://www.energitjenesten.dk)).

### **3.3.3. Miljödiplomering Göteborgs Stad**

Miljödiplomering Göteborgs Stad är ytterligare en befintlig standard. För att uppnå diplomering måste företag införa ett miljöledningssystem vilket bygger på krav ställda av Göteborgs Stad. Företaget betalar först en avgift på 4000 kronor, sedan utbildas dess personal av externa företag vilka uppfyller miljöförvaltningens krav på utbildare. Den totala kostnaden beror delvis på hur stort företaget är, och varierar således mellan stora och små företag. Inkluderat i priset är en viss marknadsföring på Göteborgs Stads hemsida, där de listar vilka företag som blivit diplomerade. Diplomeringen syftar till att företag, med hjälp av miljöledningssystemet, ska bli miljö- och klimatanpassade ([www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)).

### **3.3.4 Grön Salong – Stena Recycling**

Grön Salong - Stena Recycling, är ett avfallssystem för frisörsalonger vilket är tänkt skall underlätta all avfallshantering. Stena följer gällande lagstiftning om hantering av farligt avfall, på så vis kommer hanteringen i salongen likväl överensstämma med lagstiftningen även den. Vidare bistår även Stena salongerna med emballage att slänga avfallet i och står även för att transportera iväg de fulla emballagen vid behov. Stena sorterar därefter själva allt avfall som antingen återvinns eller destrueras, beroende på vilket slags avfall det är. Systemet innebär att det farliga avfallet hanteras på ett effektivt, miljöriktigt och lönsamt sätt ([www.stenarecycling.se](http://www.stenarecycling.se)).

### **3.3.5. Hackeforsmodellen**

Det sista verktyget att tas upp är den så kallade Hackeforsmodellen. Det är ingen egentlig befintlig standard, dock är det ett verktyg i att dela på kostnaden för miljöledningssystem i främst små och medelstora företag. Modellen växte fram i Hackefors industriområde utanför Linköping, där knappt 30 företag bildade ett eget nätverk. Var och ett av företagen erhöll egna certifierade miljöledningssystem men genom att bilda nätverk kunde de samordna miljöarbetet och synkronisera deras struktur och en viss del av innehållet i sina system efter varandra. Genom detta nätverksarbete kunde kostnaden för att uppnå certifikaten mer än halveras (Ammenberg, 2001) och tack vare införande av en gemensam styrgrupp även underlätta arbetet vid uppföljande externa revisioner (NUTEK, 2003:2). En nackdel med modellen kan dock yttra sig i att vissa företag inte har samma kunskap om sina egna miljöledningssystem som företag vilka implementerat dem individuellt har (Ammenberg, 2004).

## **4. Primär empiri**

*I detta kapitel presenteras sammanställningar av de utförda intervjuerna vilka utgör uppsatsens primära empiri.*

### **4.1. Förstudie (Burgården)**

För att, som nämnts tidigare i metodkapitlet, få en helhetsbild över branschen samt en bra grund för uppsatsen utfördes en förstudie. Under den träffade vi representanter från frisörprogrammet för gymnasieelever på Burgårdens Utbildningscentrum; Carina Ladow (Utbildningsledare) samt Sören Samuelsson (Lärare).

Då skolan är kommunal lyder den under lagen om offentlig upphandling vilket innebär mindre valfrihet när det gäller val av exempelvis produkter, avfallshantering med mera. På Burgården var det tidigare en ensam aktör som tog hand om allt avfall på skolan, något som inte var optimalt för de blivande frisörerna på skolan vars avfall då slängdes bland övriga sopor. Sedan en tid tillbaka är det dock Stena Recycling vilka med sin speciella branschlösning för frisörer, Grön Salong, tar hand om avfallet från frisörprogrammet. Med separata kärl och tydliga instruktioner till eleverna är detta en lösning som enligt skolan fungerar mycket bra. Tydlig information om vart avfallet ska ta vägen samt varför det är viktigt att ta hand om det är av stor betydelse tror Sören, vilket han inte under de dryga 20 år som han varit frisör blivit informerad om. Detta är ett projekt som, på grund av lagen om offentlig upphandling inte har fått kosta någonting. Sören och Carina började intressera sig för Grön Salong lösningen genom Stylist & Frisörläraryrkesförbundet, en ideell branschorganisation vilka de båda är med och aktivt driver. De bestämde sig för att detta var något de ville ha på skolan och fick helt enkelt Stena att ställa upp kostnadsfritt. Båda två känner att det finns ett problem både rörande arbetsmiljö och miljöpåverkan, mycket naturligtvis på grund av problematiska produkter vilka inte är miljövänliga. I och med att skolan byggdes om utökades antalet punktutslug från två till sex stycken, utförs en kemisk behandling kan den alltid göras vid en sådan arbetsstation. Skolan uppmanar även alltid till användning av skyddshandskar. De hade gärna sett en vattenavskiljare installerad vid schamponeringen för att minska utsläppet av ämnen i avloppet, men det initiativet blev för kostsamt. Här känner de att producenterna av skulle kunna ta ett större ansvar gällande produkternas innehåll, vilket skulle eliminera behovet av en sådan lösning, men att det är svårt påverka. Skolan informerar alltid blivande elever om vilka risker och besvär som yrket medför, till exempel risken för eksem och att det är ett tungt fysiskt belastande arbete. Det är inget de enligt Carina måste göra utan något de känner att de har en skyldighet att göra. Utöver detta drivs fler egna initiativ som till exempel branschdagar där branschorganisationer, facket, skattemyndigheten med flera bjuds in och kan informera eleverna om yrket.

## **4.2. Björn Axén**

Björn Axén är som nämnts studiens stora företag. Vi träffade Kristina Lindman på huvudkontoret i Stockholm, personal och miljöansvarig (Customer Relations Manager/HR) på företaget.



