



**BRUK AV MILJØMERKING INNEN NORSK MARIN SEKTOR:
HVILKE UTFORDRINGER KAN ERFARES NÅR MARKEDSBASERTE
ORDNINGER, SOM MARINE STEWARDSHIP COUNCIL ØNSKER ØKT
INNFLYTELSE VERSUS TRADISJONELL STATLIG
RESSURSFORVALTNING?**

Morten Bjerkreim

Masteroppgave i statsvitenskap
Det samfunnsvitenskapelige fakultet
Universitetet i Tromsø
Høsten 2008

INNHold

1.0 Innledning	1
1.1 Problemstilling.....	2
1.2 Metode og gjennomføring.....	5
2.0 Teori	9
2.1 Kollektiv handling.....	10
2.2 Allmenningens tragedie.....	11
2.3 Leviatan.....	13
2.4 Omdømmehåndtering.....	14
2.5 Merke varebygging/branding.....	15
2.6 Merkekonseptet.....	16
2.7 Merke varebyggingens objekt.....	17
2.8 Merke varebyggingens virkninger.....	18
2.9 Corporate Social Responsibility – CSR.....	19
2.9.1 Oppsummering av teorimaterialet	
Sammenkobling av teori og problemstilling.....	20
3.0 Presentasjon og komparasjon	
av ulike miljømerkeordninger	23
3.1 Marine Stewardship Council.....	23
3.2 MSC – Introduksjon.....	24
3.3 MSC s sertifisering av fiskerier.....	26
3.4 Kostnader knyttet til miljøsertifisering.....	27
3.5 MSC s regelverk for sertifisering av villfisk/skalldyr.....	28
3.6 Høki – case.....	30

3.7 MSC sett i forhold til KRAV:	
Fanger sistnevnte opp andre aspekter enn MSC?.....	33
3.8 KRAV.....	34
3.9 MSC s regelverk versus KRAV s regelverk:	
Hovedtrekk.....	35
3.9.1 Vektlegging av vitenskapelige anbefalinger.....	39
3.9.2 Sporing.....	41
3.9.3 Miljøgifter.....	44
3.9.4 Komparasjonen av MSC og KRAV s regelverk sett i forhold til oppgavens teoridel.....	47
4.0 Miljøsertifisering i norsk kontekst:	
MSC sin sertifisering av norske sei – fiskerier.....	50
4.1 Introduksjon: De norske sei – fiskeriene.....	50
4.2 Markedsfaktorer som drivkraft med tanke på miljøsertifisering av norske sei – fiskerier.....	51
4.3 Moody Marines sertifisering av sei – fiskeriene: Presentasjon og drøfting av sentrale funn.....	53
4.4 Sei – casen sett i forhold til teorimaterialet.....	57
5.0 Legitimitetsproblematikk.....	59
5.1 Generelle utfordringer knyttet til å svekke statlig ressursforvaltning.....	59
5.2 Norske aktørers rolle i miljøsertifiseringsprosessen av sei – fiskeriene.....	61
5.3 Miljømerkede produkter er ikke etterspurt i fremvoksende markeder.....	63

5.4 De store supermarkedskjedenes rolle når en skal forklare bruk av miljøsertifisering innen marin sektor.....	64
5.5 Utfordringer knyttet til legitimitetsproblematikk koblet sammen med tilgjengelig teorimateriale.....	68
6.0 Oppsummering.....	70
7.0 Litteraturliste.....	72
8.0 Vedlegg 1: Intervjuguide.....	76

1.0 INNLEDNING

Denne oppgaven skal ta for seg bruk av miljømerking innen marin sektor. I dag ser en at bruk av miljømerking kommer høyere opp på dagsorden. Det har vært, og pågår fremdeles, en livlig debatt om dette temaet i det politiske miljø, og ikke minst innad i fiskerinæringen. Et motiv for å ta i bruk miljømerking av fisk og fiskeprodukter har utgangspunkt i mistanke om at mange fiskeslag i dag er truet. Påstanden kan langt på vei underbygges når en ser på de langsiktige trendene innen verdens fiskerier. Disse viser at ”mange geografiske områder og en del viktige arter har vist nedgang i totale fangster og lønnsomhet. Verdens matvareorganisasjon (FAO) har i flere rapporter påvist en slik utvikling for blant annet tunfiskbestander og hvitfisk (Miljølære 2007: 2), herunder torskebestander i Nordsjøen (Miljølære 2007). FAO sier i denne sammenheng at 70 prosent av verdens fiskestammer har nådd en grense for maksimalt uttak, eller trenger tilheling på grunn av overfiske (Hernes og Mikalsen 2002: 15). For å prøve å motarbeide denne utviklingen har mange ønsket å få på plass nye løsninger. I denne sammenheng kan kanskje miljømerking være et egnet instrument med tanke på å fremme en bedre forvaltning ovenfor fiskeriene.

1.1PROBLEMSTILLING

Norge er en stormakt innen fiskerisektoren med en eksport som de siste årene har ligget rundt 30 milliarder kroner. Næringen er en stor arbeidsgiver og gir levebrød til 1400 heltidsfiskere, 11000 sitt virke i fiskeindustrien, i tillegg finnes 2500 som arbeider med oppdrett av laks og ørret (Lorentzen 2006). Norge er opptatt av å fremme en bærekraftig forvaltning av norsk fiskerinæring, noe som blant annet innebærer å beskytte fiskerier mot overfiske, piratfiske og annen uønsket atferd som ikke er bærekraftig.

Problemstilling:

Bruk av miljømerking innen norsk marin sektor:

Hvilke utfordringer kan erfares når markedsbaserte ordninger, som Marine Stewardship Council ønsker økt innflytelse versus tradisjonell statlig ressursforvaltning?

Årsaken til et jeg har valgt denne problemstillingen er at miljømerking er et fenomen som i økende grad berører Norge. Sommeren 2008 ble norske sei fiskerier MSC – sertifisert. I tillegg er det også andre fiskerier som har tatt kontakt med MSC, blant annet så vil makrell, norsk vår – gytende og nordsjøsild bli sertifisert dette året. Status i dag er at halvparten av norske fiskerier er i kontakt med MSC med tanke på en miljøsertifisering. Dette er et høyt tall og viser at miljømerking er et fenomen som fiskerinæringen må ta på alvor. En kan anta at kunnskap om miljømerking vil være av stor interesse, både for selve næringen, og fiskeri - forvaltningen.

Tradisjonelt er det staten som har forvaltet fiskeressursene, og slik har hatt det overordnede ansvaret med tanke på å fremme en policy som skal sikre en bærekraftig utvikling i norske fiskerier. I det siste har en imidlertid vært vitne til en ny utvikling. Private, markedsbaserte ordninger, har kommet sterkere på banen. Disse uttrykker bekymring for at dagens fiskeriforvaltning ikke er tilfredsstillende. Denne oppgaven vil se på den største av disse, Marine Stewardship Council. Det er substansielle forskjeller mellom statlig ressursforvaltning og ulike miljømerke – ordninger. Tradisjonell statlig ressursforvaltning kan sies å ha et bredere nedslagfelt i sin forvaltningstilnærming ovenfor fiskerisektoren enn ressursforvaltning i

regi av miljømerking. Staten har som formål å ta hensyn til alle aktører som har interesser i, eller er berørt av fiskerisektoren. Miljømerking representerer i denne sammenheng en annen tilnærming innen ressursforvaltningen. Slike ordninger kan forstås som en ny form for utøvelse av forvaltning ovenfor fiskerisektoren, og disse tar i bruk markedet som instrument for å fremme en mer bærekraftig utvikling ovenfor fiskeriene. En kan påstå at miljømerkingsordninger representerer en form for smalere forvaltningsregime da de i hovedsak vektlegger opprettholdelse av fiskestammene. Miljømerkeordninger har i motsetning til statlig ressursforvaltning mindre fokus på andre utfordringer enn de som dreier seg om fisket, for eksempel interesser knyttet til andre aktører i næringen. Disse fokuserer slik på utvalgte deler av fiskerisektoren, i hovedsak interesserer en seg for selve fisket. Private miljømerkeordninger vil dessuten vektlegge profitt i sterkere grad enn staten. Årsaken er at de er avhengige av inntekter fra markedet for å bestå. Dette innebærer at miljømerkeordninger må være dyktige innen merkevarebygging. Dessuten reiser private ordninger diverse legitimitetsutfordringer da de har et annet legitimitetsgrunnlag enn tradisjonell statlig ressursforvaltning. Dette er tema som senere vil bli belyst nærmere i denne oppgaven.

Selve formålet med miljømerking er å få på plass en bedre forvaltning innen fiskerisektoren, ved hjelp av at det implementeres strenge miljøregler ovenfor fiskeriene, i hovedsak regler som skal hindre overfiske. Miljømerkeordninger tar i bruk markedet for å hindre nedtapping av utsatte fiskestammer: Tanken er at bevisste forbrukere skal kunne kjøpe miljømerkede fiskeprodukter og støtte en mer fremtidsrettet forvaltning av marine ressurser. Oppgaven vil få frem om disse målsettingene nås, blant annet ved at det ses på ulike miljøregelverk. Motivet for en slik komparasjon er å få frem hvilket regelverk som er best egnet til å fremme en tilfredsstillende miljøprofil ovenfor fiskeriene. Videre skal oppgaven se på utvalgte fiskerier som er blitt sertifisert av MSC, herunder Hoki – fisket på New – Zealand. På samme måte vil oppgaven ha fokus på MSC s miljøsertifisering av de norske sei – fiskeriene. Miljømerking kan innebære at aktører som benytter seg av slike ordninger gjør dette for å fremme en idealistisk målsetting; med andre ord at disse i hovedsak ønsker å fremme en mer bærekraftig forvaltning av fiskerier. Men det kan og tenkes at bruk av miljømerking skjer ut fra andre motiver. I denne sammenheng blir det nærliggende å tenke seg at økonomiske drivkrefter kan ligge bak et fenomen som miljømerking. Ulike aktører kan ønske å sikre ressursenes bærekraftighet med sikte på langsiktig utbytte. Dessuten kan sjømatprodusenter som benytter seg av miljømerkeordninger kunne tjene økonomisk på dette i forhold til konkurrenter i markedet som ikke har slik sertifisering. Konsumenter vil på sin side få adekvat informasjon

om hvilke fiskerier som er bærekraftig forvaltet. En kan anta at en eventuell utvikling der private, markedsbaserte ordninger får større innpass i norsk fiskerisektor vil representere nye muligheter for fiskerier som lar seg sertifisere. På den andre siden vil det og være betenkeligheter knyttet til å tone ned den statlige ressursforvaltningen. I denne sammenheng har en sett at enkelte har kommet på banen med kritiske bemerkninger. Innen deler av pressen, særlig den som følger fiskerinæringen på nært hold, har kritikken til tider vært noe bastant. Myndighetene på sin side har vært mer forsiktige, en kan anta at de ønsker å se an utviklingen. Innad i næringen er det mange som er positive til miljømerking og argumenterer for at en ikke kommer utenom miljømerking av norsk fisk og fiskeprodukter. Ofte henviser en da til at konkurrentene i markedet tar i bruk miljømerking på sine produkter, og at dette kan gi disse ett konkurransefortrinn. Miljømerking vil slik kunne være et instrument som kan fremme markedsføring av norske sjømatprodukter på eksportmarkedene.

Initiativet til å ta i bruk miljømerkeordninger har kommet fra private organisasjoner/firmaer. Disse har blant annet interesse av at fiskestammene blir forvaltet på en bærekraftig måte. Private firmaer og organisasjoner kan ha et genuint ønske om å fremstå som miljøbevisste. En kan også anta at de for eksempel ønsker å sikre egen tilgang på råstoff. Produsenter kan dessuten miljømerke sine produkter ut fra kunnskap om at utvalgte konsumenter er villige til å betale en ekstra pris for slike varer (Miljølære 2007).

En må si noe om hvordan miljømerking er organisert, og hvordan slike ordninger er ment å fungere. ”Miljømerking skjer som regel på grunnlag av på forhånd fastsatte prinsipper og kriterier som produktet må oppfylle. De aller fleste av disse ordningene er frivillige.

En produsent eller forhandler søker om å få delta og deretter betale en avgift for å bruke merket på sine produkter” (Miljølære 2007: 1). Miljømerkingsprogrammer har som formål å løse informasjonsproblemer knyttet til miljøattributter. Dette gjøres gjennom tre steg:

- 1) Produsenten benytter seg av en uavhengig tredjepart som ”utvikler kriterier for produkter som skal oppfylle gitte miljøkriterier, og evaluerer produktet/produsenter for å avgjøre om disse tilfredsstillende kriteriene”(Asche, Donath, Johnston, Wessels 2001: 7)

- 2) Deretter blir denne informasjonen presentert gjennom selve produktmerket – et miljømerke (Asche, Donath, Johnston, Wessels 2001: 8)

3) Kunden vurderer produktet; miljøinformasjonen sammen med andre variabler som pris og kvalitet vil vurderes som en helhet før han tar sin beslutning om eventuelt å kjøpe dette produktet (Asche, Donath, Johnston, Wessels 2001: 8)

Det miljømerket i fiskerinæringen som er best kjent i dag er Marine Stewardship Council. Denne organisasjonen har som målsetting å sertifisere bærekraftige fiskerier rundt om i verden. MSC ønsker i henhold til egen erklæring å bruke forbrukernes kjøpekraft til å endre fiskeriene i miljøvennlig retning. For å klare en slik ambisiøs målsetting har organisasjonen utviklet miljømessige standarder som skal implementeres ovenfor fiskerier, slik at disse får en bærekraftig profil. MSC bruker ett bestemt miljømerke på sine produkter. Konsumentene kan kjøpe disse produktene og vite at de ikke kommer fra bestander som er overfisket (MSC 2002).

Nå skal sentrale begreper som ble lansert i problemstillingen avklares. Først vil en si hva som legges i hovedbegrepet miljømerking. Deretter gis en definisjon av begrepet bærekraftig utvikling. En kommer ikke utenom bærekraftig utvikling når temaet er miljømerking. Bynes skriver at "et miljømerke er et merke som indikerer at produktet er overlegent i forhold til lignende produkter med hensyn til spesifikk miljømessig kvalitet" (Bynes 2003: 23). Bærekraftig forvaltning er et begrep som ofte blir knyttet til miljømerking. Bærekraftig forvaltning innebærer at fiskestammene ikke blir overfisket, og at økosystemet rundt fiskeriet ivaretas slik at kommende generasjoner også kan høste av disse ressursene.

1.2 METODE OG GJENNOMFØRING

I dette kapitlet skal jeg først klargjøre materialet jeg har brukt i oppgaven, og hvor bra dette har vært med tanke på å kunne besvare oppgavens problemstilling: Hvilke utfordringer kan oppstå når private, markedsbaserte ordninger, som MSC får økt innflytelse versus tradisjonell statlig ressursforvaltning. Til slutt vil oppgavens struktur presenteres.

I hovedsak har jeg brukt sekundærlitteratur om miljømerking. I det store og hele har det ikke vært spesielt problematisk å finne relevant materiale, selv om dette til tider tok mye tid.

Store deler av materialet har vært vitenskapelige dokumenter som er tilgjengelig på nettet, hovedsak avhandlinger etc som omhandler eller berører miljømerking. Dessuten har jeg fått tak i diverse dokumenter fra Eksportutvalget for fisk og Nordisk Råd.

Regelverksdokumentene til MSC og KRAV fant jeg også på nettet, dette materialet har fått mye plass i oppgaven. Særlig arbeidet med KRAV – dokumentet har gitt stor uttelling i oppgaven. Sertifiseringsdokumentet til Moody Marine som omhandler miljøsertifiseringen av norske sei – fiskerier fant jeg på nettet etter tips fra Eksportutvalget for fisk. Sistnevnte materiale har bidratt til viktig innsikt i hvorfor en fikk miljøsertifisering av norske sei - fiskerier. Bruken av dokumentmaterialet har generelt vært omfattende. En utfordring har vært tidsbruken angående å gå gjennom alle disse, enkelte dokumenter har gitt betydelige bidrag, andre har gitt noe mindre utbytte. På biblioteket fant jeg hoveddelen av fagbøkene som jeg benyttet i teorikapitlet. I tillegg til dokumenter og fagbøker har ulike artikler kommet til nytte. Jeg har funnet, og benyttet en del artikler fra ulike kilder, herunder relevante artikler fra Fiskebåtredernes Forbund, Marine Stewardship Council, Nordisk Råd, ulike avisartikler med mer. En generell utfordring knyttet til denne artikkelbruken har vært at disse sjelden gav utfyllende informasjon om oppgavens tema som er miljømerking. Likevel har denne litteraturen vært et viktig bidrag i denne masteroppgaven. Oppgaven har også benyttet seg av eget intervju materiale. Kvale beskriver i sin bok ”Det kvalitative forskningsintervju”, syv stadier i intervjuundersøkelsen: det første er tematisering, så planlegging, intervjuing, transkribering, analysering, verifisering og til slutt rapportering (Kvale1997). I denne sammenheng finnes det ulike former for kvalitative intervjuer som kan tas i bruk: fokusgruppe – undersøkelser, projektive teknikker og dybde- intervjuer (Bynes 2003): Jeg valgte da å foreta dybde - intervjuer med sentrale ressurspersoner som står næringen nær.

Eksportutvalget for fisk i Tromsø og Fiskebåtredernes Forbund som er lokalisert i Ålesund ble kontaktet. I denne sammenheng er det utarbeidet en intervjuguide som inneholder en oversikt over temaer som ble tatt opp, og hvilke rekkefølge disse kommer i (Bynes 2003).

Intervjumaterialet har i det store og hele bidratt til at jeg har fått tilgang til mer utfyllende data om miljøsertifiseringen av norske sei – fiskerier. Mye av den informasjonen som her kom frem var det problematisk å finne i sekundærlitteraturen. Likevel kan det sies at jeg savner mer materiale som omhandler supermarkedskjedenes rolle. Jeg tenker her på dokumenter, artikler etc., som klarere kan få frem hvilke aktører som mottar en forventet prisgevinst på miljømerkede marine produkter.

Når en formidler kunnskap så er det av den største betydning å kunne vite og kontrollere at den kunnskap en formidler er så korrekt som mulig. Det er tre begreper som brukes i dette verifiseringsarbeidet:

1) Generaliserbarhet: generalisere vil si å trekke generelle slutninger på grunnlag av det datamaterialet en har til rådighet. For å generalisere må en samle inn og bearbeide data fra et representativt utvalg, noe som ofte er svært tidkrevende og krever store ressurser. Mye data må innhentes, data som så må bearbeides ved hjelp av avanserte kvantitative programmer (Bynes 2003). Denne oppgaven baserer seg på innsamlet litteratur; fagbøker og artikler, dessuten en betydelig mengde dokumenter. Det er også samlet inn data ved hjelp av intervju. Oppgaven har et kvalitativt tilsnitt: få enheter, mange variabler. De resultatene en kommer frem til vil si noe om hva utvalgte informanter i fiskerinæringen mener om miljømerking. En vil slik kunne avdekke hva sentrale ressurs- personer innen næringen mener om miljømerking. Funnene får ikke frem et generelt bilde angående de tanker næringen som helhet gjør seg om miljømerking, for eksempel dens betydning for eksport av norsk sjømat. Årsaken er at en ikke hatt mulighet til å spørre et representativt utvalg; hovedgrunnen til dette har vært betydelig tidspress.

2) Realiabilitet: som enkelt kan oversettes med pålitelighet sier noe om "hvor godt en måler det en måler; i hvilken grad vil et eksperiment eller måling gi de samme resultatene om de gjentas" (Bynes 2003: 16). Dette innebærer at en kontrollør skal kunne utføre de samme målingene og komme frem til samme resultat som en selv. Når jeg har arbeidet med oppgaven har jeg vært påpasselig med hele tiden å oppgi kildehenvisninger. Leseren kan da selv finne det materialet jeg har benyttet meg av, og så kontrollere de funnene som oppgaven avdekker.

3) Validitet: i hvilken grad måler en det en har satt seg som mål å måle? Her er det viktig å se på reliabilitet og validitet under ett. Det kan tenkes at en står ovenfor en situasjon der krav 2, reliabilitet, er oppfylt. Dette hjelper ikke om en oppdager at en faktisk ikke har målt det en i utgangspunktet hadde satt seg fore å måle. Målingene i seg selv kan være korrekte. Men om forskeren har målt noe annet enn det han skulle måle har en ikke oppfylt kravet til validitet (Bynes 2003). For at dette kravet skal oppfylles har jeg en klar og konsis problemstilling som er utdypet og begrunnet tidligere i denne oppgaven. Jeg har og kontrollert at jeg faktisk følger min egen problemstilling, dette er gjort ved at jeg ofte har vendt tilbake til denne for å forsikre

meg om at jeg besvarer det problemstillingen spør etter. Dessuten har jeg kontrollert at det materialet jeg har benyttet er egnet til å besvare min egen problemstilling.

Oppgavens første del vil presentere og komparere ulike miljømerkeordninger. En starter med å beskrive miljømerkeordningen MSC og dens regelverk. Så vil leseren bli introdusert for Hoki case, herunder kritikk som ble rettet mot MSC s sertifisering av dette fiskeriet. Så vil en se på den økologiske miljømerkeordningen KRAV, og om denne eventuelt fanger opp andre aspekter enn Marine Stewardship Council. Den svenske miljøsertifiseringsordningen KRAV sertifiserer som MSC villfisk. Oppgaven vil legge stor vekt på regelverkkomparasjonen mellom MSC og KRAV. Det som gjør en slik komparasjon ekstra interessant er at KRAV er en statlig ordning. MSC på sin side er en privat organisasjon, en stiftelse i privat regi. Sammenlikningen mellom deres regelverk kan avdekke om det er signifikante forskjeller mellom miljøreglene mellom ordninger som opererer i privat og offentlig regi.

Andre del skal ta for seg de prosesser som har vært i forhold til miljømerking innen norsk fiskerinæring. Her skal en avdekke mulige årsaker til at norske – sei fiskerier er blitt miljøsertifisert i regi av MSC. I tillegg til miljøsidene kan det tenkes at næringen selv er interessert i å bruke miljømerking som en strategi for å fremme norsk sei sin posisjon på utenlandske eksportmarkeder. Fiskeribladet Fiskaren skriver at norsk sei er kommet under økende press fra konkurrerende fiskeslag som pollock, en annen hvitfisk – art som i dag er MSC sertifisert (Fiskeribladet Fiskaren 2006: 1 -2).

Siste del vil se på eventuell legitimitetsproblematikk som kan dukke opp i kjølvannet av at private, markedsbaserte ordninger, i større grad ønsker å markedsføre og selge norsk fisk og norske sjømatprodukter. En utfordring knyttet til forvaltning i privat regi er at private ordninger, i motsetning til staten, ikke kan bruke makt ovenfor andre aktører. Bruk av tvangsmakt er forbeholdt staten. En skal også se på at norske aktører i, eller nært knyttet opp til markedet, selv ønsket og prøvde å få på plass en miljøsertifisering. De store internasjonale supermarkedskjedene er på sin side strategisk posisjonert på det europeiske matvaremarkedet. På bakgrunn av dette vil en se også måtte på kjedenes rolle og innflytelse når en skal forklare miljøsertifisering av norske sei – fiskerier.

