

Hållbarhetsperspektivet

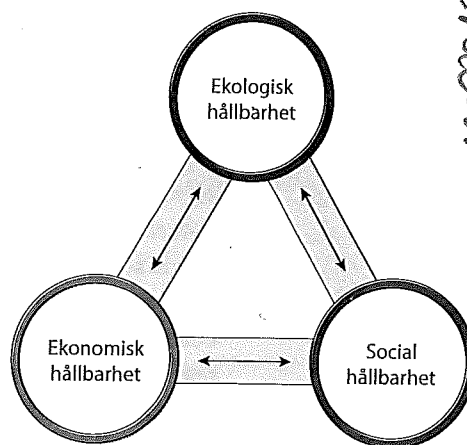
Många förespråkare för hållbarhetsperspektivet hävdar att perspektivet inte speglas i ett 4P-synsätt. En del kritiker går så långt att de hävdar att marknadsföring som helhet är något ohållbart eftersom det kan få konsumenter att köpa varor och tjänster som de antingen inte behöver eller som utgör slöseri av naturens resurser. Låt oss se närmare på saken.

Begreppet *hållbar marknadsföring* har på senare år seglat upp i marknadsföringsdiskussionen.²⁴ Först måste vi slå fast att hållbarhetsbegreppet inte bara är relaterat till natur och miljö ("ekologisk hållbarhet") utan också till "ekonomisk hållbarhet" och "social hållbarhet".²⁵ Man kan tillägga fler aspekter, vilket vi återkommer till.

Hållbar utveckling har blivit ett nyckelbegrepp, tillika något som FN enades om 1987 i den s.k. Brundtlandrapporten, dvs. "en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov".²⁶ Det sägs att rapporten i hög grad baserades på perspektiv förmedlade av den amerikanska agronomen Lester R. Brown – som också anses vara upphovsman till begreppet hållbar utveckling.

Hållbar utveckling kan betraktas som ett övergripande förhållningssätt för framgångsrika företag, organisationer och regioner. Det syftar till att säkra god miljö och hälsa, ekonomisk och social välfärd samt rättvisa för nu levande och kommande generationer. Lösningar som ger synergieffekter för de ekonomiska, sociala och ekologiska perspektiven ska prioriteras. Det gäller att hitta helhetslösningar som påverkar inriktningen mot en mer hållbar samhällsutveckling.²⁷ Se figur 9.5.

Ekologisk hållbarhet har enligt forskaren Robert Goodland i hög grad betraktats utifrån perspektivet att långsiktigt stärka det mänskliga livet. Miljödebatten har ofta handlat om koldioxidutsläpp. Det var exempelvis temat för FN:s klimatkonvention 1994, där 192 länder enades om att börja arbeta systematiskt för att få bukt med den globala uppvärmningen. Konventionen följdes upp med otaliga konferenser på liknande tema. Några exempel: 1996 beslutade EU, genom sin Grönbok, att temperaturökningen inte ska överstiga 2 grader jämfört med temperaturen före industrialiseringen. I Kyotoprotokollet 1997 beslutades att de årliga globala utsläppen av växthusgaser skulle minska med minst 5,2 procent från 1990 till 2012. EU-länderna och Japan skrev på liksom senare även Ryssland, men dock inte USA. Al Gore presenterade 2006 filmen *An Inconvenient truth* (En obekvämt sanning), där han försökte övertyga



Figur 9.5 Hållbarhetens tre delar.

Marknadsföring, vetenskap och praktik
P Frankelius m. fl. (2015). Studentlitteratur

skeptiska amerikaner om att människan har påverkat klimatet. Filmen fick dock kritik och stämades inför domstol med hänvisning till ett flertal faktafel. 2007 kom FN:s klimatpanel, Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), till slutsatsen att det är mycket sannolikt att merparten av den uppmätta temperaturökningen sedan mitten av 1900-talet beror på människans utsläpp av växthusgaser. Under EU-toppmötet 2007 enades EU:s stats- och regeringschefer om att minska EU:s utsläpp av växthusgaser med 30 procent till år 2020 under förutsättning att andra industriländer förband sig till jämförbara minskningar. Klimatkonferensen på Bali 2007 var ett globalt ministermöte som ledde till the Bali Roadmap och ytterligare påskyndade utvecklingen. Konferensen följdes upp genom FN:s klimatkonferens i Köpenhamn 2009, som av många dock tolkades som ett misslyckande. 2014 samlades 120 stats- och regeringschefer i New York för det dittills största så kallade högnivåmötet i FN:s regi gällande klimatet. Syftet var att lägga grunden för ett nytt bindande avtal om minskade utsläpp under den 21:a globala miljökonferensen i Paris 2015.