Sedan ett par år tillbaka är Stena Recyclings koncept Grön Salong i drift på samtliga Björn Axéns salonger och på Akademin, vilket är en branschlösning för farligt avfall som startades och utvecklades tillsammans med Björn Axén. Företaget vill ligga i framkant och vara drivande i utvecklingen av branschen. Det gäller även miljöarbetet, särskilt genom ovan nämnda projekt. Det är inte bara farligt avfall som tas hand om, återvinning är något det satsas hårt på och det som går att återvinna sorteras och tas hand om. Några officiella riktlinjer vid till exempel inköp angående miljö finns dock inte än. Hållbarhet är ett ständigt återkommande ord under intervjun och det är därför återvinning är så viktigt, det går inte att bara konsumera menar Kristina. Hon nämner att det faktiskt är lag på att ta hand om farligt avfall, men att många nog inte vet om det. Någon mätning av hur mycket avfall som tas hand om sker dock inte. Ytterligare exempel på Björn Axéns miljöarbete är att samtliga salonger har installerat snålspolande vattenkranar vilket minskar vattenförbrukningen med 30 procent. Varje salong har även en miljöansvarig och för att undvika onödig elförbrukning stängs alla elektriska apparater av under icke-verksam tid. Företaget har dessutom valt att inte ha några tjänstfordon och prioriterar alltid kollektivtrafik före taxi, och tåg före flyg, där det är möjligt. Vidare engagerar sig företaget i diverse CSR-arbete, något de kallar socialt ansvarstagande. Projekt här kan röra sig från att skänka pengar till välgörande ändamål vid katastrofer, (exempelvis skänkte alla anställda en del av sin dagslön till jordbävningsoffren på Haiti 2010) till att erbjuda ensamstående mammor kostnadsfria klippningar.

Björn Axén är med branschens mått mätt ett stort företag, något de är medvetna om. Miljöarbetet kostar tid och pengar men företaget har manskap till det, det är något vilket för dem känns väldigt bra och Kristina tror att företaget har igen kostnaderna i det långa loppet. Hon nämner att hon blev oerhört glad när hon blev erbjuden att bli miljöansvarig, en glädje och ett engagemang som delas av personalen. Detta är en av anledningarna till att företaget började jobba med miljö och personalen upplever att det känns meningsfullt. Både personal och kunder började efterfråga miljöarbete och responsen har varit väldigt positiv. Kristina nämner likt Sören (frisörlärare på Burgården) vikten av att frisörerna får information om vart avfallet tar vägen och varför man sorterar, lika viktigt är att det skall vara enkelt att göra rätt. Företaget känner till att det finns ekologiska produkter på marknaden men anser att prestandan hos de produkterna inte är tillräckligt hög. Björn Axén försöker istället sätta press på leverantörer att utveckla mer miljöanpassade produkter samt aktivt ta hand om det avfall som uppstår.

Ytterligare en grupp där responsen på miljöarbetet och Grön Salong projektet varit positiv är de hyresvärdar som hyr ut lokaler till Björn Axén. Här hade Kristina kanske förväntat sig ett visst motstånd när de ställt krav på diverse förändringar, men hyresvärdarna har varit positivt inställda, lyhörda och tillmötesgående. Om det beror på att företagets varumärke är såpass starkt, är svårt att veta menar Kristina. Andra viktiga aktörer för företaget är branschorganisationen SFF (Svenska Frisör Företagarna) vilka bistår med bland annat juridisk rådgivning inom arbetsrättsliga frågor, både för att Björn Axén skall veta vilka skyldigheter de har gentemot sina anställda men även vice versa. De är medlemmar i KTF (Kemisk Tekniska Leverantörsförbundet), detta huvudsakligen på grund av företagets produktportfölj. Kristina nämner givetvis konkurrenter som en annan viktig grupp, men ser dem gärna som branschkollegor. Hon nämner att det generellt sett är svårt att få en bra lönsamhet i branschen och att mindre salonger därmed ofta är väldigt kostnadsmedvetna och känsliga. Kristina anser att företaget kan vara med och påverka förändringar i branschen, inte minst genom Grön Salong konceptet och de försöker även lyfta frågan i SFF. De är även med och sponsrar samt arrangerar "*Living Green Award*"; ett pris vilket delas ut till en person eller organisation som gör det lättare för allmänheten att göra grönare val i sin vardag. På event som detta har företaget till exempel, för att försöka väcka frågan och påverka andra, delat ut lappar med frågor kunder kan ställa till sin frisör. Konceptet Grön Salong utvecklas och tanken är att det i framtiden skall växa fram något sorts certifieringssystem runt konceptet. Kristina är en drivande faktor i miljöarbetet och känner fullt stöd från ledningen i företaget, där hon även själv sitter med.

### **4.3. Salong Klipp1**

Salong Klipp1 ägs och drivs av frisörerna Sladiana Todorovic och Kristina Udén samt inkluderar även ytterligare två frisörer som hyr in sig. Intervjun ägde rum i salongens lokaler i Göteborg.

Miljöarbetet på salongen består främst av avfallssortering och åtgärder gällande arbetsmiljö. Deras avfallssortering inkluderar dock inte färgtuber men de skulle vilja sortera mer. De har inga riktlinjer eller rutiner vid inköp som inkluderar miljöaspekter men försöker vara så restriktiva som möjligt när det gäller förbrukning. De har till exempel bytt ut alla pappersmuggar mot porslinskoppar och de har inga pappershanddukar utan endast sådana i tyg på deras toaletter. Det är arbetsmiljön som prioriteras högst och därför väljs det ofta produkter vilka, även om de kostar något mer, är mer hälsosamma. Det som är hälsosammare

för frisörerna är även det för kunden men annars är det inga större summor som läggs på miljön. De nämner att kunderna är absolut viktigast för dem och önskar att det fanns en större efterfrågan hos kunder för miljön, då hade det också kunnat ske förändringar. Vissa kunder frågar vid köp av produkter om det är testat på djur eller om det är fritt från parabener men ägarna nämner att även om kunderna efterfrågar vissa miljöaspekter är det inte säkert att de är villiga att betala för det. Lika känsliga som kunderna är rörande pris är gruppen när det gäller prestanda. En hårfärgning skall bli perfekt och kunden bryr sig inte om miljön när produkten innebär ett sämre resultat. Vilket är relevant vid diskussion kring ekologiska hårfärgningsprodukter, vilka inte är aktuella för salongen att jobba med då resultatet inte blir optimalt. Prestanda är det absolut viktigaste och till exempel hårfärgningar går även längre ner i åldrarna hos kunder, något som kan oroa ägarna vilka nämner läkemedelsverkets rekommendation angående hårfärgning vilken säger att personer under 16 år ej börja färga håret. Här tror de att kunskapen är låg hos kunderna och de ser alltid till att informera om risker för exempelvis allergiska reaktioner.