2.0 TEORI

Hensikten med teorigapitlet er å få på plass et teoretisk rammeverk som kan fange opp de temaene som blir drøftet i oppgaven. Teoridelen er delt i to. Kapitlets første del adresserer ulike utfordringer som kan oppstå når uavhengige grupper prøver å organisere utnyttelse av fellesressurser som fisk: de to gruppeteoriene kollektiv handling av Olsen, og ”allmenningens tragedie”, av Hardin, kan i så henseende være fruktbare. Teorien om kollektiv handling sier oss at det ofte oppstår utfordringer når grupperinger av denne type skal koordinere handling, noe som på sin side vanskeliggjør en optimal ressursforvaltning innen fiskerierne. Teorien om ”allmenningens tragedie” illustrerer et scenario der dette går galt, en ser her at uavhengige aktørers atferd svekker eller i verste fall ødelegger fellesskapsressursene. Så vil en skissere Hobbes Leviatan som er en klassiker innen politisk filosofi. En tolkning av Hobbes er at staten må ta på seg det overordnede ansvaret for å få til en optimal ressursforvaltning. Staten kan, og vil, sanksjonere mot aktører som ikke opptrer som forventet. Teorimaterialet som er skissert ovenfor gir forklaringer på hvorfor en tradisjonelt har forvaltet fellesressurser som fisk i statlig regi, og hvilken styrke denne form for forvaltning kan tilby ressursbaserte næringer. Statlige ordninger kan være en mulig løsning på viktige utfordringer knyttet til ressursproblematikk innen marin sektor: Staten kan koordinere alle gruppers interesser slik at en får en mer optimal ressursforvaltning som ikke svekker fiskerinæringens ressursgrunnlag.

I tillegg må en se på eventuelle strategier private, markedsbaserte ordninger kan ta i bruk for å skape oppmerksomhet om seg selv. Mange vil da intuitivt tenke på merkevarebygging. Et viktig ledd i konkurransestrategien er å innføre en egen logo, en selvstendig merkevare, som kjøpevillige grupper kan gjenkjenne og så kjøpe. Merkevareteorien kan også brukes ovenfor den statlige miljømerkeordningen KRAV, som blir komparert med MSC i denne oppgaven. KRAV har som MSC sin egen logo. CSR (Corporate Social Responsibility), som omhandler bedrifters samfunnsansvar, er muligens mindre kjent, men dette konseptet får stadig økende innpass i en verden der global konkurranse hardner til. Kort sagt prøver en å informere omverdenen om at en har stor fokus på problem som mange i dag er opptatt av å løse; for eksempel barnearbeid, miljø med mer. Merkevarebygging og CSR inngår i begrepet omdømmehåndtering. Omdømmehåndtering omhandler strategiske trekk som en virksomhet kan gjøre for å fremstå som attraktiv ovenfor viktige aktører som kundegrupper. Til slutt vil teorimaterialet bli oppsummert og koblet tettere opp mot oppgavens problemstilling.

2.1 KOLLEKTIV HANDLING

Mancur Olson kom i 1965 med boken "The Logic of Collective Action." Olson er opptatt av de problem som individer har med å oppnå felles velstand, i motsetning til individuell velstand (Ostrom, 1990). Olson ønsket å utfordre den optimisme som hersket vedrørende gruppeteorien; nemlig at individer med felles interesser frivillig ville agere for å fremme sine interesser (Ostrom, 1990). Olson sier i denne sammenheng: "Ideen om at grupper tenderer til å handle for å støtte sine gruppeinteresser skal kunne logisk utledes ut fra premisset om rasjonell, egennyttig atferd" (Olson 1965: 1). Olson utfordret antagelsen om at der det foreligger et gode for en gruppe som helhet, så vil dette i seg selv være tilstrekkelig til å få i stand kollektiv handling med formål å skaffe godet til veie. Olsen sier i sin bok " hvis ikke antall individ er begrenset, eller det ikke er en form for tvang som kan få individ til å handle i henhold til felles interesser, så vil ikke rasjonelle, egennyttige individ handle for å oppnå sine felles gruppeinteresser" (Olson 1965: 2). Hovedbudskapet til Olson er at større grupperinger er mindre tilbøyelige til å oppnå sine mål enn hva tilfellet er med mindre grupper (Howard 2002). I store grupper så vil hver person proporsjonalt motta mindre fordeler fra et kollektivt gode. Når hvert individ bare mottar en liten andel av godet, så vil det bidra lite til organisasjonen (Howard 2002) som helhet. Et medlem av en større gruppe vil sjelden handle for å sikre kollektive fordeler for denne gruppen, om ikke individets gevinst er tilstrekkelig til å dekke hva det koster å agere (Howard 2002). Dessuten vil selve organiseringen av større grupper koste mer enn organiseringen av mindre grupper: Større grupper har et bredt og inkluderende mandat, noe som fører til at de ofte må sanksjonere for å sikre lojalitet fra medlemmer som kan tenkes å identifisere seg med mindre grupper. (Howard 2002: 1). Som en kontrast har små grupper mer dynamikk da organisasjonskostnadene er mindre og hvert medlem mottar en betydelig større andel av det kollektive godet (Howard 2002). Små grupper vil så å si aldri kunne operere perfekt. Årsaken er at selve fordelingen av goder mellom medlemmene er forskjellig. Det kollektive godet er fremskaffet ved hjelp av den frivillige, rasjonelle og unilaterale handlingen til ett eller to medlemmer: Disse aktørene har kommet frem til at de oppnår en større fortjeneste ved å skaffe godet til veie, årsaken er at kostnaden knyttet til frembringelsen er mindre enn gevinsten (Howard 2002: 1). Da alle medlemmer kan konsumere godet når dette er fremskaffet så vil noen medlemmer ikke se noe incentiv i å fremskaffe godet. Disse ender opp med å utnytte de få av medlemmene som agerer for å

skaffe godet til veie (Howard, 2002). Ostrom sier i denne sammenheng at den som ikke kan bli ekskludert fra å motta fordelene fra et fellesgode når dette er frembrakt, har lite incentiv til frivillig å fremskaffe dette godet (Ostrom 1990). Både teorien om kollektiv handling og teorien om allmenningens tragedie berører slik problem knyttet til gratispassasjer problematikken. Når et individ ikke kan ekskluderes fra de goder som blir skaffet til veie av andre, kan det bli fristet til å la være å bidra (Ostrom 1990: 6). Om alle velger å være gratispassasjerer så vil det ønskede godet ikke bli frembrakt. En kan også erfare at noen bidrars mens andre velger å være gratispassasjer. I det siste scenarioet ender en opp med en suboptimal løsning (Ostrom 1990).

2.2 ALLMENNINGENS TRAGEDIE

Hardins artikkel fra 1968 om "allmenningens tragedie" er en klassiker. Både Olsons teori om kollektiv handling, som leseren ble introdusert for i forrige kapittel, og Hardins teori om "allmenningens tragedie," er såkalte gruppeteorier. Uttrykket "allmenningens tragedie" symboliserer en situasjon der miljøet blir svekket på grunn av at mange individer gjør seg nytte av en fellesressurs (Ostrom, 1990). Hardin ber leseren forestille seg et beiteland som er åpen "for alle"(Ostrom 1990: 2). I allmenningens tragedie" analyserer Hardin hvordan er rasjonell kvegeier vil opptre i en slik situasjon. Hver kvegeier mottar en direkte fordel fra sine egne dyr. Kostnadene som er forbundet med at hans egne dyr i tillegg til andres dyr som bruker fellesressursen overbeiter kommer et stykke frem i tid (Ostrom 1990: 2). Selv om beiteområdene forringes bærer ikke kvegeieren disse kostnadene alene; disse blir fordelt på alle som bruker beiteområdet (Jentoft, 1998). Inntektene han får ved å stadig tilføre nye dyr trenger han derimot ikke dele med noen av de andre. Hver kvegeier blir slik motivert til og tilfører flere og flere dyr da han får direkte fordel av sine egne dyr og på samme tid bare bærer en mindre andel kostnadene knyttet til overbeiting (Ostrom 1990: 2). Logikken tilsier at det er lønnsomt for hver og en og øke antall dyr helt til beitet er ødelagt (Jentoft 1998). Illustrasjonen får frem at det som er rasjonelt for en enkelt aktør på kort sikt "kan gi resultater som er underoptimalt for gruppen på lang sikt" (Jentoft 1998: 35). "I dette ligger selve tragedien. Hver mann er låst i et system som resulterer i at han øker sin buskap uten noe øvre grense – i en verden som er begrenset. I et samfunn der hvert individ søker sin egeninteresse, vil alle og enhver til slutt erfare ruin" (Hardin 1968:1,224). Hobbess forestilling om mennesket

i naturtilstanden; det vil si en tilstand uten noen overordnet myndighet (Wikipedia 2008), er et bilde på allmenningens tragedie: ”Mennesket søker egennytte og ender opp med å bekjempe hverandre” (Ostrom 1990:2 og 3). Enkelte fysiske beskafter vil avgjøre om det oppstår en situasjon som allmenningens tragedie: ”Om en ressurs foreligger i en begrenset mengde, hvis det er fysisk enkelt å høste av ressursen samtidig som det er fysisk eller juridisk vanskelig å håndheve en denne sammenheng så er ”det selve overbeskatningen som utgjør tragedien. Næringer som høster av naturressurser høster i tillegg grunnrente; en avkastning fra naturens egen produksjon. Grunnrenten er et resultat av å kunne høste et ”manna fra himmelen”, hvor naturen utfører deler av produksjonen uten å selv ta betalt for det” (Fiskeri- og kystdepartementet 2006: 1 og 2). Fiskerinæringen har et begrenset kvantum fisk som så blir fordelt på alle fartøy. Grunnrentens tilstedeværelse gjør at noen aktører kan høste svært stor fortjeneste ved å konsentrere kvantum på fartøy, andre kan oppleve fallende inntekt fordi grunnrenten brukes til å opprettholde en stor flåtegruppe; med andre ord overkapasitet og adgangsbegrensning. ”Hvis ressursen gir avkastning i form av grunnrente, kan en få økonomisk og biologisk overbeskatning, og lav produktivitet” (Fiskeri- og Kystdepartementet 2006: 1). Det kan med andre ord oppstå svært store inntektsforskjeller innen en og samme næring (Fiskeri- og kystdepartementet 2006: 2). Gordon sier ” Det kan være noe sant i påstanden om at alles eiendom ikke er noens eiendom. Rikdom som er tilgjengelig for alle er ikke verdsatt av noen, da den som er så godtroende at han venter på sin tur vil erfare at noen andre allerede har forsynt seg. Fisken i sjøen er verdiløs for fiskeren, da det ikke finnes garanti for at den vil være der i morgen om en ikke høster den i dag” (Gordon 1954:124). Ostrom sier at moderne ressursøkonomi viser oss at der hvor mange brukere har tilgang til en fellesressurs så vil antallet ressursenheter trukket ut fra denne være større enn hva som er optimalt tilrådelig (Ostrom 1990: 3).

Løsningen på allmenningens tragedie vil da være å begrense den frihet som gjør at alle aktører fritt kan ta seg til rette. Derfor må en ha regler for hvem som kan etablere seg for eksempel innen fiskerinæringen, og hvor mye en kan hente ut av ressursene i næringen (Jentoft 1998). Staten vil være den som har ”kapasitet, autoritet og legitimitet til å gjøre dette” (Jentoft, 1998: 36). Staten vil ved hjelp av lover og forskrifter bestemme hvilke aktører og antall aktører som har tillatelse til å høste av fiskeressursene, og ”hvilke rettigheter og plikter som følger av dette” (Jentoft 1998: 36).

2.3 LEVIATAN

Leviatan er en bok fra 1651, skrevet av Hobbes. Boken er en av de mest berømte og innflytelsesrike som er skrevet innen politisk filosofi (Wikipedia 2008). "I boken rettferdiggjør Hobbes staten generelt og eneveldet spesielt med utgangspunkt i overveielser omkring den såkalte naturtilstanden; det vil si den tilstanden man vil få uten noen overordnet myndighet." Hobbes skrev at kaos og borgerkrig, situasjoner som var vanlig under naturtilstanden bare kunne unngås ved et sterkt og sentralisert styre. Dette var nødvendig for å unngå en alles krig mot alle" (Wikipedia 2008: 1). Hobbes ble derfor en tilhenger av eneveldet. Han rettferdiggjør "eksistensen av en slik myndighet ved forestillingen om en "frivillig" underordning, gjennom en samfunnskontrakt, med sikte på å bedre å ivareta grunnleggende interesser, verdier og plikter" (Wikipedia 2008: 1). Hobbes "lære om statens ubegrensede makt knyttes ikke til noen bestemt styreform, den gjelder for demokratiet og aristokratiet, like mye som for monarkiet" (Wikipedia 2008: 1). Disse forutsetningene ligger til grunn for Hobbes teori: Mennesket ønsker først og fremst å overleve, det ønsker makt og ære, dessuten at menneskene er temmelig like når det kommer til evne og sårbarhet. Teorien sier og at det alltid vil være en knapphet på ressurser (Wikipedia 2008). Hobbes konkluderer da med at det vil oppstå en alles krig mot alle, en tilstand som ikke kan vedvare. På bakgrunn av dette introduserer Hobbes samfunnskontrakten (Wikipedia 2008). "Siden ingen vil klare kun ved egen godvilje, så er det nødvendig at menneskene overfører all sin makt og styrke til ett menneske, eller til en forsamling, som gjennom flertallsavgjørelser kan opptre med *en* vilje". Dette skjer gjennom en kontrakt mellom de individer som utgjør vedkommende samfunn (Wikipedia 2008: 1). De som i utgangspunktet er imot en slik løsning vil likevel være bundet av den. Begrunnelsen for dette er at de som alle andre har vært med på selve beslutningsprosessen som førte frem til denne samfunnskontrakten (Wikipedia, 2008).

Hardin sier at "Om ruin skal unngås i en tett befolket verden så må folk være lydhøre ovenfor tvangsmakt utenfor dem selv, en "Leviatan" for å bruke Hobbes terminologi" (Hardin 1978: 314). Antagelsen om at "en ekstern "Leviatan" er nødvendig for å forhindre allmenningens tragedie leder således frem til en konklusjon om at sentrale myndigheter må kontrollere fellesskapsressurser" (Ostrom 1990: 9). Ophuls sier at "på grunn av allmenningens tragedie så vil det være et overveldende behov og krav om en styresmakt som besitter tvangsmakt"

(Ophuls 1973: 228). Hardin mener at et alternativ til allmenningens tragedie kan være et ”sosialistisk” system (Hardin 1978: 314), det vil si et system i statlig regi. Carruthers og Stoner er inne på mye av det samme da de sier at uten offentlig kontroll så vil en erfare ”overbeiting og jorderosjon på beiteland eid av fellesskapet, eller mindre fisk til høyere gjennomsnittlig pris” (Carruthers og Stoner 1981: 29). Ostrom sier i denne sammenheng at ”sterke regjeringer.... kan (slik) være en løsning på økologiske problemer” (Ostrom 1990: 9). Carruthers og Stoner konkluderer med at ”ressurser eid i fellesskap *krever* offentlig kontroll om en skal kunne drive disse på en økonomisk effektiv måte” (Carruthers og Stoner 1981: 29).

2.4 OMDØMMEHÅNDBLING

Røvik sier at en hovedtrend i nåtidens organisasjonstenkning manifesterer seg ”i et utvalg tilsynelatende forskjellige ideer blant annet om *merkevarebygging, organisasjoners samfunnsansvar, kommunikasjonsstrategier, design av visuelle symboler med mer*” (Røvik 2007: 195). En står ovenfor en samtidstrend med et klart ekspressivt aspekt; med andre ord om ulike ideer og grep som en kan ta i bruk for å presentere organisasjonen på en mest mulig fordelaktig måte ”ovenfor ulike aktører i omgivelsene. Med et felles grep kaller vi dem ideer, oppskrifter og reformgrep for organisatorisk omdømmehåndtering” (Røvik 2007:195). Omdømmehåndtering kan defineres slik:” tiltak rettet inn mot bevisst, planmessig presentasjon av en organisasjon overfor relevante aktørgrupper i omgivelsene med sikte på å styrke disses oppfatninger av og tillit til organisasjonen” (Røvik 1997: 196). Omdømmehåndtering bygger på noen premisser som vil presenteres her:

- A) Først har man en forestilling om at det eksisterer ”sterke sammenhenger mellom en organisasjons omdømme og dets bunnlinje” (Røvik, 2007, side 196), med andre ord tenker en seg at ”omdømmet kan være avgjørende for å frembringe gode resultater (Røvik 2007: 196).
- B) Dessuten at en organisasjons omdømme også er et ”resultat av sosiale fortolknings- og meningsdanningsprosesser” (Røvik 2007: 196). Slik kan omdømmet påvirkes og forandres til det bedre eller verre ved hjelp av planmessige grep (Røvik 2007).

Merkevarebygging og CSR (som er et konsept som vektlegger virksomheters samfunnsansvar), er eksempler på strategisk omdømmehåndtering.

2.5 MERKEVAREBYGGING/BRANDING

Merkevarebygging eller branding som det også kalles er et begrep som de fleste har hørt om, da en ofte støter på dette fenomenet, ikke minst i massemedia. Merkevarebygging kan skilles ut som et eget spesialfelt, men inngår som før nevnt under det mer generelle begrepet omdømmehåndtering (Røvik, 2007). Kapferer sier at merkevarebygging i stadig større grad fremstår som et distinkt og spesialisert felt (Kapferer 2004). Store transnasjonale selskaper som Nike og Levis bruker i dag faktisk mer energi ”på å utvikle nye produkter og skape myter og historier omkring eget navn” (Hagen 2002: 7), enn på selve produksjonen av produktene (Hagen 2002). Merkevarebygging vil si å skape ”en type lojalitet eller preferanse for et merke eller en logo som går utover det å foretrekke selskapets produkt på bakgrunn dets materielle kvaliteter. Forbruk er tett knyttet til identitet og gruppetilhørighet, dermed må meningsfulle eller salgbare budskap bakes inn i produktet. Verdier som er sentrale for kunden må kunne assosieres med produktet” (Hagen 2002: 7). Keller sier ”et merke er summen av bestemte mentale assosiasjoner hos konsumenten; disse kommer i tillegg til den antatte verdien som produktet eller servicen har (Keller, 1998: 5). På bakgrunn av dette mener Røvik at Keller i stor grad vektlegger merkevarebyggingens psykologiske og kognitive aspekter (Røvik 2007). Røvik skriver ”et merke defineres som et navn, betegnelse, merke, symbol eller design eller en kombinasjon av disse som har til hensikt å synliggjøre varer eller servicer som innehas av en selger eller en gruppe selgere. Målet er å differensiere seg fra konkurrentene” (Røvik 2007: 198).

2.6 MERKEKONSEPTET

Merket må posisjonere seg i forhold til andre merker. Denne posisjonen skjer alltid i forhold til andre merker som kan dekke tilsvarende behov som en selv (Samuelsen og Olsen 2007). Merkevarereprodusenten må slik lykkes i å få kunden til å ”velge sitt merke fremfor andre, konkurrerende merker (Samuelsen og Olsen 2007: 144). Kundens holdninger til et merke har grunnlag i de assosiasjoner han har til merket. En årsak til at kunden velger merket kan da være at han har ”sterke positive assosiasjoner til (nettopp) dette merket” (Samuelsen og Olsen 2007: 144).

Samuelsen og Olsen skriver ”posisjonsarbeid dreier seg om å ta valg: Det mest fundamentale valget – et valg som vil være styrende for alt videre posisjonsarbeid gjennom hele merkets levetid” (Samuelsen og Olsen 2007: 146), er hvilke fundamentale kundebehov merket skal dekke (Samuelsen og Olsen 2007). Hva er det som utløser et behov hos konsumenten for å søke seg frem til og til slutt betale for merket? Merkevarereprodusenten må finne svar på dette spørsmålet for å kunne hevde seg i konkurransen med andre merkevarer.

- 1) Det funksjonelle merkekonseptet har til hensikt å løse et bestemt problem for kunden. I introduksjonsfasen ”blir oppgaven å fortelle kundene hva dette merket gjør – og hvorfor merket utfører funksjonen bedre enn konkurrentene” (Samuelsen og Olsen 2007: 148). For eksempel da JIF skurekrem ble lansert sa produsenten at JIF løste en spesifikk oppgave det vil si skånsom rengjøring og gjorde skinnende rent uten å ripe (Samuelsen og Olsen 2007).
- 2) Det symbolske merkekonseptet vil ”kommunisere merkets rolle – enten dette dreier seg om å bygge selvfølelse eller å skape gruppetilhørighet etc – og å bygge kjennskap til merket både hos de som er i målgruppen og de som ikke er i målgruppen” (Samuelsen og Olsen 2007: 150). Dette er essensielt da kunden må kunne vite at omgivelsene forstår den symbolske verdien som merket representerer, med andre ord at andre enn bare han selv har kjennskap til det symbolske merkekonseptet. Symbolske produkter er ikke ensbetydende med status: produktene brukes ofte til å kommunisere sosial identitet som er reell eller ønsket (Samuelsen og Olsen 2007). I praksis kan slike produkter ofte kjøpes på grunn av at en ønsker ”å signalisere en sosial identitet eller en gruppetilhørighet som innebærer status og prestisje”

(Samuelsen og Olsen 2007: 150), men dette trenger strengt tatt ikke å være tilfellet. Den norske bunaden er eksempel på symbolprodukt som skal signalisere regional tilhørighet (Samuelsen og Olsen 2007). En vil minimalisere kjøpsbarrierer for merkets målgruppe på samme tid som en bygger opp kjøpsbarrierer versus dem som ikke tilhører målgruppen. Dette kan gjøres ved å begrense distribusjonen ved at en tar i bruk språk og symbolikk som ”kun appellerer til målgruppen og faktisk skaper avstand til de som ikke er i målgruppen”(Samuelsen og Olsen 2007: 150). Dessuten kan en begrense selve vareutvalget der en bare fører produktstørrelser eller varianter som er eksplisitt tilpasset målgruppen (Samuelsen og Olsen 2007).

- 3) Det opplevelsesbaserte merkekonseptet skal gi konsumenten en form for nytelse ved å påvirke sansene deres eller stimulere dem kognitivt. Merkevareprodusenten vil da kommunisere til konsumenter hvilken bestemt positiv opplevelse han kan forvente om han kjøper dette merket (Samuelsen og Olsen 2007). Eksempler på slike konsept er Lego som dreier seg om stimulerende lek og Disney som gir hele familien moro (Samuelsen og Olsen 2007).

2.7 MERKEVAREBYGGINGENS OBJEKT

Et viktig spørsmål er hva som kan bli gjenstand for forsøk på merkevarebygging; med andre ord brandets objekt. I dag prøver en å knytte merkevarestatus til svært ulike objekter: for eksempel kan en ha ”en enkelt persons kunnskaper, status og rykte som utgangspunkt” (Røvik 2007: 199), noe som en blant annet kan se i konsulentbransjen (Røvik 2007). Dessuten kan en tilføre merkevarestatus til regioner for eksempel en kommune, dette kalles ”stedsbranding” (Røvik 2007).

I dag er en vitne til organisasjonen i seg selv, ”snarere enn deres tjenester og produkter, blir forsøkt gjort til merkevarer (Røvik, 2007, side 199). Med andre ord en utvikling fra produktbranding, det vil si merkevarebygging med fokus på fysiske forbruksartikler for eksempel tannkrem, til organisasjonsbranding. Røvik sier videre at moderne organisasjonsbranding fremviser utviklingstrekk der fokus flyttes fra organisasjonens

produkter til selve organisasjonen (Røvik 2007). En går med andre ord ”fra det konkrete, det vil si det å utvikle merkevarer rundt fysiske, håndgripelige produkter som blant annet kan tas på, bæres, luktes og smakes til det langt mer abstrakte, som det å lage merkevarer av en organisasjon med dens identiteter og verdier (Røvik 2007: 199). Dette er en relevant tilnærming når en skal forstå miljømerkeordninger som MSC, noe en kommer tilbake til når MSC kobles sammen med teorimaterialet. Ind sier i denne sammenheng at merkevarebygging av organisasjoner går ut på å identifisere og så løfte frem identiteter og kjerneverdier. Disse vil deretter bli klart og konsist kommunisert ovenfor relevante grupper (Ind 2004).