Kontentan blev att allt fler företag har börjat arbeta med klimatfrågan och dessutom redovisa sitt arbete i miljöredovisningar eller miljökonsekvensbeskrivningar. Exempel på insatser är att låta medarbetare arbeta hemifrån för att minska resor till och från jobbet. Företag måste också bygga upp kunskap om hur ekonomiska processer hänger samman med klimatet. Aldrig förr har meteorologisk, kemisk och biologisk kompetens varit så viktigt för marknadsförare, för att på ett seriöst sätt kunna arbeta och beskriva sin miljöpåverkan i termer av koldioxid, fossilbaserad energi och energieffektivisering.

Men klimatet är bara en del av vad som bör inkluderas i diskussionen. Eftersom mänskligt liv är beroende av en biologisk mångfald och ett fungerande ekosystem är det viktigt att värna om hela den biologiska mångfalden. Exempelvis har bin och humlor stor betydelse för pollinering av såväl odlade som vilda växter. Värdet av detta på global basis uppskattas vara 1 500 miljarder kronor. Man ska också ha i minnet att naturens mångfald är en källa till värdefulla substanser. Sålunda har forskare hittat mediciner mot nervsjukdomar hos vissa snigelarter. Flera av dagens kända produkter är extraherade ur naturprodukter (t.ex. xylitol, även kallat björksocker). Naturen kan också inspirera ingenjörer. Länge har man förundrats över sådant som hur starka trådar spindlar väver och hur genialiskt trolsländor kan flyga. Begreppet för det sistnämnda är biomimicry. Robert Goodland definierar ekologisk hållbarhet (environmental sustainability) som "maintenance of natural capital" eller upprätthållandet av de livsuppehållande systemen.²⁸ Det finns flera vägar att verka för ekologisk hållbarhet. Det är exempelvis önskvärt med en större andel miljövänliga transporter. Här kan kombitransporter järnväg-lastbil som möjliggörs genom effektiva



TRÄGEN VINNER: FOSSILFRI PRODUKTION AV LIVSMEDEL

Den svenska regeringen lanserade sin livsmedelsstrategi i mars 2015. En del i denna var att stärka Sverige som ansvarsfull och hållbar producent av livsmedel. En del företag hade då gått före genom handling. Energifabriken AB var ett av dessa. De står bakom Fossilfria Lantbruk, en satsning som genomfördes redan 2011. Tack vare stöd från Agroöst och Energikontoret Östra Götaland har informations-spridning sedan skett till hundratals lantbrukare, politiker och tjänstemän.

Intresset för fossilfria bränslen började tidigt. År 2006 bildade de tre lantbrukarfamiljerna företaget Energifabriken, som sedan dess säljer och distribuerar biodrivmedel. Samma år ställdes lantbrukens gemensamma tröska om till biodiesel. Våren 2011 tog de tre gårdarna principiellt beslut att gå fullt ut och ersätta alla fossila bränslen för den egna produktionen och driften av gårdarna med biobränslen. Det handlade inte bara om bränslet i traktorer, tröskor och andra maskiner, utan också eldningsolja till uppvärmning, torkanläggningarna och transporten av material till och från gårdarna.

2012 hade de ersatt 95 procent av allt fossilt bränsle. De kvarvarande procenten hängde samman med inhyrda tjänster, men två år senare skedde även många av dessa med förnybara bränslen.

Vid sidan om dieselfordon fanns på gårdarna bensindrivna fordon, såsom bilar, fyrhjulingar, motorsågar och högtryckstvättar. Dessa maskiner ställde gårdarna om till etanoldrift. Våren 2014 tog Energifabriken i samarbete med forskningsprojektet Grönovation fram en etanoltraktor som presenterades på Borgeby Fältdagar i Skåne samma år. I projektet deltog JohSjö AB och Lantmännen Agroetanol.