Exempel på andra viktiga aktörer för salongen är leverantörer, hyresvärderna och frisörföretagarna. Ägarna ställer krav på leverantörerna och anser att de delvis kan påverka, ju fler som klagar desto större chans är det att förändring sker menar de. Hyresvärderna hade från början ingen sopsortering alls men det har salongen varit med och pressat fram. Ägarna nämner att de helst skulle se att ventilationen var bättre i salongen, något som är viktigt inte bara för de själva utan även för de två frisörerna som hyr in sig på salongen. Detta är också något de diskuterar med hyresvärderna, som dock inte tycks vara villig till förändring på den punkten. I en sådan fråga tror de att Frisörföretagarna hade kunnat vara bra att ha som hjälp i ryggen hade salongen varit medlemmar. Men det är en kostnadsfråga och beror på att utöver den avgift salongen betalar in till Frisörföretagarna skulle även de som hyr in sig få betala en extra avgift. Ett framtida medlemskap diskuteras dock. Angående lagstiftning mot exempelvis producenter menar ägarna att branschen kanske inte är så förbisedd som många hävdar. Vilket de till viss del tror beror på att det är mycket pengar i frisör- och skönhetsbranschen vilket innebär att det inte grävs för mycket där.

När det gäller nyutbildade frisörer anser båda att kunskapen kring miljö ofta är mycket bättre jämfört med tidigare generationer. Detta gäller dock inte alla. Elever från Burgården vilka gjort praktik på salongen har visat att de är insatta i ämnet, till skillnad från elever vilka kommer från privata skolor vars kunskap på området enligt ägarna själva ofta är låg. När de

jämför utbildningen idag med sin egen är det stor skillnad; det var ingen som informerade dem om hälsorisker eller produkternas miljöpåverkan när de själva utbildades.

#### **4.4. Kristin Gustafsson (OSS Hår & Skönhetssalong)**

Kristin Gustafsson är en utbildad frisör som hyr in sig på en stol på Hår & Skönhetssalongen OSS. Hon har svarat på frågor via elektroniskt e-postmeddelande gällande hennes eget miljöarbete och hos OSS.

Kristin upplever att den mest självklara viktiga aktören för henne är kunderna. Det finns många konkurrenter i området där OSS är beläget men Kristin menar att alla verkar gå runt ändå, därför läggs fokus på kunder istället för andra konkurrenter. OSS använder sig av en produktserie vid namn Kevin Murphy och Kristin förklarar att de utför miljöarbete. OSS erhåller alltid produkter från Kevin Murphy, exempelvis deras produktflaskor och burkar, så tätt packade som möjligt tack vare optimal utformning vilket gör att de tar så lite plats som möjligt vid frakt. Produkterna är även fria från sulfater. Vad gäller Kristins inköp av material som färg, handskar och andra förbruksvaror, ansvarar hon själv för och tänker på att inte slösa med vad hon använder. De andra anställda på salongen har egna rutiner och fattar således även de egna beslut.

Det finns inget aktivt avfallssystem på OSS men de sorterar papper och pantförpackningar. Deras mest betydande miljöaspekt nu är istället fokuserat på att prioritera mer miljöanpassade produkter. Kristin upplever dessutom dessa produkter som mer skonsamma mot hennes händer. Att den egna hälsan kan förbättras, och inte bara kostnader genom miljöarbete på detta vis, är av värde för Kristin. På OSS har ingen frisör miljöutbildats genom kurser eller dylikt, men många är intresserade och har tagit reda på fakta på eget håll. Det är olika nivå på medvetenheten gällande miljöarbete i salongen men alla är medvetna i viss mån. De hinder till att de inte jobbar mer med miljö tror Kristin är brist på tid, brist på kunskap samt att få ihop alla att sträva efter samma mål. Hon nämner även att miljöarbetet i salongen i slutändan är upp till ägarna. De som hyr in sig kan komma med tips och idéer men det är svårt när det är flera egenföretag under samma tak och när inte alla har samma tid, möjlighet, kunskap och vilja att få det att fungera.

Att vara egenföretagare och hyra in sig på stol har begränsningar. Möjligheten att vara med och påverka förändringar inom frisörbranschen är upplevd som liten, eller obefintligt och Kristin menar att det skulle krävas mycket av en enskild person för att ändra på det.

## 5. Analys

*Efter att ha presenterat befintliga teorier och standarder kommer följande kapitel att analysera och relatera dessa till uppsatsens primära empiri.*

Intrycket om att det existerar ett kunskapsproblem i frisörbranschen förstärktes ytterligare efter insamling och sammanställande av primärempiri. Problemet tycks börja vid utbildningsstadiet då det inte existerar krav på att samtliga skolor skall utbilda frisörer i miljö, till exempel i produkternas påverkan på hälsa och miljö och de risker yrket medför. Det råder dock oklarheter kring detta krav. Enligt uppgifter i förstudien existerar det inga krav men enligt skolverket (som styr och reglerar kommunala skolor) ingår sådana krav i examensmålen för ämnet Material och miljö vilket ingår i hantverksprogrammet där frisör är inkluderat. Klart tycks vara att det inte ingår som ett krav för privata skolor och detta styrks av uppgifter från respondenterna som fastställer att elever från dessa skolor har låga kunskaper inom miljö, vilket innebär ett stort problem för branschen. Detta kan vara kopplat till det faktum att vem som helst får kalla sig frisör samt starta och driva frisörverksamhet och frisörskola. Informerar och utbildar skolor ändå elever om hälsorisker och miljöpåverkan för att de känner en skyldighet att göra det, betonar detta vikten av att ha ledare vilka prioriterar miljö- och sociala frågor (Loucks et al., 2010; Gadenne et al., 2008; Luetkenhorst, 2004). Labonne (2006) samt Condon (2004) påvisar att små företag ibland inte är medvetna om sin miljöpåverkan. Detta påstående stämmer till stor del inte överens med våra respondenter då de alla tycks vara medvetna om särskilt arbetsmiljöproblemet och vilka risker de själva löper, men även om produkternas miljöpåverkan.