2.8 MERKEVAREBYGGINGENS VIRKNINGER

Den etter hvert så omfattende brandingslitteraturen vektlegger hvilke positive effekter som kan skapes ved hjelp av en effektiv merkevarebyggingsstrategi. Her vil en nevne de mest sentrale:

A) Om en klarer å gjøre organisasjonen i seg selv til ”et sterkt merkenavn med høy troverdighet, kan dette fungere som et ”masterbrand” (Røvik 2007: 200), og tilføre merkevarestatus til alle produkter og tjenester som organisasjonen tilbyr forbrukeren (Røvik 2007). En slipper slik å bygge opp hvert enkelt produkt. I tillegg kan nye produkter lettere introduseres; disse” kan få oppmerksomhet og autoritet gjennom organisasjonens overordnede status som *merkevare i seg selv*” (Røvik 2007: 200).

B) Det er en kjent sak at merkevarestatus kan føre til verdiøkning for produkter, tjenester, organisasjoner og personer som oppnår en slik status (Røvik 2007): Kapferer sier i denne sammenheng ”selskaper bygger ikke merkevarer for at det skal bli skrevet bøker om dem selv. De gjør dette simpelthen for at det er bra for forretningsdriften: *En tjener ikke penger ved å selge produkter, men ved å selge merkevarer*” (Kapferer 2004: 3).

2.9 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – CSR

Organisasjoners omdømme er avhengig av om de makter å leve opp til de normer og trender som til enhver tid gjennomsyrrer samfunnet. I dag er en vitne til en trend der etikk og miljø i sterkere grad blir forsøkt knyttet til merkevaren. Markedet blir mer miljø – og etisk bevisst. På samme tid har næringslivet et behov for å legitimere sin posisjon ved da å fremstå som ansvarlig og samfunnsbevisst (Hagen 2002). ”Samlebetegnelsen for næringslivets forsøk på å vise at de tenker utover egen profittmaksimering er corporate social responsibility – CSR (Hagen 2002: 8); CRS kan oversettes som organisasjoners samfunnsansvar. Røvik sier i denne sammenheng at ”CSR skal gjøres gjeldende overfor mange grupper og hensyn, og særlig i forhold til natur og miljø, arbeidstakere og deres rettigheter samt lokalsamfunn der virksomhetene befinner seg” (Røvik 2007: 203). CSR, i tillegg til merkevarebygging, inngår under det generelle begrepet omdømmehåndtering. CSR innebærer at bedriften skal prestere og kunne ”måles langs tre ulike akser: økonomi, miljø og sosialt” (Hagen 2002: 8). I praksis vil dette si at bedriftens utviklingsarbeid ”ikke bare skal bidra til virksomhetens økonomiske overskudd, men også til dens innsats for lokalsamfunnet den er en del av” (Hagen 2002: 8). Slik skal merkevarens økte betydning få i stand en utvikling der bedrifter og samfunnet vil bevege seg i positiv retning (Hagen, 2002).

En forklaringsårsak til økt fokus på organisasjoners samfunnsansvar er globalisering av økonomien. Dette har ført til et skjerpet konkurranseklima mellom selskap, land og kontinenter. Økt global konkurranse med sterkt fokus på lave produksjonskostnader kan føre til at virksomheter kan fristes til å tone ned etiske normer og regler rettet mot arbeidere og miljøet (Røvik 2007)

Røvik poengterer dessuten at konseptet og idestrømmene bak CSR ”er blitt autorisert av internasjonale politiske organer og regulerende myndigheter (Røvik 2007: 206).

Blant annet så har EU i dag sterk fokus på CSR. EU satser betydelige ressurser på å bevisstgjøre europeiske organisasjoner på deres samfunnsansvar. Dessuten viser både FN og Verdensbanken stor interesse for konseptet (Røvik 2007).

En siste forklaringsårsak for at organisasjoner i økende grad er opptatt av CSR er at en ikke kan ta seg råd til å la være. Røvik sier i denne sammenheng ”det er stadig tydeligere

sammenhenger mellom måten organisasjoner forvalter og gir eksplisitt uttrykk for sitt samfunnsansvar, og deres samlede omdømme. Det reflekterer at det er sterke normer og oppfatninger blant ulike interesser i omgivelsene om at organisasjoner bør, og skal, opptre samfunnsansvarlig” (Røvik 2007: 206). Fremviser virksomheten svak etterlevelse av gjeldende normer kan dette føre til tap av omdømme, som i sin tur kan resultere i tap av kunder og markedsandeler (Røvik 2007).

2.9.1 OPPSUMMERING AV TEORIMATERIALET. SAMMENKOBLING AV TEORI OG PROBLEMSTILLING

Nå skal en oppsummere den teorien som er blitt presentert i dette kapitlet. Til slutt skal teorimaterialet koblet tettere opp mot oppgavens problemstilling.

Teorimaterialet om statlig ressursforvaltning startet med gruppeteoriene om kollektiv handling og ”allmenningens tragedie. Kjernen i førstnevnte teori er at individer har utfordringer med å få i stand felles velstand, og dess større gruppen er dess mer problematisk blir dette. ”Allmenningens tragedie” skisserer en situasjon der beiteland er åpen for alle. Hver kvegeier vil da stadig tilføre flere dyr helt til beitet er ødelagt av overbeiting. Årsaken er at han fokuserer på egen personlig vinning ved å tilføre flere dyr, kostnadene ved overbeiting fordeles derimot på alle som bruker fellesbeitet. Konklusjonen er at det som er rasjonelt for hver enkelt på kort sikt resulterer i suboptimalitet for gruppen på lengre sikt. Løsningen kan være at staten forvalter fellesressurser som beiteland og fisk. Staten vil bestemme hvem som skal få etablere seg innen fiskerisektoren, og regulere disses atferd. Hardin sier at for å sikre trygghet og velstand i et samfunn så må en få på plass en tvangsmakt som står utenfor en selv, en Leviatan, som Hobbess kaller denne. Leviatan kan her forstås som offentlig myndighet. Staten kan kontrollere felleskapsressurser som fisk for å hindre at ”allmenningens tragedie” oppstår. Staten vil sanksjonere mot, og straffe, aktører som ikke opptrer som forventet. Omdømmehåndtering innebærer at virksomheter tar i bruk ulike virkemiddel for å presentere seg selv på en mest mulig fordelaktig måte versus andre aktører. Motivet er å styrke virksomhetens tillit hos viktige aktører, spesielt kundegrupper. Merkevarerbygging er et eksempel på strategisk omdømmehåndtering, merkevarerbygging vil si å skape lojalitet til

merkevaren og dens logo hos viktige grupper i markedet. Formålet er å posisjonere seg ovenfor andre merker som opererer innen samme konkurransesegment. Det funksjonelle merkekonseptet skal løse et problem for kunden, for eksempel skal MSC motarbeide overfiske. En kan knytte merkevarestatus til ulike objekter, alt fra regioner/land, dette kalles stedsbranding, til å gjøre organisasjonen i seg selv til en merkevare, en såkalt masterbrand. Sistnevnte strategi fører til at nye produkter lettere kan introduseres. Merkevaren skal fremme en verdiøkning for de produktene en selger. CRS (Corporate Social Responsibility) kan forstås som virksomheters samfunnsansvar. Tanken her er at en må tenke utover ren markedspåvinn, og blant annet ta hensyn til arbeiderne og miljøet der en har etablert sin virksomhet.

I kapitlets siste del skal teorifremstillingen kobles tettere til oppgavens problemstilling som lyder som følgende: Bruk av miljømerking innen norsk marin sektor: Hvilke utfordringer kan erfares når private ordninger som MSC ønsker økt forvaltningsansvar på bekostning av tradisjonell statlig ressursforvaltning?

Miljømerking som fenomen blir fanget opp av teorien om omdømmehåndtering. Det er nærliggende å se miljømerking som et forsøk på merkevarebygging, der en blant annet tar i bruk CSR komponenter som miljøvern og etikk. Merkevarebygging kan bidra til at en får bedre betalt for sine produkter og blir mer slagkraftig versus konkurrenter som opererer innen samme markedssegment. Statlig ressursforvaltning vektlegger at staten må ha kontroll innen ressursbaserte sektorer som fisk. Begrunnelsen er at staten kan hindre at andre aktører på egen hånd tar seg til rette. Teorien om "allmenningens tragedie" får frem at alle aktører kan tape om kortsiktig påvinn får råde: MSC sier at organisasjonen arbeider for en mer bærekraftig forvaltning av verdens fiskerier. En kan påstå at MSC har som hovedfokus å hindre at et scenario som "allmenningens tragedie" skal oppstå. En utfordring i denne sammenheng er at ordninger som MSC ofte vil ha økonomisk påvinn som hovedfokus. Private virksomheter er avhengige av å forstå, og behandle, markedets konsumenter på en måte som gjør at de tjener mest mulig penger versus sine konkurrenter. Men et ønske om høy påvinn kan gå på bekostning av å fremme en optimal miljøprofil. En forskjell mellom staten og private merkevareordninger som MSC, er at staten skal ta hensyn til mange ulike interesser, påvinnshensyn vil slik bare være en av flere målsettinger. Statlig ressursforvaltning begrunner også hvorfor staten kan påberope seg et annet legitimitetsgrunnlag enn private aktører. I denne sammenheng kan det oppstå legitimitetsutfordringer når private ordninger som MSC

ønsker større forvaltningsansvar innen norsk marin sektor. I sin bok Leviatan begrunner Hobbes statens legitimitet med samfunnskontrakten, der mennesket avgir makt til en forsamling som opptrer med en felles vilje.

En har her fått frem at MSC har sterk fokus på å forebygge et scenario som skissert i ”allmenningens tragedie”. Ut fra dette kan en kanskje anta at miljømerkeordningen MSC er kapabel til å forbedre miljøprofilen knyttet til selve fisket. En innvendig som sannsynligvis kan bli rettet mot denne og liknende ordninger i privat regi er at de mangler legitimitet angående selv å kunne forvalte en ressursbasert næring som fiskeri. Med tanke på statlig ressursforvaltning vil mange kunne forvente at denne legger seg på en bredere forvaltning av fiskerisektoren. Forvaltning av selve fisket inngår slik i et større og fokus.

3.0 PRESENTASJON OG KOMPARASJON AV ULIKE MILJØMERKEORDNINGER

Dette hovedkapitlet er oppgavens mest omfattende. En betydelig del av kapitlet vil bli viet komparasjon, der MSC s miljømerkingsregler vil bli holdt opp mot regelverket til den statlige ordningen KRAV. MSC er som før nevnt en merkeordning i privat regi. En slik fremgangsmåte har til formål å avdekke hvilken ordning som fremstår som mest troverdig, angående å fremme miljøvennlig forvaltning av fiskeriene. En vil starte med å introdusere MSC og gi miljøorganisasjonen en utfyllende beskrivelse. Deretter vil en introdusere regelverket som MSC har utarbeidd ovenfor fiskeriene. Så kommer kapitlet som omhandler sertifiseringen av Hoki -fisket på New Zealand. Dette kapitlet vil bli viet en del oppmerksomhet da det får frem hvilke utfordringer som kan oppstå når private ordninger skal forvalte fiskeressurser. Så presenteres regelverket til KRAV som er en statlig miljømerkeordning, det gjøres så en komparasjon med MSC s regelverk. En vil blant annet se på deres regelverk som omhandler selve fisket og aktivitetene som omgir dette. Videre vil en komparere regelverkene til MSC og KRAV angående hvordan de stiller seg til vitenskapelige råd og anbefalinger. Så ser en på regelverkene til MSC og KRAV og sammenlikner ordningene angående sporing og miljøgifter. Til slutt vil en koble analysene sammen med teorimaterialet.

3.1 MARINE STEWARDSHIP COUNCIL

Oppgavens hovedfokus vil være miljøorganisasjonen Marine Stewardship Council (MSC), som i økende grad viser muskler globalt når en ser på miljøsertifisering av sjømat. Marine Stewardship Council sertifiserer bare villfanget fisk. Årsaken til at en har valgt å fokusere på akkurat denne miljøorganisasjonen er at den blir større år for år. Nå berører også Marine Stewardship Council norsk fiskerinæring da flere hjemlige fiskerier har tatt kontakt med MSC med tanke på en eventuell miljøsertifisering. Første kapittdel starter med å gi en beskrivelse av MSC. Deretter sees det på hvordan MSC sertifiserer fiskeriene. Siste kapittdel informerer om hvilke kostnader som er forbundet med MSC s sertifiseringsprosess.

3.2 MSC – INTRODUKSJON

Her skal leseren bli presentert for miljømerkeorganisasjonen MSC, herunder antall ansatte, organisasjonens oppbygging, størrelse og omsetning. Så nevnes kort MSC s produktspekter, hvor mange fiskerier som i dag er sertifisert, herunder norske fiskerier som er sertifisert av MSC. Kapitlet ser og på forklaringer for at private ordninger i dag viser økende interesse for fiskeriforvaltning.

MSC er en uavhengig, global, ikke- kommersiell organisasjon (MSC 2002), en privat stiftelse (Kristiansen 2006), med hovedkontor i London. Organisasjonen har i tillegg kontor i USA, Australia, Japan og Nederland (MSC 2002). MSC ble grunnlagt i 1997 av Verdens Naturfond og verdens største kjøper av sjømat, Unilever. MSC har 29 ansatte og er ledet av Chief Executive som i sin tur rapporterer til Board of Trustees. MSC bygger på et multi stakeholder partnerskap, der en i henhold til organisasjonen tar i betraktning synet til alle som ønsker å sikre en bærekraftig fremtid for fiskeriene (MSC 2002). MSC selger i dag hele 857 miljøsertifiserte sjømatprodukt i så mange som 34 land verden over (MSC 2002: 1) MSC skriver at over 7 prosent av klodens fangst av villfisk som går til menneskelig konsum nå er koblet til MSC s program (MSC 2002: 1). Disse fiskeriene hadde ved utgangen av forrige år en samlet fangstmengde på over 4 millioner tonn sjømat (MSC 2008: 1). Situasjonen i dag er at 24 fiskerier er sertifisert, blant de viktigste er Hoki og Pollock, dessuten venter 27 fiskerier på å bli resertifisert (Wikipedia, 2007: 1). De norske sei – fiskeriene; norsk østarktisk sei og nordsjøsei, er i år blitt sertifisert av MSC. I 2005 hadde Marine Stewardship Council inntekter på 3 millioner Euro. Hele 90 prosent av denne summen kom fra uavhengige fond (Mikkelsen 2005). Verdens Naturfond sier at Marine Stewardship Council er den eneste miljøsertifiseringsordning som er anerkjent internasjonalt, og at organisasjonen på eget initiativ har utviklet en miljøstandard for bærekraftige fiskerier (WWF 2006). Når en fiskeprodusent er blitt sertifisert får denne rett til å bruke Marine Stewardship Councils merke som skal fortelle forbrukeren at produktet oppfyller miljøstandarden som organisasjonen arbeider i henhold til. Tanken er at den miljøbevisste forbruker ved hjelp av lommeboken vil fremme en bærekraftig fiskeriforvaltning. Konsumenten vil kjenne igjen det spesielle merket som Marine Stewardship Council bruker på sine produkter; en blå logo med organisasjonens

navn, og omrisset av en hvit fisk. Forbrukeren vil så forhåpentligvis velge miljømerkede produkter foran andre produkter som ikke er sertifisert ut fra tanken om å støtte en bærekraftig forvaltning av ulike fiskeslag.

MSC sier at den siden 1999 har vært fristilt sine grunnleggere; Verdens Naturfond og Unilever (MSC 2002, Asche, Donath, Johnston og Wessells 2001: 14). Dette er utvilsomt en klok strategi, kanskje spesielt med tanke på Unilever. Unilever er et multinasjonalt selskap og en av de største aktørene i verden innen kjøp av sjømat (Hernes og Mikalsen 2002). Marine Stewardship Council ble, særlig på grunn av båndene til Unilever, utsatt for kritikk som bunnet i at MSC ikke kunne påberope seg tilstrekkelig grad av legitimitet innen miljøvernarbeid. Koblingene til Unilever kunne tolkes som om at organisasjonen hadde en skjult agenda. Et annet problem er at organisasjonen mottar penger fra ulike private donorer. Marine Stewardship Council opplyser hvem som har donert penger, men ikke hvor store summer de ulike givene støtter organisasjonen med, opplyser representant for Eksportutvalget for fisk. Det kan oppleves som problematisk at organisasjonen ikke opererer med transparens på dette området. Transparens vil være et hovedkriterium for at eksterne aktører skal få full tiltro til organisasjonen.

Etter at Marine Stewardship Council hadde sett dagen lys fikk en tak i personer med bred erfaring og kunnskap fra fiskerisektoren. Deretter fikk en på plass kriterier en mente fiskeriene måtte oppfylle for å kunne motta sertifisering (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 14 og 15). Ansatte i Marine Stewardship Council besøkte ulike land, og tok så kontakt med aktører innen fiskeriene. Organisasjonen kommuniserte også med andre aktører som hadde synspunkter på fiskeriene. Dette gjorde at Marine Stewardship Council anla en bred dialog med konsumentorganisasjoner, ulike miljøvernorganisasjoner og fiskerorganisasjoner (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 15).

Kapitlet har gitt en fremstilling av MSC. En har skissert organisasjonens oppbygging, størrelse og målsetting.

3.3 MSC S SERTIFISERING AV FISKERIER

Nå vil en beskrive hvordan MSC sertifiserer og evaluerer fiskerier, herunder at uavhengig tredjepart står for selve miljøsertifiseringen på vegne av MSC. Til slutt beskrives MSC s ”chain of custody” sertifikat.

Med tanke på MSC s miljøsertifisering av fiskerier er det viktig å få frem at det er en uavhengig tredjepart som foretar sertifiseringen av fiskeriene (Asche, Donath, Johnston og Wessells 2001: 16 -17, Hoel 2004: 30). Sertifiseringsorganisasjonen er på forhånd godkjent av MSC. Denne vil gi fiskerier godkjenning eller avslag, basert på de kriterier som Marine Stewardship Council har utformet for bærekraftig utvikling. Et problem i denne sammenheng kan være at organisasjonen ikke i klartekst slår fast hva som menes med en bærekraftig bestand (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 16). Her står en ovenfor et velkjent problem, nemlig hvor mye fisk er det forsvarlig å ta opp uten at en svekker bestandens bærekraft. Forskere og fiskere har i dette spørsmålet stått mot hverandre i en årrekke. Å beregne hvor mye av et fiskeslag en kan høste er svært komplisert og forskerne må ta hensyn til mange usikre variabler: tidligere uttak, grad av piratfiske med mer.

Prosessen som fører frem til en eventuell sertifisering av et fiskeri starter ved at klienten tar kontakt med Marine Stewardship Council. Denne ønsker da først og fremst å få utfyllende informasjon om hvilke krav som kreves for å oppnå en sertifisering. Klienten kan på sin side være hvilken som helst aktør som er kapabel til å innfri de krav som organisasjonen krever for å motta sertifisering. Eksempler kan være en fiskerierorganisasjon, en gruppering av fiskere, en fiskeforedlingsbedrift, men og en regional myndighet eller et land. Marine Stewardship viser interesse for at forvaltningsmyndigheter blir koblet inn og samarbeider om denne prosessen (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 17). Årsaken er temmelig innlysende. Om en ikke har med forvaltningsmyndighetene så vil dette komplisere og i verste fall trenere en eventuell sertifisering. Når klienten har valgt den sertifiseringsorganisasjonen som han mener passer best vil denne utstede en prelimnær rapport. Rapporten er konfidensiell. Når rapporten foreligger står en foran to valg: enten kan en gå videre og søke full evaluering, eller så kan en komme frem til at en ikke ønsker å gå videre, og da trekke seg ut. Den som får positiv tilbakemelding og således kan gis sertifisering, må selv utarbeide en plan som vil være en

garanti for at fiskeriet også i fremtiden vil innfri miljømerkekravene. Selvsagt kan klienten oppleve å få negativ evaluering fra sertifiseringsorganet på grunn av at fisket har for store miljømessige svakheter, og således ikke oppnår sertifisering på nåværende tidspunkt. Men håpet er likevel ikke ute. Ofte innebærer en avvisning i første søkerrunde at en kan komme tilbake på et senere tidspunkt og levere ny søknad. Ved et eventuelt avslag vil klienten bli informert om hva han må arbeide videre med, og utbedre, for slik å kunne imøtekomme miljøkravene (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 17).

Etter at ett fiskeri har oppnådd å bli sertifisert blir det utstedt et ”chain of custody”. Dette er et sertifikat som beviser at de produktene som blir solgt faktisk kommer fra et sertifisert fiskeri (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001:18). For å forsikre seg om at produktene er sertifisert så vil Marine Stewardship Council kontrollere at produsenten følger korrekte prosedyrer helt frem til varen ligger foran konsumenten. Dette for å kvalitetssikre produksjonen og hindre at ikke - sertifisert fisk selges som sertifisert (Hoel, 2004: 33). Som tidligere er det også her en uavhengig tredjepart som foretar akkrediteringen, og som før er det også her klienten som betaler regningen. Sertifisering blir gitt for en periode på 5 år og en holder jevnlig konsultasjoner med fiskeriet for å løse de problem som ble identifisert tidligere i sertifiseringsprosessen (Hoel 2004: 27).

Kapitlet har beskrevet hvordan MSC går frem når et fiskeri skal miljøsertifiseres, blant annet at uavhengig sertifiseringsorganisasjon spiller en hovedrolle når sertifisering foretas.

3.4 KOSTNADER KNYTTET TIL MILJØSERTIFISERING

I dette kapitlet ses det på hvilke utgifter som er forbundet med en MSC sertifisering

Sertifiseringsprosessen kan, og vil, variere mye i henhold til totale kostnader i kroner og øre. Generelt kan det sies at prosessen er forbundet med betydelige kostnader, og alle omkostninger må betales av klienten (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001). En ser og stor variasjon med tanke på hvor mye tid prosessen krever for hvert fiskeri som sertifiseres.

Ikke uventet brukes mer tid på de store og vanskelige fiskeriene. Kostnadene har variert fra 20,000 amerikanske dollar helt opp til 500,000 amerikanske dollar (Hoel 2004: 34)

Når fiskeriet har mottatt "chain of custody" sertifikatet har klienten rett til å ta i bruk logoen til Marine Stewardship Council. Denne avtalen er regulert i henhold til en lisens - overenskomst mellom MSC og det selskapet som da gis rett til å ta i bruk miljømerket. Lisensavtalen vil klargjøre hvilke produkter som selskapet har tillatelse til å merke med logoen. Igjen er det klienten som må betale for dette i form av en lisensavgift til Marine Stewardship Council (Hoel 2004: 34). Lisenspengene beregnes ut fra prisen som fiskeproduktet oppnår i markedet, og vil ligge på 0,5 av salgsverdien opplyser representant for Eksportutvalget for fisk. Marine Stewardship Council er som alle andre organisasjoner avhengig av midler for å kunne drive på en tilfredsstillende måte, herunder betale ut lønn til ansatte. Lisenspengene sammen med hva en får inn i donor- bidrag utgjør MSC s økonomiske ryggrad. Lisensavtalen varer bare i ett år, og må deretter fornyes (Asche, Donath, Johnston, Wessells 2001: 18).