Nästa steg var att skapa och börja marknadsföra produkter som var producerade med fossilfri metod. 2014 kunde de börja sälja "fossilfritt mjöl" och "fossilfri rapsolja". De skapade helt nya segment vid sidan av traditionella dimensioner såsom ekologiskt-konventionellt. Bland större kunder som visade intresse för produkterna kan nämnas Polarbröd. De gjorde en stor PR-aktivitet kring det hela under Almedalsveckan och PR-arbetet fortsatte intensivt under 2015.



Energifabriken initierade en process för att ställa om till fossilfritt, och de lyckades. Foto: Per Frankelius.

omlastningscentraler spara miljön samtidigt som det är ekonomiskt gynnsamt. Ett område av betydelse med många fördelar, som också minskar behovet av långa transporter, är övergången till att konsumera närproducerade livsmedel. Minskad energianvändning liksom effektiviserad energiproduktion är också centralt. Det handlar om uppvärmning, transporter och elanvändning. Övergång till förnybar energi är önskemål, liksom aktiv strävan att öka verkningsgraden i alla energisystem. Det kan åstadkommas delvis genom att den offentliga sektorn går i bräschen med djärva experiment och genom att ekologiska hänsyn tas, i kombination med innovationstänkande, vid upphandlingar.

Farligt avfall och miljöfarlig verksamhet skadar mark, vatten och luft. Det är ett problem för företag och människor men det är samtidigt en plattform för nya företag inriktade på miljöteknik. Vatten är en allt viktigare fråga. Stora insatser görs för att analysera och stävja försurning och övergödning, bl.a. som följd av kommunala avlopp. Självklara mål för alla som vill tänka i hållbarhetstermer är levande vattenbiotoper samt grundvatten av god kvalitet. Sammanfattningsvis talas om behovet att övergå till en biobaserad ekonomi.

Begreppet *ekonomisk hållbarhet* verkar vara svårare att definiera än ekologisk hållbarhet. Det synes finnas flera perspektiv på innebörden. Ett perspektiv är att se på ekonomisk hållbarhet som ”en ekonomisk utveckling som inte medför negativa konsekvenser för den ekologiska eller sociala hållbarheten”.²⁹ Enligt denna definition får en ökning av ekonomiskt kapital alltså inte ske på bekostnad av en minskning i naturkapital eller socialt kapital.

Ett annat perspektiv är att se på ekonomisk hållbarhet som att säkerställa ekonomisk tillväxt. Enligt detta perspektiv kan ett ekonomiskt kapital tillåtas att utvecklas även om det sker på bekostnad av en minskning av andra tillgångar i form av naturresurser, ekosystemtjänster eller välfärd. Å andra sidan används ekonomisk hållbarhet ofta i kombination med just ekologisk och social hållbarhet.

Människor vill ha ett gott liv. Det skulle vara orealistiskt att bortse från den drivkraft som de flesta har att just få ett bra liv. Den ekonomiska aspekten är viktig. Förutom rent ekonomiska aspekter finns också viktiga kopplingar till sociala faktorer. Både sociala och naturrelaterade problem i samhället hänger ofta samman med ekonomiska faktorer. En koppling är att ekonomiska strävanden kan få negativa konsekvenser för miljön. Detta är dock välkänt. Mer intressant är att också brist på ekonomisk välfärd kan få förödande sociala och ekologiska konsekvenser. Brist på ekonomisk välfärd är alltså grundorsak till mycket annat. Exempelvis har Loretta Napoleoni vid London School of Economics visat att terror delvis är en effekt av brister i människors ekonomiska välfärd. Även FN har dragit slutsatsen att en viktig grundorsak till terror är ekonomisk misär. Det gäller för övrigt många andra former av våld och brottslighet. Så här inleddes ett pressmeddelande från FN:

NEW YORK, 7 October (UN Headquarters) – Crime was both the cause and consequence of poverty, insecurity and underdevelopment, Antonio Maria Costa, Executive Director of the United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC) and Director-General of the United Nations Office in Vienna, told the Third Committee (Social, Humanitarian and Cultural) today as it began its debate on crime prevention and criminal justice and international drug control.³⁰