Hillary (2003) påpekar att kunder är en av de aktörerna med störst makt och inflytande men trots detta har de ofta inget intresse av, eller är nöjda med, små företags miljöarbete. Denna bild delas av våra respondenter som nämner att kunder inte är villiga att välja en miljömässigt bättre produkt om resultatet blir sämre. Salong Klipp1 önskade att efterfrågan hos kunder för miljön var större, då hade det kunnat ske större förändringar. Kristina (Björn Axén) nämner visserligen att en av anledningarna till att de började jobba mer med miljö var bland annat eftersom kunderna efterfrågade det. Ägarna på Salong Klipp1 påpekar dock att bara för att kunderna efterfrågar vissa miljöaspekter är det inte säkert att de är villiga att betala för det. En stor anledning till att kunderna inte är villiga att göra denna "trade-off" mellan miljö- samt hälsopåverkan och produktens prestanda kan bero på att det råder en kunskapsbrist hos kunden, och att de därför inte gör valet fullt medvetna om konsekvenserna.

Utöver bristen på resursen kunskap om miljöproblemet har flera författare påpekat att det i små företag ofta är brist på fler resurser, främst då tid, kapital samt kunskaper inom ledningsområden såsom strategiska frågor, långsiktiga planer samt investeringsbeslut (Epstein, 2008; Beaver, 2007; Labonne 2006; Luetkenhorst, 2004). Denna brist är särskilt tydlig i studiens två mindre respondenter som båda nämner brist på tid och kapital som stora anledningar till varför de inte jobbar mer med miljöledning. Bristen på tid går säkerligen att relatera till bristen på kapital. Björn Axén anser själva att miljöarbetet kostar tid och pengar men att de har manskaper till det. Loucks et al. (2010) påpekar att det i små företag ofta är ägarens värderingar som i slutändan driver organisationen, och flertalet författare visar på att om ledningen i små företag prioriterar miljö- och sociala frågor prioriterar sannolikt deras företag detsamma (Loucks et al., 2010; Gadenne et al., 2008; Luetkenhorst, 2004). Ovanstående tycks stämma in på Björn Axén där både ledningen prioriterar hållbarhet och engagerar företaget i både sociala och miljömässiga frågor. Det känns dock orättvist mot studiens två övriga respondenter att dra slutsatsen att de inte prioriterar dessa frågor lika högt som Björn Axén då de inte har samma finansiella förutsättningar. På så sätt kan det även ses som en kostnadsfråga, att ha råd att engagera sig i de frågorna, utan att på något sätt förringa det arbete som Björn Axén gör. Vad gäller bristen på strategiska och investeringsrelaterade kunskaper i små företag i relaterat till miljö kan det påståendet delvis sägas stämma. Även om ett visst långsiktigt tänk existerar, till exempel i planer för utveckling av Grön Salong, säger sig ingen av studiens respondenter använda några officiella miljörelaterade kriterier vid investeringsbedömningar eller inköp. Loucks et al. (2010) kommenterar även att små företag syns mycket mindre vilket minskar risken för att de ska bli granskade och kritiserade. Ingen av respondenterna ansåg att deras storlek påverkade dem märkbart i denna frågan. Det kan dock argumenteras för att Björn Axéns varumärke inte hade varit lika starkt utan ett etablerat miljöarbete.

Flera författare betonar vikten av nätverk, branschorganisationer samt externa hjälpprogram (Loucks et al, 2010; Labonne, 2006; Hillary 2003). Genom att ta hjälp av ovan nämnda aktörer tycks en del av de resursbrister som nämnts, framför allt kunskapsproblemet, kunna lösas. Denna externa kunskap visar sig på en del punkter bland respondenterna. Avfallslösningen Grön Salong som utvecklats av Björn Axén tillsammans med Stena Recycling är ett utmärkt exempel på hur ett samarbete med en extern aktör bidragit till att driva miljöarbetet framåt. Förstudiens respondent, Burgården, fick kontakt och information om Grön Salong genom den ideella branschorganisationen som skolans kontaktpersoner var

med och drev. När avfallslösningen implementerades på skolan informerade Stena även om hur och varför visst avfall bör sorteras etcetera. På Björn Axén nyttjas även SFF (Frisörföretagarna) som nämnts tidigare i juridiska frågor rörande arbetsrättsliga frågor.