Dette kapitlet avdekket at det er betydelige kostnader forbundet med en MSC sertifisering, kostnader fiskeriet selv må betale. Det er knyttet størst kostnader til miljøsertifisering av store fiskerier.

3.5 MSC S REGELVERK FOR SERTIFISERING AV VILLFISK/SKALLDYR

Det er nå på sin plass å presentere regelverket som Marine Stewardship Council har utarbeidd ovenfor fiskeriene. MSC har utformet 3 hovedprinsipper som skal følges for å fremme bærekraftig utvikling innen fiskerier. Under hvert av disse har en kriterier som skal spesifisere hvordan det er tenkt at disse prinsippene skal nås. Alle kriteriene må oppfylles for at et fiskeri skal kunne bruke MSC s logo.

1) FISKET MÅ IKKE RESULTERE I OVERFISKE ELLER UTTAPPING AV POPULASJONEN.

For de fiskestammene som allerede er nedfisket må en ha et fiske som leder frem til en tilheling av bestandene.

Kriteriet er som følgende:

A) Fisket skal holde seg innenfor et fangstnivå som i det lange løp vil opprettholde produktiviteten til populasjonen (MSC, 2002: 3).

2) SELVE UTFØRELSEN AV FISKET MÅ BASERE SEG PÅ Å OPPRETTHOLDE ØKOSYSTEMETS STRUKTUR OG MANGFOLD.

Kriteriet er som følgende:

A) Der hvor populasjoner er nedfisket vil fisket bli utført slik at tilheling eller oppbygging kan ta plass og nå ett bestemt nivå innen fastlagte tidsrammer (MSC, 2002: 4).

3) FISKET SKAL TIL SLUTT OVERVÅKES AV ET EFFEKTIVT FORVALTNINGSSYSTEM.

Kriteriene er som følgende:

A) Fiskeriet skal forholde seg til internasjonale overenskomster innen fiskerisektoren.

B) Forvaltningssystemet skal fremvise lang og konsistent atferd som følger MSC sine prinsipper og kriterier. I tillegg skal en ha konsultasjonsprosesser som er transparente og som involverer alle parter som har interesse av eller er berørt av fiskeriet.

C) Videre skal en vektlegge den beste tilgjengelige informasjon og oppvise en føre- var holdning, særlig i de tilfeller der en står ovenfor vitenskapelig usikkerhet.

D) Få på plass forskningsplan som er tilpasset fiskets størrelse.

E) Få på plass fangstnivå som vil sikre populasjonen høy produktivitet og registrere bi - fangst som blir landet som en konsekvens av fiske på godkjent fiskeslag. Kartlegge fiskemetoder som vil påvirke habitatet i minst mulig grad, særlig gjelder dette i følsomme områder som er sentrale for artens reproduksjon (MSC, 2002: 4 - 5)

De operasjonelle kriterier er som følgende:

F) Fisket skal bruke fiskeutstyr og praksiser som er designet på en måte som skal hindre at en fanger andre arter en den en har tillatelse til å fiske på. I de tilfeller hvor en ikke makter å oppfylle dette kravet skal så mye fisk som mulig straks slippes levende ut på havet.

G) Fisket må dessuten begrense både tap av fiskeutstyr og oljesøl (MSC 2002: 5 -6).

Konklusjonen er at MSC s bestemmelser i hovedsak konsentrerer seg om aktiviteter som kan knyttes til selve fisket. Reglene søker å sikre fiskestammenes oppbygging, blant annet gjennom et fornuftig fangstnivå.

3.6 HOKI – CASE

I dag er det bare norske sei – fiskerier som har mottatt sertifisering av MSC. En har på grunn av dette noe begrenset empiri fra Norge når det kommer til miljøsertifisering av fisk og fiskeprodukter. I denne oppgaven har en da valgt å også se på andre land der MSC har sertifisert fiskerier. Valget ble å fokusere på fisket etter Hoki på New Zealand. Dette fiskeriet har fått godkjenning og kan bruke MSC s logo. Problemstillingen skal avdekke hvilke problemer som kan oppstå når private, markedsbaserte ordninger får økt innflytelse versus tradisjonell statlig ressursforvaltning: Erfaringene fra sertifiseringen av Hoki -fiskeriet vil slik kunne avdekke hvilken policy organisasjonen har lagt seg på i sin sertifisering av dette fiskeriet. Casen kan være en indikator på om en forvaltning i privat regi kan bidra til å heve miljø og bærekraftprofil i fiskerier. Tanken er at case fra andre land skal kunne være ”overførbare” til Norge og norske forhold. Regelen er at en kan ”overføre” erfaringer fra et samfunn/land til et annet når samfunnene/landene er ”like”. New Zealand og Norge er begge utviklede, vestlige demokratier. Derfor vil erfaringene fra New Zealand være interessante for norske fiskerier som viser interesse for Marine Stewardship Council. Dette kapitlet starter med å presentere Hoki -fiskeriet, hvem som historisk har bedrevet dette fisket, og de erfaringene en i denne sammenheng etter hvert gjorde seg. Slik kan det avdekkes årsaker for at Hoki fisket ble søkt MSC sertifisert. Deretter ser en kort på den kritikk som ble rettet mot sertifiseringsprosessen, i denne sammenheng mente enkelte at fiskeriet ikke oppfylte grunnleggende miljøkrav. Resten av kapitlet vil i sin helhet være en drøfting av de miljøutfordringer som dukket opp i tilknytning til dette fisket.

Fisket etter Hoki, som er en hvitfisk, er det største fiskeriet på New Zealand, og således svært lukrativt. Det var utenlandske fiskeflåter, særlig fra Russland og Japan som utviklet Hoki fisket på 1970 – tallet. I 1977 viste tall at fangstene hadde nådd 100,000 tonn. Året etter innførte New Zealand en økonomisk sone, noe som i sin tur førte til at fangsttallet sank

betraktelig (Busch, Benton 2004: 85). New Zealand begrenset etter hvert tilgangen til sin økonomiske sone for utenlandske fartøy, og innførte et øvre tak for hvor mye hver båt kunne høste av Hoki -stammen. Ytterligere innstramminger ble deretter innført sent på 1980 – tallet, ingen utenlandske fartøy fikk da fiske innenfor landets økonomiske sone. Policyen hadde en gunstig effekt med tanke på å begrense uttak av Hoki; fangsten ble i denne perioden halvert til 50,000 tonn (Busch, Benton 2004: 85). Men etter kort tid øket fangsten dramatisk og havnet på 216,000 tonn i 1987/88 (Busch, Benton 2004: 85). En skjønnte at dette ikke lenger kunne fortsette, da en slik utvikling sannsynligvis ikke var bærekraftig.

I 1997 fikk New Zealand på plass Hoki Fishery Management. Organisasjonen ville arbeide for en mer effektiv forvaltning av fiskeriet, blant annet ved hjelp av et tettere samarbeid mellom forskning og forvaltningssiden. For å gjennomføre denne målsettingen bestemte en seg for å søke miljøsertifisering hos Marine Stewardship Council (Busch, Benton 2004: 86). Denne prosessen ble sterkt imøtegått av The Royal Forest and Bird Protection Society på New Zealand. Organisasjonen påstod at Hoki – fiskeriet ikke kunne sertifiseres da det ikke oppfylte miljøkrav som Marine Stewardship Council selv hadde satt seg fore å fremme. Marine Stewardship Council mottok klagen, men konkluderte med at Hoki -fisket kunne motta sertifisering (Busch, Benton 2004: 86), og Hoki fiskeriet ble MSC sertifisert i 2001 som den første hvitfisk bestanden i organisasjonens historie (Mikkelsen, 2005). I 2003 kom det frem at trålfisket etter Hoki hvert år drepte 1000 seler og 600 albatrosser, sistnevnte var fra før av en truet art, noe som førte til at MSC risikerte å miste støtte hos viktige miljøvernorganisasjoner, deriblant Greenpeace (Busch, Benton 2004: 87). MSC ble kort tid etterpå utsatt for ytterligere kritikk da massemedia skrev at Hoki fiskeriet hadde mislykkes i å følge gjeldende fiskeriretningslinjer på New Zealand som forutsetter handling når det risikereres negativ påvirkning på det marine miljøet (Busch, Benton 2004: 87). Problemene toppet seg i 2004 da fiskeridepartementet på New Zealand ble tvunget til å agere da Hoki stammen minket faretruende. Det ble kuttet kraftig i kvotene for å hindre kollaps i fiskestammen. Ponte skriver at i kjølvannet av dette så gikk fiskeriet selv ut og prøvde å ta æren for at nasjonale myndigheter grep inn for å få i stand en forsvarlig forvaltning av fiskeriet (Ponte 2006: 20 og 21). Case får frem hvor problematisk det er for MSC å håndtere et sertifiseringssystem som skal være akseptabelt både for fiskeriindustrien, styresmakter og miljøbevegelsen (Busch, Benton 2004: 87 – 88).

Hoki saken har til en viss grad svekket omdømmet til Marine Stewardship Council. Selv om organisasjonen i stor grad lar stakeholders uttale seg, viser Hoki eksemplet at disse ikke alltid får tilstrekkelig gjennomslag. En forklaring på dette kan være at organisasjonen på denne tiden var ung, og sannsynligvis manglet tilstrekkelig kompetanse og erfaring. New Zealand er et høyt utviklet land som selv har initiert og fått på plass en god fiskeriforvaltning. Landet scorer som de fleste vestlige land høyt på variabelen good governance. På bakgrunn av dette er det noe overraskende at det herfra ble utstedt MSC sertifisering som flere rettet kritikk imot. Selv om Marine Stewardship fikk kritikk for sin sertifisering av Hoki så ble ikke fisket nektet ny sertifisering etter at prøveperioden på 5 år var over.

MSC burde ha nektet å resertifisere Hoki - fisket. En slik beslutning kunne bidratt til å dempe mye av kritikken som ble rettet mot sertifiseringen av dette fiskeriet. Beskjeden til omverdenen hadde vært at bare de fiskerier som arbeider målbevisst for å implementere organisasjonens miljøpolicy vil bli resertifisert. En slik strategi hadde sannsynligvis styrket MSC utad. En må spørre hvorfor MSC fremviste en svak miljøprofil i Hoki casen. Enkelte vil kanskje sitte igjen med en følelse av at organisasjonen muligens har hatt flere agendaer. Kanskje kan utsikten til betydelige inntekter knyttet til en fremtidig Hoki sertifisering ha gått på bekostning av organisasjonens egen miljøprofil. Hoki case har sannsynligvis bidratt til å skade MSC s omdømme da den i ettertid er blitt viet mye negativ spalteplass. I denne sammenheng kan en spørre hvor mye kritikk MSC tåler før den eventuelt får et troverdighetsproblem. Da Marine Stewardship Council er en organisasjon som skal fremme bærekraft/miljøvern, så må en regne med at den må trå forsiktig. Organisasjonen kan i fremtiden ikke risikere kritikk av et omfang som den erfarte med sertifiseringen av Hoki fisket på New Zealand. MSC sier selv at dens formål er å sertifisere bærekraftige fiskerier. Enkelte kan derfor påstå at Hoki casen fremstår i et noe merkelig lys. Den kan tas til inntekt for at det skal mye til for å miste sertifiseringen. Har en først mottatt sertifisering, kan det virke som om Marine Stewardship Council legger seg på en pragmatisk linje når et fiske skal fornye sertifiseringen. Årsakene til dette kan være mange. Om en ser på fisket etter Hoki er dette stort, både i omfang og ikke minst når en ser på det økonomiske utbyttet. Dess større fiskeri, dess flere stakeholders vil ha interesse av hva som skjer med fiskeriet. En så under Hoki prosessen at stakeholders fikk uttale seg. Det vil selvsagt ikke være mulig for Marine Stewardship Council å høre på og vektlegge alle disse i like stor grad. Men en skulle trodd at Marine Stewardship Council i større grad ville ha lyttet til miljøvernorganisasjonene, da MSC har som uttalt prinsipp at økosystemet som omgir fiskeriet ikke skal belastes unødig. Hoki -

fisket avslørte at seler og albatrosser som tilhørte økosystemet ble drept. I tillegg var ikke uttaket av fisk bærekraftig, da dette økte dramatisk. Det er mulig at MSC trodde at problemene ville ordne seg selv om en tok tiden til hjelp, og at fiskeriet selv ville arbeide med, og makte å få problemene under kontroll. Det kan tenkes at Marine Stewardship Council på dette tidspunkt ikke helt forstod at en eventuell sertifisering av Hoki fiskeriet ville få stor, kanskje uønsket oppmerksomhet, både i og utenfor New – Zealand.

Hoki – sertifiseringen var av stor betydning for MSC, da flesteparten av de fiskerier som organisasjonen tidligere hadde miljøsertifisert var små. Hver for seg representerte disse et noe begrenset inntektsgrunnlag for MSC. Antall stakeholders var i tillegg mye mindre og en kan anta at sertifiseringen av disse fiskeriene bød på mindre oppmerksomhet, internt og eksternt, enn fisket etter Hoki. Det er nærliggende å tro at denne sertifiseringsprosessen ble for problematisk for Marine Stewardship Council som før var vant med å sertifisere små, mindre kompliserte fiskerier. I denne sammenheng kan en dessuten se på tanker som Gulbrandsen gjør seg angående private sertifiseringsordninger. Gulbrandsen sier i sin artikkel ”fordi sertifiseringsordninger konkurrerer om klienter i markedet så har de en felles interesse med sine klienter av å godkjenne framfor å underkjenne praksis, og derfor er de ikke så uavhengige som de ideelt burde være (Gulbrandsen 2005: 10).

Hoki – casen er en illustrasjon på at bruk av miljøsertifisering innen fiskerisektoren ikke er en enkel og likefrem prosess. Å ta i bruk miljøsertifisering er i seg selv ikke en absolutt garanti for å fremme en mer bærekraftig utvikling innen fiskerier. Skal slike ordninger fremstå som så optimale som mulig må regelverk, og ikke minst håndheving, være strenge.

3.7 MSC SETT I FORHOLD TIL KRAV: FANGER SISTNEVNTE OPP ANDRE ASPEKTER ENN MSC?

Oppgaven har til formål å avdekke hvilke utfordringer, positive og negative, som kan oppstå når private, markedsbaserte ordninger skal forvalte fellesskapsressurser som fisk. Fisk og fiskeprodukter er i Norge som mange andre land, hovedsakelig blitt forvaltet av staten. Ved å se på ulike ordninger i både privat og statlig regi, kan en på en fruktbar måte avdekke hvordan disse har tenkt å løse ulike miljøutfordringer som i dag knyttes til fiskeriene. Om

miljømerkeordninger i privat regi kan påberope seg regelverk som er minst like troverdig som regelverk statlige ordninger opererer med, vil disse ha sterke kort på hånden i sitt ønske og krav om økende forvaltningsansvar innen norsk fiskerisektor. Valget ble å se på miljøorganisasjonen KRAV. Både KRAV og MSC har utarbeidet regler for sertifisering av villfisk. KRAV er en statlig ordning. MSC er en ikke statlig organisasjon, en privat stiftelse.

3.8 KRAV

Her vil leseren kort få informasjon om den svenske miljømerkeorganisasjonen KRAV. Kapitlet vil i hovedsak skissere formelle sider ved denne organisasjonen, slik som antall medlemsorganisasjoner og ansatte, organisasjonens formål og regelverk, i tillegg til norske fiskerier som KRAV har sertifisert. Til slutt nevnes hvem som finansierer miljømerkeorganisasjonen.

I Sverige er KRAV ett av flere miljømerker som har markert seg med stor tyngde. KRAV Økonomisk Forening som den offisielt heter, har i Sverige kontrollert miljømerket mat siden 1985 (KRAV, 2007: 3). Organisasjonen har 28 riksdekkende medlemsorganisasjoner. Hovedkontoret befinner seg i Uppsala, med 28 ansatte (KRAV 2007). Miljøorganisasjonen har som mål å fremme økologisk produksjon og konsumpsjon ved hjelp av regelutvikling, internasjonalt samarbeid, informasjon og markedsføring (KRAV 2007). Regelverket har blitt utviklet i en omfattende prosess der en har benyttet seg av ekspertise fra mange ulike instanser. Målet har vært å utvikle enkle regler som kan kontrolleres, og som er bygget på vitenskapelige prinsipper (KRAV 2007: 3). KRAV har regler for miljømerking av fisk og skalldyrprodukt (KRAV 2007: 3), og KRAV- merket blir i dag brukt på alle sorter mat, inkludert villfisk. KRAV sier at ”miljømerking av villfanget fisk og skalldyr har som mål å få til en utvikling som fører til bærekraftig fiske og foredling innen fiskerinæringen” (KRAV 2007: 3). KRAV har per dags dato sertifisert linefanget nordøstarktisk torsk og hyse utenfor Vesterålen (Friberg 2007: 1). Representant for Eksportutvalget for fisk opplyser at alle norske torskefiskerier i dag er søkt KRAV- sertifisert. KRAV Økonomisk Forening finansieres blant annet av det svenske Jordbruksdepartementet, Svensk Fisk, EU og det svenske fiskeriverket (KRAV 2007: 4).

3.9 MSC S REGELVERK VERSUS KRAV S REGELVERK: HOVEDTREKK

I dette kapitlet skal det gjøres en bred komparasjon mellom regelverkene til MSC og KRAV. Slik vil en få frem hvordan ordningene har tenkt å gjennomføre miljøvennlig policy ovenfor fiskeriene, og om regelverkene avdekker substansielle forskjeller seg imellom.

Komparasjonene vil få frem hvilken miljømerkeordning som har det mest troverdige regelverket. Kapitlet starter med å se på hvordan ordningene forholder seg til bærekraft og bestemmelser som omhandler råstoffutnyttelse. Deretter ser en på regelverkene som omhandler selve fisket; herunder bestemmelsene angående fiskeredskap, bi-fangst og forurensning. Dessuten må det fås frem hva de ulike regelverkene eventuelt sier om krav til kompetanse for personalet på fartøyet.

En innvending som kan føres mot MSC er at dens tilnærming til fiskeriene kan oppleves å være noe snever. Begrunnelsen for en slik påstand er at MSC i hovedsak vektlegger selve fisket som primærårsak til at mange av verdens fiskestammer viser nedgang. Men årsaksforklaringene er svært komplekse, og har å gjøre med ett utall ulike variabler som sjøtemperatur, næringstilgang med mer (Kristiansen 2006: 1), en da ikke kan sikre en bestand ved å bare se på selve fisket (Kristiansen 2006: 1 og 2). Disse innvendingene vil sannsynligvis bli ført med øket styrke i fremtiden. Årsaken til dette er at mange forskere forventer at kloden vil oppleve betydelige klimaendringer, med påfølgende økning av havtemperaturen.

Som før påpekt av Asche, Donath, Johnston og Wessels, så har ikke MSC spesielt klare og konsise definisjoner angående hva organisasjonen legger i selve begrepet bærekraftig bestand. Hoel sier at når en ser på MSC s regelverk, slår det leseren at organisasjonen til tider bruker vage, flytende formuleringer. En årsak til dette kan være at MSC slik vil være i stand til å tilpasse konseptet fra et fiskeri til et annet (Hoel 2004: 26 - 29). Både når det gjelder reglene som omhandler bestanden, selve fisket og forvaltningssystemet, så bruker MSC formuleringer som kan oppfattes som noe generelle og vide. Gulbrandsen sier i denne sammenheng at miljøorganisasjoner har stått bak studier som hevder at næringsbaserte ordninger i skogsektoren ikke er troverdige fordi de har for fleksible regler, og mangel på innsyn, hvilket gjør det enkelt å godkjenne praksis uten at andre kan etterprøve kontrollene (Gulbrandsen 2005: 10). Selv om Gulbrandsen her bruker skogsektoren som eksempel, kan en anta at erfaringene kan overføres til fiskerisektoren.

KRAV har bestemmelser som sier at råvaren skal utnytted til fulle (KRAV 2007: 171). God råstoffutnyttelse vil forhåpentligvis bidra til at fiskefartøyet ikke trenger å ta opp mer fisk enn absolutt nødvendig for å være sikret god lønnsomhet under fisket. Årsaken er at så og si hele fangsten vil bli utnyttet, og komme frem til kjøpevillige forbrukere. Fiskefartøyet og foredlingsleddene vil da oppnå øket lønnsomhet med samme mengde fangst. Samlet vil disse bestemmelsen sannsynligvis være gode tiltak som kan fremme en mer bærekraftig utvikling innen fiskeriet.

MSC har ikke bestemmelser i regelverket som sier noe om råvareutnyttelsen.

KRAV har regler angående hvilke redskap som skal brukes for å redusere bi-fangst i størst mulig grad (KRAV 2007). Blant annet at tråredskap som brukes for å fiske torsk og bunnarter skal være utstyrt med ordninger som hindrer at mindre fisk blir tatt opp, dessuten vil en og ta opp andre fiskeslag som fartøyet ikke har konsesjon å fiske på. Slikt utstyr kan for eksempel være BACOMA vindu (KRAV 2007: 169). En kan gå ut fra at slike tiltak er av stor betydning når det kommer til å bedre miljøprofil og forvaltning av fiskeriet. Begrunnelsen for en slik påstand er at Verdens Matvareorganisasjon (FAO) har påvist at ca 27 prosent av all fisk som havner om bord i fartøyet blir kastet på havet (Aasjord 1998). Illustrasjonen viser at problematikk knyttet til bi – fangst har signifikant negativ innvirkning, ikke bare på fiskestammen som en har konsesjon å fiske på, men og på ulike fiskeslag som omgir konsesjonsstammen.

MSC har med dagens regelverk ikke spesifikke bestemmelser angående type fiskeredskap som kan brukes for å hindre eller redusere slik bi fangst. MSC sier i så henseende at passende utstyr skal brukes.

KRAV har en regelbestemmelse som sier at all bi-fangst av fugler, dagdyr med mer skal bokføres, i tillegg skal dette rapporteres innen 2 uker (KRAV 2007: 168). I denne sammenheng skal drivgarn være utformet på en måte som gjør at marine dagdyr kan unngå det (KRAV 2007: 169). Når en tenker på det som skjedde under Hoki fisket på New Zealand der et stort antall seler og albatrosser ble drept, kan dette virke godt gjennomtenkt. Hoki fisket viste med all tydelighet hvor viktig det er å se utover selve fisket, et av hovedkriteriene i

begrepet bærekraftig forvaltning er som før nevnt at en også må ta hensyn til økosystemet som omgir fiskestammen.

En ser ikke noen henvisning til fugler og dyr i regelverket som MSC opererer med.

Forurensing knyttet til sjøtrafikk er et stort problem internasjonalt, og er noe som også fiskeflåtene bør være oppmerksomme på. Det er viktig at både fisket og de aktivitetene som er knyttet til dette har strenge regler angående energiforbruk og utslipp. Fossile brennstoff forurenses miljøet. I dag er det mer og mer fokus på hvilken effekt bruk av fossile brennstoff som olje og gass har på miljøet. På den bakgrunn blir det viktig å se fisket i et helhetlig perspektiv der en må ha som formål å fange opp fiskeriets samlede effekt på miljøet. KRAV har utslippsbestemmelser for fiskefartøy som bruker diesel. I tillegg sier KRAV at fiskefartøyet skal bruke miljømerkede hydraulikkoljer og smørefett (KRAV, 2007: 166 og 167).

MSC har i dag ikke innført utslippsregler med tanke på fossile brennstoff.

