Undervisningsopplegg for trinn 8-10 – Etter utstillingen

Introduksjon

Her finner du undervisningsopplegg som kan brukes for å jobbe videre med bærekraftig utvikling etter besøket i utstillingen. Aktivitetene dekker overordnede temaer knyttet til bærekraft, og sentreres også omkring produkter og industrier som barn og unge er i hyppig kontakt med. På denne måten brukes elevenes hverdag til å konkretisere tematikken og skape forståelse for konsekvensene av egne og andres valg. Gjennom oppleggene får elevene også praktisk og teoretisk erfaring med å gjennomføre endringer som bidrar til en mer bærekraftig utvikling.

Undervisningsoppleggene er ment å være fleksible – det er mulig å droppe eller korte ned enkelte aktiviteter dersom de oppleves som gjentakende utfra hva elevene har jobbet med tidligere, eller dersom enkelte aktiviteter ikke fungerer tidsmessig.

Estimater for tidsbruk er tatt med for hver aktivitet. Disse er ikke inkludert aktiviteter som elevene gjør utenfor klasserommet, og heller ikke forslag til aktiviteter som involverer skolen eller lokalmiljøet. Undervisningsoppleggene er allerede kategorisert etter aldergrupper og etter bruk før og etter utstillingsbesøket. Under kan du søke etter aktiviteter basert på fag og tema.

Undervisningsopplegg

Refleksjon etter besøket på *Hva nå? Endringslaben* 3

Argumenterende tekst 4

Bidra til en mer bærekraftig verden 5

Utforsk elektroniske gjenstanders livsløp 8

Løsninger for mer bærekraftig elektronikk 10

Utforsk dine egne klær 11

Løsninger for mer bærekraftige klær 13

Utforsk vår kunnskap om klesindustrien 15

Tekstilavfall – hvem kan gjøre hva? 17

Er det en rettighet? 19

Hvordan kan vi ivareta rettighetene våre? 21

Lag deres egne reklamer! 22

Svar på informasjonskrav 23

Bruk retten du har til informasjon 24

Hva er grønnvasking? 27
Er det grønnvasking? 28
Utforsk Grønnvaskingsplakaten 29
Timelapse – tap av natur og konsekvenser 30
«Minst» eller «mest» viktig om avskoging 31
Undersøk en rapport om soya 32
Fiskeoppdrett 33
«LAKS» 34

Refleksjon etter besøket på *Hva nå? Endringslaben*

Fag: Om utstillingen

Tema: Overordnet

Ca. 30 min – 1 time

1. Individuelt: Elevene skal først tenke individuelt på følgende spørsmål, og notere sine tanker.
    - Hvordan opplevde du besøket på *Hva nå? Endringslaben*?
    - Hva lærte du av utstillingen?
    - Hva mener du er det viktigste du lærte?
    - Er det noe fra besøket du mener «alle» burde vite om?
2. I plenum: Ta kahooten Hva husker du fra utstillingen?
3. Individuelt: Husker elevene mer fra utstillingen nå? Be dem oppdatere notatene sine fra oppgave 1.
4. I par/grupper: Elevene deler notatene sine og diskuterer følgende spørsmål.
    - Hvorfor tror dere utstillingen heter *Hva nå? Endringslaben*?
    - På hvilken måte handlet utstillingen om endringer?
    - På hvilken måte handlet utstillingen om bærekraftig utvikling og klima og miljø?
    - Hva lærte dere på utstillingen om hvordan vi kan bidra til en mer bærekraftig utvikling?
    - Hvis dere skulle velge noe fra *Hva nå? Endringslaben* som flere mennesker burde vite om, hva skulle det vært? Hvorfor er det viktig at mange vet om dette? Hvordan kan man lære dette bort til flest mulig?
5. I plenum: Diskuter elevenes svar i fellesskap.

Argumenterende tekst

Fag: Norsk; Samfunnsfag; Naturfag

Tema: Overordnet

Ca. 1 – 2 timer

1. Individuelt: Elevene skal skrive en argumenterende tekst om et selvvalgt tema som de lærte om på utstillingen *Hva nå? Endringslaben*, eller om et annet tema de brenner for knyttet til bærekraft. Elevene trenger ikke selv å mene det de argumenterer for. Teksten skal inneholde flere argumenter for en sak, der elevene prøver å overbevise eller overtale andre. Be elevene bruke flere av disse argumentsformene når de skriver:
    - Fakta-argument: Kan kontrolleres gjennom flere troverdige kilder.
    - Flertallsargument: Dreier seg om hva de fleste synes å mene. De starter ofte slik: *Det er en kjent sak at… Alle vet at… De fleste vil mene…*
    - Fornuftsargument: Viser til liknende tilfeller, sammenlikner med noe.
    - Anekdoteargument: Ofte formet som en kort fortelling, noe man har erfart eller hørt andre har opplevd. For eksempel: *Klær som er laget av bomull blir veldig lett ødelagt. Jeg har en venn som måtte kaste en t-skjorte i bomull etter bare noen dager! Derfor må vi begynne å lage klær av andre ting.*
    - Katastrofeargument: Si noe som kan gå helt galt, uten at man har helt bevis for argumentene sine. For eksempel: *Hvis vi ikke slutter å kjøpe så mange mobiler i Norge vil det gå helt galt, og all natur vil bli ødelagt!*

    Elevene kan også jobbe med enkét i forbindelse med teksten. Enkét er noen enkle, men engasjerende spørsmål som man kan stille til de rundt seg for å høre hva folk mener om en sak. Det er et slags «fem på gata» eller «miniintervju». Be elevene lage noen spørsmål som kan hjelpe dem med den argumenterende teksten. Dette bør være spørsmål rundt hva andre mener om temaene elevene skriver om. Elevene kan bruke svarene i teksten for å gjøre den mer interessant og for å styrke argumentene sine.
2. I par/grupper/plenum: Elevene deler eller presenterer tekstene sine for andre og får tilbakemeldinger knyttet til følgende.
    - På hvilken måte kan teksten virke overbevisende?
    - Hvilke argumenter i teksten er de sterkeste?
    - Hvordan kan teksten virke enda mer overbevisende på leseren?

    Her er det også mulig å lage en debatt der elevene argumenterer for standpunktene i tekstene.

Bidra til en mer bærekraftig verden

Fag: Samfunnsfag; Norsk; Kunst og håndverk

Tema: Overordnet

Ca. 3 timer fordelt over flere økter

Denne aktiviteten kan gjerne gjennomføres etter at elevene har jobbet med andre oppgaver, slik at disse kan brukes som inspirasjon.

Aktiviteten forgår over en lengre tidsperiode, der elevene gjør en endring i hverdagen sin i tre uker, med oppfølging i klasserommet underveis. Forskning viser at en handling blir en vane etter omtrent tre uker og gjennom dette individuelle prosjektet skal elevene få kjenne på handlingskompetanse og det å være en aktiv medborger i å drive samfunnet fremover i en mer bærekraftig retning.

Klimatesten – utviklet av Forbrukerrådet, Framtiden i våre hender, NHO Service og Handel og Parat – brukes som utgangspunkt for å kartlegge mulige endringer og beregne effekten av dem. På denne måten får elevene se hvordan endringer i deres egne handlingsmønstre kan ha positive konsekvenser.

Individuelt hjemmearbeid (ca. 1 time)

Denne delen av opplegget gjennomføres hjemme før prosjektet starter.

1. Elevene tar Klimatesten, som inneholder flere forskjellige spørsmål innenfor kategoriene bolig, transport, mat og innkjøp og fritid. På noen av spørsmålene kan det hende at elevene trenger hjelp fra foresatte eller andre i husstanden for å svare (f.eks. spørsmål om oppvarmingskilder i elevenes bolig).
2. Når de har tatt testen får elevene informasjon om klimafotavtrykket sitt og tips til hvordan de kan redusere dette basert på testsvarene. Elevene ser gjennom tipsene og hvor mye de kan redusere klimafotavtrykket sitt ved å gjennomføre de ulike endringene. Deretter velger de ut ett tips som de skal gjennomføre i tre uker (tips innen kategoriene mat og innkjøp og fritid kan ofte være lettere for elevene å gjennomføre på egenhånd enn tips for bolig og transport). Elevene noterer endringen de har valgt og hvor mye tiltaket kan redusere klimafotavtrykket deres.

Innledende økt (ca. 30 min)

Denne økta gjennomføres på starten av prosjektet.

1. I plenum: Hver elev forteller om endringen de har valgt. Diskuter om noen av endringene også ble nevnt i utstillingen *Hva nå? Endringslaben*.
2. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og notere svarene de kommer fram til:
    - Hva slags utfordringer tror dere at dere kan møte på underveis i endringsarbeidet?
    - Hvordan kan disse utfordringene håndteres?
3. I plenum: Hør hva parene snakket om. Forklar at halvveis ut i prosjektet skal klassen snakke sammen om hvordan det går med endringsprosjektene.

Oppfølgingsøkt (ca.30 min)

Denne økta kan gjennomføres halvveis ut i prosjektet, eller flere ganger i løpet av perioden endringsarbeidet pågår.

1. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og notere det de kommer fram til.
    - Har dere klart å gjøre endringen dere valgte?
    - Har det være lettere eller vanskeligere enn dere trodde å gjøre endringen?
    - Hva har vært utfordrende?
    - Hvordan kan disse utfordringene håndteres? Har dere noen tips dere kan gi resten av klassen?
2. I plenum: Hør hva parene snakket om. Er det noen punkter som går igjen blant flere av elevene? Forklar at på slutten av de tre ukene skal klassen snakke mer om hvordan det har gått med endringsarbeidet.

Avsluttende økt (ca. 2 timer)

Denne økta gjennomføres når prosjektet er ferdig.

1. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og notere det de kommer fram til.
    - Har dere klart å gjøre endringen dere valgte?
    - Har endringen blitt lettere eller vanskeligere å gjøre siden forrige gang klassen snakket om prosjektet?
    - Hva har vært utfordrende?
    - Hvordan har det vært å endre handlingene deres i en mer bærekraftig retning?
    - Kan dere tenke dere å fortsette med endringen i framtiden?
    - Vil dere anbefale andre å gjøre endringen?
    - Hva tror dere skal til for at flere velger å gjøre en lignende endring?
    - Har dere noen tips dere kan gi til andre som vil gjøre endringer?
2. I plenum: Hør hva parene snakket om. Er det noen punkter som går igjen blant flere av elevene?

    Lærer kan vurdere hvordan prosjektet avsluttes. Eksempler på avsluttende aktiviteter:

    - Skriftlig rapport, blogginnlegg eller lignende der elevene forteller om arbeidet de har gjort basert på spørsmålene i punkt 1.
    - Muntlig presentasjon, podkast eller lignende basert på spørsmålene i punkt 1.
    - Speed-date der hver elev forteller om sitt eget prosjekt og får høre om andres prosjekter.
    - Plakater der elevene forteller om prosjektene sine. Disse kan henges opp på skolen slik at de også kan inspirere andre elever.
    - Messe på skolen der elevene forteller om prosjektene. Elevene kan lage stands og presentere endringene sine for foresatte eller andre elever som ikke har hatt lignende prosjekter. Dette kan føre til bredere engasjement og det kan være spennende for elevene å vise seg fra en aktiv aktørrolle om hva de har bidratt med.

Vi er nysgjerrige på elevenes prosjekter! Som lærer kan du gjerne sende oss en kort oppsummering av hvilke endringer elevene valgte og refleksjonene deres i avsluttende økt. Tilbakemeldinger sendes til endringslaben@nis-foundation.org og vil bli delt med Forbrukerrådet, som har vært med på å lage

Klimatesten. Alle opplysninger blir behandlet anonymt og vil kun bli brukt internt av *Hva nå? Endringslaben* og Forbrukerrådet for å forbedre våre tilbud til barn og unge.

Utforsk elektroniske gjenstanders livsløp

Fag: Om utstillingen; Samfunnsfag; Naturfag; Norsk; Kunst og håndverk

Tema: Elektronikk

Ca. 1 – 2 timer

Forberedelser før timen: Be elevene finne frem et elektronisk produkt som de vil læte mer om livssyklusen til. Elevene kan enten ta med dette produktet på skolen, eller skrive ned modellnavn og merke slik at man enkelt kan finne bilde og informasjon om denne gjenstanden ved å søke på internett.