Myndigheter nämns som en viktig aktör för små företag (Hillary, 2003). Dock nämner ingen av våra respondenter myndigheter eller staten som någon av deras mest betydelsefulla intressenter (för Burgården innebär snarare lagen om offentlig upphandling ett hinder). Ägarna på Klipp1 tror snarare att på grund av frisör- och skönhetsbranschens stora omsättning, utreds inte mycket om till exempel hårvårdsprodukters påverkan på hälsa och miljö. Denna hypotes följer vad Loucks et al. (2010) konkluderat; att statlig påverkan kan influeras av lobbyister från större företag. Hyresvärdar är en annan viktig aktör för frisörsalongerna. Hos dessa tycks medgörligheten variera. Björn Axén nämner att hyresvärdarna varit lyhörda och hjälpsamma när de ställt krav på dem vid implementeringen av Grön Salong medan Klipp1 fick pressa värdarna att införa sopsortering, och att de trots konstaterat dålig luft i salongen inte får till någon förändring på den punkten. Om detta beror på Björn Axéns starka varumärke vågar inte Kristina på företag svara på men det finns forskning som visar på att företag vilka lyckas med sitt miljöarbete kan uppnå konkurrensfördelar i form av bland annat gott företagsrykte (Epstein, 2008; Ammenberg, 2004), vilket skulle kunna vara en förklaring till den av respondenterna upplevda medgörlighetsskillnaden. Skillnader i företagsrykte och varumärkesstyrka skulle även kunna vara en av anledningarna till att Björn Axén känner att de kan påverka branschen, Klipp1 känner att de delvis kan påverka den men Kristin upplever möjligheten som liten eller obefintlig. Större finansiella möjligheter (tillgång till kapital) är givetvis en annan anledning vilken redan nämnts.

Det miljöarbete som studiens respondenter utför förknippas till stor del enligt dem själva med kostnader. Den kostnad vilken uppstår då ett miljöledningssystem skall införas är ofta alldeles för hög, och besparingarna som det medför alldeles för låga, för att det skall vara relevant för små företag (NUTEK, 2003:2). Det finns dock ingen anledning för små och medelstora företag att ignorera miljöledningssystem eftersom resultatet av ett sådant beror på fler än en faktor, vilket belysts i teoridelen ovan. Tydligt är emellertid att små företag efterfrågar vissa speciella förutsättningar för hur ett miljöledningssystem bör vara och att verktyg för dessa bör anpassas (Loucks et al., 2010; Ammenberg, 2004). Enligt Williams et al. (2000) är dessa bland annat att systemet skall vara enkelt och inte ta tid från verksamheten. Tidigare nämnda befintliga standarder såsom till exempel ISO är resurskrävande (Ammenberg, 2004) och

lämpar sig därmed inte för frisörsalonger. Andra viktiga punkter att ta i beaktning är att miljöarbetet skall vara integrerat i hela företaget (särskilt vid både strategiska och finansiella beslut), ledningen måste bistå med sitt fulla stöd samt att utföra mätning av företagets miljöprestanda vilket är av yttersta vikt för att kunna avgöra om det sker förbättringar. Björn Axén har ett integrerat sätt att arbeta med miljön på. Bland annat genom avfallslösningen Grön Salong, vilken även är i drift på Akademin. Lösningen upplevs som enkel (även av Burgården) och tar inte någon vidare tid i anspråk att använda, det är snarare att det underlättar verksamheten. Då alla jobbar efter samma rutiner, uppstår mer struktur i arbetet. Utöver detta har de en miljöpolicy, ett antal miljömål företaget strävar efter att uppnå samt en miljöansvarig. Vikten av ledningens stöd samt en formellt utsedd miljöansvarig har konstaterats tidigare i uppsatsen. Detta uppfylls hos Björn Axén, något som säkerligen starkt positivt påverkat företagets miljöarbete. Ingen av Respondenterna utför dock någon mätning av sin miljöprestanda, till exempel mätning av avfallsmängder.

Bland fördelarna att arbeta med miljöledning nämns effektivare resursanvändning och processförbättringar (Epstein, 2008). Effektivare resursanvändning är något som respondenterna alla strävar efter men mycket på grund av kostnadsskäl. Diskussion har förts kring ökat företagsrykte och konkurrensfördelar. Det är sannolikt att Björn Axéns arbete inom miljö- och sociala frågor har hjälpt stärka deras varumärke. Forskning antyder även som vi nämnt att små företag snabbare kan anpassa sig och erbjuda hållbara erbjudanden och locka nya kunder (Loucks et al., 2010; Condon, 2004). Denna punkt stöds delvis inte, då flera av respondenterna konstaterat att efterfrågan för miljöanpassade produkter är låg. Påståendet kan dock givetvis bli aktuellt om efterfrågan på sådana produkter ökar i framtiden. Något som Epstein (2008) påpekar är svårigheten med att sätta monetära värden på ett etablerat miljöarbete men att de ändå existerar, till exempel i form av ökad medarbetarnöjdhet. Vilket stärks av Kristina (Björn Axén) när hon berättar att miljöarbetet känns bra och hon tror att företaget har igen det i längden, även om det kostar pengar.

Epstein (2008) nämner moraliska skäl som ett av huvudskälen till varför företag bör arbeta med miljöledning och på denna punktuppfattas alla respondenterna som medvetna trots olika finansiella möjligheter, vilket diskuterats. Här existerar dock ett problem bland några av branschens övriga aktörer. Flera rapporter från förstudien konstaterar att det finns ett miljöproblem, inte minst relaterat till arbetsmiljö. Trots detta är till exempel hyresvärdar ovilliga att installera ändamålsenlig ventilation. Det kan därför argumenteras att det finns en normativ aspekt på problemet där många aktörer, eller så kallade "stakeholders", inte



respekteras. Epstein(2008) menar att externaliteter bör tas med i kostnadsberäkningar och ett exempel på en sådan kan vara ökade sjukvårdskostnader för astma relaterat till dålig ventilation.