KRAV har dessuten en bestemmelse som sier at en skal gi videreutdanning til personalet på fiskefartøyet (KRAV 2007: 166). Dette er forhåpentligvis tiltak som kan bidra til å fremme at generelle, og mer spesifikke målsettinger og bestemmelser, faktisk kan bli implementert. Det er fornuftig å innføre regler som en håper vil bidra til å fremme et mer bærekraftig fiske. Likevel kan dette være vanskelig å gjennomføre om de ansatte på fiskefartøyet ikke har tilstrekkelig kunnskap med tanke på hva hver og en skal gjøre for at disse målene skal nås. I denne sammenheng vil et viktig tiltak være kunnskapsoverføring til personalet på fiskefartøyet.

En kan ikke se at MSC s regelverk sier noe spesifikt om videreutdanning av personalet som befinner seg på fartøyet.

Fra MSC s side kan det være strategisk å ikke innføre et for strengt regelverk da organisasjonen opererer i mange land. Det vil ikke være mulig å vektlegge en mer eller mindre identisk policy når en skal sertifisere fisk fra så ulike land som Sør – Afrika, New Zealand og Norge. Likevel kan dette føre til at miljøvernere og andre kommer på banen med kritikk som vil skade organisasjonens omdømme. Årsaken er at mange kan få problem med å

skjønne hvorfor en og samme organisasjon legger seg på ulike praksiser i land der en sertifiserer fiskerier. For eksempel kan enkelte få mistanke om at MSC lempet på kravene når de skal sertifisere fiskerier i land med svake forvaltningsregimer. Denne påstanden er kanskje ikke helt uten substans. Regelverket legger seg ikke på en spesielt streng linje ovenfor fiskeriene. Fiskerier som oppviser svakheter kan likevel bli sertifisert, og har fem år på seg på å kunne arbeide med, og eliminere, disse.

Marine Stewardship Council er som andre organisasjoner avhengig av midler for å kunne drive forsvarlig. Det vil derfor innebære store inntektstap for MSC om en legger listen for sertifisering for høyt, og slik støter fra seg fremtidige inntektskilder. Fiskerier som har betalt store summer gjennom sertifiseringsprosessen vil sannsynligvis forvente, kanskje kreve, å få noe igjen. I denne sammenheng kan det tenkes at Marine Stewardship Council kan få problemer med å fremme bærekraftige fiskerier når den på samme tid er avhengig av inntekter fra disse. Hoki - case kan brukes som et eksempel på at dette tidligere har vist seg å være vanskelig. Kanskje kan et ønske om inntekter gå foran målsettingen om å fremme en optimal miljøprofil. Fiskerier som driver på kanten av loven, de som er involvert i piratfiske og så videre, vet at de ikke vil oppnå sertifisering. En må da spørre hvem det er som vil ta kontakt angående en eventuell sertifisering. Sannsynligvis vil det være de fiskeriene som fra før har et noenlunde bra forvaltningsregime, og vet at de så å si er sikre på å bli sertifisert. På bakgrunn av dette er det ikke sikkert at MSC i betydelig grad fremmer et bærekraftig fiske. Det kan tenkes at organisasjonen bare "løfter frem" de som fra før scorer høyt på variabelen bærekraftig forvaltning. Uregulerte fiskerier vil ikke bli søkt sertifisert (Kristiansen 2006: 1), og vil kunne fortsette som før. De regulerte fiskeriene vil på sin side bli underlagt flere kontrollinstanser, et argument som blant annet Kristiansen påpeker i sin artikkel. Kristiansen sier at slik MSC fungerer i dag, så utgjør stiftelsen enda en kontroll av lovlydige fiskere som allerede er strengt kontrollerte gjennom nasjonale forvaltningsregimer (Kristiansen 2006: 1 og 2). Disse hadde kanskje holdt en tilfredsstillende miljøprofil uavhengig av en MSC - sertifisering eller ikke. En viss støtte i dette argumentet finner en om vi går til de land der Marine Stewardship Council til nå har sertifisert fiskerier. Majoriteten av landene er rike, høyt utviklede land i Europa, Oseania, og Nord Amerika. Det vil være lettere å sertifisere fiskestammer i Europa og Nord Amerika da nasjonene her har brukbare forvaltningsregimer, lite korrupsjon med mer. Disse landene er dessuten som oftest sikre betalere. Svært få land er blitt sertifisert i sør, kanskje skyldes dette at de ofte har svake forvaltningsregimer, mye korrupsjon og stor grad av illegitimt fiske. Dessuten vil de som regel være mer usikre betalere

enn fiskerier i nord på grunn av en presset økonomi. Marine Stewardship Council har sertifisert noen få fiskerier i sør. Både Sør- Afrika og Chile er inne på listen. Enkelte blir kanskje fristet til å bruke dette som holdepunkt for at MSC vier utsatte fiskerier i sør oppmerksomhet. Dette kan vise seg å være en noe forhastet konklusjon. Landene det her er snakk om er regionale vinnere, de kan ikke klassifiseres som typiske utviklingsland. Sør – Afrika fungerer som vekstmotor for store deler av det sørlige Afrika, Chile er en økonomisk suksesshistorie i Latin – Amerika. En kan derfor anta at disse landene har et noenlunde bra utviklet forvaltningssystem.

Fremstillingen får frem at KRAV tilsynelatende har et bra regelverk når en ser på bestemmelser angående selve fisket, og de aktiviteter som omgir dette. KRAV vektlegger og videreutdanning av personalet, dette skal forhåpentligvis sikre at organisasjonens regler bedre skal kunne etterleves. En kan ikke se at MSC har et strengt regelverk angående selve fisket. En finner heller ikke bestemmelser angående kompetanseheving av personalet i MSC s regelverk.

3.9.1 VEKTLEGGING AV VITENSKAPELIGE ANBEFALINGER

Kapitlet vil se på hvordan MSC stiller seg til vitenskapelige anbefalinger, en vil så drøfte sentrale sider ved disse funnene. Deretter vil en introdusere KRAV s bestemmelser på dette området, og se disse i forhold til MSC s regler. Til slutt vil en ha et avsnitt der en belyser den usikkerhet som generelt kan knyttes til fiskeriforskning. De funn som her avdekkes skal så drøftes.

Hoel skriver at MSC, i mindre grad enn FAO (FN s matvareorganisasjon), vektlegger vitenskapelige anbefalinger i sin forvaltningspraksis (Hoel 2004), og at MSC velger å nedtone FAO s råd om å legge ”beste vitenskapelige råd” til grunn for sin forvaltningspolicy (Hoel 2004: 26-27). Dette har resultert i at FAO er skeptisk til MSC, selv om MSC i det store og hele bygger på FAO s Code of Conduct, opplyser representant for Eksportutvalget for fisk. Videre sier representant for Eksportutvalget for fisk at FAO mener forvaltning av fisk må være et nasjonalt anliggende. MSC vil sannsynligvis ikke kunne samtykke i dette. Årsaken er at MSC som før påpekt ikke er en statlig organisasjon, men en privat stiftelse.

Et nærmere øyesyn på MSC s regelverk får frem at det kan oppleves som noe vagt når det kommer til hvordan en skal forholde seg til vitenskapelig kunnskap, herunder råd fra vitenskapelig hold. MSC sier at en skal vektlegge beste tilgjengelige informasjon og være føre var når en står ovenfor vitenskapelig usikkerhet. Formuleringen om vitenskapelig usikkerhet høres kanskje noe merkelig ut. All forskning og kunnskap som kan utledes fra dette er beheftet med usikkerhet. En kan derfor ikke slå seg til ro med dagens kunnskap, men hele tiden håpe at ny kunnskap kan bringe forvaltning av fiskeriene fremover. MSC krever dessuten at fiskeriet skal utforme en forskningsplan, men spesifiserer ikke hvordan dette skal gjøres i praksis. En nevner ikke hvilke personer som skal være sentrale i et slikt arbeid, hvem som eventuelt skal høres, hvilken kunnskap som skal vektlegges etc. En forklaring på dette kan kanskje være at MSC ikke ønsker å være for bundet opp til FAO s retningslinjer. Dessuten besitter ikke MSC samme ressurser som staten og har da ikke mulighet til å bruke store summer på marin forskning i egen regi. Forskningskunnskap som i helhet blir produsert av eksterne aktører kan representere en utfordring for MSC. Om MSC i stor grad implementerer vitenskapelige råd fra FAO og andre internasjonale organisasjoner så kan omgivelsene få ett inntrykk av at MSC i seg selv ikke er særlig viktig. Det kan befeste seg et syn om at MSC i hovedsak forvalter et regelverk utviklet av utenforstående aktører, og at disse er de som besitter kunnskap og legitimitet. Viktige støttespillere som ulike forbrukergrupper etc., kan da komme til å konkludere med at andre miljøorganisasjoner kan gjøre en like god jobb som MSC når det kommer til å fremme en mer bærekraftig forvaltning av verdens fiskerier. En slik utvikling kan bidra til at MSC vil oppleve økende neglisjering, noe MSC ikke kan ta lett på. Begrunnelsen for dette er at MSC er en privat stiftelse som langt på vei er avhengig av at miljøbevisste konsumenter og andre er opptatt av den, og støtter den økonomisk. For MSC er det viktig å få frem et budskap om at den representerer noe unikt i forhold til andre aktører. MSC må posisjonere seg i markedet versus andre ordninger som opererer innen samme segment.

KRAV sier at vitenskapelig kunnskap og råd skal ligge til grunn ved all bestandsbedømming (KRAV 2007: 163 og 165). Regelverket sier at bestanden skal være innenfor en bestemt biomasse, fisket skal dessuten ikke overstige høyeste grad av kritisk dødelighet. Når biomasse og dødelighet skal bedømmes ser en på biologiske kriterier (KRAV 2007: 165). I denne sammenheng har krav opprettet en fiskekomité som ledes av en forsker (KRAV 2007: 163), noe som kan bidra til øke KRAV s troverdighet med tanke på bedømming av fiskebestander.

KRAV nevner ICES (Det Internasjonale rådet for havforskning) i sitt regelverk, og at den vil respektere dens råd (KRAV 2007: 165).

MSC sier og at den vil forholde seg til internasjonale overenskomster, men sier ikke hvilke internasjonale overenskomster den vil vektlegge. For eksempel nevner ikke MSC ICES i sitt regelverk.

Det vil hele tiden bli utført forskningsarbeid som kan kaste nytt lys over bestandsbedømming, hvor mye fisk det er forsvarlig å ta opp, med mer. Problemet er at mengde fisk som kan utnyttes kommersielt varierer betydelig fra det ene året til det andre. Dette gjelder og når en ser på gjennomsnittsvekten for hver enkelt aldersgruppe (Maguire 1998). Maguire sier at "vekten av en aldersgruppe av torsk kan variere så mye som 30 prosent fra år til år".

Bestandsdømmingen vil da ha et avvik på + - 25 prosent, og som oftest vil bestandsdømmingen være mindre presis enn denne verdien (Maguire 1998: 27). I 1996 mente ICES at torskekvoten burde ligge på 900000 tonn. Året etter hadde organisasjonen data for ett ekstra år, og konkluderte med at kvoten for 1998 ikke skulle overstige 500000 tonn.

Bakgrunnen for at en anbefalte et så kraftig fall var at en beregnet mindre biomasse i 1997 enn hva som var tilfellet for 1996. I tillegg kom det endring angående selve forutsetningen for bestandsbedømmingen (Maguire 1998), denne endringen fikk stor betydning for kvotefastsettelsen. Hadde en brukt samme forutsetning som lå til grunn for kvoteberegningen i 1996 for 1997, så ville ICES fangstanbefalinger for 1998 vært 750000 tonn i stedet for 500000 tonn (Maguire 1998: 27). Dette illustrerer at fiskeriforskningen er beheftet med usikkerhet. Myndighetenes kvotefastsettelse baserer seg i stor grad på de råd som forskerne gir, og blir til tider utsatt for kritikk, da særlig fra fiskerne.

Kapitlet viser at MSC s regelverk angående vitenskapelige råd og anbefalinger fremstår som noe mangelfullt når det blir sammenliknet med KRAV s bestemmelser.

3.9.2 SPORING

Sjømatsektoren har i dag økende fokus på arbeidet med å utvikle sikre sporingssystem. Sporing er et system som gjør at en kan få tilgang til informasjon om det som har skjedd med

fisken, fra den ble tatt opp på fiskefeltet, til den ligger foran forbruker. Et slikt sporingssystem åpner for at en kan følge fisken helt tilbake til landingsstedet (Ulriksen 2007: 1). Målet har vært å etablere system ”som muliggjør rask og presis tilbakekalling av produkter når det er påkrevd, slik at man unngår at enkeltstående uhell og feil rammer hele næringen, eller i verste fall ødelegger markedet for en periode” (Standard Norge 2003:1). Komparasjon av sporingssystemer vil få frem hvilken miljømerkeordning som har det mest troverdige sporingssystemet. Om MSC har et like bra, eller bedre utviklet regelverk for sporing som KRAV, vil MSC fremstå som et tilfredsstillende alternativ til statlig forvaltning. En stor fordel med sporing er at et slikt system kan hindre ulovlig, uregistrert og urapportert fiske, noe som i sin tur vil bidra til å forbedre fiskeriets bærekraft. Først vil kapitlet skissere hvordan sporingssystem i praksis skal, og vil, fungere. Deretter foretas en komparasjon mellom regelverkene til KRAV og MSC: KRAV s bestemmelser angående sporing vil bli introdusert først, deretter følger MSC s regler.

Sporing av fiskeprodukter muliggjøres ved at hver enkelt vareenhet, både det ferdige produktet og selve råvaren, blir utstyrt med en unik identifikasjon (ID). Det er produksjonsenheten som tildeler produktet en slik ID. Etterfølgende virksomheter som utfører prosessert etc. som endrer produktet, for eksempel gjennom foredling, lager da en ny enhet og er pliktet til å påføre produktet en ny ID. For å identifisere disse produktenhetene tar en i bruk strekkoder (Standard Norge 2003: 2). Sporing kan således være et kvalitetssystem som i større grad enn før kan sikre at fisket er bærekraftig. I tillegg vil det være effektivt med tanke på å sikre mattrygghet. Om det viser seg at en har sendt ut vareparti som ikke holder pålagte kvalitetskrav kan en ved hjelp av ett slikt sporingssystem raskt finne frem til produsenten og hindre at nye forsendelser kommer ut på markedet. En kan anta at ett slikt system vil ha mye for seg. Mange vil huske kjøtt skandalene som flere ganger har rammet England. Landet har erfart store utbrudd av munn og klovsyke. Britisk kjøtt kom i vanry, og England fikk i perioder forbud mot å eksportere kjøtt og kjøttprodukter til andre EU land. Om en liknende situasjon oppstår innen fiskesegmentet kan sporingssystem hurtig finne ut hvor det dårlige varepartiet kommer fra, og begrense de skader dette eventuelt kan medføre for norsk sjømateksport.

KRAVs regelverk har bestemmelser for posisjonsbergning av fiskefartøyet, og sporing av fangsten. KRAV benytter seg slik av kontrollsystem som skal sikre at en kan dokumentere fangstreisen. Dette gjøres ved at fartøyet sender inn datainformasjon som ikke skal kunne

manipuleres. Fangsten blir deretter merket ute på havet og kan spores tilbake til det sted den er fisket. Fangsttidspunktet kan også spores ved hjelp av dette systemet (KRAV 2007: 168). KRAV ønsker ved hjelp av springssystem å sikre kontroll med fisken gjennom hele verdikjeden. Posisjonsberegning av fartøyet er i så henseende et godt gjennomtenkt kontrolltiltak da dette blir satt inn helt i begynnelsen av fisket. Det hjelper ikke om fiskefartøyet har miljømerket fisken om en ikke med sikkerhet kan vite hvor fartøyet har befunnet seg, og hvilken bestand det har fisket på. Dessuten er esker og annen emballasje merket for å sikre full sporbarhet ved landing og foredling (KRAV 2007: 171), noe som muliggjør kontroll bakover i prosessen. Fiskeriene bør ha systemer som kan muliggjøre kontroll. En kan anta at det for noen kan være fristende å jukse om en ikke har kvalitetssikringssystem som kan kontrollere de ulike leddene i prosessen fra fisken blir landet til den ligger foran kjøper i fiskedisken. Fravær av springssystem åpner for større grad av feilmerking, bevisst eller ubevisst, gjennom produksjons- og distribusjonsleddene.

KRAV har også regler som gjør at redskap og annet utstyr sannsynligvis kan spores direkte tilbake til eier (KRAV, 2007: 168). Formålet med denne bestemmelsen er at den skal bidra til å hindre at ødelagt utstyr etc. simpelthen blir kastet på sjøen. Slikt avfall, særlig plastkomponenter og poser, er i dag et stort og økende problem for det marine miljø. En observerer ofte at sjødyr og fugler vikler seg inn i slikt materiale og ofte ikke kommer løs. Dessuten spiser fugler og sjødyr plastavfall da de tror at dette er mat. Resultatet er at mange fugler og dyr unødig lider på grunn av at en ikke behandler avfall på en fornuftig måte.

Marine Stewardship Council utsteder som før nevnt et såkalt "chain of custody" sertifikat som skal bevise at produktene kommer fra et sertifisert fiskeri. Enkelte har påpekt at MSC s springssystem har svakheter (Kristiansen, 2006). Kritikken går ut på at MSC ikke i tilstrekkelig grad kan garantere at fisken som ligger foran konsumenten faktisk kommer fra et sertifisert fiske. Kristiansen sier at kontrollen bare gjelder selve fisket; omsetningen *etter* at fisken er landet fører ingen kontroll med (Kristiansen, 2006: 1). Da systemet ikke bygger på sporing (Kristiansen, 2006: 1) av fisk og fiskeprodukter, kan det være lettere å jukse. Kristiansen poengterer i sin artikkel at det største problemet for norsk sjømatnæring i dag er sviktende kontroll med landinger av uregistrert og ulovlig fanget fisk (Kristiansen 2006: 2). Ledende supermarked – kjeder i Storbritannia har dessuten kommet i søkelyset og blitt beskyldt for å villedde konsumenter. Årsaken til dette er at kjeder som Sainsbury og Harrods har solgt oppdrettsfisk som villfisk. En har og sett på andre ledende supermarked – kjeder.

Heller ikke disse har kunnet fremvise skikkelig merking av sine fiskeprodukter. På grunn av mangelfull merking kunne kontrollørene ikke si hvordan, og hvor, fisken faktisk var produsert (Smithers, 2007). Den engelske supermarked – kjeden Sainsbury har et nært samarbeid med MSC, og er med det mottaker av MSC sertifisert fisk.

Kapitlet får frem at KRAV s regelverk angående sporing av fisk og fiskeprodukter i dag fremstår som mer troverdig enn MSC s regelverk. Årsaken er at KRAV har et godt utviklet sporingssystem som kan spore fisken hele veien fra fiskefeltet til den ligger i fiskedisken. Et slikt tiltak vil være et fornuftig instrument som medfører at en bedre kan kontrollere ressursuttaket. Dette vil fremme en mer bærekraftig utvikling innen fiskeriene.

3.9.3 MILJØGIFTER

Dette kapitlet skal se på hvilke bestemmelser regelverkene til MSC og Debio har angående fremmedstoffer i fisk og fiskeprodukter. Slik kan det avdekkes hvilken ordning som har det mest troverdige regelverket angående å sikre konsumentenes helse. Først vil en se kort se på fisk og tilstedeværelse av miljøgifter, anbefalte grenser for inntak av fisk, herunder hvilke grupper som må være ekstra påpasselige. Så sees det på KRAV s bestemmelser angående fremmedstoffer i fisk, og hvilke regler MSC har utarbeidet om samme tema, og så gjøre en kort komparasjon. Deretter vil kapitlet se på den begrepsforvirring som hersker angående hva miljømerket faktisk står for. En utfordring er at ulike aktører, for eksempel konsumenter, kan komme til å tolke merket ut fra personlige ønsker og overbevisning.

Miljøgifter i mat er et problem som blir viet stor oppmerksomhet, både nasjonalt og internasjonalt. Forurensing fra menneskelig aktivitet, for eksempel avfall fra industri med mer, vil over tid ofte akkumulere seg i levende organismer. Det som blant annet gjør utfordringer knyttet til diverse miljøgifter ekstra bekymringsverdig, er at en nå finner igjen mange av disse fremmedstoffene i mat som går til menneskelig konsum.

Innen fiskesegmentet har undersøkelser vist at spesielt fet fisk akkumulerer fremmedstoffer over tid. Fisk er i seg selv en svært sunn proteinkilde, men på grunn av problemer knyttet til opptak av ulike fremmedstoffer, så må en være føre var angående høyt konsum av fet fisk. I denne sammenheng viser undersøkelser at en ikke bør spise mer en to måltider fet fisk per uke

om en vil unngå å bli eksponert for et for høyt nivå av ulike miljøgifter (Alternativ 2006: 1). Myndighetene har utarbeidet retningslinjer for hvor mye fet fisk som kan konsumeres før en når en grense som kan medføre eventuell helserisiko. Angående miljøgifter så er det gravide og ammende som er de mest sårbare gruppene (Mattilsynet 2007. 1).

KRAV har bestemmelser som har til hensikt å fremme mattrygghet. Mattrygghet innebærer at den maten en spiser ikke må overstige anbefalte verdier med tanke på fremmedstoffer som kan skade individet. Eksempel på slike stoffer er bly, PCB etc. KRAV har regler for hvor høye verdier av fremmedstoffer fisk kan inneholde. Overstiges disse maksimalverdiene tillates den ikke å brukes til menneskelig konsum. Et resultat av dette er at lever fra Finskebukten, Bottenviken og Østersjøen i dag ikke blir sertifisert av KRAV (KRAV 2007: 165 -166), da innholdet av miljøgifter regnes for å være for høyt.

MSC s regelverk har i dag ikke bestemmelser angående fremmedstoffer i fisk. MSC kan da ikke garantere forbrukeren at fisken holder seg innenfor anbefalte grenser når en ser på tilstedeværelse av stoffer som kan utgjøre en risiko for konsument. Dette kan oppleves som problematisk. I dag vet en at inntak av ulike miljøgifter kan skade konsumentene, spesielt de som har et høyt inntak over lang tid.

Et annet problem som kan oppstå når en introduserer miljømerker er at det hersker betydelig grad av usikkerhet med tanke på hva som bør, eller skal, legges i et slikt begrep. En kan erfare at begrep som bærekraft blir forvekslet med andre begrep, for eksempel mattrygghet. Mange kan tro at disse begrepene lover det samme, noe som ikke er riktig.

A) Bærekraftig utvikling er et begrep som det er redegjort for tidligere i oppgaven. Kort sagt innebærer dette at fiskestammen og miljøet rundt ikke blir overbeskattet/skadet.

B) Mattrygghet vil på sin side si at mat som konsumeres skal holde seg innenfor anbefalte maksimalverdier av skadelige fremmedstoffer som pcb, bly, kadmium etc.