1. I par: Be elevene diskutere utstillingen de har vært på. Hva lærte de som de ikke visste fra før? Hva syns de det var spennende å lære om? Hvilke tre ord ville de brukt for å beskrive utstillingen til en som ikke har vært der eller hørt om den fra før? Be elevene skrive ned hovedpunktene fra diskusjonen og ordene de ville brukt for å beskrive utstillingen.
2. I plenum: Hør hva elevene diskuterte.
3. I plenum: Be elevene finne frem forberedelsene til timen (enten at de tar frem den elektroniske gjenstanden de har valgt å ta med, eller at de tar frem en nettside som forklarer og viser bilde av produktet). Gå gjennom og hør hva slags produkter elevene har valgt, skriv evt. opp på tavlen for å visualisere det for elevene. Hvis det er enkelte produkter som går igjen kan dette diskuteres i plenum. Hvorfor er det så mange som har lyst til å finne ut mer om akkurat dette produktet?
4. I grupper (3-4 elever): Be gruppene undersøke livsløpet til gjenstanden(e) de har valgt. Her kan lærer velge om gruppesammensetningen tar utgangspunkt i hvilke elever som vil undersøke de samme produktene, at elevene får velge selv, eller at gruppene settes sammen av lærer i forkant for å tilrettelegge for læring. Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis. Her må man kanskje oppsøke ulike informasjonskilder på internett.
    - Hvilke ressurser brukes for å lage produktet?
    - Hvor er disse ressursene utvunnet?
    - Hvordan foregår produksjonen?
    - Hvordan har folk som lager produktet det? Hvordan er deres hverdagsliv og hvordan har de det på arbeidsplassen? Får de nok lønn? Utføres arbeidet på en trygg måte?
    - Hvordan distribueres gjenstanden til norske markeder? Hva er noen fordeler og ulemper ved denne metoden?
    - Hvordan markedsføres produktet i Norge?
    - Hva er prisen på produktet i Norge?
    - Hvem tjener mest og hvem tjener minst på produktet?
    - Hvor blir produktet av når forbrukeren ikke vil ha det lenger?
    - Hvis klassen har jobbet med temaet «globale verdikjeder» tidligere: Kan dette produktet være et eksempel på en global verdikjede? Hvorfor/hvorfor ikke? (Her kan det kanskje være nyttig å se på prosjektets tekst om globale verdikjeder på nytt, eller undersøke andre kilder. En lenke til teksten er tilgjengelig her.)

Spørsmålene kan fungere som en base for hva som bør blir dekket ved en muntlig presentasjon, eller de kan eksempelvis brukes som utgangspunkt for å skrive en lab-rapport om mineraler og kjemikalier i en mobil, eller en avisartikkel eller lignende. Spørsmålene kan også besvares skriftlig og leveres inn, eller diskuteres ved at elevene lager en podcast, eller ved at elevene lager en film.

Dersom elevene opplever det som vanskelig å finne svar på enkelte spørsmål kan de også reflektere rundt dette i det de leverer inn. Hvorfor tror elevene at det var vanskelig å finne informasjon om akkurat dette?

Løsninger for mer bærekraftig elektronikk

Fag: Samfunnsfag; Naturfag; Norsk; Kunst og Håndverk

Tema: Elektronikk

Ca. 2 timer

1. I plenum: Ta kahooten Hva kan du om elektronikk og bærekraft?
2. I grupper (3-4 elever): Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis. Her kan de bruke kahooten og det de lærte på utstillingen som utgangspunkt.
    - Kan dere nevne to utfordringer knyttet til *produksjon* av elektronikk? Hva kan være løsninger på disse utfordringene?
    - Kan dere nevne to utfordringer knyttet til *forbruk* av elektronikk? Hva kan være løsninger på disse utfordringene?
    - Hva kan hver og én av oss gjøre for at elektronikkforbruket vårt skal bli mer bærekraftig?
    - I tillegg til forbrukere, hvilke andre aktører spiller en rolle når det gjelder elektronikk og bærekraft (f.eks. myndigheter, organisasjoner)? Hva kan disse aktørene gjøre?
3. I plenum: Gå gjennom hva elevene snakket om i fellesskap.
4. I grupper (3-4 elever): Be elevene komme med forslag til tiltak som kan bidra til å fremme en mer bærekraftig løsning for elektroniske gjenstanders livssyklus (her kan man også bygge videre på aktiviteten «Utforsk elektroniske gjenstanders livsløp» - se over). Gruppa velger ut en løsning og begrunner denne og forklarer den i detalj. Løsningen kan være knyttet til enten produksjon eller forbruk av elektronikk. Her er det mulig å være kreativ og tenke ut nye strukturelle løsninger som ikke finnes enda. For eksempel: Nye transportmetoder som er mer bærekraftige, markedsføring som er transparent og viser hva forbrukeren *faktisk* betaler for.

   Her kan dere gjerne arbeide tverrfaglig og lage en bærekraftmesse der gruppene arbeider med å finne en løsning, planlegge hvordan denne skal presenteres, lage prototyper som kan visualisere endringen, forslag til markedsføringskampanjer og lignende. For å skape litt ekstra engasjement kan det også utpekes en jury (foretrekkende å spørre noen utenfor skolen som foreldre eller bedrifter i nærmiljøet for å inkludere eksterne aktører) som trekker en vinner av hvilken løsning som fremstår som gjennomførbar og gir størst bidrag til en positiv påvirkning på miljømessige, økonomiske og sosiale forhold.

   Alternativt kan hver gruppe presentere løsningen sin for resten av klassen.
5. I par: Be elevene diskutere hvordan de synes arbeidet med elektronikk og bærekraft har påvirket deres eget syn på forbruk, eller om det er likt som før. Elevene skal trekke frem en eller to ting de lærte som de ikke visste fra før, og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis. Evt. kan elevene skrive et reflekterende dagbokinnlegg om hvordan de har arbeidet med temaet, og hva de tenker om det i etterkant. Tenk fortid, nåtid og fremtid. Eksempel: Hvordan handlet og tenkte elevene før de hadde om dette temaet? Hva tenker de nå? Er det en forskjell? I så fall, hva er forskjellen? Hvordan tenker de at det vi påvirke deres valg i fremtiden?
6. I plenum: Gjennomfør en oppsummering der noen elever deler om deres tanker.

Utforsk dine egne klær

Fag: Om utstillingen; Samfunnsfag; Matematikk; Norsk; Naturfag; Geografi

Tema: Klesindustri

Ca. 2 – 3 timer

Forberedelser før timen: Be elevene gå gjennom t-skjorter i sitt eget klesskap for å bli mer bevisst på sin egen posisjon. Når elevene går gjennom t-skjorter i klesskapet hjemme skal de finne og skrive ned følgende: Hvilken t-skjorte som eleven fortsatt bruker er den eldste, og hvor gammel er den? Hvilken t-skjorte de bruker er den nyeste, og hvor gammel er den? Ta med den nyeste t-skjorten til neste skoletime.

1. I par: Be elevene diskutere utstillingen de har vært på. Hva lærte de som de ikke visste fra før? Hva syns de det var spennende å lære om? Hvilke tre ord ville de brukt til å beskrive utstillingen til en som ikke har vært der eller hørt om den fra før? Be elevene skrive ned hovedpunktene i diskusjonen og ordene de ville brukt for å beskrive utstillingen underveis.
2. I plenum: Gå gjennom hva elevene diskuterte i fellesskap.
3. I plenum: Be elevene ta frem forberedelsene til dagen. Gå gjennom klasserommet og spør hver elev om antall år på den eldste og nyeste t-skjorten. Skriv dette opp på tavlen/smartboard. Hvis det er flere som har samme tall kan du skrive opp streker ved siden av for å illustrere dette.
4. I plenum: Når alle tall har blitt skrevet opp, diskuter hva disse tallene sier. Evt. be elevene diskutere i par først dersom klassen er stille. Eksempel: Hva er gjennomsnittsalderen på t-skjortene? Sier dette noe om forbruket deres?
5. Individuelt/i par/grupper: Be elevene bruke t-skjorten de har tatt med til å finne ut av følgende spørsmål. Her må man kanskje oppsøke informasjonskilder på internett.
    - Når ble t-skjorten kjøpt?
    - Ble den kjøpt brukt eller ny?
    - Hvilket materiale er den laget av?
    - Hvordan påvirker dette materialet jordkloden?
    - Hvor ble t-skjorten produsert?
    - Hvordan er arbeidsforholdene i tekstilindustrien i landet der t-skjorten ble produsert?
    - Dersom t-skjorten ble produsert i et annet land enn Norge, hvordan ble det transportert hit?
    - Er transporten bærekraftig, hvordan påvirker transporten av varen jordkloden?
    - Dersom t-skjorten ble kjøpt i en nettbutikk, hvordan ble det sendt til deg?
    - Dersom t-skjorten ble kjøpt i en nettbutikk, ankom den i plastemballasje eller i papp? Hva er fordelen og ulempen ved å bruke de to ulike emballasjene?
    - Hvor tror dere t-skjorten kommer til å ende opp når dere ikke bruker den lenger?
    - Hvordan bør tekstilindustrien endres for å passe bedre innenfor en sirkulær økonomi?

- Hva kan du gjøre for å bidra til endring og en mer bærekraftig tekstilindustri?
- Finn en person, en organisasjon, en bedrift eller et politisk parti som arbeider for å endre tekstilbransjen. Hvordan jobber de for endring? Hva har de bidratt med? Hva kan du lære av dem?

Her er det også mulig å be elevene reflektere rundt hvilke typer informasjon det var enkelt å finne, og hva det var vanskeligere å finne ut av.

- Er det noen typer informasjon elevene tenker at klesmerker bør gjøre mer tilgjengelig for forbrukere?
- Hvorfor er denne typen informasjon viktig?
- Hvilke muligheter vi som forbrukere til å skaffe informasjon om hvordan klærne våre blir produsert? Her kan dere tenke tilbake på det dere lærte i utstillingen om forbrukerrettigheter.

Spørsmålene i denne oppgaven kan fungere som en base for hva som bør bli dekket ved en muntlig presentasjon, eller de kan brukes som utgangspunkt for å skrive en lab-rapport om t-skjorten. Spørsmålene kan også besvares skriftlig og leveres inn.

6. I par: Når elevene har fullført oppgave 5, be dem diskutere hva som fanget deres interesse mest ved det de lærte om t-skjortens livsløp. Hva ville de ha endret i sitt liv i dag for å bidra til en mer bærekraftig utvikling? Be dem skrive ned hovedpunktene i diskusjonen underveis.
7. I plenum: Gå gjennom svarene i fellesskap.

   Alternativt kan man arrangere en debatt der klassen deles i to og diskuterer tema som for eksempel hva som må til for å gjøre klesindustrien mer bærekraftig, hva som må til for å skape en mer sirkulær økonomi, hvorvidt vi som forbrukere har et ansvar og en mulighet for å skape mer bærekraft, eller lignende.

Løsninger for mer bærekraftige klær

Fag: Samfunnsfag; Engelsk

Tema: Klesindustri

Ca. 1 – 2 timer

1. I par/grupper: Be elevene tenke tilbake på det de lærte om klær på utstillingen. Hva slags bærekraftutfordringer ble trukket fram? Kom utstillingen med noen forslag til løsninger? Her går det også an å bygge videre på aktiviteten «Utforsk dine egne klær» og det elevene kom fram til om utfordringer og løsninger der.
2. I plenum: Gå gjennom svarene i fellesskap. Ta deretter kahooten Klesproduksjon og -forbruk.
3. I par/grupper: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis.
    - Kan dere nevne to utfordringer knyttet til *produksjon* av klær? Hva kan være løsninger på disse utfordringene?
    - Kan dere nevne to utfordringer knyttet til *forbruk* av klær? Hva kan være løsninger på disse utfordringene?
    - Hva kan hver og én av oss gjøre for at klesforbruket vårt skal bli mer bærekraftig?
    - I tillegg til forbrukere, hvilke andre aktører spiller en rolle når det gjelder klær og bærekraft?
    - Bruk internett for å finne eksempler på hvordan norske myndigheter jobber med klær og bærekraft. Er disse tiltakene rettet mot sosiale, økonomiske eller miljømessige aspekter ved bærekraft, eller en kombinasjon av flere? Fokuserer tiltakene på produksjon eller forbruk? Tror dere tiltakene vil fungere? Hvorfor/hvorfor ikke?

      Et eksempel på tiltak som gjøres av norske myndigheter finnes her: Ny arbeidsgruppe skal se på tekstilavfall – Klima- og miljødepartementet
    - Bruk internett for å finne eksempler på hvordan internasjonale organisasjoner (for eksempel FN eller EU) jobber med klær og bærekraft. Er disse tiltakene rettet mot sosiale, økonomiske eller miljømessige aspekter ved bærekraft, eller en kombinasjon av flere? Fokuserer tiltakene på produksjon eller forbruk? Tror dere tiltakene vil fungere? Hvorfor/hvorfor ikke?

      Eksempler på tiltak som gjøres av internasjonale organisasjoner finnes her:

      Fashion Industry Charter for Climate Action – United Nations Climate Change

      Ecodesign for Sustainable Products Regulation – EU (reglene gjelder for flere produkter, men å innføre dem for tekstilindustrien er en prioritet)
    - Finner dere noen sammenhenger mellom nasjonale tiltak i Norge og internasjonale tiltak?
    - Basert på det dere har funnet ut, har dere noen forslag til andre tiltak norske myndigheter og/eller internasjonale organisasjoner kan innføre?

Elevene kan enten presentere tiltakene de har undersøkt og sine egne forslag for resten av klassen, eller levere inn en skriftlig rapport om det de har funnet ut.

Utforsk vår kunnskap om klesindustrien

Fag: Matematikk

Tema: Klesindustri

Ca. 2 timer fordelt over flere økter

Første økt (ca. 30 min)

1. I plenum: På utstillingen lærte elevene om forbruket vårt av klær. Ta denne quizen for å se hva elevene husker. Flertallet bestemmer hvilket svar som skal avgis på hvert spørsmål. Quizen kan eventuelt gjennomføres uten å prate, der elevene rekker opp hånda på det svaret de mener er riktig på hvert spørsmål.
2. I plenum: Diskuter følgende spørsmål.
    - Hvor mange riktige svar fikk klassen (totalt mulige er seks poeng)? Noter antall riktige svar så dere har det til neste økt.
    - Hva ble klassen mest overrasket over?
    - Hva lærte elevene i utstillingen om hva vi kan gjøre for å gjøre disse problemene mindre?
    - Kan klassen komme på andre ting vi kan gjøre?