## 6. Slutdiskussion

*Efter att ha fått större inblick i både resurs och kunskapsproblemet samt arbetsmiljöproblemet med bland annat kemikalier vilka inte är skonsamma mot varken hud eller miljö har vi diskuterat problemen samt kommit fram till vissa förslag på förbättringar i den slutliga diskussionen.*

Vi vill inleda med att diskutera kring resursproblemet. Det har redan konstaterats att det kan vara av olika typer, men vi vill välja att diskutera kring bristen på kunskap. Kunskapsbristen om branschens miljöpåverkan är för det första inte ensidig. Först och främst tycks det existera en kunskapsbrist hos många salonger i branschen då vem som helst får starta och driva både frisörverksamhet men kanske ännu värre frisörutbildning. Detta verkar vara ett stort problem och här tror vi att det krävs skärpta regler, lagstiftning samt tillsyn. Särskilt frisörutbildningar behöver regleras hårdare. Det tycks även finnas en brist på kunskap och medvetenhet hos kunderna. Vi är övertygande om att hade kunderna fått tillgång till den information vilken vi anskaffat oss fast på enklare väg, exempelvis genom informationskampanjer av externa aktörer såsom Naturskyddsföreningen eller inne i salongerna blivit informerade om vilka problem vissa produkter så som hårfärger för med sig på både frisörer, de själva och miljön, hade säkerligen efterfrågan av mer miljöanpassade produkter och arbetssätt ökat. Här kan frågan ställas om Läkemiddelsverket som ansvarig tillsynsmyndighet tar sitt fulla ansvar med att granska producenter och leverantörer? Sedan Kalla Fakta dokumentären i maj 2011 tycks myndighetens arbete dock utvecklats en del, exempelvis listar de en del pågående forskning inom produkternas påverkan samt att de givit ut nya rekommendationer angående åldersgräns för hårfärgning. Det finns en del forskning om hårvårdsprodukters påverkan på människors hälsa men befintlig forskning på produkternas miljöpåverkan är ej tillräcklig och här anser vi att det existerar ytterligare en kunskapsbrist.

Den konstaterade bristen inom strategisk kunskap och finansiella metoder diskuteras ofta relaterat till små företag. Men vi anser att bristen på kapital, mycket till följd av en låg efterfrågan på miljöanpassade produkter, är ett mycket större problem i företagen. Detta har indirekt lett till att salongerna får svårt att genomföra förändringar då de ofta innebär en för

stor kostnad. 30 stycken företag i området Hackefors utanför Lidköping stod inför liknande resursdilemma. Dessa företag var små och medelstora industrier vilka alla önskade arbeta med miljöledning men fann det vara för kostsamt. Tillsammans kom de fram till en lösning genom att slå ihop alla företag i ett nätverk. På så vis kunde de halvera kostnaden för att bli certifierade. Detta gjordes möjligt så att företag lättare kunde nå sitt mål; att bli certifierade. Ett mål i frisörbranschen skulle kunna vara liknande, men mer riktat mot miljöledningsarbete istället för ett certifikat. Vi tror att ett slags geografiskt nätverk i exempelvis Göteborgstrakten av små och medelstora frisörsalonger inte skulle missgynna varken konkurrensen eller vinsten.

Branschlösningen för avfall, Grön Salong, är ett gott initiativ och ett bra exempel på hur extern kunskap kan bidra till en mer hållbar frisörbransch. För att lösningen (och övrigt miljöarbete) skall kunna utvecklas tror vi i linje med många författare på miljöområdet att mätning av miljöprestanda är ett måste, ordspråket ”*what gets measured gets managed*” tydliggör vikten av detta. Att ytterligare integrera miljöarbetet i verksamheten är också något vilket behöver utvecklas, till exempel genom att ha med miljöparametrar vid investeringsbeslut samt i inköpsrutiner.

Många av de slutsatser vilka framkommit i denna uppsats, exempelvis existensen av kunskapsbrist hos frisörer inom miljöpåverkan samt en bristande medvetenhet hos konsumenterna, anser vi behövs undersökas samt bekräftas i ytterligare studier av kvantitativ art.

## 7. Referenser

### 7.1. Böcker

Ammenberg, J. (2001) ”How do standardised environmental management systems affect environmental performance and business”. LiU/Unitryck, Linköping.

Ammenberg, J. (2004) ”Miljö-management” Studentlitteratur.

Almgren, R., Brorson, T. (2003) “Miljörevision: handbok för miljörevisorer och andra som är intresserade av miljöledning och miljörevision”. Green Business AB.

Epstein, M.J. (2008) “Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts”. Greenleaf publishing.

NUTEK - Verket för näringslivsutveckling, (B 2003:2) "Miljöarbete i småföretag - en ren vinst?". NUTEK Förlag.

Patel, R., Davidsson, B. (2003) "Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning". Studentlitteratur.

## 7.2. Artiklar

Beaver, G. (2007) "The strategy payoff for smaller enterprises", *Journal of Business Strategy*, Vol. 28 No. 1, pp. 11-17.

Condon, L. (2004), "Sustainability and small to medium sized enterprises: how to engage them" <http://www.environment.nsw.gov.au/resources/cee/condon.pdf> hämtad: 2012-05-23

Donaldson, T. Preston, L.E. (1995) "Stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications", *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp. 65-91.

Egels-Zandén, N, & Sandberg, J 2010, "Distinctions in descriptive and instrumental stakeholder theory: a challenge for empirical research", *Business Ethics: A European Review*, 19, 1, pp. 35-49.

Loucks, .E., Martens, M., Cho, C (2010),"Engaging small- and medium-sized businesses in sustainability", *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 1 Iss: 2 pp. 178 – 200

Gadenne, D. Kennedy, J. McKeiver, C. (2008), "An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs", *Journal of Business Ethics*, Vol. 84, No. 1 (2009), pp. 45-63.

Hillary, R. (2003), "Environmental management systems and the smaller enterprise", *Journal of Cleaner Production*, Vol 12, (2004), pp. 561-569.

Labonne, J. (2006), "A comparative analysis of the environmental management, performance and innovation of SMEs and larger firms", for the European Commission, Directorate General Environment, CL Conseil, Saint Michel Sur Orge, pp. 1-44.

Luetkenhorst, W. (2004), "Corporate social responsibility and the development agenda: the case for actively involving small and medium enterprises", *Intereconomics*, Vol. 39 No. 3, pp. 157-67.

Porter, M, & van der Linde, C. (1995), "Green and Competitive: Ending the Stalemate", Harvard Business Review, Vol. 73 No.3 pp. 120-134

Williams, H., van Hooydonk, A., Dingle, P. and Annandale, D. (2000), "Developing tailored environmental management systems for small businesses." Eco-Mgmt. Aud., 7: 106–113.