PIRATER – EN FÖLJD AV BRISTANDE HÅLLBARHET

”Rederier vill behålla vapen ombord” var rubriken på ett TT-telegram i juli 2012. Bakgrunden var att 20 svenskflaggade fartyg hade fått rätten att beväpna sig till skydd mot pirater. Ett flertal överfall av fartyg hade skett under senare år, främst utanför Västafrika. Piraternas handlingar kan inte försvaras. Men de kan möjligen förstås. En tes är att personerna har drivits till dessa handlingar som följd av att europeiska företag dumpat farligt avfall i Adenviken utanför

Somalia, något som förstört möjligheter till odling och fått konsekvenser för havsvattnet – samtidigt som internationella trålare finkammat kusterna på den fisk som lokalbefolkningen levt på sedan urminnes tider. Flera av piraterna var tidigare fiskare som inte längre kunde leva på fisket. I ren desperation är piratverksamhet enda utvägen.³² Fallet illustrerar tydligt hur ekonomi kan driva fram negativ miljöpåverkan som i sin tur skapar social misär.

En grundorsak till problem som våld och epidemier kan vara bristfällig ekonomisk välfärd.³¹ Kunskaper om processer som skapar ekonomisk utveckling är alltså viktigt om man vill förstå hur ekologiska och sociala problem kan lösas. Men vad som är grundorsak till vad är inte kristallklart. Saker och ting hänger ihop.

Man ska inte glömma att många företag som del av sitt värdeskapande kan bidra till att minska negativ miljöpåverkan (jämför miljöteknikföretag) och till och med att skapa nya naturvärden (jämför företag som Pratenis, vars affärsidé är att odla och sälja ängsfröblandningar, eller djurparker som föder upp och sedan placerar ut fridlysta djurarter).

En definition av *social hållbarhet* är praxis för att se till att sammanhållningen i samhället och dess förmåga att arbeta mot gemensamma mål



EKOLOGI OCH EKONOMI – BEGREPP MED GEMENSAM STAMTAVLA³³

Den tyske zoologen Ernst Haeckel myntade år 1866 termen ekologi. Han avsåg vetenskapligt studium av organismernas hushållning. Sedan dess har begreppet fått spridning. Kanske var Carl von Linné en pionjär i detta perspektiv. D. Worster skriver exempelvis följande om en publikation av Linné från 1749 – som alltså var långt före Haeckel: ”Den fick snart rykte om sig som den främsta sammanfattningen av en ekologisk åskådning som allttjämt låg i sin linda”.³⁴

Linné betraktas sålunda som föregångaren till ekologibegreppet. Den publikation som äsyftades var Linnés *Oeconomia Naturae*. Ordet ”oekonomia” är en latinisering av begreppet ekonomi. Begreppet

ekonomi, inte ekologi, var alltså Linnés fokus. Så var fallet också med t.ex. Linnés skrift *Flora oeconomica* och flera andra skrifter. Kort sagt: För Linné fanns flera beröringspunkter mellan ekonomi och naturen. Sålunda insåg Linné betydelsen av penninggräs som indikator på när skörden var mogen. Han insåg att gödseln borde återföras till åkern som producerat fodret till djuren. Ekonomin och biologin samspelade. Han var på jakt efter en naturekonomisk teori. Dessutom hade Linné många sociala ambitioner, inte minst att öka folkhälsan och minska fattigdomen. Kanske var just Linné den förste att inta ett hållbarhetsperspektiv?

bibehålls och detta på ett sätt så att individuella behov uppfylls, såsom de för hälsa och välfärd, näring, tak över huvudet, utbildning och kulturella uttryck.³⁵ Social hållbarhet är ett komplext perspektiv och förknippat med managementbegreppet socialt ansvar. Exempel på en icke hållbar social situation är städer med ovanligt många brott. En relaterad faktor är ungdomars utanförskap eller arbetslöshet. Boendesegregationen kan också ingå i problembilden. Att barn och unga växer upp under goda förhållanden och har föräldrar som ger dem omvårdnad, trygghet och omsorg tillhör en komponent i den sociala hållbarheten. Listan kan göras lång.