Produsenten av et gitt produkt har sin definisjon og forståelse av hva miljømerket står for, og hva dette produktet lover konsumenten. Men ulike konsumenter kan på sin side legge noe annet i merkeordningen enn hva produsenten har forutsatt. I det store og hele kan en nok regne med at ulike konsumentgrupper vil gjøre opp sin egen mening om hva som legges i et slikt begrep, da forbrukerne generelt ikke har klare forestillinger om hvilke kriterier som legges til grunn for ulike marine miljømerker (Nordisk Råd 1998: 2). Ett eksempel fra USA bidrar til å illustrere dette på en god måte. "Dolphin Safe" var det første merket som ble brukt

til å miljømerke fiskerier. Merket skulle garantere at tunfisken var fanget på en måte som ikke medførte at en på samme tid fikk stor bifangst av delfiner. Et problem som en da erfarte var at mange konsumenter feiltolket hva merket stod for. Merket ble ofte forstått som en garanti for at produktet ikke inneholdt delfinkjøtt (Miljølære 2007). Som en kommentar til dette kan det påpekes at FAO s fiskerikomité i 2003 kom med forslag der en ønsket å fremme internasjonale retningslinjer for miljømerking. Det vil være en fordel om dette blir implementert, da en internasjonal standard vil resultere i at miljømerkeordninger ”må oppfylle felles kriterier” (Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening 2004: 1). Fiskeri- og havbruksnæringens landsforbund påpeker i denne sammenheng at MSC i dag ikke oppfyller de krav til kriterier og prosedyrer som FAO mener bør gjelde angående miljømerking (Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening 2004). I det store og hele kan en argumentere for at den begrepsforvirring som råder angående hva miljømerker faktisk står for, og lover konsumentene, er en kilde til usikkerhet for fiskerier som benytter seg av slike ordninger. Om mange forbrukere misforstår hva miljømerket lover dem, kan sertifiserte fiskerier erfare svekket omdømme i markedet. Det er og interessant å merke seg at konsumenter som kjøper miljøvennlige varer ikke nødvendigvis handler ut fra hensyn til miljøet. Konsumentene er ikke rene altruister, men handler primært ut fra egeninteresse, egoistiske motiver er en viktig drivkraft når en kjøper miljømerkede produkter. Med andre ord vil mange konsumenter først og fremst vektlegge at en selv kan oppnå en eventuell helsegevinst ved å spise miljømerkede produkter. Hensyn til miljøet kommer slik i annen rekke (Nordisk Råd 1998: 1).

Denne fremstillingen viser at KRAV har grenseverdier for hvor mye fremmedstoffer som kan aksepteres i fisk som brukes til menneskelig konsum. MSC har i dag ikke tilsvarende bestemmelser i sitt regelverk. Dessuten får kapitlet frem at det hersker betydelig grad av begrepsforvirring blant både konsumenter og produsenter angående hva miljømerker står for. En utfordring her er da at ulike konsumenter kan komme til legge sin private tolkning til grunn når de gjør seg opp mening om hva merket står for og lover dem.

3.9.4 KOMPARASJONEN AV MSC OG KRAV S REGELVERK SETT I

I HENHOLD TIL OPPGAVENS TEORIDEL

MSC er et internasjonalt miljømerke som brukes innen marin sektor, og kan forstås som et forsøk på merkevarebygging i privat regi. Merket, eller logoen vil tilføre organisasjonen økt status, noe som i sin tur skal føre til økt oppmerksomhet hos konsumentene. Ved å fremstå som en selvstendig merkevare vil MSC kunne differensiere seg fra andre, likesinnede ordninger som opererer innen samme konkurransesegment. Lykkes MSC med dette så kan den øke sin inntjening/profitt versus andre miljømerkeordninger innen marin sektor, da den vil være i stand til å generere større omsetning og bedre pris på sine miljøprodukter. Merkevare - ordninger må klare å selge meningsfulle budskap til konsumenter, og viktige kundeverdier vil bli forsøkt knyttet til merkevarens produkter, for eksempel bærekraftig forvaltning innen marin sektor. MSC s er et funksjonelt merkevarekonsept som skal kunne bidra til at konsumenter kan kjøpe fisk og sjømatprodukter fra bærekraftige bestander: MSC bidrar slik til å løse problem som overfiske. Dessuten er konseptet et opplevelsesbasert/nytellesbasert merkevarekonsept, da konsumenten vil kunne få en god følelse da en støtter en etisk sak ved hjelp av lommeboken. Det er også mulig å tolke MSC som et symbolsk merkekonsept. Årsaken er at miljømerkeordningen kan bidra til å fremme et positivt selvbilde hos konsumenter som kjøper miljøprodukter, og skape felles tilhørighet med grupper en mener deler samme verdier som en selv. MSC bedriver i hovedsak organisasjonsbranding, da den har overordnet fokus på hva MSC (underforstått MSC som organisasjon), vil, og kan, gjøre innen fiskerisektoren. Det blir da naturlig å forstå MSC logoen som en masterbrand, da merket vil tilføre merkevarestatus til hele produktspekteret. Dette vil gjøre det lettere for MSC å introdusere og markedsføre nye fiskeslag og marine produkter ovenfor konsumentene, begrunnelsen for dette er at alle produktene får oppmerksomhet gjennom MSC s overordnede status som felles merkevare.

KRAV er et forsøk på merkevarebygging i statlig regi. KRAV er en økologisk merkevareordning som markedsfører seg selv, på samme måte som MSC, ved hjelp av egen merkevarelogo som konsumenter kan gjenkjenne. KRAV s logo skal på samme måte som for MSC gi denne økologiske merkevareordningen høyere markedsstatus og bedre inntjeningen gjennom øket salg og høyere pris for økologiske produkter. Også KRAV s logo kan forstås

som en masterbrand, et overordnet, felles merke som vil danne tak over organisasjonens konsumprodukter. Også KRAV kan sies å være et funksjonelt merkekonsept da organisasjonen har som målsetting å fremme bærekraftig fiske, i tillegg til bærekraftig fiskeriforedling. I det store og hele fikk sammenlikningen av regelverkene frem at MSC oppviser en del svakheter og mangler. En kan si at MSC fremstår som et noe ufullkomment merkevarekonsept sammenliknet med KRAV. Begrunnelsen for dette er at MSC i hovedsak konsentrerer seg om regler som kan knyttes til selve fisket. MSC s regelverk er på grunn av dette sannsynligvis ikke tilfredsstillende med tanke på å forebygge ”allmenningens tragedie”, da en blant annet mangler et sterkt sporingssystem. Det er vanskelig å se at MSC oppviser en tilfredsstillende profil ovenfor CSR konseptet. Kjernen i CSR er at virksomheter må tenke utover egen profitt, og være opptatt av miljøet og omgivelsene der en har etablert seg: Som før påpekt har MSC hovedfokus på selve fisket, merkevarekonseptet vil på grunn av det vanskelig kunne oppfylle de krav som CSR stiller til virksomheter. KRAV regelverk viser at den har et bredere nedslagsfelt enn MSC; ordningen søker langt på vei å se utover de aktiviteter som kan knyttes til selve fisket.

Statlig ressursforvaltning vektlegger at staten kan harmonere mange, ofte motstridende interesser. Statlige ordninger som KRAV vil slik også være opptatt av å sikre konsumenters helse. Hoki – kapitlet må plasseres i en teoretisk forståelsesramme. Teorien om ”allmenningens tragedie” kan fange opp mange av de funn som kom frem i dette kapitlet. Teorien om ”allmenningens tragedie” vektlegger at det som kan være rasjonelt for en aktør på kort sikt, kan gi resultater som er underoptimalt for gruppen som helhet i et lengre tidsperspektiv (Jentoft 1998): En kan anta at MSC i dette eksemplet ikke maktet å forvalte Hoki – stammen på en bærekraftig måte da muligheten til store inntekter/profitt gikk på bekostning av en optimal ressursforvaltning. I denne sammenheng kan det tenkes at også andre fiskerier kan ha blitt skadelidende på grunn av MSC s mangelfulle forvaltning av Hoki stammen. Teorien om kollektiv handling sier at det må foreligge en form for tvang om en skal få individer til å fremme sine felles interesser. Frittstående grupperinger vil ofte møte problemer når det kommer til å fremme optimale løsninger innen ressursbaserte næringer som fiskeri. For å få en bedre kontroll og overvåkning av fiskerier kan en satse på forvaltning i statlig regi. Staten vil begrense enkeltaktørers atferd, kontrollere disse, og sanksjonere ovenfor aktører som opptrer klanderverdig. Hobbes skriver i sin bok Leviatan at det alltid vil være knapphet med tanke på ressurser. Knapphet på fisk fører til at Leviatan (staten) må inn

for å forebygge ”allmenningens tragedie”. I Høki – case gikk staten inn da ressursforvaltningen i privat regi oppviste for store svakheter.

4.0 MILJØSERTIFISERING I NORSK KONTEKST:

MSC S SERTIFISERING AV NORSKE SEI – FISKERIER

I dette hovedkapitlet skal det sees på miljøsertifiseringen av de norske sei – fiskeriene. En vil ha som formål å få frem forklaringer til at nettopp disse fiskeriene ble miljøsertifisert i regi av MSC. I første kapittel har en gitt en kortfattet oversikt over disse fiskeriene. I andre kapittel ses det på markedsforklaringer for at norske sei fiskerier ble miljøsertifisert. Tredje kapittel beskriver hvordan sertifiseringsorganet evaluerte fiskeriene, og leseren blir presentert for de funn som her kom frem. I siste kapittel vil analysene bli koblet tettere sammen med det teorimaterialet en har til rådighet.

4.1 INTRODUKSJON: DE NORSKE SEI - FISKERIENE

Dette kapitlet vil gi leseren en beskrivelse av de norske sei – fiskeriene som denne sommeren fikk sin miljøsertifisering av MSC. En vil starte med å skissere hovedfiskeriene, hvor disse er lokalisert med mer, fangstuttak, og hvilke nasjoner som deltar i dette fisket. Deretter beskrives utstyr som brukes under fisket. Så gis leseren en oversikt over inntekter som genereres fra sei - fiskeriene. Til slutt i kapitlet nevnes hvilke statlige organ som forvalter disse fiskeriene.

De norske sei – fiskeriene er lokalisert til to regioner; i Nordsjøen (nordsjøsei) og nord for den 62 breddegrad (nordøst – arktisk sei).

Norsjø – seien oppholder seg i kystnære farvann når den er ung. Da kan den lokaliseres langs vest og sørkysten av Norge, dessuten langs kysten av Shetland og Skottland. Når seien er ca tre år migrerer den til Nordsjøens nordlige del. Nordsjøseien blir kjønnsmoden når den er mellom 4 – 6 år, gytingen tar til i januar – mars (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 11). Sei – fisket i Nordsjøen hadde i 2007 en total tillat fangstkvote på 123.000 tonn (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 12). Kvoten blir delt mellom EU og Norge. Norges kvoteandel utgjør litt over halvparten, nærmere bestemt 52 prosent, av total fangst (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 12). Majoriteten av fangsten blir tatt opp av norske, franske og tyske trålere (Agnew,

Hoel, Hough, Piling 2008: 14). Ca 78 prosent av den norske sei fangsten blir tatt opp av bunnet, 13 prosent blir fisket med fiskegarn og langline, 9 prosent blir landet ved hjelp av snurpenot, og 1 prosent av seifangsten blir fisket med annet utstyr (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 14).

Den nordøst – arktiske sei – bestanden befinner seg langs kysten av Norge og Russland, fra Kolahalvøya i nord, til Møre i sørvest. Seien blir kjønnsmoden mellom 4 og 7 år, og gyting skjer fra Lofoten området til Nordsjøen rundt februar måned når temperaturen er mellom 6 til 10 grader (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 11). Sei - fiskeriet i nord er viktigere enn fisket som foregår i Nordsjøen. Fisket etter nordøst – arktisk – sei skjer ved hjelp av tre typer fiskeutstyr: trål, snurpenot og fiskegarn. Fisket foregår om sommeren, da i fjordene og nær kysten. Total tillatt fangstkvote i 2007 var på 202.000 tonn. Majoriteten av fangsten, over 90 prosent, blir landet av norske fartøy, resten blir tatt opp av fiskefartøy fra EU og Russland. De siste 10 år ble 40 prosent av den norske fangsten av nordøst – arktisk sei tatt opp ved hjelp av bunnet, 25 prosent ble fisket med snurpenot, 20 prosent ved hjelp av fiskegarn og 15 prosent av fangsten ble tatt opp med konvensjonelt utstyr; lang og handline, i tillegg til annet not utstyr (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 13).

Når en ser på perioden 1995 – 2004 så har sei – fiskeriene samlet generert verdier mellom 700 millioner og 1 milliard kroner. Sei - fiskeriene er med det rangert som nummer 4 på listen over de viktigste fiskeriene i Norge (Moody Marine 2008: 12). Sei – fiskeriene forvaltes av Fiskeri – og kystdepartementet, i tillegg til Fiskeridirektoratet (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 17).

4.2 MARKEDSFAKTORER SOM DRIVKRAFT MED TANKE PÅ MILJØSERTIFISERING AV NORSKE SEI - FISKERIER

Kapitlet vil skissere markedssituasjonen for norsk sei, og hvorfor aktører ønsket en MSC sertifisering av dette fiskeslaget.

Mikkelsen skriver at norsk eksport av fryst sei - filet og blokk har hatt en negativ pris – og volumutvikling de siste årene. En forklaring på dette er konkurransen fra en annen hvitfisk - art, Alaska pollock. Alaska pollock blir eksportert fra USA, og økt produksjon av blokk fra dette fiskeslaget har presset prisene på det europeiske blokkmarkedet (Mikkelsen 2005: 3). Alaska pollock har miljøsertifisering fra MSC, og fiskeriet mener at sertifiseringen vil hjelpe dem på EU – markedet der det er økt fokus på miljømerkeordningen MSC (Mikkelsen 2005: 3). Riise sier at norske fiskeeksportører har opplevd å bli utestengt fra markeder fordi fisken ikke bærer miljøsertifikat, og at spesielt pollock har gitt norsk sei sterk konkurranse (Riise 2006). En annen utfordring er at hvitfisk – markedet generelt er lite arts – spesifikt; lojaliteten mot bestemte arter er liten, noe som innebærer at den ene arten raskt erstattes av en annen hvis pris eller andre kvaliteter, for eksempel miljø, endres, eller får større betydning, skriver Braathen (Braathen 2004: 20). Miljømerkeordningen MSC er etterspurt i England, Frankrike, Nederland, Sveits, Sverige og USA. 65 prosent av norsk fisk blir eksportert til EU – markedet, Alaska pollock er således en direkte konkurrent med norsk sei innen viktige markedssegment med sterk kjøpekraft. En miljøsertifisering i regi av MSC kan være et instrument for igjen å kunne komme inn på markeder en før var posisjonert i, men så mistet, blant annet til Alaska pollock (Riise 2005: 1). Spesielt er dette relevant med tanke på det engelske og tyske markedet. En MSC - sertifisering gjør det mulig å ta opp konkurransen med Alaska pollock, i tillegg åpnes også nye etterspørselssegment i Øst – Europa og Brasil. Slik vil en MSC – sertifisering kunne gi norske eksportører flere ben å stå på. Det som ytterligere drev frem en slik aspirasjon var visshet om at denne hvitfisk stammen var tilfredsstillende forvaltet, og at en da så å si var sikker på å motta en miljøsertifisering, opplyser representant for Fiskebåtredernes Forbund. Dette synet får også støtte når en går til andre kilder. ICES slår fast i sine bestands - vurderinger at sei – bestanden nord for 62 breddegrad er bærekraftig forvaltet, det samme gjelder for bestanden i Nordsjøen, Skagerrak og vest av Skottland og Rockall (Mikkelsen 2005: 3). Dessuten ønsket næringen å tilegne seg kunnskap og erfaring med selve MSC prosessen, ikke minst om dette konseptet fungerte ovenfor markedet. En håpet at en slik sertifisering kunne bidra til å løfte frem seien, og øke salget av dette fiskesalget med bakgrunn i større oppmerksomhet omkring sei i markeder der MSC har gjennomslag, i henhold til representant for Eksportutvalget for fisk.

4.3 MOODY MARINES SERTIFISERING AV SEI – FISKERIENE: **PRESENTASJON OG DRØFTING AV SENTRALE FUNN**

Sertifiseringsprosessen knyttet til norske sei - fiskerier vil kunne gi viktig informasjon om hvor MSC legger listen ovenfor de fiskerier som ønsker å bli sertifisert. Med andre ord, blir kravene skjerpet eller svekket versus nåværende statlig ressursforvaltning? Om miljøsertifisering i regi av MSC resulterer i en like god, eller bedre miljøprofil, vil denne private ordningen fremstå som et troverdig alternativ til den tradisjonelle statlige fiskeriforvaltningen. Her skal en presentere sertifiseringsorganet Moody Marine og hvordan denne foretok miljøsertifiseringen av de norske sei – fiskeriene, deretter hva sertifiseringskostnadene til slutt havnet på. Deretter nevnes de enkeltstående sei - fiskerier som i dag har mottatt sertifisering, så presenteres de funn som Moody Marine avdekket i sin rapport. Disse funnene vil så bli drøftet.

I miljøsertifiseringen av de norske sei - fiskeriene så var det Moody Marine som ble valgt som sertifiseringsorgan. Moody Marine er et internasjonalt sertifiseringsbyrå med hjemstedadresse i Storbritannia (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 1), denne har foretatt miljøevaluering av sei – fiskeriene på vegne av sin norske klient, Fiskebåtredernes Forbund. Moody Marine brukte et poengsystem når de evaluerte hvert enkeltstående sei – fiskeri. Høyeste poengsum var 100, minste poengsum for å bli godkjent for sertifisering var 80 (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 51). Hvert fiskeri fikk så poeng innen tre kategorier: Bestandens bærekraftighet, opprettholdelse av økosystem, og effektiviteten til forvaltningssystemet (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 53 – 56). Alle disse kategoriene ble vektlagt likt (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 52). Evalueringen, basert på ovenstående kriterier, ble utført av et team av norske og utenlandske eksperter innen felt som fiskeri - og biologi (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 5, 48 og 49). Fiskeriet må på sin side lage en handlingsplan, der det skisserer hvordan det skal løse eventuelle miljøproblemer som ble avdekket under sertifiseringsprosessen, opplyser representant for Eksportutvalget for fisk. Moody Marines evalueringsprosess ble utført i henhold til MSC s regelverk som tidligere er blitt presentert i denne oppgaven. Moody Marine har hatt jevnlig møter med norske aktører, blant annet representanter for fiskeindustrien, Fiskeridirektoratet, Fiskeri – og kystdepartementet og Norges Råfisklag (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 49 – 50).

Dessuten har det vært kontakt med Havforskningsinstituttet, andre klienter av MSC; den såkalte client fishery group, som har årlig møte, og store supermarked – kjeder i blant annet England, Frankrike og Tyskland, opplyser representant for Fiskebåtredernes Forbund. Sertifiseringsorganet har på sin side utarbeidet en rapport der anbefalingene til evalueringsteamet, eventuelle innvendinger fra ulike stakeholders etc., ble forelagt Moody Governing Board. Dette organet er uavhengig av evalueringsteamet. Moody Governing Board gjorde sluttevalueringen på vegne av MSC (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 5), og representant for Eksportutvalget for fisk kan opplyse at sei – fiskeriene fikk sin miljøsertifisering i juni måned dette året. Norsk nordsjøsei, og norsk nordøst – arktisk – sei, består av mange forskjellige enheter/fiskerier. Disse er lokalisert til sitt spesielle område, og innen hvert fiskeri tas ofte i bruk ulike typer redskap. På grunn av dette så har hele 10 sei fiskerier blitt vurdert separat. Disse har således hver for seg mottatt sitt eget sertifiseringssertifikat (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 3).

Selve sertifiseringen av fiskeriene kostet 750.000 kroner, sannsynligvis blir prisen 1000.000 kroner når en kalkulerer inn kostnader ved årlige kontroller i 5 år. Kostnadene forventes for øvrig å gå ned etter hvert som flere sertifiseringsorgan kommer på banen og ønsker oppdrag. Representant for Fiskebåtredernes Forbund sier at prisen en betalte ble den en på forhånd hadde budsjettet med. Kostnadene blir finansiert gjennom fellesskapsløsninger; 2/3 blir betalt av salgslagene, 1/3 blir betalt av Eksportutvalget for fisk. Eksportutvalget for fisk har betalt personellressurser og selve forarbeidet i markedet, i henhold til representanter for Fiskebåtredernes Forbund og Eksportutvalget for fisk.

Når en går til Moody Marines evaluering av sei - fiskeriene, så viser rapporten at samtlige 10 fiskerier oppnådde score over de minstekrav som kreves for å bli innvilget miljøsertifisering. Laveste poengsum ble 81, høyeste poengsum ble 90 (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 53 – 56).

Sertifiseringsbyrået påpeker likevel flere miljøaspekt som bekymrer, og som det må arbeides videre med for å kunne skjerpe fiskerienes miljøprofil. Felles for alle fiskerier, og alt utstyr som brukes, er at Moody Marine i sitt sertifiseringsarbeid har måttet forholde seg til stor grad av usikkerhet. Blant annet påpekes det at en har svakt grunnlag for å bedømme nyrekruttering til fiskestammene. I tillegg kjenner en ikke til hvilken effekt dyr har på sei – fiskeriene; disse varierer i antall og vandrer inn og ut av fiskestammen. Moody Marine påpeker at usikkerhet

knyttet til disse faktorene kan føre til at den totale fangsten blir satt høyere enn føre – var prinsippet normalt skulle tilsi (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 57). For å hankses med disse utfordringene bør fiskeriet få på plass en handlingsplan som skal peke ut spesifikke områder for datainnsamling. En slik plan må være på plass 12 måneder etter sertifisering, og implementeres innen 36 måneder. Som et alternativ må fiskekvotene fastsettes ut fra sterkt hensyn til føre – var prinsippet. Her skal det settes en totalkvote som er i overensstemmelse med ICES råd (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 57).

Angående bi – fangst sier Moody Marine at alle fiskerier bør ha data materiale som gir et fundert grunnlag for å kunne beregne alle typer bi – fangst, inkludert utkast etc.

Datagrunnlaget skal kunne brukes til å beregne hvilken effekt bi – fangst har på hver art: kommersiell og ikke – kommersiell fisk, i tillegg til dyr og fugler (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 58). Program for innsamling av slike data må være på plass innen 12 måneder etter sertifisering. Full evaluering gjøres innen en tidsramme på tre år. Utfordringer knyttet til bi - fangst blir viet betydelig oppmerksomhet i avsnittet som omhandler det nordøst – arktiske sei - fisket. Årsaken er at fiskeutstyr som garn og handline innebærer risiko for at fiskeriet på samme tid tar opp kysttorsk. Noe som gjør dette ekstra bekymringsverdig er at kysttorsken i dag er nedfisket og truet (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 58). For å prøve å løse dette må fiskeriet få på plass et separat rapporteringssystem over bi – fangst av kysttorsk, i tillegg til en tilhjelingsplan. En har bestemte tidsfrister for når systemet skal være på plass; innen 6 måneder etter sertifisering. Full evaluering gjøres innen tre år (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 59). Også når det gjelder nordsjøfisket etter sei så erfares problem med bi – fangst. I dette tilfellet har en fokus på alt utstyr som brukes under dette fisket. Moody Marine skriver i rapporten at nordsjøtorsken i dag er nedfisket. Sertifiseringsbyrået sier at en også her må evaluere i hvilken grad sei – fisket påvirker torskestammene. Fiskeriet må få på plass tiltak som i så stor grad som mulig begrenser bi – fangst. Dessuten må bi – fangst rapporteres og en skal bruke tilgjengelig data slik at en har tilstrekkelig oversikt over tilheling. Tidsfristene er som for kysttorsk (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 59).

Moody Marine sier dessuten at sei – fisket kan skade fredede korallrev. Dette gjelder så å si alt fiskeutstyr. Foreligger det slik risiko skal fiskeriet komme opp med en handlingsplan. En vurdering skal gjøres innen 3 år etter sertifisering (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 59).