### 7.3. Internet

Arbetsmiljöverket (2011) "Bra arbetsmiljö för frisörer"

[http://www.av.se/dokument/publikationer/adi/adi\\_456.pdf](http://www.av.se/dokument/publikationer/adi/adi_456.pdf) hämtad 2012-04-13

Björn Axén – om oss <http://www.bjornaxen.se/om-oss/vi-har-nagot-att-beratta-bjornaxen> hämtad 2012-05-21

Echa: European chemicals agency – angående kemikalien 2,5 TDAs påverkan <http://clp-inventory.echa.europa.eu/DetailsOfNotifAndLabelling.aspx?SubstanceID=22108&NotificationID=1151847> hämtad 2012-05-27

Europeiska kommissionen (2003) "Commission recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises" <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EN:PDF> hämtad 2012-05-02

Europeiska kommissionen (2012) – ordlista [http://ec.europa.eu/enterprise/glossary/index\\_sv.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/glossary/index_sv.htm) hämtad 2012-05-22

Frisörföretagarna – allmänt <http://www.frisor.se/om-oss> hämtad 2012-05-01

Frisörföretagarna – Hitta en utbildad frisör <http://www.frisor.se/hitta-en-utbildad-frisor> hämtad 2012-05-29

Frisörföretagarna – om gesällbrevet och utbildning [http://www.frisor.se/utbildning\\_1/allt-om-gesallen](http://www.frisor.se/utbildning_1/allt-om-gesallen) hämtad 2012-05-01

Frisörföretagarna – antal medlemmar <http://www.frisor.se/bli-medlem/bli-medlem-nu> hämtad 2012-05-01

Grazette – miljöarbete <http://www.grazette.se/#params:id=15&lid=0> Hämtad 2012-05-17

Gryaab – så går processen till <http://www.gryaab.se/processen/filmen.html> hämtad 2012-05-17

Gryaab rapport 2012:3, Jan Mattsson

[http://www.gryaab.se/admin/bildbank/uploads/Dokument/Miljorapporter/Miljorapport\\_2011\\_Ryaverket\\_Gryaab\\_rapport.pdf](http://www.gryaab.se/admin/bildbank/uploads/Dokument/Miljorapporter/Miljorapport_2011_Ryaverket_Gryaab_rapport.pdf) hämtad 2012-05-17

Grøn Salon – vad är det? <http://www.energitjenesten.dk/hvad-er-gron-salon.html> hämtad 2012-05-24

Grøn Salon – vem står bakom det? <http://www.energitjenesten.dk/hvem-star-bag-gron-salon.html> hämtad 2012-05-24

Grøn Salon – krav att uppfylla <http://www.energitjenesten.dk/krav-gron-salon.html> hämtad 2012-05-24

Handelsanställdas förbund (2003) ”Hälsa Miljö Säkerhet”

[http://www.avd34.handels.se/home/handels2/home.nsf/unidView/399D3E1A92E877FFC1256F49005EDC91/\\$file/Sofiaprojektet-SE.pdf](http://www.avd34.handels.se/home/handels2/home.nsf/unidView/399D3E1A92E877FFC1256F49005EDC91/$file/Sofiaprojektet-SE.pdf) hämtad: 2012-04-13

ISO – största utvecklare och certifierare i världen av internationella standarder

<http://www.iso.org/iso/about.htm> hämtad 2012-05-23

ISO – berör miljöledningssystem

[http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/management\\_and\\_leadership\\_standards/environmental\\_management/iso\\_14000\\_essentials.htm](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/environmental_management/iso_14000_essentials.htm) hämtad 2012-05-23

Kalla Fakta – avsnitt 6 av 7. (2011)

[http://www.tv4play.se/nyheter\\_och\\_debatt/kalla\\_fakta?title=kalla\\_fakta\\_del\\_6&videoid=1643248](http://www.tv4play.se/nyheter_och_debatt/kalla_fakta?title=kalla_fakta_del_6&videoid=1643248) hämtad 2012-04-12

KTF – allmänt [http://www.ktf.se/om\\_ktf.html](http://www.ktf.se/om_ktf.html) hämtad 2012-05-16

KTF – Vägledning om frisörprodukter, reviderad upplaga från 2008

[http://www.ktf.se/pdf/Frisorbroschyr\\_08\\_A4.pdf](http://www.ktf.se/pdf/Frisorbroschyr_08_A4.pdf) hämtad 2012-05-16

KTF – medlemmar [http://www.ktf.se/vara\\_medlemmar.html](http://www.ktf.se/vara_medlemmar.html) hämtad 2012-05-16

Läkemedelsverket – övergripande lagar <http://www.lakemedelsverket.se/overgripande/Lagar-regler/> hämtad 2012-05-02

Läkemedelsverket – gällande tillsyn <http://www.lakemedelsverket.se/overgripande/Om-Lakemedelsverket/Verksamhet/Kosmetika-och-hygien-produkter/> hämtad 2012-05-02

Läkemedelsverket – ny märkning från 2011 <http://www.lakemedelsverket.se/Alla-nyheter/NYHETER-2011/Tydligare-varning-pa-harfargningsmedel-infors-2011/> hämtad 2012-05-02

Miljödiplomering Göteborgs Stad – allmänt

[http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO\\_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmpgW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dJQSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfMjNTNEVTRDMwOEUYnZBJQUZUN0NJQzFKODc!/](http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmpgW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dJQSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfMjNTNEVTRDMwOEUYnZBJQUZUN0NJQzFKODc!/) hämtad 2012-05-26

Miljödiplomering Göteborgs Stad – avgift

[http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO\\_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmp-gW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/wps/wcm/connect/goteborg.se/goteborg\\_se/Foretagare/Miljoanpassa+foretaget/Miljodiplomerin g/lnkrubr\\_N800\\_FOR\\_DrivaForetag\\_Miljoanpassa\\_Miljodiplomerin g/art\\_N800\\_FOR\\_DF\\_MF\\_Miljodiplom\\_Anmalan](http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmp-gW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/goteborg.se/goteborg_se/Foretagare/Miljoanpassa+foretaget/Miljodiplomerin g/lnkrubr_N800_FOR_DrivaForetag_Miljoanpassa_Miljodiplomerin g/art_N800_FOR_DF_MF_Miljodiplom_Anmalan) hämtad 2012-05-26