Hjemmearbeid (ca. 1 time)

1. Individuelt: Elevene tar med seg quizen hjem og gir den til minst fire familiemedlemmer, venner eller andre. Elevene skal notere hvor mange riktige svar hver person fikk (totalt mulige er seks poeng), hvilke spørsmål hver person svarte riktig og feil på, og alder på hver person. Elevene fører inn resultatene i et delt dokument (f.eks. et Excel-dokument gjennom Google drive, se eksempel under, der 0 indikerer feil svar og 1 indikerer riktig svar).

Deltaker	Alder	Sp. 1	Sp. 2	Sp. 3	Sp. 4	Sp. 5	Sp. 6	Antall riktige svar (av 6)
1	12	0	1	1	0	1	0	3
2	45	1	0	1	0	1	1	4

I tillegg til å gå gjennom quizen skal elevene stille hver deltaker følgende spørsmål, og notere ned noen punkter for hvert svar.

- Hva tenker du etter å ha tatt denne quizen?
- Hva ble du mest overrasket over?
- Basert på det du lærte ved å ta quizen, tenker du det er noe vi bør forandre? Hva og hvorfor?

Andre økt (ca. 1,5 time)

1. I plenum: Elevene tar med seg resultatene tilbake til klasserommet. Klassen diskuterer oppgaven i fellesskap.
    - Hva tenkte de hjemme etter å ha tatt quizen?
    - Hva ble de mest overrasket over?
    - Var det noen som syntes at vi bør forandre på noe? Hva og hvorfor?
2. Individuelt: Be elevene svare på følgende spørsmål basert på quiz-resultatene de selv samlet inn, og skrive ned svarene underveis.
    - Basert på svarene du samlet inn, hva er gjennomsnittlig antall riktige svar?
    - Er gjennomsnittet høyere eller lavere enn antall riktige svar klassen fikk?
3. Individuelt/i par/grupper: Del dokumentet med alle resultatene med elevene. Be elevene svare på følgende spørsmål, ved å bruke kalkulator, regnefunksjoner i Excel eller regne manuelt. Be dem skrive ned svarene underveis.
    - Basert på svarene klassen samlet inn, hva er gjennomsnittlig antall riktige svar?
    - Er gjennomsnittet høyere eller lavere enn antall riktige svar klassen fikk?
    - Basert på svarene klassen samlet inn, hva er medianen?
    - Er medianen høyere eller lavere enn antall riktige svar klassen fikk?
    - Basert på svarene klassen samlet inn, hvor gammel er personen som gjorde det best, og hvor gammel er personen som gjorde det dårligst?
    - Del deltakerne inn i to grupper basert på alder (f.eks. deltakere under og over 40 år) og regn gjennomsnittlig antall riktige svar for de to gruppene. Hvilken gruppe har høyest gjennomsnitt?
    - Basert på svarene klassen samlet inn, hvor mange prosent svarte riktig på hvert spørsmål? Hvilket spørsmål svarte flest deltakere riktig på, og hvilket spørsmål svarte færrest deltakere riktig på?
4. I plenum: Gå gjennom resultatene og diskuter.
    - Hvorfor tror dere gjennomsnittet og medianen er høyere/lavere for klassen enn for de andre som svarte?
    - Hvorfor tror dere de eldre/yngre deltakerne gjorde det best?
    - Hvorfor tror dere flest deltakere svarte riktig på spørsmål x og færrest riktig på spørsmål y?
    - Hvorfor kan spørreundersøkelser som dette være nyttige?
    - Hva forteller resultatene om folks kunnskaper om klesindustrien?
    - Hva kan man gjøre for å øke kunnskapene om dette?

    Det er også mulig å be elevene jobbe i par eller små grupper og skrive en kort rapport om resultatene fra undersøkelsen, basert på spørsmålene over.

Tekstilavfall – hvem kan gjøre hva?

Fag: Samfunnsfag; Kunst og håndverk

Tema: Klesindustri

Tid: Ca. 3 timer fordelt over flere økter

Dette opplegget finner sted over to økter. I første økt skal elevene reflektere rundt det de lærte om tekstilavfall i utstillingen og hvordan ulike aktører kan være med på å gjøre noe med dette problemet. Dette følges opp med en økt der elevene setter noe av det vi forbrukere kan bidra med ut i praksis. Hvis tiden ikke strekker til, kan dere også velge å kun gjøre første økt.

Første økt (ca. 1 time)

1. I par: I utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet det blant annet om tekstilavfall. Be elevene tenke tilbake på hva de lærte om dette. Hva skjer med klær vi kvitter oss med? Hvorfor kan tekstilavfall være et problem for miljøet? Hva kan være løsningene? Be elevene skrive ned det de kommer fram til.
2. I plenum: Ta kahooten Tekstilavfall.
3. I par: Husker elevene mer fra utstillingen nå? Be dem oppdatere notatene sine fra oppgave 1.
4. I grupper (to og to par slått sammen): I kahooten handlet det om hvem som kan være med på å gjøre noe med tekstilavfall som et miljøproblem. Aktørene som trekkes fram i kahooten er: 1) selskaper, 2) myndighetene og 3) forbrukere. Hver gruppe får i oppgave å se nærmere på én av disse aktørene. Be hver gruppe diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de snakker om underveis.
    - Kan denne aktøren bidra til å redusere mengden tekstiler vi kvitter oss med? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Kan denne aktøren bidra til at færre gamle tekstiler blir brent, og at mer blir gjenbrukt eller resirkulert? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Skriv ned de tre viktigste tingene dere mener aktøren kan bidra med for å gjøre noe med tekstilavfall som et miljøproblem.
    - Kan dere komme på noen andre aktører dere mener kan bidra? I så fall, hvem og hvorfor?
5. I plenum: Hver gruppe presenterer svarene sine for resten av klassen. Er det noen løsningsforslag som går igjen blant flere av gruppene? Dersom flere grupper har undersøkt samme aktør, kan klassen bli enige om en felles liste med tre ting hver aktør kan bidra med?

Individuelt hjemmearbeid (ca. 30 min)

1. Be hver elev finne ett klesplagg de har hjemme som de hadde tenkt å kvitte seg med. Elevene tar med plaggene på skolen.

Andre økt (ca. 2 timer)

1. I denne økta skal elevene reparere eller sy om plaggene sine til noe nytt. Start med at hver elev legger en plan for hvordan de kan forlenge livet til plagget de har med seg. Elevene kan også søke på internett for å finne ideer og fremgangsmåter. Noen eksempler på hva elevene kan gjøre:

- Lage sin egen hårstrikk (for eksempel denne guiden fra Byas)
- Reparere hull og glidelåser (for eksempel disse tipsene fra Selfmade)
- Reparere med strykemerker
- Synlig reparasjon (for eksempel disse ideene til brodering over flekker og reparasjon med lapper fra Norsk Flid Husfliden Mosjøen)
- Sy handlenett (for eksempel denne guiden fra Bykuben)

Alternativt kan dere arrangere et klesbyttemarked der elevene tar med seg klær i god stand som de ikke bruker lenger og bytter med andre i klassen.

Er det en rettighet?

Fag: Samfunnsfag; Om utstillingen

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 1 time

1. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - Utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet om flere rettigheter vi har når vi vurderer å kjøpe noe og etter at vi har kjøpt det. Kan dere komme på minst én av rettighetene det handlet om?
    - I utstillingen handlet det også om forskjellige krav som stilles til selskaper. Kan dere komme på minst ett av kravene det handlet om?
2. I plenum: Ta kahooten Er det en rettighet?
3. I par: Husker elevene mer om rettighetene og kravene de lærte om i utstillingen nå? Be dem oppdatere notatene sine fra oppgave 1.
4. I plenum: Hvert par forteller om rettighetene og kravene de husker fra utstillingen. Skriv ned følgende nøkkelpunkter på tavla underveis:
    - Rett til å angre et kjøp
    - Rett til miljøinformasjon
    - Rett til reklame som ikke er villedende
    - Rett til å klage på produkter
    - Rett til informasjon om menneskerettigheter og arbeidsforhold
5. I grupper: Del klassen i fem grupper. Hver gruppe får utdelt en av rettighetene som står på tavla. Be gruppene diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - Kan denne rettigheten hjelpe oss med å ta mer bærekraftige valg i hverdagen? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Kan denne rettigheten gjøre at selskaper lager produkter som er mer bærekraftige? Hvorfor/hvorfor ikke?
6. I plenum: Hver gruppe forteller om det de kom fram til.
7. I grupper: Basert på det gruppene har presentert, be hver gruppe diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - Har dere brukt noen av rettighetene tidligere (for eksempel, klaget på et produkt som ble ødelagt eller tipset om ulovlig reklame)? I så fall, hvordan gikk det?
    - Tror dere at dere vil bruke noen av rettighetene i fremtiden? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Tror dere mange kjenner til og bruker disse rettighetene?
    - Hva tror dere skal til for at flere kjenner til og bruker rettighetene sine?
    - Hvilke av rettighetene og kravene synes dere er de viktigste? Hvorfor?
    - Har dere noen forslag til andre rettigheter dere skulle ønske dere hadde og krav dere skulle ønske ble stilt til selskaper, som dere tenker kan være med på å skape en mer bærekraftig utvikling?

8. I plenum: Hver gruppe forteller om det de snakket om. Er det noen punkter som går igjen blant flere av gruppene?

Hvordan kan vi ivareta rettighetene våre?

Fag: Samfunnsfag

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 1 – 2 timer

1. I plenum: Hør med elevene om de har hørt om Forbrukerrådet tidligere. Hvem er de? Hva jobber de med?

   Forbrukerrådet jobber for å passe på forbrukeres rettigheter. De arbeider med mange forskjellige temaer, blant annet bærekraft. I 2022 etablerte Forbrukerrådet «Kontaktpunkt for forbrukermakt i det grønne skiftet», med mål om å styrke forbrukeres muligheter til å ta mer sirkulære og bærekraftige valg. I 2024 ble Forbrukerrådet oppnevnt av regjeringen som kontaktpunkt for forbrukermakt i det grønne skiftet. Etter dette relanserte og utvidet de kontaktpunktet, som nå går under navnet Forbrukerrådets miljøveileder. Veilederen inneholder blant annet produkttester, en guide for hvordan vi kan klage på varer og tjenester, og flere podkastepisoder om bærekraft.

2. I grupper: Del elevene inn i fem grupper. Hver gruppe får tildelt ett av spørsmålene under som de skal lage en kort presentasjon om. Gruppene skal bruke Forbrukerrådets miljøveileder som utgangspunkt, og kan også undersøke andre kilder.

   - Hvordan bør vi gå fram hvis vi vil klage på et produkt? Hvilke rettigheter har vi? Hvorfor er det viktig å klage, både for vår egen del og med tanke på klima og miljø?
   - Merkeordninger kan hjelpe oss med å ta mer bærekraftige valg når vi handler. Hva er det viktig å huske på når vi vurderer forskjellige merkeordninger? Velg dere ut en merkeordning og fortell klassen om den som del av presentasjonen.
   - Hvis en nettbutikk opererer fra utlandet har vi ikke nødvendigvis de samme rettighetene som vi har hvis vi handler fra en norsk nettbutikk. Hva bør vi se etter for å finne ut om en nettbutikk er norsk eller utenlandsk? Velg dere ut noen eksempler på utenlandske nettbutikker som utgir seg for å være norske og fortell om dem som del av presentasjonen.
   - Hvordan kan kundeklubber påvirke forbruket vårt? Hva bør vi tenke på før vi blir medlem av og kjøper ting gjennom kundeklubber?
   - Hvilke rettigheter har vi når vi leier en vare eller kjøper et produkt brukt? Hvordan kan disse rettighetene styrkes?

3. I plenum: Hver gruppe presenterer svarene sine for resten av klassen. Her kan man også bemerke overfor klassen at Forbrukerrådet sin miljøveileder har mange andre tips til hvordan vi kan leve mer bærekraftig.

Vi setter stor pris på om du som lærer kan dele elevenes presentasjoner med oss. Presentasjonene og andre tilbakemeldinger sendes til endringslaben@nis-foundation.org og vil bli delt med Forbrukerrådet, som står bak Miljøveilederen. Alle opplysninger blir behandlet anonymt og vil kun bli brukt internt av *Hva nå? Endringslaben* og Forbrukerrådet for å forbedre våre tilbud til barn og unge.

Lag deres egne reklamer!

Fag: Samfunnsfag; Norsk; Kunst og håndverk

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 2 – 3 timer

1. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - I utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet det om retningslinjer for hva selskaper har lov til å si om bærekraft i markedsføringen sin. Husker dere noen av retningslinjene?
2. I plenum: Hør hva elevene snakket om og skriv ned nøkkelpunktene på tavla underveis.
3. I par: I utstillingen *Hva nå? Endringslaben* var det en quiz om hva bedrifter kan si om bærekraft i reklamene sine. Eksemplene fra utstillingen på reklame som bryter med retningslinjene er vedlagt (se nederst i dokumentet). Be hvert par se på ett av eksemplene og begrunne hvorfor reklamen bryter retningslinjene.
4. I plenum: Hør hva elevene snakket om og skriv ned nøkkelpunktene på tavla underveis. Er det noen ting som går igjen blant flere par? En kort begrunnelse for hvorfor eksemplene ikke følger retningslinjene er vedlagt (se nederst i dokumentet), og kan også brukes som utgangspunkt.
5. I grupper: Basert på det dere har snakket om skal elevene lage sine egne reklamer. Halvparten av gruppene lager eksempler på reklamer som følger retningslinjene for hva selskaper har lov til å si om bærekraft i markedsføring og den andre halvparten lager eksempler som bryter retningslinjene. Her er det mulig å lage reklameplakater, radioreklame, reklamefilm, markedsføringsinnhold til sosiale medier og lignende.