En kritik mot hållbarhetsperspektivet, såsom det etablerades i Brundtlandrapporten, är på sin plats eftersom vissa frågor faller utanför analysramen. Vi berörde det redan i kapitel 1 och föreslog att marknadsförare bör tänka igenom sina mål och värderingar vid sidan om hållbarhetsfrågor. En sådan fråga gäller djurvälstånd (eller djuretik). Det talas i Brundtlandrapporten om sådant som ekologisk mångfald men det handlar inte om hur enskilda djurindivider behandlas. Djur ingår heller inte i innebörden av "social hållbarhet" eftersom man där enbart tänker in människan. I själva verket pekar rapporten på att de som värnar om djurens välfärd kan vara ett problem, och där citeras en indian: "The most cruel environmental threat comes from the environmental movement itself as we see the animal rights laws systematically destroy our way of life and violate our right as aboriginal peoples to our traditions and values."³⁶

Ett uttryck för social hållbarhet är märkningen Fairtrade som startade 1997. När en konsument väljer Fairtrade-märkta produkter bidrar de till "att odlare och anställda får förbättrade ekonomiska villkor, genom kriterier för högre löner och ett minimipris som överstiger produktionskostnaden". Detta, i kombination med långsiktiga handelsavtal, "ger trygghet för alla dem som inte har så stora marginaler att leva på", enligt Fairtrade. Bilden visar tvättning av bananer vid El-Guabo i Ecuador. Foto: Fairtrade Sverige.



Djuromsorg borde dock ingå i ett hållbarhetstänkande. I vissa länder tvingas djur stå fastkedjade vid en stolpe kanske ett helt år före slakt för att köttet ska bli mört och för att förstärka måltidsupplevelsen för gastronomiska njutare. I Kina, enligt filmer på sociala medier, flås djur levande för att sedan bli till pälsar eller skor avsedda för europeiska kunder. Ett sådant öde innebär ett fasansfullt lidande för djuret.

Låt oss nu se lite närmare på ekologisk hållbarhet, dvs. temat natur och miljö.³⁷ Redan under 1970-talet kom kritiska perspektiv i linje med hållbarhetstänkandet. Som följd av dessa fick begreppet "ekologisk marknadsföring" uppmärksamhet (begreppet myntades troligen av Fisk, 1974).³⁸

Men det var under 1990-talet som miljön började betraktas som en konkurrensfaktor. Koncept som miljömarknadsföring och grön marknadsföring utvecklades. En del av detta var *livscykelanalys* som handlade om att beräkna en produkts miljöpåverkan. Detta lade grunden till att begreppet hållbarhetsmarknadsföring eller hållbar marknadsföring växte fram.³⁹

Hållbar marknadsföring kan definieras som marknadsföringsstrategier som tar lika stor miljömässig och social hänsyn som ekonomisk hänsyn (däribland strävan att skapa ekonomisk vinst).⁴⁰ Det kan ställas mot 4P-synsättet som mer ensidigt enligt en vanlig tolkning synes fokusera på optimering av endast företagets ekonomiska vinst.

Till skillnad från traditionell marknadsföring, som anses fokusera på ett erbjudandes positiva aspekter, kastar hållbar marknadsföring ljus mot negativa effekter. Därmed riktas frågor kring produktionsprocesser och vad som händer med produkter sedan kunden använt dem. Donald Fuller tillhör dem som försökt definiera vilka områden som mer konkret måste hanteras av en marknadsförare som ansluter sig till ett hållbarhetsperspektiv. Här är några av dessa:⁴¹

- *Råvaror*: Har företag valt råvaror så att miljöpåverkan minimeras?
- *Produktionsmetoder*: Vilken miljöpåverkan sker?
- *Produkten*: Är den miljöfarlig i sig eller kan den indirekt skapa miljön?
- *Spill och avfall*: Hur hanterar företaget detta?
- *Återvinning*: Återvinns emballage och annat som företaget använder?
- *Produkters livslängd*: Är hållbarheten för kort så att miljön drabbas?
- *Distributionslösningar*: Sker de efter miljöhänsyn?
- *Kommunikationen*: Vilka effekter på miljön har marknadskommunikationen?