Miljödiplomering Göteborgs Stad – utbildning

[http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO\\_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmp-gW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/wps/wcm/connect/goteborg.se/goteborg\\_se/Foretagare/Miljoanpassa+foretaget/Miljodiplomerin g/lnkrubr\\_N800\\_FOR\\_DrivaForetag\\_Miljoanpassa\\_Miljodiplomerin g/art\\_N800\\_FOR\\_Drivaforetag\\_Miljoanpassa\\_Miljodiplom\\_Utbildning](http://www.goteborg.se/wps/portal!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gj42AT12AXYwMLVyNzA09HtxBzZ09nQy8jQ6B8pFm8s7ujh4m5j4GBhYm7gYGniZO_n4dzoKGBpzEB3X4e-bmp-gW5EeUAWaAvRw!!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/goteborg.se/goteborg_se/Foretagare/Miljoanpassa+foretaget/Miljodiplomerin g/lnkrubr_N800_FOR_DrivaForetag_Miljoanpassa_Miljodiplomerin g/art_N800_FOR_Drivaforetag_Miljoanpassa_Miljodiplom_Utbildning) hämtad 2012-05-26

Miljöförvaltningen – R 2011:9, ”Förstudie om hårfärgningsmedel i hårvårdssalonger”

[http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800\\_R\\_2011\\_9.pdf/\\$file/N800\\_R\\_2011\\_9.pdf](http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800_R_2011_9.pdf/$file/N800_R_2011_9.pdf) hämtad 2012-05-17

Notisum – miljöbalken <http://www.notisum.se/pub/Doc.aspx?url=/rnp/sls/lag/19960971.htm>  
hämtad 2012-05-27

REACH – allmänt [http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/reach\\_intro.htm](http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/reach_intro.htm) hämtad  
2012-05-22

REACH – mål och kemikaliehantering  
[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/reach/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/reach/index_en.htm) hämtad 2012-05-22

REACH – 2,5

TDA [http://ec.europa.eu/health/ph\\_risk/committees/04\\_sccp/docs/sccp\\_o\\_108.pdf](http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_sccp/docs/sccp_o_108.pdf)  
hämtad 2012-05-29

Skolverket – om skolverket <http://www.skolverket.se/lagar-och-regler> hämtad 2012-05-29

Skolverket – ämne; hantverkskunskap [http://www.skolverket.se/forskola-och-skola/gymnasieutbildning/program/nationella-program/hantverksprogrammet/examensmal-och-programstruktur/subject.htm;jsessionid=A658F261652F337D2A19FD2EBC780416?subjectCode=HVK&courseCode=HVKMAE0#anchor\\_HVKMAE0](http://www.skolverket.se/forskola-och-skola/gymnasieutbildning/program/nationella-program/hantverksprogrammet/examensmal-och-programstruktur/subject.htm;jsessionid=A658F261652F337D2A19FD2EBC780416?subjectCode=HVK&courseCode=HVKMAE0#anchor_HVKMAE0) hämtad 2012-05-29

Stena Recycling – <http://stenarecycling.se/Nyheter-och-media/Nyhetsarkiv/Stort-intresse-for-att-bli-gron-frisor/> hämtad 2012-05-26

Stena Recycling – frisör <http://stenarecycling.se/Branschlosningar/Frisor/> hämtad 2012-05-26

Stena Recycling – fördel för frisören <http://stenarecycling.se/Branschlosningar/Frisor/Fragor-och-svar-frisorer/> hämtad 2012-05-26

Thompson, A. (2008) marknadschef frisörföretagarna. E-mail 2012-05-23

Utbildningssidan – olika vägar att bli frisör  
<http://www.utbildningssidan.se/info/frisor/frisor.aspx> hämtad 2012-05-27

## 8. Bilagor

### 8.1. Intervjuguide

- Hur ser branschen ut? (Vilka aktörer osv.?) Vilka är de viktigaste aktörerna för er? Vad spelar t.ex. kommunen eller kunder för roll? Kunder?
- Anser ni att ni har möjlighet att vara med och påverka förändringar inom branschen? (t.ex. införanden både i form av nya arbetsmoment eller att vissa produkter kanske förbjuds?)
- Berätta lite om ert miljöarbete (t.ex. miljöpolicy/strategi).
- Vilka incitament har ni för att arbeta med miljö och hur uppfattas i så fall de incitamenten av er? Spelar företagets storlek roll i miljöarbetet?
- Innan ni började arbeta med miljö, hur upplever ni att arbetet skiljde sig? Vad är bra resp. dåligt med det?
- Varför tror ni att företaget inte arbetar mer med miljö?
- Hur har Företaget värderat och identifierat sina mest betydelsefulla miljöaspekter? Vilka är de?
- Hur mycket resurser används för att upprätta och bibehålla konceptet miljöarbetet? Vilket resultat har det medfört?
- Har ni några riktlinjer eller rutiner när ni gör investeringar/fattar ekonomiska beslut?
- Finns det andra värden än ekonomiska från miljöarbetet? Hur värderar ni det osv.?
- Hur medvetna är de anställda? Hur är deras kunskap på miljöområdet? Finns det t.ex. en anställd som faktiskt har formellt ansvar för miljöarbetet på företaget? Hur har de anställda utbildats? (även tidigare utbildning, t.ex. gymnasial) ingick t.ex. några



moment/kurser om miljö?

- Egen tanke: Hur väl anser ni att nyutbildade frisörer kan konkurrera på arbetsmarknaden? (D.v.s. hur står sig dagens utbildningar?)

Stödord:

(Stakeholders) Aktörer, t.ex. leverantörer, branschorganisationer.

Miljöpåverkan, Grön Salong, Ledningens stöd.