    Dersom elevene trenger mer informasjon kan de se på:
    - Reklameskolens/Forbrukertilsynets side om klima og miljø.
    - Forbrukertilsynet og lignende myndigheter i 19 andre land har laget et åpent brev til klesbransjen om hva selskaper bør og ikke bør si om bærekraft i markedsføring. En norsk oversettelse av brevet er vedlagt (se nederst i dokumentet).
6. I plenum: Hver gruppe presenterer reklamen sin for resten av klassen. Diskuter deretter i fellesskap hva som var de viktigste forskjellene mellom de «lovlige» og «ulovlige» reklamene.
7. Ekstragave: Kan dere gjennomskue ulovlig reklame?

    I grupper: Hver gruppe skal bruke internett for å finne en reklame, nettbutikk eller nettside som de mener bryter retningslinjene for hva selskaper kan si om bærekraft i markedsføringen sin, og begrunne hvorfor de mener dette.

    I plenum: Hver gruppe presenterer eksempelet de har funnet og argumenterer for hvorfor de mener at det er i strid med retningslinjer for bærekraftpåstander i markedsføring. De andre elevene kan komme med oppfølgingsspørsmål eller motargumenter dersom de ikke er enige.

    Det er mulig å tipse Forbrukertilsynet om reklame man mener er ulovlig, men dette krever at den som tipser logger inn med BankID. Her er det mulig at klassen i fellesskap bestemmer seg for en eller flere reklamer dere vil tipse om og blir enige om hvordan dere skal begrunne tipset. Lærer kan deretter sende inn tipset på vegne av klassen.

Svar på informasjonskrav

Fag: Samfunnsfag; Norsk

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 2 timer

1. Individuelt: Be elevene reflektere rundt følgende spørsmål.
    - Utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet om flere forskjellige rettigheter, blant annet retten til informasjon. Hva slags informasjon har vi rett på? Hva må selskaper gjøre hvis noen ber dem om informasjon?
2. I plenum: Hør hva elevene snakket om.

    I utstillingen handlet det om retten vi har til miljøinformasjon og retten vi har til informasjon om hvordan selskaper jobber for å ivareta menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold.
3. I grupper: Be elevene jobbe med følgende caseoppgave. Oppgaven kan brukes som utgangspunkt for en muntlig presentasjon eller en skriftlig rapport som gruppene leverer inn. Elevene kan også søke opp kilder på internett for å svare på oppgaven.

    Case: Du er ansvarlig for bærekraft i bedriften Bra klær AS. Bedriften selger klær i fysiske butikker og på nett over hele Europa. Klærne deres blir lagd i ti forskjellige fabrikker i tre land i Asia. Det er fabrikkene selv som kjøper inn stoffet som klærne lages av. Bra klær AS har fått en epost fra en skoleklasse som ber om å få vite hvor mange klær dere solgte til norske kunder i fjor og hvor mye CO^2 som ble sluppet ut i produksjonen av disse klærne. Som bærekraftansvarlig har du fått i oppgave å svare på spørsmålene fra klassen.

    Oppgave: Lag en plan for hvordan dere vil få fram for å finne informasjonen skoleklassen spør om. Hvem bør dere snakke med (for eksempel: noen som jobber med salg, noen fra fabrikkene)? Hva slags spørsmål bør dere stille dem (for eksempel: hva slags energikilder bruker fabrikkene)? Beskriv fremgangsmåten dere vil bruke og skriv et svar til skoleklassen.
4. I plenum: Dersom gruppene har laget en muntlig presentasjon presenterer de svarene sine for resten av klassen. Hvis ikke gir hver gruppe en kort oppsummering. Diskuter deretter følgende spørsmål i fellesskap.
    - Synes elevene det var vanskelig å legge en plan for å finne informasjonen? Hva var det som i så fall gjorde det vanskelig?
    - Hvilke utfordringer tror dere bedrifter som Bra klær AS kan møte på når de skal svare på denne typen spørsmål? For eksempel: Hvis et selskap jobber med mange forskjellige fabrikker kan det være vanskeligere å få fullstendig oversikt over utslippene. Hvis det er fabrikkene og ikke selskapet selv som kjøper inn stoffet som klærne lages av kan det være vanskeligere å vite hvordan produksjonen av stoffet påvirker klima og miljø.

Bruk retten du har til informasjon

Fag: Samfunnsfag; Norsk

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 5 timer fordelt over flere økter

Dette prosjektet gjennomføres av klassen i fellesskap og skal gi elevene erfaring med å benytte seg av retten de har til informasjon. Det er lagt opp til at aktiviteten gjennomføres over flere økter, slik at prosjektet kan følges opp over tid.

Første økt (ca. 2 timer)

Denne økta gjennomføres på starten av prosjektet.

1. I par: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - Utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet om flere rettigheter vi har både når vi vurderer å kjøpe noe og etter at vi har kjøpt det. Kan dere komme på minst én av rettighetene det handlet om?
    - Noen av rettighetene i utstillingen dreide seg om rett til informasjon fra selskaper. Kan dere komme på et eksempel på noe vi kan spørre selskaper om?
2. I plenum: Hør hva elevene snakket om. Snakk deretter om retten til informasjon med elevene i fellesskap. Punktene under kan brukes som utgangspunkt.
    - Vi har rett til informasjon om hvordan selskaper påvirker miljøet. For eksempel kan vi spørre om hvor mye CO^2 som slippes ut, hva selskaper gjør med varer de ikke får solgt, eller om varer inneholder materialer som kan være skadelige for miljøet og helsa vår.
    - Vi har også rett til informasjon om hvordan de som jobber for selskaper har det på arbeidsplassen. For eksempel kan vi spørre om fabrikkene er trygge og om de som jobber der får en rettferdig lønn.
    - Hvis vi ikke kan finne denne informasjonen selv, for eksempel på selskapenes nettsider, så kan skrive til dem og be om å få informasjonen.
3. I grupper: Be gruppene diskutere følgende spørsmål og skrive ned det de kommer fram til underveis.
    - Hva har dere lyst til å få vite mer om fra en bedrift? Skriv ned ett spørsmål og hvilken bedrift dere vil spørre.
    - Noen eksempler på spørsmål kan være:
        - Hvorfor er gamingutstyret dere selger pakket inn i så mye plast? Finnes det ikke andre ting man kan bruke isteden?
        - Hvorfor er klærne dere selger så billige? Betyr det at de som lager klærne får dårlig lønn?
        - Hva skjer hvis jeg har kjøpt et klesplagg av dere, men angrer og leverer det tilbake? Blir det solgt til noen andre?
        - Hvis jeg kjøper en telefon fra dere og den blir ødelagt, hva må jeg gjøre for å få den reparert og koster det noe?

4. I plenum: Hver gruppe presenterer spørsmålet sitt for resten av klassen. Er det noen ting som går igjen blant flere grupper? Sammen blir klassen enige om ett spørsmål som de vil stille til et bestemt selskap. Deretter undersøker dere sammen om dere kan finne svar på selskapets nettsider.

   Hvis dere ikke finner svar, sender lærer spørsmålet til selskapet på vegne av klassen. Noen tips dere bør huske på når dere skriver informasjonskravet:

   - Kravet må rette seg mot et selskap som opererer i Norge.
   - Kravet bør være så spesifikt som mulig med tanke på hva slags informasjon dere spør om.
   - Kravet må ikke dreie seg om personlig informasjon eller forretningshemmeligheter.

Andre økt (ca. 1 time)

Denne økta gjennomføres når dere har fått svar på informasjonskravet. Hvis dere ikke har hørt noe kan økta gjennomføres når det har gått ca. en måned siden dere sendte kravet. Dette er så lang tid selskaper har på å svare, ifølge loven.

1. I plenum: Har klassen fått svar fra selskapet på spørsmålet sitt?
   - Hvis dere har fått svar: Fortell klassen om svaret dere fikk. Er elevene fornøyde med svaret? Har selskapet svart ordentlig på klassens spørsmål?
   - Hvis dere har fått svar, men er misfornøyde med svaret: Hva er det som mangler i svaret dere har fått? Skriv til selskapet en gang til og forklar hva dere mener mangler.
   - Hvis dere ikke har fått svar: Det er mulig å klage inn selskaper som ikke svarer på informasjonskrav til Forbrukertilsynet (hvis spørsmålet deres handler om menneskerettigheter eller arbeidsforhold) eller Klagenemnda for miljøinformasjon (hvis spørsmålet deres handler om klima eller miljø). Klassen kan sammen avgjøre om dere ønsker å sende inn en klage. Hvis dere vil klage kan lærer se nærmere på Forbrukertilsynets veiledning om hva man kan forvente i selskapers svar og hva man kan gjøre hvis krav avslås av selskapet, samt Klagenemnda for miljøinformasjon sin instruks om hvordan man kan klage til dem.

Siste økt (ca. 2 timer)

Denne økta gjennomføres på slutten av prosjektet. Tidspunkt for gjennomføring avgjøres av lærer, avhengig av når dere får svar fra selskapet og eventuelt svar på klagen dere har sendt.

1. I plenum: Oppsummer prosjektet sammen med elevene.
   - Hvilket spørsmål stilte dere og til hvilket selskap?
   - Fikk dere svar?
   - Var dere i så fall fornøyde med svaret?
   - Hva gjorde dere hvis dere ikke var fornøyde, eller ikke fikk svar i det hele tatt?
   - Hva ble det endelige utfallet?
2. I grupper: Be gruppene diskutere følgende spørsmål og skrive ned svarene sine underveis.
   - Hva synes dere om prosjektet? Var det vanskelig å få svar på spørsmålet deres?

- Tror dere at dere vil gjøre noe lignende igjen?
- Vil dere anbefale andre å stille spørsmål til selskaper på denne måten? Har dere noen tips til andre som kan tenke seg å gjøre noe lignende?
- Har dere noen ideer til hvordan det kan bli lettere for oss å få informasjon fra selskaper?
- Tror dere at å stille denne typen spørsmål til selskaper kan bidra til en mer bærekraftig utvikling? Hvorfor/hvorfor ikke?

3. I plenum: Hør hva gruppene snakket om. Er det noen punkter som går igjen blant flere?

Hva er grønnvasking?

Fag: Norsk; Samfunnsfag; Naturfag

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 1 time

1. Individuelt: Be elevene bruke noen minutter alene på å tenke over følgende spørsmål og notere sine egne tanker. De skal ikke bruke internett.
    - Hva er «grønnvasking»?
    - Hva menes med at en noen driver med «grønnvasking»?
2. I par: Be elevene diskutere de samme spørsmålene i par, og notere hovedpunktene fra samtalen. Kan dere finne en felles definisjon på begrepet «grønnvasking»?
3. I plenum: Parene presenterer definisjonene sine for resten av klassen. Deretter oppsummerer lærer og gir en kort innføring i hva som menes med begrepet «grønnvasking». Bruk gjerne den vedlagte teksten om temaet (se nederst i dokumentet).
4. I plenum: Diskuter følgende spørsmål i fellesskap.
    - Har noen i klassen noen eksempler på grønnvasking eller hva det kan være?
    - Hvilke bransjer mener dere kan ha «behov» for å fremstå mer miljøvennlige enn de er, og hvorfor?
5. I grupper: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis.
    - Hvorfor prøver noen å grønnvaske seg? Prøv å finne flere årsaker til at mange ønsker å fremstå som bærekraftige og klima- og miljøvennlige.
    - På hvilken måte kan grønnvasking være problematisk?
    - Hvordan kan man avsløre grønnvasking?
    - Finnes det måter å begrense eller sikre seg mot grønnvasking?
    - I utstillingen *Hva nå? Endringslaben* handlet det blant annet om retningslinjer for hva selskaper kan si om bærekraft i reklame. Tror dere denne typen retningslinjer kan være med på å begrense og avsløre grønnvasking? Hvorfor/hvorfor ikke?
6. I plenum: Diskuter svarene i fellesskap.

Er det grønnvasking?

Fag: Norsk; Samfunnsfag; Naturfag; Mat og Helse; Engelsk

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 1 time

1. I plenum: Se denne reklamefilmen i fellesskap: FIJI Water, It's Earth's Finest Water – Dose of Good Ads (totalt 0:59 min).
2. I plenum: Diskuter følgende spørsmål.
    - Hva tror dere Fiji Water ønsker å kommunisere til oss med denne reklamefilmen?
    - På hvilken måte fremstår de «miljøvennlige»?
    - Hvilke virkemidler bruker de for å oppnå budskapet sitt?
3. I par/grupper: Be elevene jobbe med følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis.
    - På hvilken måte er dette produktet bærekraftig eller ikke? Finn argumenter for deres meninger.
    - Kan dere finne motsetninger mellom budskapet og produktet?
    - Mener dere at reklamefilmen er et eksempel på grønnvasking? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Mener dere at reklamefilmen bryter med norske retningslinjer for hva selskaper kan si om bærekraft i reklame? Hvorfor/hvorfor ikke?
4. I plenum: Gå gjennom svarene i fellesskap. Eventuelt kan det lages en debatt der elevene argumenterer for sin mening om hvorvidt dette er et eksempel på grønnvasking og brudd på norske retningslinjer for markedsføring.