Man kan konstatera att perspektivet hållbar marknadsföring fokuserar på de negativa effekter på miljön och den sociala kontext som man antar att företag ger upphov till. Men samtidigt ska man komma ihåg vad vi sa



ELEKTRONIKSKROT

Det sägs ibland att förr i tiden kunde man köpa en elvisp som kunde hålla flera generationer. Idag har många företag försökt öka sina vinster genom att skära i kostnader samtidigt som de inte engagerar sig lika mycket i grundläggande produktkvalitet. Ett vanligt tema i industrin är också att optimera produkter så att inga komponenter håller för länge. "Efter 20 år ska allt rasa." Tidskrifter som gör tester av produkter har produkten endast en kortare tid, och under den tiden hinner de inte gå sönder.

Ett tydligt exempel är elektronikbranschen. Conrad Luttrupp vid KTH är professor i ekodesign. Tillsammans med författarkollegor skriver han:

Många produkters tekniska funktion har kommit i skymundan eftersom produkterna blivit så vanliga. Vad som då ofta uppmärksammas i högre grad än teknisk funktion

är hur produkten ser ut, varumärkets renommé, reklam för produkten samt hur produkten förknippas med mode etc. För en produkt som är modebetonad passeras "bäst före-datum" när modet ändras, oavsett hur mycket av den tekniskt funktionella livslängden som återstår. Tekniska systemförändringar bidrar också till att elektronik behöver bytas ut i stor skala.⁴²

Av detta citat kan man utläsa att forskarna pekar på ett samspel mellan företag och konsumenter som förklaring till att hållbarhet och kvalitet på elektronikprodukter inte är vad det skulle kunna vara. Medan litteraturen i marknadsföring gärna talar om "hållbar marknadsföring" borde man alltså likaväl kunna tala om "hållbar kundföring".

i inledningen, nämligen att hållbar marknadsföring också handlar om ekonomisk hållbarhet. Att tillämpa hållbarhetsbegreppet utan att väga in fler än en dimension är inte hållbart. Men balansen är svår. En sak är säker: 4P-synsättet är inte tillräckligt för att hantera dessa problemställningar.

Från att marknadsföring nästan uteslutande har handlat om att tillgodose kunders behov har såväl praktiker som akademiker idag vägt in den "gröna dimensionen" till en alltmer naturlig del. Det syns exempelvis genom artiklar i tidskrifter som *Journal of Marketing*.⁴³ Ett problem är dock att många företag talar varmt om sitt miljöansvar eller sina "miljövänliga produkter" medan deras beteende inte alltid är så miljövänligt. Fenomenet har till och med fått ett speciellt begrepp: greenwashing. För vissa företag är det nära nog omöjligt att framstå som miljöansvariga eller hållbara, eftersom hela deras affärsidé bygger på ett icke hållbart koncept. Å andra sidan vill konsumenter ha en hel del varor och tjänster som bygger på negativ miljöpåverkan, så miljöproblemen handlar kanske allra mest om konsumenters faktiska beteende.

Man ska också ha i minnet att miljödebatten baseras på både fakta och myter. Exempelvis är en etablerad sanning att det skulle vara bättre att köpa en ny bränslesnål bil, från miljösynpunkt, än att åka vidare i en gammal bil. Emellertid håller en del nya bilar – med all sin mångfald av



HÅLLBARHET SOM DRIVKAFT FÖR GARPHYTTAN

Garphytte Bruk, som 2009 bytte namn till Suzuki Garphyttan, hade sedan 1927 specialiserat sig på oljehärdad ventilfjädertråd för fordonsindustrin. Företagets produktkvalitet var toppklass, delvis tack vare unika stållegeringar från Degerfors Järnverk.⁴⁵ Det var emellertid inte alltid lätt att sälja toppkvalitet i konkurrens med billigare fjäderstål. Men i takt med att hållbarhetstänkandet hos kunderna blev allt tydligare öppnades nya möjligheter. Ökade miljökrav på lastbilar under 2000-talet drev fram nya krav på komponenter i dieselmotorer.