Moody Marine påpeker at det er vanskelig å evaluere fiskeriene, da en ikke har oversikt og kunnskap over mange av de faktorer som påvirker fiskestammen. For å prøve å forbedre denne situasjonen ønskes kvotefastsettelse i samsvar med ICES retningslinjer, noe som får frem at Moody Marine har lagt betydelig vekt på vitenskapelige råd og anbefalinger. Moody Marine sier den har fulgt MSC s regelverk når den har sertifisert sei – fiskeriene. Dette kan til tider virke noe rart, da oppgaven tidligere har avdekket at MSC ikke sier noe bestemt om ICES i sitt regelverk. Moody Marine har dessuten vektlagt strenge bestemmelser for å løse utfordringer knyttet til bi – fangst av kysttorsk og torsk. Sertifiseringsorganet har også i denne sammenheng gått lenger enn MSC s bestemmelser, da det blant annet har definert fugler og dyr innunder begrepet bi - fangst. Det Internasjonale Havforsknings- rådet har siden 2004 anbefalt full stans i fisket etter kysttorsk, og i 2006 var gytebestanden den laveste som noen gang er observert, i henhold til Verdens Naturfond. Status i dag er at kysttorsken er truet (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 58), og er oppført på Artsdatabankens rødliste, skriver Verdens Naturforbund (WWF 2007: 2). En ny rapport fra havforskningsinstituttet viser at fritidsfiskere tar opp fem ganger mer kysttorsk enn yrkesfiskerne. Havforskningsinstituttet ønsker i denne sammenheng tiltak ovenfor fritidsfiskerne, blant annet krav om minstemål på torskefisk på 36 centimeter, og økt maskevidde på fiskegarn (Bjartvik 2008: 7). Dette får frem at problematikken knyttet til bi – fangst av kysttorsk ikke kan løses bare ved at fiskeflåten alene innfører strenge regler, selv om tiltaket i seg selv er prisverdig.

Moody Marine omtaler utfordringer knyttet til at fisket kan skade korallrev.

Sertifiseringsbyrået sier i denne sammenheng at spørsmål knyttet til korallrev ikke er spesielt sentralt med tanke på MSC s regelverk (Agnew, Hoel, Hough, Piling 2008: 59 -60).

En får inntrykk av at sertifiseringsbyrået Moody Marine legger listen i overkant av hva regelverket til MSC krever. Representant for Fiskebåtredernes Forbund sier at Moody Marine satte strenge kriterier når de sertifiserte sei – fiskeriene, og at sertifiseringsprosessen opplevdes å være mer krevende enn hva de på forhånd hadde forventet. Representant for Eksportutvalget støtter langt på vei en slik påstand. Blant annet påpekes det at handlingsplanen som fiskeriet må få på plass for å løse miljøutfordringer som sertifiseringsorganet har påpekt, viste seg å bli en svært tidkrevende affære. Inntrykket er at sertifiseringsbyrået vil justere høyden på lista alt etter hvor godt fiskeriet er forvaltet, og at det uansett ønsker å finne noe å påpeke, sier representant for Fiskebåtredernes Forbund. I sertifiseringen av norske sei – fiskerier samarbeidet sertifiseringsbyrået nært med den norske

forvaltningssiden. MSC - sertifiseringen av sei – fiskeriene endte med at sei fiskeriene miljøprofil fikk et løft. Dette kan sannsynligvis tas til inntekt for at et forvaltningssystem der private og offentlige interesser har et sterkt og nært utviklet samarbeid kan fremskaffe en miljøforvaltning der en i enda sterkere grad enn i dag vektlegger positive bidrag fra både offentlige og private aktører.

4.4 SEI – CASEN SETT I FORHOLD TIL TEORIMATERIALET

En skal nå bruke tilgjengelig teori som kan ramme inn kapitlet. Norske aktører ønsket å miljøsertifisere norsk sei da fiskeslaget erfarte hard konkurranse fra MSC sertifisert Alaska pollock. Teori om merkevarebygging kan brukes, da MSC logoen vil gi norske sei – eksportører dra hjelp. MSC er den største ordningen innen marin miljømerking og dens merkevarestatus vil kunne sikre salget av norsk sei og norske sei produkter på viktige og godt betalende markeder i Vest – Europa. På denne måten vil en få et konkurransefortrinn versus andre hvitfisk – arter som konkurrerer med norsk sei innen samme markedssegment. Ved å la seg sertifisere av miljømerket MSC håper norske sei – eksportører dessuten at MSC s merkevarestatus kan bidra til å gi produktene en prisøkning. CSR konseptet er også svært relevant, da MSC - sertifiseringen førte til at sei – fiskeriene har fått en bedre miljøprofil. I sertifiserings - prosessen ble det lagt vekt på en holistisk tankegang med tanke på økosystemene som fiskeriene er en del av: Moody Marine hadde blant annet sterkt fokus på utfordringer knyttet til bi - fangst av torsk og kysttorsk, og skade på korallrev. En slik tilnærming harmonerer godt med de kjerneverdier som er nedfelt i CSR. Dette konseptet vektlegger at en må tilstrebe seg på å se utover egen virksomhet og ha fokus på det miljøet en driver virksomhet i. CSR – konseptet kan dessuten ses på et instrument som miljømerkeordninger som MSC kan ta i bruk da omgivelsene forventer dette. Om en ikke fremviser forventet atferd i henhold til gjeldende normer og trender kan dette føre til svekket omdømme, markedstap og lavere inntjening. CSR - konseptet har internasjonalt gjennomslag, og får økt fokus: MSC er en internasjonal miljømerkeordning som har aktiviteter i mange land. For denne ordningen vil det være strategisk å kommunisere at en er opptatt av miljø og sosiale forhold. Dessuten harmonerer det godt med organisasjonens målsetting som skal fremme bærekraft innen fiskeriene, verdier som har gjennomslagskraft hos kjøpesterke konsumentgrupper.

Fremstillingen fikk dessuten frem at sertifiseringen av norsk sei skjedde i nært og tett samarbeid med statlige forvaltningsorgan. Sertifiseringsbyrået påpekte særlig kontakten med Kyst og fiskeridepartementet og Fiskeridirektoratet. Disse har hatt en sterk tilstedeværelse i prosessen som til slutt endte med miljøsertifisering av norsk Norsjø – sei og nordøst – arktisk sei. Dette kan langt på vei underbygge teorimaterialet om statlig ressursforvaltning, som vektlegger offentlig tilstedeværelse og kontroll innen sektorer som fiskeri. Leviatan (staten) har lagt føringer på andre aktører, i første rekke MSC. Statlig kontroll kan sikre at en kan fremme en mer bærekraftig profil innen fiskeriene, og unngå scenarioet skissert i ”allmenningens tragedie”.

5.0 LEGITIMITETSPROBLEMATIKK

I dette hovedkapitlet vil en se på legitimitets – og styringsutfordringer som kan oppstå når private, markedsbaserte ordninger i økende grad ønsker å påta seg forvaltningsansvar innen fiskerisektoren på bekostning av statlig ressursforvaltning. Første kapittel søker å sette denne problematikken inn i en større ramme. I neste kapittel vektlegges norske aktørers rolle i prosessen som endte med sertifisering av norsk sei. Så ses det på markeder der en ikke behøver miljømerking, en unngår her potensielle legitimitetsutfordringer. Neste kapittel ser på eksterne aktørers rolle, i dette tilfellet internasjonale supermarkedskjeder, når en skal forklare et fenomen som miljømerking. Sist kapittel vil koble analysene sammen med oppgavens teoridel.

5.1 GENERELLE UTFORDRINGER KNYTTET TIL Å SVEKKE STATLIG RESSURSFORVALTNING

Blant deler av norsk fiskerinæring er det skepsis til å måtte avgi innflytelse til ikke - statlige ordninger. Begrunnelsen for dette er at private ordninger som MSC, vanskelig kan påberope seg samme politiske legitimitetsrunnlag som offentlig ressursforvaltning.

Guldbrandsen sier at ”ikke - statlige aktører tar et stadig større ansvar for internasjonal regelutvikling og håndhevelse, noe som har blitt betegnet som ”privatisering av styring” i statsvitenskapelig litteratur” (Guldbrandsen 2005: 2). Staten får sin styringsautoritet fra den sosiale kontrakten med folket og gjennom demokratiske valg. Ikke - statlige aktører er avhengige av støtte som de mottar fra konsumenter, frivillige organisasjoner, innkjøpere og produsenter. (Guldbrandsen 2005). De som forvalter ordningene står ikke til ansvar overfor politiske myndigheter og folkevalgte organer, men får ”styringsautoritet gjennom frivillig tilslutning av produsenter og troverdighet hos sitt publikum” (Guldbrandsen 2005: 2). Et problem i denne sammenheng er at om konsumenter og andre som støtter ordningen mister tillit til denne ”undergraves også styringsautoriteten til de private aktørene som forvalter merkevareordningen” (Guldbrandsen 2005: 2). Det reiser seg flere utfordringer angående scenarioet som Guldbrandsen skisserer ovenfor. Private ordninger har for eksempel ikke

samme forpliktelse eller mulighet til å forsvare de interesser Norge som helhet måtte ha innen fiskerisektoren. En årsak til dette er blant annet at nasjonale myndigheter har betydelig større ressurser til rådighet enn ikke statlige aktører. Offentlige myndigheter er kapable til å forsvare norske fiskeriinteresser, for eksempel når utenlandske fartøy prøver å ta seg til rette i norsk fiskerisone. Begrunnelsen for dette er at staten har legitim monopol på tvangsmakt innen eget territorium. En finner eksempel på at den norske staten har markert seg med formål å hevde suverenitet over områder en mener er underlagt norsk jurisdiksjon og forvaltning: Her kan en kort nevne episodene knyttet til islandske fiskefartøy for en del år tilbake. Dessuten har den norske kystvakten innbrakt russiske fartøy som en mener ikke har fulgt gjeldene retningslinjer, for eksempel mangelfull innrapportering av fangst. MSC kan i tillegg komme til å sertifisere fiskestammer som flere land fisker på, og som vandrer mellom ulike lands økonomiske soner. Dette kan bli en kilde til fremtidig konflikt. En kan for eksempel tenke seg at Norge og Russland kommer i konflikt over MSC sertifisert torsk i Barentshavet. Staten må veie mange og til tider motstridende interesser mot hverandre. Behov for å forvalte resurser på en bærekraftig måte ligger i bunn. Myndighetene vil sannsynligvis legge en helhetlig politikk til grunn, denne vil ha som formål å forene kravene om en tilfredsstillende miljøprofil, størrelse på kvoter, hvilket segment av fiskeflåten som skal få de mest verdifulle kvotene etc. Dette illustrerer at myndighetene må forholde seg til en komplisert agenda. Ikke - statlige organisasjoner som MSC behøver ikke å legge så mange hensyn til grunn når de sertifiserer ulike fiskerier. Dersom statlige forvaltningsmyndigheter gjør et mangelfullt arbeid vil interessegrupper tilknyttet næringen, og andre, ta tak i problemene og prøve å konfrontere maktapparatet. I en slik sammenheng kan ikke MSC tillegges samme legitimitet og ansvar som staten, en må likevel spørre hvordan ikke – statlige ordninger skal opptre i slike situasjoner.

Fremstillingen får frem at staten må forholde seg til en komplisert virkelighet i sin forvaltning av fiskeriene, mange og til dels motstridende hensyn må slik veies opp mot hverandre. MSC på sin side trenger ikke ta hensyn til så mange kryssende interesser som staten.

5.2 NORSKE AKTØRER S ROLLE I MILJØSERTIFISERINGS - **PROSESSEN AV SEI - FISKERIENE**

I dette kapitlet skal en se på at norske aktører i eller med nær kontakt til markedet ønsket en miljøsertifisering av sei – fiskeriene. Dette kan innebære et legitimitetsproblem, da en ser at ikke statlige aktører har hatt sterke føringer på prosessen som førte frem til norsk arktisk – sei og Nordsjø – sei ble MSC sertifisert dette året.

Fiskebåtrederne Forbund (Fiskebåt), er interesse – og arbeidsgiverorganisasjon for hele den norske havfiskeflåten. Nesten alle havfiskefartøy over 27,5 meter er medlem av dette forbundet, som ble startet i 1946. Før var forbundet i hovedsak en arbeidsgiverorganisasjon, men har i dag vokst til å bli både interesseorganisasjon og arbeidsgiverforening for rederiene i havfiskeflåten. Fiskebåtrederne Forbund har hovedkontor i Ålesund, i tillegg til avelingskontor i Tromsø og Bergen. Forbundet arbeider blant annet med næringsøkonomiske spørsmål, dessuten forskning – og utviklingsspørsmål, både med hensyn til miljø og teknologiutvikling (Fiskebåtrederne Forbund 2008: 1). Styret i Fiskebåt kom allerede i 2004 frem til at organisasjonen ønsket å få på plass en miljøsertifisering av nordsjøsei og norsk – arktisk sei, på grunn av den vanskelige konkurransesituasjonen versus pollock (Riise 2004: 1). Sentrale aktører i markedet, særlig eksportbedrifter, ytret ønske om å få på plass en slik sertifisering. I denne sammenheng så var det var det arbeidsgruppens godkjennelseskomité, herunder avdelingsleder i Fiskebåt, som stod for arbeidet som endte ut med MSC – sertifisering av sei – fiskeriene. Sertifiseringsprosessen var omgitt av intern uro, men alle berørte parter ble invitert til å delta. Uroen skyldes i hovedsak at det hersket stor grad av uenighet angående om en skulle satse på en sertifisering i regi av MSC, eller simpelthen la være. Dette resulterte i at det tok unødig lang tid før en fikk miljøsertifiseringen på plass, henhold til representant for Fiskebåtrederne Forbund. Før norsk fiskerinæring havnet ned på en MSC – løsning ble andre alternativer drøftet, og det ble satt ned en nasjonal arbeidsgruppe som arbeidet med miljømerkingsproblematikken. Denne så på om en kunne bruke en norsk dokumentasjonsløsning, eller benytte seg av eksisterende ordninger, for eksempel KRAV, Friends of the sea, med flere. Begrunnelsen for at en til slutt valgte MSC var at det var problematisk å sammenlikne de ulike konseptene. Miljømerkeordningene opererer med ulikt omfang når det kommer til sertifisering og kontroll av forvaltningssystemet, og samlet sett ble MSC oppfattet å være den beste ordningen, da denne hadde største gjennomslag i markedet, i

følge representant for Fiskebåtredernes Forbund. Representant for Eksportutvalget for fisk legger dessuten til at det også ble vurdert om det skulle lages et felles nordisk miljømerke, noe som ble lagt på is da det sannsynligvis ble for problematisk å oppnå enighet om dette. Et sentralt kriterium for å velge en MSC løsning var at markedet etterspør denne miljømerkeordningen, andre ordninger kan i dag ikke påberope seg samme gjennomslag hos forbrukerne. MSC er i dag den største miljømerkeordningen i markedet, et marked som i økende grad etterspør miljøsertifisert fisk. Noe som illustrerer denne utviklingen er at både makrell, norsk vår - gytende - og nordsjøsild, vil bli MSC - sertifisert dette året. Domstein og Ervik havfiskeselskap har dessuten søkt sertifisering for deler av sin flåte, dette gjelder torsk og hyse, resten av næringen vil sannsynligvis komme etter og sertifisere de samme fiskeslagene. Status i dag er at nesten 50 prosent av norske fiskerier er tilknyttet MSC med tanke på en eventuell sertifisering, et tall som en tror vil øke kommende år, opplyser representant for Fiskebåtredernes Forbund. Fremstillingen viser at Fiskebåtredernes Forbund har hatt en sentral rolle i miljømerkeprosessen. Organisasjonen fanget tidlig opp signaler fra markedsaktører og hadde tett dialog med norske forvaltningsmyndigheter. Motivet var å få norske sei – fiskerier MSC – sertifisert. Likevel vil enkelte si at det kan reises innvendinger mot at ikke – statlige aktører får stor makt og innflytelse innen sektorer som tradisjonelt har tilhørt staten. En innvending vil være at slike aktører i hovedsak er opptatt av å kjempe for, og fremme, sine spesielle interesser. Staten vil på sin side ha som målsetting å balansere alles interesser.

Norge er i dag verden nest største eksportør av sjømat om en ser på eksportverdi, og det norske opprinnelsesmerket ”Norge. Seafood from Norway”., er i dag bedre kjent internasjonalt enn miljømerket til MSC, i henhold til Kristiansen (Kristiansen 2006). I denne sammenheng kan en forestille seg at negative hendelser relatert til MSC - sertifiserte fiskerier kan ramme norske aktører som har valgt å la seg miljøsertifisere av denne ordningen. Fiskerier hjemmehørende i Norge kan risikere å bli ”kollektivt straffet”; årsaken til dette er at negativ omtale av et eller flere fiskerier fort kan utarte seg til kritikk av miljømerkeorganisasjonen MSC. Tidligere i denne oppgaven har en skrevet om Hoki – fisket på New – Zealand der en MSC – sertifisert fiskestamme ble nedfisket. Staten gikk så inn for å sikre en bærekraftig forvaltning av fiskeriet. Hoki – sertifiseringen har i ettertid utartet seg til et omdømmeproblem for MSC.

5.3 MILJØMERKEDE PRODUKTER ER IKKE ETTERSURT I FREMVOKSENDE MARKEDER

Bruk av miljømerking innen marin sektor er ikke etterspurt i markeder som i dag gjennomgår stor økonomisk vekst og utvikling. På disse markedene slipper en eventuell legitimitetsproblematikk som kan knyttes til bruk av miljømerker i privat regi.

Kristiansen sier at ”med økende underskudd på sjømat i verden, sammen med økende velstand i mange land som tradisjonelt konsumerer sjømat, er det lite trolig at norsk sjømatnæring som helhet vil merke noe særlig til at våre produkter ikke er sertifisert av en tredjepart. At det dukker opp nye, store, potensielle markeder for norske produkter i land som Russland, Kina og India, understreker dette” (Kristiansen 2006: 1). Land og regioner utenfor USA, Vest-Europa, Australia og New Zealand blir ofte kallet for ”nye”, eller fremvoksende markeder. I dag ser en at asiatiske land spiller en stadig mer markant rolle i internasjonal økonomi. Asias to giganter, Kina og India, opplever svært høy økonomisk vekst. Den rivende økonomiske utviklingen resulterer i at en økende andel av befolkningen kan regnes med til middelklassen, disse vil således ha en brukbar kjøpekraft. Den positive økonomiske utviklingen, ikke minst i Kina, fører til at mange kan ta seg råd til å kjøpe norsk sjømat (Eksportutvalget for fisk 2007). Middelklassen i India består av 300 millioner mennesker, hele 50 millioner av disse har sterk kjøpekraft, også målt etter vestlig standard (Eksportutvalget for fisk, 2007). Til tross for dette sier Gulbrandsen at ”det finnes ingen sertifiserte fiskerier i Asia” (Gulbrandsen 2005: 13), som er verdens viktigste fiskeriregion (Hoel 2004: 40). Dette får frem at norske eksportører i dag ikke behøver å bruke miljømerking som et ledd i markedsføring av fisk og fiskeprodukter i disse markedene. På bakgrunn av dette kan det være en løsning å bruke det statlige, norske opprinnelsesmerket når en markedsfører fisk og fiskeprodukter i disse markedene. Miljømerking appellerer spesielt til, og har sin styrke hos, kjøpesterke grupperinger i Vest – Europa, Australia og Nord – Amerika, et såkalt postmaterialistisk fenomen. Til tross for dette kan en anta at det innen fremvoksende markeder vil utvikle seg en etterspørsel etter miljømerkede produkter i fremtiden, etter hvert som forbrukere i disse markedene får øket materiell levestandard. Likevel knytter det seg usikkerhet til når slike ordninger kan forventes å få betydelig gjennomslag i land som for eksempel Kina og Russland.

Kapitlet får frem at konsumenter i fremvoksende markeder ikke er opptatt av miljømerking. På grunn av dette vil det statlige, norske opprinnelsesmerket fremdeles være et tilstrekkelig instrument i disse markedene.

5.4 DE STORE SUPERMARKEDSKJEDENES ROLLE NÅR EN SKAL FORKLARE BRUK AV MILJØSERTIFISERING INNEN MARIN SEKTOR

I dette kapitlet skal en se på hvilken innflytelse de store, internasjonale supermarkedskjedene spiller innen segmentet for marin miljømerking. Først vil en se på årsaker til at internasjonale miljømerkeorganisasjoner har inngått tett samarbeid med internasjonale supermarkedskjeder. Så nevnes ulike kjeder som er involvert i samarbeid med MSC angående salg og markedsføring av miljømerket sjømat, og hvilke konsumentgrupper som kan tenkes å nå av dette konseptet. I denne sammenheng dukker det opp en del utfordringer knyttet til legitimitet. Årsakene til dette er at kjedene selv kan implementere sin policy ovenfor andre aktører, for eksempel norske eksportører av fisk og fiskeprodukter. Det hersker dessuten usikkerhet med tanke på hvilke aktører som kan ta ut en eventuell prisgevinst på miljømerkede marine produkter.

Bynes skriver at enkeltindividet ikke har kapasitet til å forholde seg til, vurdere, og til slutt ta fornuftige valg på bakgrunn av den omfattende informasjonsstrømmen som det blir utsatt for. På bakgrunn av dette utvikles selektive metoder for å kunne absorbere den informasjon en selv tror, eller mener, er viktig. Dette tilsier at miljømerkeordninger vil ha store utfordringer med å nå frem med sitt budskap til viktige konsumentgrupper (Bynes 2003: 100 -101). Resultatet av dette er at det er det vokst frem et meningsmarked som består av et komplisert samspill mellom organiserte aktører som benytter ulike kanaler for å fremme sitt spesielle syn (Bynes 2003: 101). Aktører involvert i miljømerkingsspørsmål har endret sitt fokus fra konsumentene, til å prøve å overbevise innkjøpssjefer i store supermarkedskjeder om foretrefeligheten ved eget konsept (Bynes 2003: 101). Kjedene har på sin side etter hvert blitt positive til å markedsføre og selge miljømerket sjømat, sier Bynes (Bynes 2003: 101). Miljømerkingsfenomenet kan slik forstås som en prosess hovedsakelig styrt og kontrollert av store supermarkedskjeder, konsumentene spiller her en underordnet rolle, i henhold til

representanter for Fiskebåtredernes Forbund og Eksportutvalget for fisk. Samarbeidet mellom kjeder og ulike miljømerkeordninger kan åpne lukrative salgskanaler og markedsarenaer for norske fiskerier som lar seg sertifisere av slike ordninger, da kjedene vil markedsføre deres produkter ovenfor store konsumentgrupper. I Europa blir MSC s produkter solgt gjennom en rekke store kjeder som blant annet METRO, Migros og Co – Op. På det nordamerikanske markedet så blir sjømatprodukter fra MSC tilgjengelig for konsumentene gjennom kjeder som Whole Foods Market og Wal- Mart (MSC 2008: 2). I England har MSC inngått samarbeid med Sainsbury, denne kjeden var den første som i 2001 kunne tilby konsumentene MSC – sertifisert laks. Marks and Spencer inngikk på sin side samarbeid med MSC i 1998 (Bynes 2003: 101). I fjor kom Marks and Spencer med en uttalelse som slo fast at all fisk som blir solgt gjennom kjeden skal komme gjennom miljømerkeordninger som MSC innen 2012 (Fish Farmer 2007: 1). Dessuten skriver Nilsen at den britiske supermarkedskjeden ASDA om noen år bare ønsker å selge miljømerket MSC – fisk. ASDA sier i denne sammenheng at kjeden vil kaste ut all fisk som ikke har miljømerke. ASDA har 280 forretninger og betjener hele 12 millioner kunder hver uke (Nilsen 2006: 1). Riise skriver at så mye som 40 prosent av all fisk som ble solgt gjennom Unilever var miljømerket i regi av MSC (Riise 2005: 1). Norsk Fiskeoppdrett kan til slutt opplyse at den tyske matvarekjeden Lidl fører miljømerkede fiskeprodukter i 3000 butikker i Tyskland og nabolandet Østerrike (Norsk Fiskeoppdrett 2007).