Utforsk Grønnvaskingsplakaten

Fag: Samfunnsfag

Tema: Forbrukerrettigheter

Ca. 1 time

Klimainitiativet Skift har laget en «Grønnvaskingsplakat», som fungerer som en veileder for norske virksomheter. De signerer plakaten og skal gjøre sitt ytterste for å følge prinsippene i den.

1. I plenum: Undersøk Grønnvaskingsplakatens nettside og gå gjennom punktene i plakaten.

   Diskuter følgende spørsmål i fellesskap.

   - Er det punkter som skulle vært tatt bort fra plakaten?
   - Burde det legges til flere punkter på plakaten?
   - Undersøk og diskuter «Om plakaten».
   - Undersøk hvem som har signert plakaten.
   - Finnes det noen utfordringer eller problemer knyttet til Grønnvaskingsplakaten eller virksomhetene som stiller seg bak plakaten?
   - På hvilken måte kan en slik grønnvaskingsplakat inspirere og bidra til en mer bærekraftig utvikling?

Timelapse – tap av natur og konsekvenser

Fag: Samfunnsfag; Norsk; Naturfag; KRLE; Geografi; Engelsk

Tema: Andre temaer (ikke del av utstillingen)

Ca. 1 – 2 timer

Her trenger elevene tilgang på en nettleser eller «Google Earth»-appen på nettbrett eller telefon.

«Google Earth» har laget en funksjon som heter «Timelapse», og som viser med satellittfotografier hvordan verden på ulike måter har forandret seg de siste tiårene. «Timelapse» består av flere store temaer som «Changing Forest», «Warming Planet», «Urban Expansion», «Sources of Energy» og «Fragile Beauty». Temaene er igjen delt inn i kapitler.

1. Individuelt: Be elevene åpne «Google Earth» og gå til: «Voyager» – «Nature» – «Timelapse in Google Earth». La elevene sitte alene og utforske de ulike temaene og kapitlene først.
2. I par/små grupper: Be elevene bruke temaet «Changing Forests» som utgangspunkt for å diskutere følgende spørsmål:
    - På hvilken måte har skogsområder forandret seg de siste årene?
    - Hva kan være årsakene til denne utviklingen?
    - Kan dere finne noen eksempler på land hvor det er mye avskoging?
    - På hvilken måte har det du har sett med «Timelapse in Google Earth» gjort inntrykk på deg?
3. I plenum: Hør hva gruppene har snakket om og diskuter deretter følgende spørsmål i fellesskap.
    - Hva kan skje hvis vi mister mye skog og andre typer natur?
    - Hvilke land ble nevnt av elevene som eksempler på steder hvor det er mye avskoging?
    - Hvordan tror elevene det er i Norge? Mister vi skog og andre typer natur her også? Hva kan være konsekvensene?
4. I plenum: Ta kahooten Tap av natur i Norge.
5. I par/grupper: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned svarene sine underveis.
    - Var det noe i kahooten dere ble overrasket over? Hvorfor/hvorfor ikke?
    - Kan dere finne noen argumenter til fordel for nedbygging av natur?
    - Kan dere finne noen argumenter mot nedbygging av natur?
    - Er det noe man kan gjøre for å bremse tap av skog og andre typer natur, både i Norge og andre land? Be elevene finne et eksempel på tiltak for å bremse avskoging eller tap av annen natur ved å søke på internett. Kanskje «Google Earth» trekker fram noen konkrete eksempler?
6. I plenum: Gå gjennom det parene/gruppene har svart i fellesskap.

«Minst» eller «mest» viktig om avskoging

Fag: Norsk; Naturfag; Samfunnsfag

Tema: Andre temaer (ikke del av utstillingen)

Ca. 1 time

1. I par/grupper: Be elevene diskutere følgende spørsmål.
    - Hva er avskoging?
    - Hva er noen av årsakene til avskoging?
    - På hvilken måte kan avskoging være et problem?
2. Individuelt: Be elevene lete etter informasjon og finne flere argumenter mot avskoging. Hver elev skriver ned noen argumenter.
3. I par/grupper: Hver elev deler argumentene de har funnet med gruppa. For at en utvikling skal være bærekraftig må man alltid ta hensyn til tre dimensjoner. Gruppa samler derfor sammen alle argumentene, og deler dem inn i tre grupper: sosiale argumenter, økonomiske argumenter og klima- og miljøargumenter. Deretter rangerer hver gruppe argumentene fra «minst» til «mest» viktig. Hvorfor mener de at det er slik?
4. I plenum: Hver gruppe presenterer de rangerte argumentene for klassen. Gruppene skal argumentere for hvorfor de har valgt å rangere argumentene slik de har gjort. Skriv det gjerne opp på tavla. Klassen kan felles prøve å bli enige om noen argumenter mot avskoging og se om de kan bli enige om en felles rangering av disse argumentene. Hvilke argumenter er de «minst» og de «mest» viktige?

Undersøk en rapport om soya

Fag: Naturfag; Norsk; Samfunnsfag

Tema: Andre temaer (ikke del av utstillingen)

Ca. 1 time

1. I plenum: Se på denne rapporten i fellesskap: Soya i norsk fôr – Framtiden i våre hender. Her må lærer tilpasse til klassen og velge hvor grundig dere skal gå gjennom innholdet.

   Diskuter følgende spørsmål i fellesskap.

   - Hva inneholder dokumentet og hva handler det om?
   - Hvem har laget rapporten? Gå inn på organisasjonens hjemmeside, framtiden.no, og se på innholdet sammen.
   - Hvem er de, og hvilken agenda har de?
   - Hvorfor tror dere de har laget denne rapporten?

2. Individuelt/i grupper: Her skal elevene lese to sider fra rapporten: side 12 og 13 om soya i norsk fiskefôr. Be elevene jobbe med følgende oppgaver mens de leser teksten, og notere svarene sine underveis.

   - Noter vanskelige begreper og finn en forklaring på begrepene.
   - Hvordan har Framtiden i våre hender fått svar på spørsmålene sine om råvareforbruk?
   - Hvor mye økte forbruket av soya i Norge mellom 2017 og 2020?
   - På hvilken måte jobber Salmon Group og Bremnes Seashore for mer bærekraftig mat til fisken? Hvordan kan dette være bra for klima og miljø?
   - Undersøk opprinnelsen til soyaen som brukes i Norge ved å finne informasjon om delstatene i Brasil som produsentene oppgir at de handler fra. Bruk gjerne «Google Earth» eller kart og andre kilder. Finn ut hvor i Brasil delstatene ligger og finn fakta om delstatene.

3. I plenum: Diskuter hva elevene har funnet ut i fellesskap.

Fiskeoppdrett

Fag: Norsk; Samfunnsfag; Naturfag

Tema: Andre temaer (ikke del av utstillingen)

Ca. 2 – 3 timer

1. Individuelt: Be elevene tenke over og skrive ned tankene sine rundt følgende spørsmål, uten å bruke kilder.
    - Fiskeoppdrett, hva er det?
    - Hva er fordelene, og hva kan være ulempene med fiskeoppdrett?
    - Hva spiser fisken?
2. I grupper/plenum: Diskuter svarene i fellesskap.
3. I par/grupper: Be elevene lete etter informasjon om temaet «Fiskeoppdrett» på internett og utdype svarene på spørsmålene i oppgave 1. I tillegg skal elevene gjøre følgende oppgaver, og notere hovedpunktene fra samtalen underveis.
    - Hvilke kilder har dere brukt for å finne svar på spørsmålene i oppgave 1? Argumenter for hvorfor dere mener kildene deres er pålitelige.
    - Mange kilder har en agenda, noe som kan påvirke hvordan innholdet på nettsiden blir presentert. Kan dere finne noen eksempler på kilder med en tydelig agenda?
    - Skriv ned en liste med eksempel på ingredienser som brukes i fôret til oppdrettsfisk. Bruk gjerne flere kilder og sammenlign kildene deres for å få best mulig oversikt.
4. I plenum: Diskuter gruppenes funn i fellesskap. Hvilke av ingrediensene gruppene fant kan knyttes opp mot avskoging av regnskogen, og hvordan?
5. I par/grupper: Be elevene undersøke positive og negative sider ved fiskeoppdrett, og skrive ned en liste med positive og negative sider.
6. I plenum: Gå gjennom de ulike positive og negative sidene ved fiskeoppdrett i fellesskap. Er det flest positive eller negative sider ved fiskeoppdrett? Hvilke argumenter mener dere veier tyngst? Hvorfor?
7. Se denne reklamefilmen i fellesskap: Salmon from Norway, Origin matters – Seafood from Norway, France (totalt 1:49 min).
8. I par eller små grupper: Be elevene diskutere følgende spørsmål og skrive ned hovedpunktene fra samtalen underveis.
    - Hva får dere vite om laksen i denne videoen?
    - Hva ønsker Seafood from Norway å oppnå med denne videoen?
    - Hvilke virkemidler brukes i videoen for å oppnå dette målet?
    - «Origin Matters» er konklusjonen i videoen. På hvilken måte er det passende og lurt å bruke dette slagordet i videoen? På hvilken måte kan det være kritikkverdig å bruke dette slagordet i videoen?
9. I plenum: Oppsummer det gruppene snakket om i fellesskap, der gruppene presenterer sine svar og argumenter.

«LAKS»