Exempelvis uppstod behov av att öka trycket vid insprutningen, för att därmed finfördela bränslet och skapa effektivare förbränning. Det ställde krav på fjädrarna till insprutningsventiler, växelådor och insprutningspumpar. Fjädrarna måste tåla ett högre tryck, ökade korrosionspåfrestningar samt extremt många svängningar utan att bli utmattade. Vd Jan Pieters påpekade: "Lastbilsmotorer är en sak. Men ännu viktigare miljökrav har kommit för dieselmotorer i mindre bilar."⁴⁶

delsystem och elektronik – sämre än vissa gamla bilar. Att producera en ny bil skapar lika stort koldioxidavtryck som att köra bilen (plus annan negativ miljöpåverkan). Därför kan det miljömässigt vara bättre att köra vidare med en gammal bil än att köpa en ny.⁴⁴ Dessutom granskas bilindustrin inte bara vad gäller koldioxidutsläpp utan också vad gäller hur länge bilen och dess delar egentligen håller i jämförelse med låt säga klassiker som BMW 518i eller Mercedes-Benz 300SE.

Fallet Garphyttan visar hur nya miljökrav kan driva fram behov som gynnar ett företag. Garphyttan skulle i princip kunna definieras som ett miljöteknikföretag, eftersom deras komponenter har direkta miljöfördelar. En annan lärdom är att hållbarhetsbegreppet har en tudelad innebörd. Den ena är hållbarhet i bemärkelsen gentemot miljön (minskad bränsleförbrukning och ökad verkningsgrad i motorer). Den andra är i bemärkelsen hållbar kvalitet på produkterna. En tredje lärdom är hur väl de tre hållbarhetsperspektiven hänger ihop. Genom välskötta och starka företag (en del av ekonomisk hållbarhet) kan värdefulla lösningar med stora miljövinster komma fram på marknaden (ekologisk hållbarhet). Samtidigt som företaget på den lilla bruksorten (med ca 2 000 invånare) frodas, minskas risken för utflyttning och sociala problem relaterade till arbetslöshet (vilket ökar den sociala hållbarheten). Förutom marknadens behovsförändringar finns två faktorer som mer än andra inverkar på nämnda processer. Den första är marknadsföringskompetensen hos företaget. Den andra är ägarnas framtida beslut.

Vi vill avslutsningsvis bjuda läsaren på ännu ett exempel som visar hur marknadsföring kan driva fram positiva miljöeffekter (se exemplet om Gränsfors Bruk).

Tänk om ett företag kom på ett sätt att bidra till ökad hållbarhet i samhället samtidigt som det både minskade kostnaderna och ökade intäkterna. Gränsfors Bruk lyckades med det konststycket. Fallet visar också att inte all utveckling handlar om att göra helt nya saker, utan kan handla om att återuppta gamla metoder och gammalt tänkande. Att bygga upp ett idécentrum eller stimulansplattform (i detta fall ett yxmuseum) är en lysande idé som både kan ge ökat intresse hos kunder och vara till stor nytta för produktutveckling och design. Fler lärdomar får läsaren själv fundera kring.

Tentamen

- 1 Vad innebär "plats" i samband med konceptet 4P?
- 2 Hur uppstod idén om marknadsmix historiskt inom marknadsföringsämnet?
- 3 Vad innebär konsistens i diskussioner om marknadsmix?
- 4 Vilken kritik har riktats från tjänsteforskarhåll mot idén om marknadsmix eller 4P?
- 5 Vad är innebörden av "fysiska bevis"?
- 6 Vad innebär ett hållbarhetsperspektiv och hur kan ett sådant perspektiv inkorporeras i företagets marknadsmix?
- 7 Vilka förtjänster anser du att marknadsmixperspektivet har?
- 8 Vilka brister anser du att marknadsmixperspektivet har?
- 9 Ge exempel på ett företag som enligt din uppfattning har en bra marknadsmix – och förklara varför.
- 10 Ge ett exempel på ett företag som du anser haft brister i sin marknadsmix och förklara varför.
- 11 Många har klagat på synsättet marknadsmix eller 4P och ett av argumentet är att "det är så amerikanskt". Vad anser du om marknadsföringskompetenser i USA jämfört med Sverige om du får tillåta dig att spekulera lite?
- 12 Låt säga att du kommer inflyttad till en liten avlägsen ort långt borta från civilisationen och där får för dig att starta ett företag i konfektionsbranschen. Hur skulle din marknadsmix då se ut?