Fag: Norsk; Samfunnsfag; Naturfag

Tema: Avskoging, soya og mat

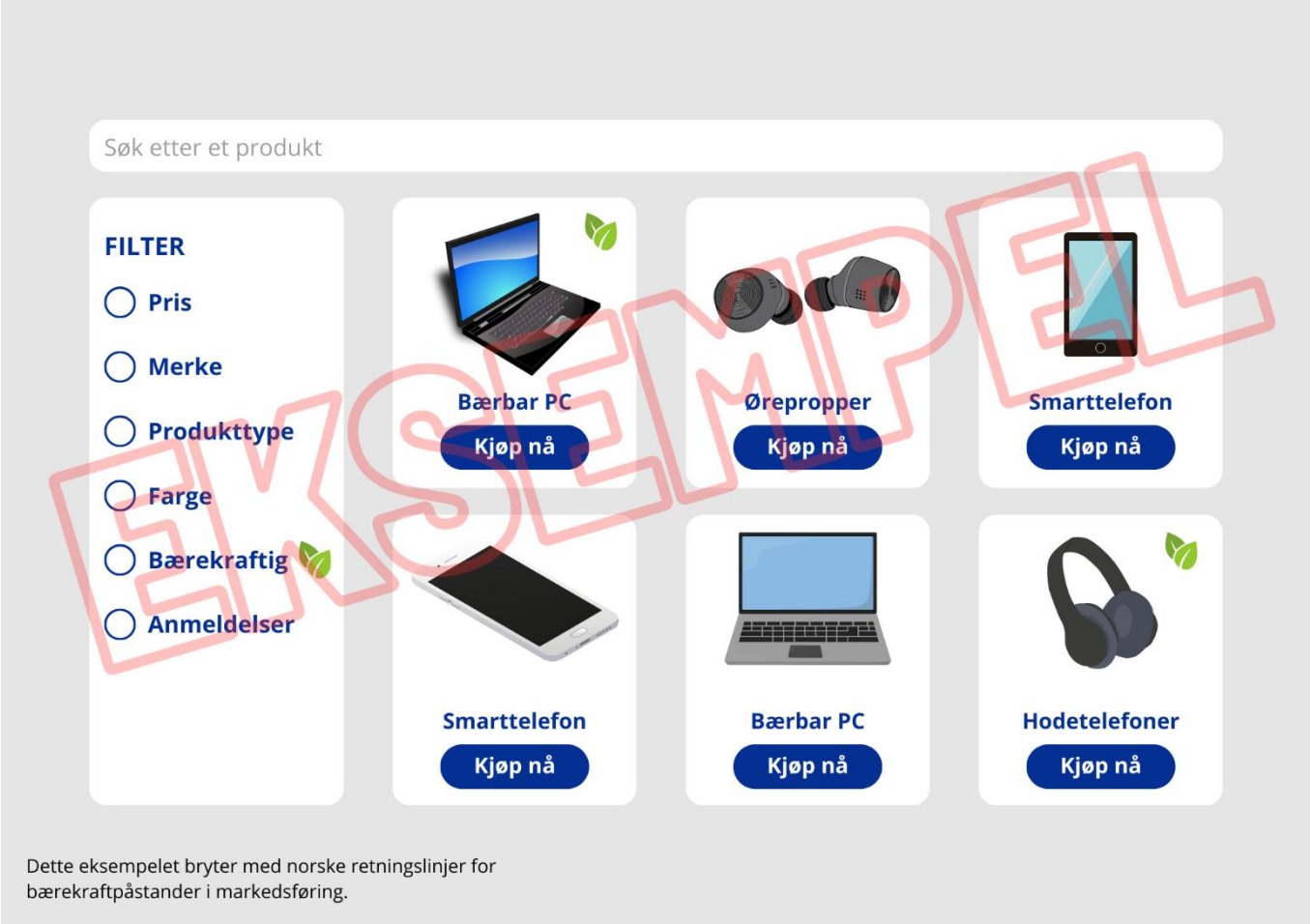
Ca. 1,5 timer

1. I plenum: Diskuter følgende spørsmål i fellesskap.
    - Tror dere oppdrettsfisk er sunt?
    - Hva er klima- og miljøutfordringene knyttet til fiskeoppdrett?
    - Behandler vi fisk annerledes enn andre dyr? Hvorfor?
2. I plenum: Se denne episoden fra Folkeopplysningen på NRK sammen: LAKS – Folkeopplysningen, NRK (totalt 39:00 min). Filmen tar for seg ulike perspektiver knyttet til norsk oppdrettslaks.
3. I grupper: Etter å ha sett episoden, be elevene jobbe med følgende spørsmål og skrive ned svarene de kommer frem til. De kan bruke episoden som kilde, men også bruke andre kilder hvis de ønsker det.
    - Hva tenker dere er de største fordelene og ulempene ved lakseoppdrett?
    - Er norsk oppdrettslaks sunt?
    - Er norsk lakseoppdrett klimavennlig?
    - Hvilke klima- og miljøutfordringer snakkes det om i episoden?
    - Hva tenker dere om bruken av rensefisk?
    - Hvorfor behandler vi fisk annerledes enn andre dyr?
    - Episoden fra Folkeopplysningen ble laget i 2020. Bruk internett for å undersøke om det har skjedd endringer i oppdrettsnæringen siden den gang, som fremmer en mer bærekraftig fiskeoppdrett. Er disse endringene i så fall knyttet til helse, miljø og/eller dyrevelferd? Hvis næringen har gjort tiltak på miljøfeltet, retter disse seg mot miljøutfordringer i Norge eller i andre land? Tror dere tiltakene dere finner vil bidra til en mer bærekraftig oppdrettsnæring? Hvorfor/hvorfor ikke?
4. I plenum: Diskuter hva gruppene har snakket om i fellesskap.

Lag deres egne reklamer!

Eksempler fra utstillingen på reklamer som bryter med retningslinjene for hva selskaper kan si om bærekraft.

Eksempel 1

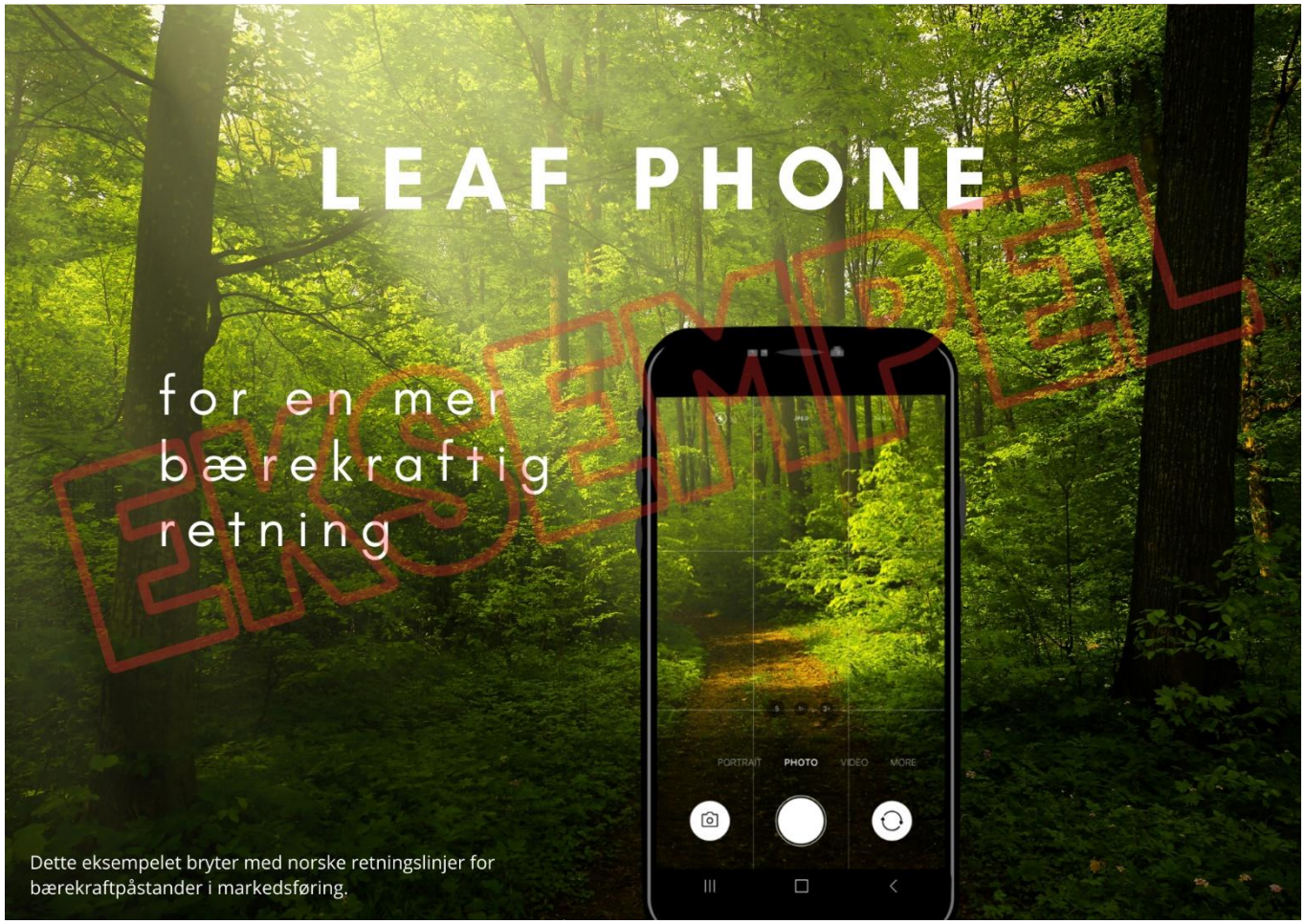


HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 2

HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 3



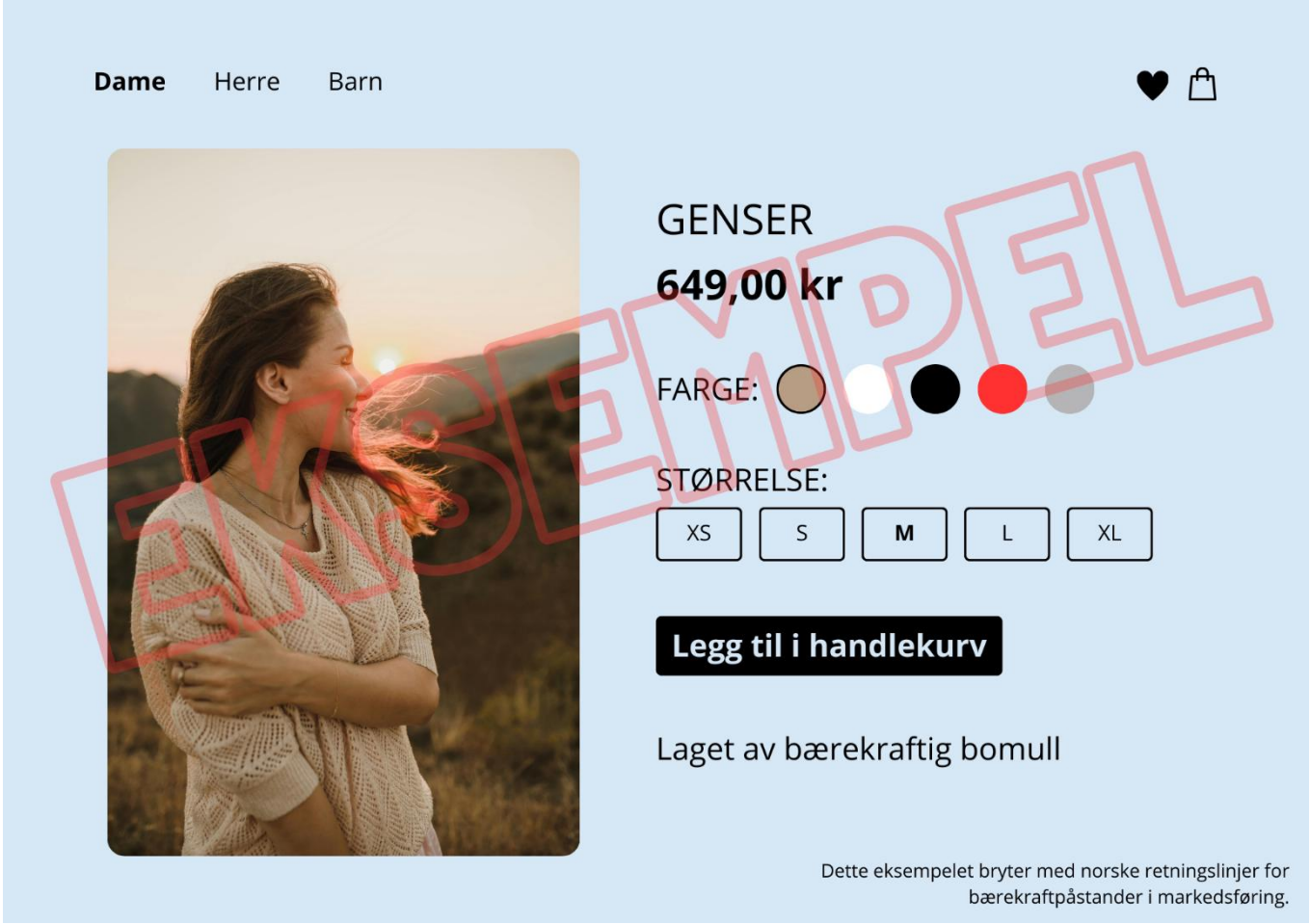
HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 4

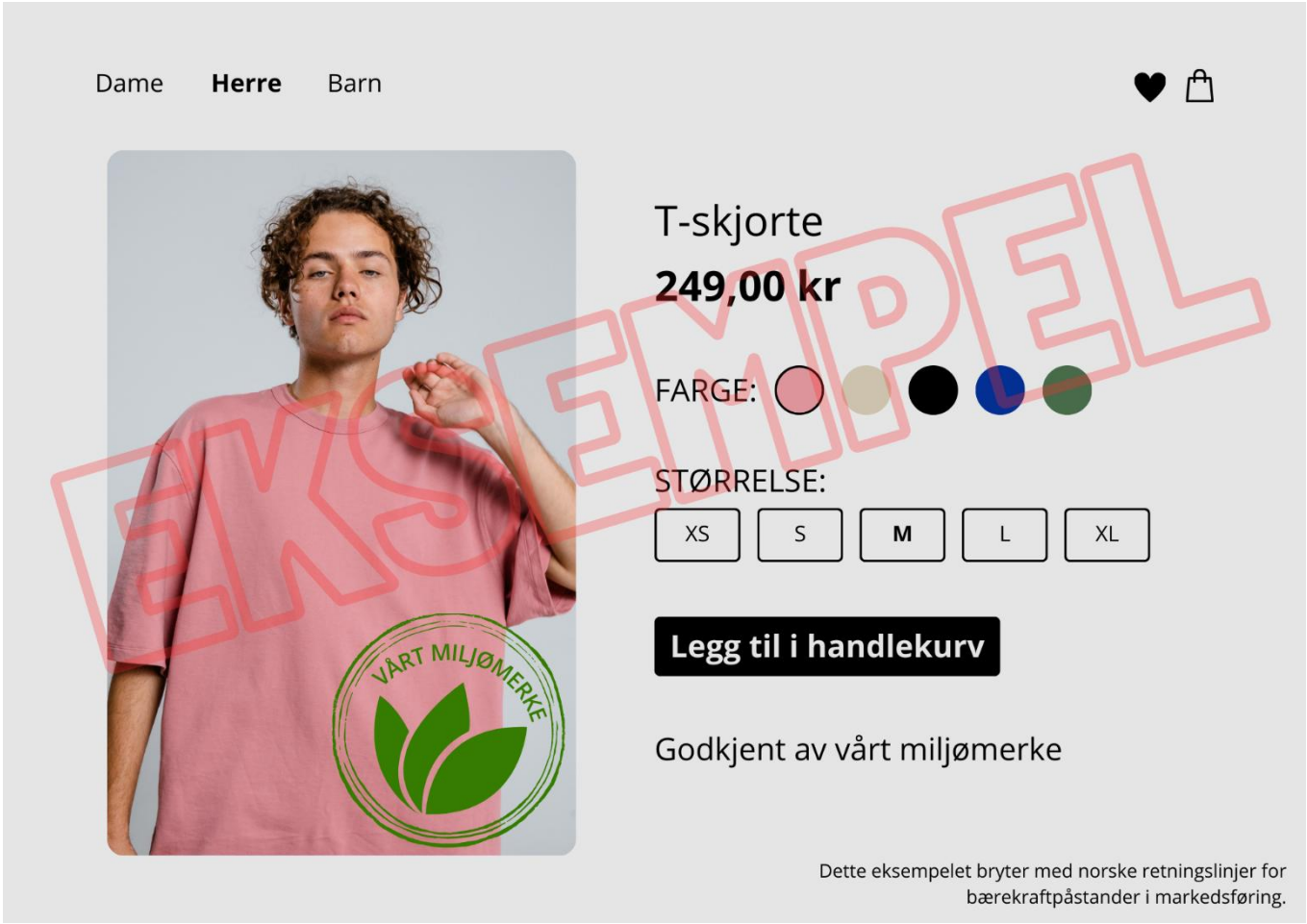
HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 5

Eksempel 6


Dame
Herre
Barn
GENSER
649,00 kr
FARGE:
STØRRELSE:
XS
S
M
L
XL
Legg til i handlekurv
Laget av bærekraftig bomull
EKSEMPEL
Dette eksempelet bryter med norske retningslinjer for bærekraftpåstander i markedsføring.

Eksempel 7


Dame
Herre
Barn
VÅRT MILJØMERKE
T-skjorte
249,00 kr
FARGE:
STØRRELSE:
XS
S
M
L
XL
Legg til i handlekurv
Godkjent av vårt miljømerke
Dette eksempelet bryter med norske retningslinjer for bærekraftpåstander i markedsføring.
EKSEMPEL

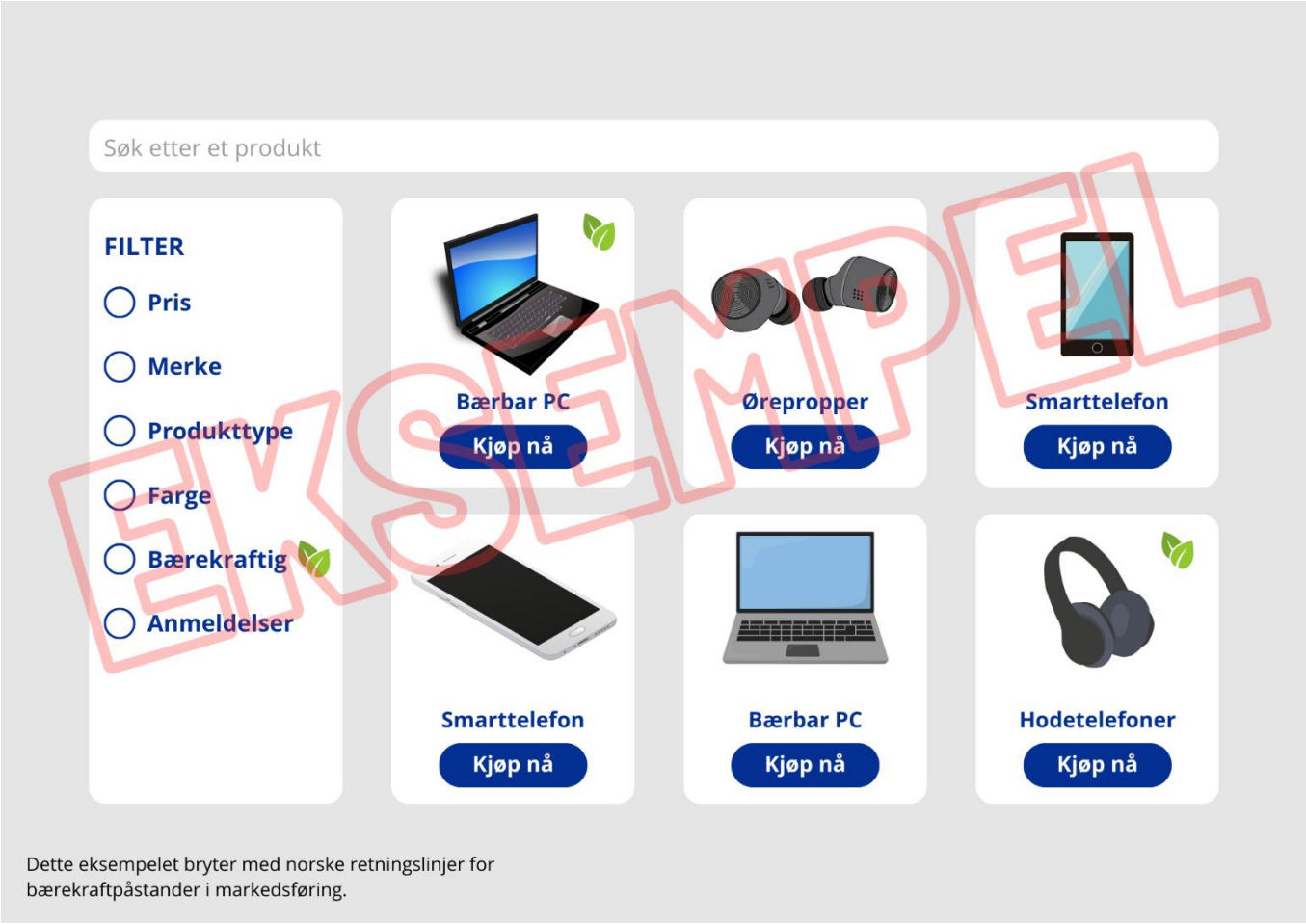
HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 8

Lag deres egne reklamer!

Forklaring på hvorfor reklameeksemplene fra utstillingen bryter med retningslinjene for hva selskaper kan si om bærekraft.

Eksempel 1



Forklaring: Hvis et selskap sier at en vare er bærekraftig må de dokumentere at den er mer bærekraftig enn andre, lignende varer. Generelt oppfordres selskaper til å være så spesifikke som mulig når de snakker om bærekraft i markedsføring og vise til konkrete egenskaper ved produktet, istedenfor å komme med generelle påstander om at et produkt er «bærekraftig», «miljøvennlig» eller lignende.

Kilder: Sak fra Forbrukertilsynet, Forbrukertilsynets veiledning om bærekraft i markedsføring, ICPENs åpne brev til klesbransjen.

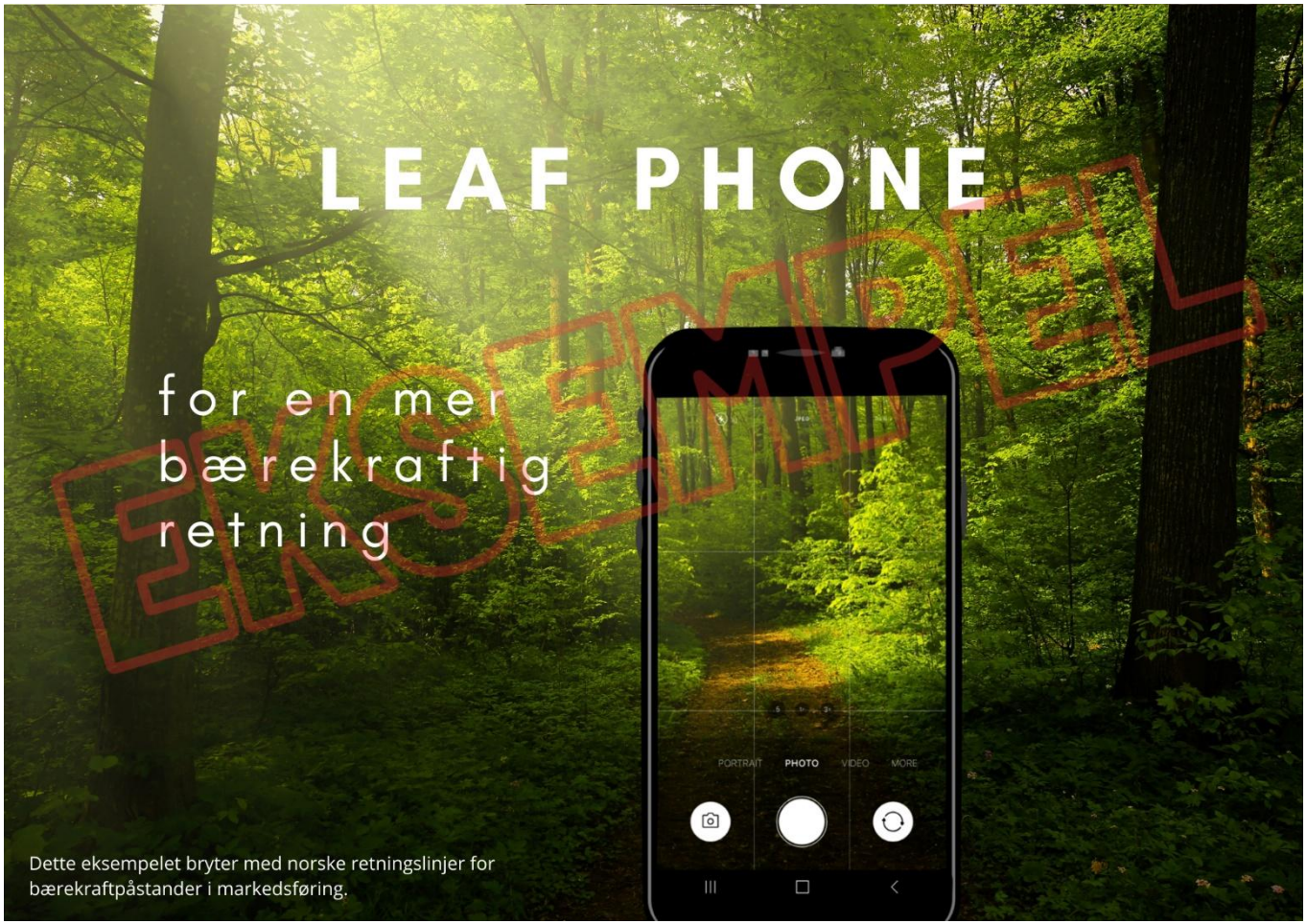
Eksempel 2

Forklaring: PFCA er ulovlig i Norge. Selskaper skal ikke fremheve det at en vare er fri for et stoff som noe positivt, dersom stoffet er ulovlig å bruke i den typen produkter. Generelt skal man ikke gi inntrykk av at noe er en positiv kvalitet ved et selskap eller produkt hvis det er påkrevd etter loven.

Kilder: Naturvernforbundet om «fri for»-reklame, Miljødirektoratet om ulovlige stoffer i kosmetikk, ICPENs åpne brev til klesbransjen.

HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 3



Forklaring: Selskaper skal ikke bruke indirekte påstander – for eksempel bilder og bakgrunnsfarger – som kan få produktene deres til å virke mer bærekraftige enn de egentlig er.

Kilder: ICPENs åpne brev til klesbransjen.

HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 4

Forklaring: Selskaper skal ikke spille på folks følelser, frykt, samvittighet og bekymring for klima og miljø i markedsføringen sin.

Kilder: Forbrukertilsynets veiledning om bærekraft i markedsføring.

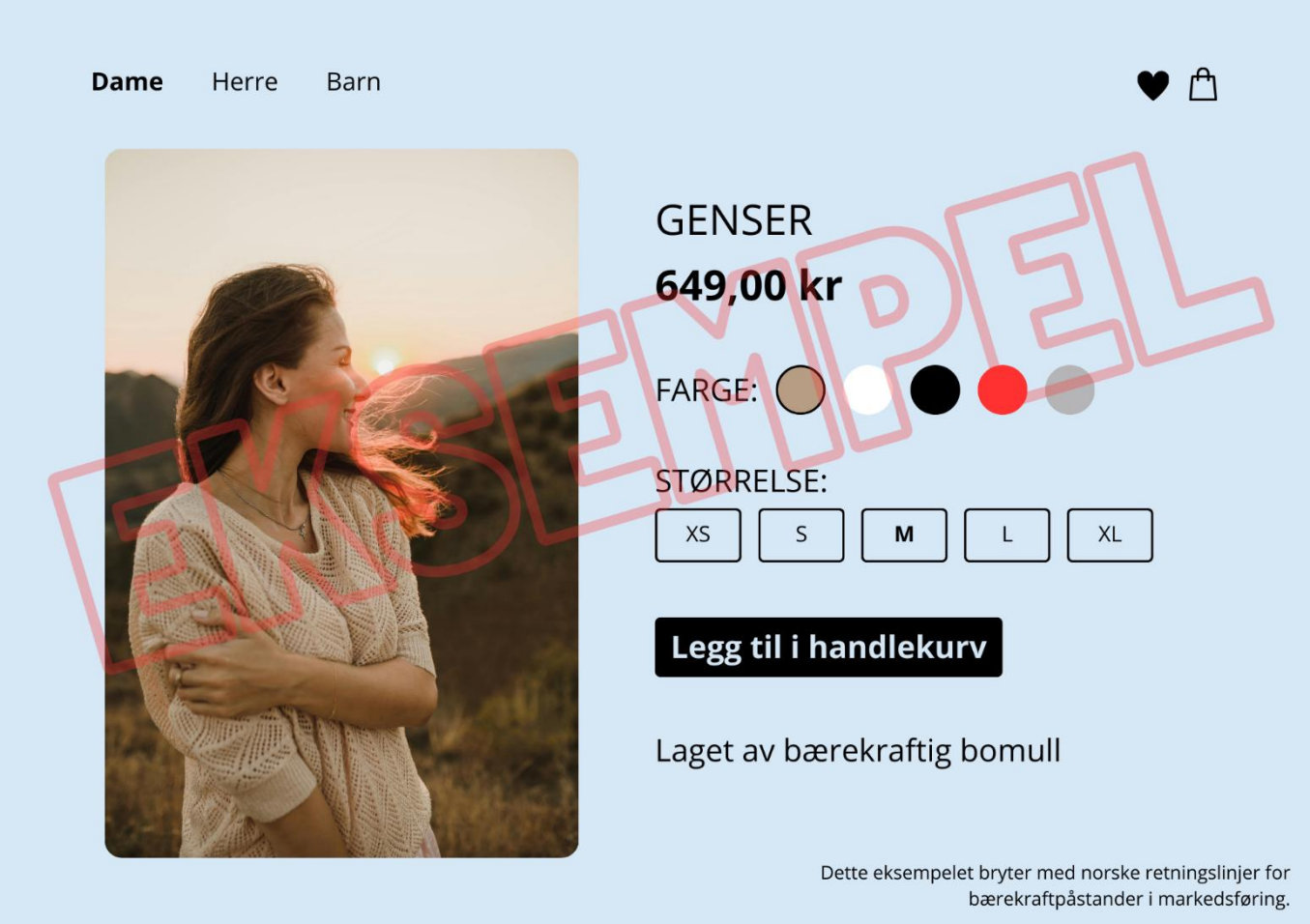
HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 5

Forklaring: Selskaper bør snakke om miljøtiltak de allerede jobber med, istedenfor å vise til fremtidige, mer vage mål. Hvis et selskap snakker om mål for framtiden må de også gi informasjon om hvordan de skal arbeide for å nå målene.

Kilder: Forbrukertilsynets veiledning om bærekraft i markedsføring, ICPENs åpne brev til klesbransjen.

Eksempel 6

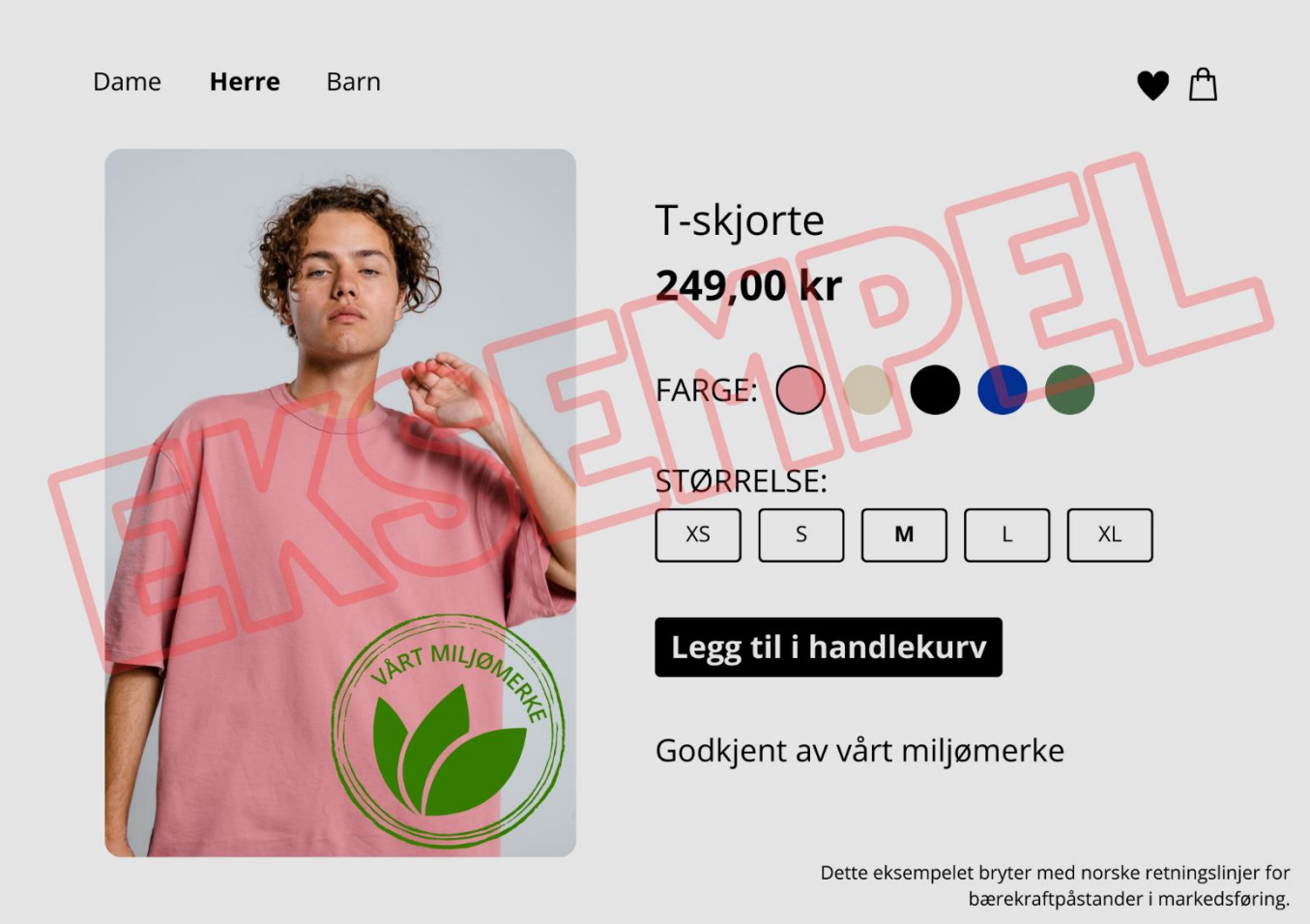


Forklaring:

Beskrivelser av materialer skal være detaljerte og tydelige, heller enn generelle. Se også Eksempel 1.

Kilder: Forbrukertilsynets veiledning om bærekraft i markedsføring, ICPENs åpne brev til klesbransjen.

Eksempel 7



Forklaring: Selskaper anbefales å bruke offisielle merkeordninger, som Svanemerket, der det er mulig heller enn sine egne ordninger. Det gjør det lettere for forbrukere å vite hva merket innebærer og å sammenligne forskjellige alternativer. Hvis et selskap bruker merkeordninger, må de også fortelle hvor man kan finne mer informasjon om ordningen. Bruk av merkeordninger skal heller ikke gi et overdrevet inntrykk av hvor bærekraftig produktet er.

Kilder: Forbrukertilsynets veiledning om bærekraft i markedsføring, Forbrukertilsynets temaside om bærekraft, ICPENs åpne brev til klesbransjen, Svanemerket.

HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Eksempel 8

Forklaring: Selskaper skal ikke påstå at de har netto null klimagassutslipp uten at de også viser til dokumentasjon som underbygger påstanden. Generelt er netto null utslipp vanskelig å dokumentere, så selskaper oppfordres til å være forsiktige med bruken av denne typen påstander.

Kilder: Rettsak fra Sverige, anbefalinger fra Forbrukertilsynet og de nordiske forbrukermyndighetene.

Oversettelse av åpent brev til klesbransjen fra International Consumer Protection and Enforcement Network

Forbrukertilsynet og lignende forbrukermyndigheter i 19 andre land (alle medlemmer av the International Consumer Protection and Enforcement Network / ICPEN) har laget et åpent brev til klesbransjen. Brevet handler om hva selskaper bør og ikke bør si om bærekraft i markedsføringen sin. De 20 landene som står bak brevet har ikke de samme lovene og reglene, men de har likevel blitt enige om flere anbefalinger som klesbransjen oppfordres til å følge.

Under følger en norsk oversettelse av anbefalingene i brevet. Dette er ikke en offisiell oversettelse, men er laget av *Hva nå? Endringslaben* for å gjøre innholdet i brevet lettere tilgjengelig for skoleelever. Originalversjonen finnes her og brevet omtales også på Forbrukertilsynet sine nettsider.

ICPEN anbefaler klesbransjen å gå gjennom all markedsføring som handler om miljø for å sikre at denne følger lover og regler for forbrukerbeskyttelse. Når selskaper kommer med påstander overfor forbrukere oppfordres de spesielt til å:

- Sikre at påstandene er sanne, tydelige og nøyaktige.
- Bare komme med miljøpåstander når de allerede har tilstrekkelig bevis til å underbygge påstandene.
- Ikke komme med påstander om bestemte produkter dersom påstanden er basert på bevis som ikke er spesifikt for produktet, for eksempel globale gjennomsnittstall.
- Ta høyde for hele livssyklusen til produktet når de kommer med påstander, inkludert om det er noen negative påvirkninger som kan undergrave påstanden. Hvis påstanden ikke gjelder for hele livssyklusen, gjør det tydelig hvilken del av livssyklusen som omtales i påstanden.
- Bare vektlegge miljøtiltak når disse er betydelige for produktets totale miljøpåvirkning.
- Ikke bruke vage og generelle begreper som «miljøvennlig», «grønn» eller «bærekraftig».
- Ikke bruke vage og generelle begreper for å beskrive filtre eller produktgrupper i nettbutikker, som «filtrer etter bærekraft» eller «bærekraftig kolleksjon».
- Beskrive materialer tydelig og presist, heller enn å bruke vage og generelle begreper.
- Ikke komme med indirekte grønne påstander, som bilder av regnskog, bladsymboler, grønn bakgrunn og lignende, som ikke gir et sannferdig og presist inntrykk av miljøfordelene ved produktet.

- Ikke fremstille noe som en positiv kvalitet ved selskapet hvis det er påkrevd etter loven eller er vanlig praksis i bransjen.
- Bare bruke merkeordninger og sertifiseringer i tråd med kriteriene for ordningene som brukes og forklare hvilke deler eller prosesser som er dekket av ordningen hvis dette ikke er umiddelbart tydelig for forbrukeren.
- Unngå å bruke selskapets egne merkeordninger med mindre disse er velkjente og anerkjente.
- Ikke komme med miljøpåstander basert på sertifiseringsordninger hvis påstanden går utover sertifiseringens omfang.
- Der det er relevant, opplyse om materielle koblinger til sertifiseringer, tredjepartsordninger eller godkjentstempler.
- Hvis en påstand krever handling fra forbrukerens side og dette ikke er åpenbart, tydelig forklare hvilken handling som kreves.
- Istedenfor å komme med ubegrunnede påstander om fremtidige mål, heller fokusere på de konkrete tiltakene som allerede har blitt iverksatt eller som på nåværende tidspunkt gjennomføres av selskapet for å nå målene.

HVA NÅ? #ENDRINGSLABEN
NORDIC INTERNATIONAL SUPPORT FOUNDATION

Grønnvasking

En kort innføring som kan brukes i forbindelse med undervisningsoppleggene.

I dagens samfunn blir vi ofte eksponert for informasjon om hvordan selskaper jobber for å bli mer bærekraftige. Mer bærekraftige bedrifter er positivt, og viktig for å løse klimakrisen, men det kan også være problemer knyttet til dette.

Se for deg at du er på et hotellrom. På badet er det et skilt som ber deg om å vurdere hvorvidt du trenger et nytt håndkle hver dag, eller om du kan bruke håndkleet du har et par dager til, for å hjelpe hotellet med å spare vann og dermed miljøet. Tror du dette reflekterer en forpliktelse fra hotellets side til å bli mer bærekraftig, eller kan det også være en strategi hotellet bruker for å spare kostnader knyttet til vask av håndklær?

Denne typen kommunikasjon fra hoteller til gjestene sine var det som i utgangspunktet gjorde at «grønnvasking» - eller «greenwashing» - oppsto som et begrep. Grønnvasking betyr at selskaper markedsfører produktene sine som mer miljøvennlige enn de faktisk er. Mange av oss forbrukere ønsker å velge mer miljøvennlig når vi handler, og dette gjør at stadig flere selskaper på tvers av sektorer markedsfører varene sine som «grønne». Når denne typer påstander ikke stemmer eller ikke kan dokumenteres, kaller vi det for grønnvasking. Noen ganger kan selskaper bruke mer tid og penger på denne typen markedsføring enn det de gjør på å faktisk minimere sitt miljøavtrykk. Dette betyr at bare fordi et selskap markedsfører seg som bærekraftig, er ikke det alltid et bevis på at de har satt i gang arbeid for å redusere klima- og miljøpåvirkningen sin.

Reglene for hva det er lov til å si om bærekraft i markedsføring blir stadig strengere. Dette er positivt og beskytter oss som forbrukere, men det gjør også at grønnvasking er mer skjult nå enn før. I dag er det for eksempel få selskaper som markedsfører produktene sine som «bærekraftige» - de bruker heller ord som «resirkulert» og «naturlig».

Grønnvasking gjør det vanskelig for oss som forbrukere å vite hvilke selskaper vi skal tro på. Men bare fordi noen selskaper er skyldige i grønnvasking, betyr ikke det at alle selskaper eller varer markedsført som mer klima- og miljøvennlige faller i denne kategorien. Ifølge Svanemerket kan forbrukere skille selskaper og produkter fra hverandre ved å se etter konkrete kvaliteter ved et produkt som faktisk gjør det mer miljøvennlig, som for eksempel hva slags materialer det er laget av, være kritiske til bruk av for eksempel farger og symboler som gir et inntrykk av at en vare er miljøvennlig og se etter uavhengige miljømerker. Som forbrukere kan vi også gjøre litt detektivarbeid, ved å se på selskapenes hjemmesider, rapporter og lignende for å se på hva de sier om bærekraft. For eksempel kan vi spørre oss selv om informasjonen som gis er forståelig og om selskapene har nok bevis for påstandene de kommer med. Dette kan gjøre det lettere å skille mellom grønnvasking og markedsføring av faktiske klima- og miljøfordeler.