En har vært vitne til en sterk konsentrasjonsprosess innen matvaremarkedet i Vest – Europa. De 10 største kjedene kontrollerer i dag 30 prosent av matvareomsetningen. På grunn av sin sterke markedsposisjon kan kjedene kontrollere hvilke varer som konsumentene skal tilbys. Supermarkedskjeden utfører dessuten aktivt påvirkningsarbeid ovenfor forbrukerne, ved hjelp av opplysningskampanjer, reklame med mer. De har førstehåndskunnskap med markedet gjennom direkte kontakt med kundene (Nordic Council of Ministers 1998: 19), slik kan kjedene fange opp nye trender som de kan bruke i sin merkevarebyggingstrategi. Kvalheim sier at det er strategisk viktig for supermarkedskjedene å ha fiskedisker på grunn av at dette tiltrekker seg kunder med høy kjøpekraft (Kvalheim 2007: 8). Ved å satse på en rikholdig fiskedisk, og dessuten tilby miljømerkede fiskeprodukter, har en posisjonert seg i konkurransen om godt betalende kunder. De store matvarekjedene selger og markedsfører en mengde ulike konsumvarer, ikke bare fisk og fiskeprodukter. Det er da sannsynlig at fiskekundene også vil kjøpe andre matvarer når de befinner seg i butikken.

En del eldre undersøkelser viser at mange konsumenter var villig til å betale ekstra for miljømerket fisk, selv om dette ikke gjaldt majoriteten av konsumenter. Mange konsumenter var overhodet ikke interessert i å støtte et eventuelt miljømerke for fisk, (Asche, Donath, Johnston og Wessels 2001: 63 og 64), et funn som og får støtte om en går til andre kilder. Nordisk Råd sier at konsumentene har svak kjennskap til fiskerier. De er i det hele ikke opptatt av miljømerking av fisk og fiskeprodukter (Nordisk Råd 1998). Ikke uventet viser funnene at de med lavest inntekt er minst interessert i å støtte miljømerking ved hjelp av lommeboken (Asche, Donath, Johnston og Wessels 2001: 64). Dette indikerer at det er de med høy utdanning, de samfunnsengasjerte som fra før har kunnskap om miljørelaterte spørsmål, som i første rekke vil nås av en slik ordning. Men en kan anta at dette er noe som vil endre seg over tid, da kjedenes satsing på miljømerking fører til at slike varer i økende grad blir tilgjengelig for forbrukere som i utgangspunktet ikke er særlig opptatt av disse produktene. Konsumentene vil dessuten få mindre mulighet til å velge bort slike varer, konsumentenes handlings - rom snevres inn da store kjeder i økende grad markedsfører produkter som bærer miljømerke. En kan si at kjedene tar et bevisst valg på vegne av forbrukerne, da de i økende grad selv bestemmer hva som skal selges og til hvilket marked (Nordic Council of Ministers 1998: 19). En ny landsrepresentativ spørreundersøkelse fra i år får frem at 69 prosent av de spurte ønsker miljømerket fisk, selv om slik fisk kan koste mer (WWF 2008: 2), noe som kan indikere at forbrukerne har blitt mer positive til bruk av miljømerking i marine sektor. Det kan tenkes at en del av forklaringen kan være at kjedene har lyktes i å få forbrukere interessert i dette, ikke minst på bakgrunn av at det er en viss tidsperiode mellom de tidligste funnene presentert i dette kapitlet, frem til undersøkelsen fra dette året.

Miljømerkeordninger som MSC har etter all sannsynlighet begrenset innflytelse versus mektige supermarkeds kjeder, da kjedekonsentrasjonen fører til at disse oppnår en styrket forhandlingsposisjon versus andre aktører i markedet (Nordic Council of Ministers 1998: 19). Kjedene kan velge ut, og bruke, miljømerkeordninger som MSC som et instrument for å fremme sin egen satsing innen miljøproduktsegmentet. Kjedene bruker blant annet grønne verdier som en bevisst markedsføringsstrategi, sier representant for Eksportutvalget for fisk. En utfordring er at kjedenes ønske om å selge miljømerkede marine produkter kan innebære at eksportører som ikke bærer miljømerke møter handelshindre på eksportmarkeder. Veggeland, Borgen, Gezelius og Elvestad sier at en med stor sannsynlighet vil erfare fremvekst av tekniske handelshindringer etter hvert som tollmurer svekkes eller reduseres.

Eksempel på slike kan være nasjonale krav til merking, herunder miljømerking, varebetegnelse, emballasje og sertifisering. (Veggeland, Borgen, Gezelius, Elvestad 2002: 1), ofte kallet for ikke – tariffære handelshindringer. Det hersker et komplisert internasjonalt regelverk angående forståelse og bruk av tekniske handelshindringer, for eksempel hva som kreves for å kalle en vare miljøprodukt. I denne sammenheng har det vært en rekke konflikter når det kommer til handel med sjømat (Veggeland, Borgen, Gezelius, Elvestad 2002: 1-2). Tidligere i denne oppgaven har en nevnt ”Dolphin Safe” merket som skulle være en garanti for at tunfisk på boks ikke inneholdt store mengder bi fangst av delfin. Bakgrunnen for merkingen var at USA s tre største tunfiskprodusenter i 1990 ikke ønsket å kjøpe tunfisk fanget i den østlige delen av Stillehavet på grunn av stor bi – fangst av delfiner. Et problem i denne sammenheng var at andre tunfiskproduserende land brått ble utestengt fra det amerikanske markedet, og den daværende GATT - avtalen konkluderte med at tiltaket var ulovlig (Hersoug 1997: 77). I fremtiden kan en risikere at det blir rettet økt fokus mot bruk av tekniske handelshindringer, noe som kan innebære en utfordring for norske fiskerier som har latt seg sertifisere av marine miljømerkeordninger.

Fiskeriene vil etter all sannsynlighet være interessert i, kanskje avhengige av, å få dekket de omkostninger som er knyttet til en miljøsertifisering. En måte å få dekket sertifiserings - og lisenskostnadene på, er gjennom øket pris for disse produktene. En skulle kanskje tro at et eksklusivt miljømerke ville sørget for at eksportørene oppnådde en prisgevinst på eksportmarkedene. Slik kan fiskeriet få igjen utgifter knyttet til miljøsertifiseringen. Eldre empiri viser at det ofte var vanskelig å finne klare og entydige holdepunkt for øket eksportpris (Asche, Donath, Johnston, Wessels 2001). I dag erfares økt etterspørsel etter miljømerket sei, dette skal normalt kunne innebære at produsentene vil oppnå øket pris i markedet, i henhold til representant for Fiskebåtredernes Forbund. Aker Seafoods skriver at miljømerkingen av norsk sei har vært positivt med tanke på norsk fiskerinæring. Selskapet kan melde at det har fått på plass en bedre produktmiks, og oppnådd høyere markedspris for sei som er sertifisert i regi av MSC, enn for tradisjonelle sei – produkter (My Aker 2008: 2). En kan tenke seg at de store kjedene selv ønsker å ta en eventuell prisgevinst på miljømerket fisk. Kjedene driver forretning, og er som norske eksportører opptatt av å sitte igjen med så høy gevinst som mulig for de produktene de selger. Representant for Fiskebåtredernes Forbund sier at en til tider får inntrykk av at kjedene er uklare når de kommer til spørsmål rundt høyere eksportpris for miljøsertifiserte marine produkter. En forklaring på dette vil være at virksomheter som opererer i markedet har forretningsstrategier som de ikke ønsker at andre skal få innsyn i.

Andre aktører i markedet, i hovedsak konkurrenter, kan oppnå konkurransemessige fordeler om de får innsyn i slike markedsstrategier.

Dette kapitlet har fått frem at miljømerkingsordninger som MSC har inngått nært samarbeid med store supermarkedskjeder. Kjedene markedsfører i økende grad miljøsertifiserte, marine produkter, og representerer slik en lukrativ salgskanal for fiskeeksportører som lar seg sertifisere. På grunn av øket markedskonsentrasjon besitter kjedene stor makt og forhandlingsstyrke versus andre aktører, da de selv kan velge ut hvilke produkter konsumentene skal bli eksponert for. Disse kan de velge ut, og bruke, miljømerkeordninger som MSC som et ledd i egen merkevarebyggingstrategi. Kapitlet har sett på at bruk av tekniske handelshindringer, som miljømerking, kan være problematisk i henhold til internasjonale handelsregler. Dessuten er det mulig at de store kjedene selv er kapable til å ta ut en forventet prisgevinst på miljømerkede marine produkter.

5.5 UTFORDRINGER KNYTTET TIL LEGITIMITETSPROBLEMATIKK KOBLET SAMMEN MED TILGJENGELIG TEORIMATERIALE

Nå skal en sette kapitlene inn i en teoretisk forståelsesramme. Teori om statlig ressursforvaltning vektlegger at staten må forvalte fellesressurser som fisk, da staten har et annet og sterkere legitimitetsgrunnlag enn private aktører. Hobbess begrunner dette synet i sin bok Leviatan med samfunnskontrakten, der alle borgere er underlagt statens vilje. Private aktører kan ikke påberope seg tilsvarende legitimitet, noe som innebærer utfordringer for ikke – statlige aktører som har ytret ønske om, og vært en pådriver for miljømerking innen norsk marin sektor.

I kapittel to kom det frem at Fiskebåtrederne Forbund spilte en sentral rolle med tanke på sertifiseringen av norske sei – fiskerier. Fiskebåtrederne Forbund fanget tidlig opp signaler fra eksportører i markedet. Disse ønsket å bruke merkevaren MSC som markedsføringsinstrument for norsk sei da dette fiskeslaget erfarte hard konkurransen fra Alaska pollock. Merkevaren MSC er i dag største aktør innen segmentet for miljømerking av fisk, og ved å la seg sertifisere av denne ordningen blir norsk sei og norske sei - produkter mer

konkurranseskraftig versus andre ordninger som opererer innen segmentet for miljømerkede marine produkter. Norsk sei og norske sei – produkter vil dessuten styrke sin markedsposisjon versus hvitfisk – arter som ikke bærer miljømerke. Når det kommer til kapitlets siste del, så kan ”teorien om allmenningens tragedie” brukes, i tillegg til merkevareteori: Om det i fremtiden oppstår situasjoner som skissert i ”allmenningens tragedie”, vil det kunne føre til at MSC som merkevare erfarer svekket omdømme hos forbrukergrupper i markedet. Dette vil representere en stor utfordring for MSC da et godt omdømme er nært knyttet sammen med evnen til å generere gode økonomisk resultater.

Kapitlet som omhandler nye markeder får frem at miljømerkingskonsept som sådan ikke er etterspurt i viktige markeder utenfor Vest – Europa, Australia og Nord – Amerika. Her kan en simpelthen bruke det statlige, norske opprinnelsesmerket. I merkevareteorien kalles dette for stedsbranding. Norge er i dag verdens nest største fiskeeksportør, ut fra dette kan det være en løsning å bruke opprinnelseslandet som merkevare på disse markedene.

Supermarkedskjedene driver med merkevarebygging på samme måte som miljømerkingsordninger som MSC. Store internasjonale kjeder konkurrerer innbyrdes innen samme matvaresegment, de må da ta i bruk ulike strategier for å hevde seg konkurransen, og generere høyest mulig inntjening versus sine konkurrenter. Kjedene fanger opp trender i tiden, for eksempel grønne verdier, og bruker dette i sin merkevarebygging. Slik vil de styrke sitt omdømme i markedet og kunne oppnå inntjeningsvekst. CSR konseptet fikk frem at miljøvern, etiske verdier med mer, i dag er langt fremme på agendaen. Å selge miljømerket fisk harmonerer slik godt med logikken nedfelt i CSR.

6.0 OPPSUMMERING

Oppgavens formål har vært å avdekke ulike utfordringer, positive som negative, som kan knyttes til økende grad av privat forvaltning innen norsk marin sektor. Den største private miljømerkeordningen er Marine Stewardship Council (MSC), som ønsker å fremme en mer bærekraftig forvaltning ovenfor verdens fiskerier. Status i dag er at halvparten av norske fiskerier er tilknyttet denne ordningen med tanke på en miljøsertifisering.

I første hovedkapittel ble leseren introdusert for Hoki – fisket på New Zealand. Case fikk frem at MSC ikke maktet å forvalte fiskeriet ut fra bærekraftige prinsipper. Forklaringen kan være at ønsket om høy profitt til tider kan ha gått på bekostning av å fremme en optimal miljøprofil, noe som illustrerer at det kan bli for problematisk for private ordninger å klare å harmonere ulike interesser som kan knyttes til fiskeriene: Hensynet til egen lønnsomhet, ulike miljøorganisasjoner og lokale myndigheter kan resultere i at målsettingen om å fremme en mer bærekraftig forvaltning innen fiskeriene blir vanskelig å gjennomføre. I dette kapitlet er det dessuten blitt gjennomført en omfattende komparasjon av regelverkene til MSC og den statlige, økologiske ordningen KRAV. Komparasjonen fikk frem at MSC kan oppleves å ha en noe snever tilnærming til fiskeriene, da denne i hovedsak konsentrerer seg om selve fisket. MSC s regler oppfattes i det hele å være temmelig generelle og vide, både når det kommer til selve fisket, bestandsbedømmingen og forvaltningssystemet. KRAV på sin side har utviklet et mer detaljert regelverk på disse feltene. KRAV har i sterk grad vektlagt vitenskapelige anbefalinger, dessuten har denne ordningen gode sporingsbestemmelser og regelverk angående miljøgifter som vil beskytte forbrukerens helse. Regelverkkomparasjonen avdekket i det store og hele at MSC s regelverk oppviste mangler versus KRAV s bestemmelser.

Andre hovedkapittel har sett på miljøsertifiseringen av norsk sei. Her kom det frem at konkurransen med Alaska pollock var en sentral drivkraft med tanke på å miljøsertifisere dette fiskeslaget. Sertifiseringsprosessen endte på sin side med at sei - fiskerienes miljøside kom styrket ut. Et interessant funn som kom frem i denne sammenheng var at sertifiseringsorganet Moody Marine vektla strengere miljøkrav enn hva MSC s regelverk skulle tilsi.

Siste hovedkapittel så på eventuelle legitimitetsproblem i tilknytning til at ikke – statlige aktører fremmer forvaltningskrav versus staten som tradisjonelt har forvaltet

fiskeriressursene. En utfordring er at private aktører i hovedsak arbeider for å fremme sine spesielle interesser, staten på sin side har som målsetting å harmonisere alle aktørers interesser innen fiskerisektoren. Interesseorganisasjonen Fiskebåtredernes Forbund fremmet ønske om å miljøsertifisere norsk sei da viktige aktører i markedet, spesielt eksportører, erfarte at fiskeslaget fikk problemer på viktige markeder som Storbritannia og Tyskland. Oppgaven fikk dessuten frem at miljømerking ikke er etterspurt på ”nye” markeder, som det kinesiske og det indiske. Her slipper en eventuelle legitimitetsproblemer som erfares ved bruk av miljømerkeordninger på markeder i Vest – Europa og Nord – Amerika. Et annet hovedfunn er at miljøsertifiseringsfenomenet i hovedsak er drevet frem av internasjonale supermarkedskjeder. Disse kontrollerer store deler av matmarkedet i Vest – Europa og Nord – Amerika, og kan i økende grad selv bestemme hvilke varer som skal få plass i hyllene. En betydelig utfordring knyttet til bruk av miljømerkeordninger er at en har eksempel på at slike ordninger har vært i strid med internasjonale handelsregler.

MSC har kommet opp som et alternativ til tradisjonell statlig ressursforvaltning. En utfordring i denne sammenheng er at denne ordningen vektlegger en noe snevrere forvaltningstilnærming enn hva som er tilfellet for staten. På bakgrunn av dette knytter det seg usikkerhet til hvilket gjennomslag MSC og liknende miljømerkeordninger bør få ovenfor norsk fiskerisektor. Miljømerking er på mange måter et nytt og temmelig ukjent fenomen for norsk fiskerinæring, og aktører som benytter seg av slike ordninger kan ha mange ulike motiver. På grunn av dette vil det være på sin plass å foreta flere undersøkelser som kan gjøre en i bedre stand til å forstå mer av den kompleksiteten som økende bruk av marine miljømerkeordninger representerer.

7.0 LITTERATURLISTE

- Agnew, D., Hoel, A.H., Hough, A., Piling, G: 2008: Public Certification Report for Norwegian Saithe Fishery. Moody Marine LTD. www.msc.org
- Alternativ 2006: Fraråder fet fisk mer enn to ganger i uka. www.alternativ.no
- Asche, F., Donath, H., Johnston, R.J, Wessels, C.R. 2001: Miljømerking av fisk. Stiftelsen for samfunns – og næringslivsforskning. Bergen.
- Bjartvik, G.O.2008: Fritidsfisket truer kysttorsken. I Vårt Land. www.vl.no
- Braathen, J.N. 2004: Konsekvenser og kostnader ved miljømerking for næringen forvaltningen av norsk sei. Norut Samfunnsforskning. Tromsø. www.fiskerifond.no
- Busch, F and Benton, J: 2004: The Marine Stewardship Council: Exploring the potential of a private enviromental governance mechanism. Roskilde University Centre. www.ruc.dk
- Bynes, G. 2003: Miljømerking av fisk – om muligheter, tilpasning og avvisning: sentrale aktørers holdninger. Norges Fiskerihøgskole. Universitetet iTromsø.
- Carruthers, I., and Stoner, R.1981: Economic Aspects and Policy Issues in Groundwater Development. World Bank staff working paper No. 496, Washington, D.C.
- Eksportutvalget for fisk 2007: Asias viktigste møteplass. www.godfisk.no
- Eksportutvalget for fisk 2007: Kampanjeuke for norsk sjømat i India. www.godfisk.no
- Fish Farmer 2007: M and S sell certified fish only by 2012. www.fishfarmer-magazine.com
- Fiskeribladet Fiskaren 2006: Næringen tvinges til MSC – merking. www.fiskaren.no
- Fiskebåtrederne Forbund 2008: Fiskebåtrederne Forbund (Fiskebåt). www.fiskebat.no
- Fiskeri – og havbruksnæringens landsforening 2004: Miljømerking eller ikkje? www.fhl.no
- Fiskeri - og Kystdepartementet 2006: Allmenningens tragedie. www.regjeringen.no
- Fiskeri - og Kystdepartementet 2006: Fisket som økonomisk aktivitet og politisk handlingsrom. www.regjeringen.no
- Friberg, K. 2007: Nu kan torsk och kolja KRAV – markas. www.krav.se
- Gordon, H.S. 1954: The Economic Theory of a Common – Property Resource: The Fishery. Journal of Political Economy 62.
- Gulbrandsen, L.H. 2005: Miljømerking og bærekraftig fiskeri- og skogforvaltning. Fridtjof Nansen Institute. www.fni.no
- Hagen, Ø. 2002: Mot et etisk marked? I Forseth, U. og Rasmussen, B: Arbeid for livet. Oslo. Gyldendal

Hardin, G. 1978: Political Requirements for Preserving our Common Heritage. Wildlife and America. Washington, D.C: Council on Environmental Quality.

Hardin, G. 1968: The Tragedy of the Commons. Science 162.

Hernes, H.K. and Mikalsen, K.H. 2002: From protest to participation? Environmental groups and the management of marine fisheries. Mobilization: An International Journal.

Hersoug, Bjørn 1997: Ideer om en framtidig forvaltningspolitikk. I Vem tar ansvar før fisket? Nordisk Ministerråd.

Hoel, A.H. 2004: Ecolabelling in fisheries: An effective conservation tool? Norut Samfunnsforskning as. WWW.norut.no

Howard, P 2002: Reading Summary for Network Organizations, Theories of Collective Action. WWW.faculty.washington.edu

Ind, N. 2004: Living the brand: how to transform every member of your organization into a brand champion. Sterling, Va: Kogan Page.

Jentoft, S 1998: Allmenningens komedie: medforvaltning i fiskeri og reindrift. Ad notam Gyldendal. Oslo.

Kapferer, J. – N. 2004: The new strategic brand management creating and sustaining brand equity long term. London. Kogan Page.

Keller, K.L.1998: Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.

KRAV 2007: Miljømarkning som fiskeredskap. www.krav.se

KRAV 2007: Regler for KRAV – sertifiserad produktion. www.krav.se

Kristiansen, A. 2006: Alternativer til sertifisering fra MSC – En vurdering. Fiskeri – og havbruksnæringens forskningsfond. www.fiskerifond.no

Kvale, S. 1997: Det kvalitative forskningsintervju. Ad notam Gyldendal. Oslo.

Kvalheim, G. 2007: Landwise markedsprogrammer for norske torskefisker 2007 – 2009. I Norske Torskefisker Markedsplan 2007 – 2009. Eksportutvalget for fisk. www.seafood.no

Lorentzen, T. 2006: Norsk fiskerinæring: handelsbarrierer og strategisk handelspolitikk. Samfunns – og næringslivsforskning. Bergen.

Maguire, J.J. 1998: Forsiktighedsprincippet i fiskeriet. Hvorfor, hvordan og af hvem? I Fisk for framtida; hvordan sikre bærekraftige fiskerier. Nordisk Ministerråd.

MSC 2002: About MSC. www.msc.org

MSC 2008: Marine Stewardship Council. MSC s impact. www.msc.org

Mattilsynet 2007: Mattilsynets råd angående fisk og sjømat. www.mattilsynet.no

Mikkelsen, E 2005: MSC – sertifisering av norsk sei – Vurdering av markedsnytte. Eksportutvalget for fisk.

Miljølære, 2007: Miljømerking og forvaltning av fiskeriene. www.miljolare.no

MSC 2002: Principles and criteria for sustainable fishing. www.msc.org

My Aker 2008: Høyere priser på miljømerket sei. www.myaker.net

Nilsen, G.B. 2006: Supermarkedskjeden ASDA hiver ut all fisk som ikke er miljømerket. Fiskaren. www.fiskaren.no

Nordic Council of Ministers 1998: The Nordic Fisheries in the New Consumer Era.

Nordisk Råd 1998: I havets år. Forbrukerne er ikke interessert i miljømerking av fisk. www.gender.norden.org

Norsk Fiskeoppdrett 2007: Lidl først i lavpris med miljømerke. www.kyst.no

Olson, M. 1965: The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Ophuls, W. 1973: Leviathan or Oblivion. In Toward a Steady State Economy. San Fransisco: Freeman.

Ostrom, E. 1990: Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action. Cambridge University Press.

Ponte, S. 2006: Ecolabels and fish trade: Marine Stewardship Council certification and the South African hake industry. Tralac Working Paper. www.tralac.org

Riise, A. 2006: Fiskebåt søker om miljømerking av sei. www.fiskebat.no

Riise, A. 2005: Miljømerking av fisk aukar. www.fiskebat.no

Riise, A. 2004: Styret går for miljømerking av sei. www.fiskebat.no

Riise, A. 2005: Vil ha avklaring om miljømerking av sei. www.fiskebat.no

Røvik, K.A. 2007: Trender og translasjoner. Ideer som former det 21. århundrets organisasjoner. Oslo. Universitetsforlaget.

Samuelsen, B., A. Peretz og Olsen, L.E. 2007: Merkeposisjonering og merkeverdier. I Merkevareledelse på norsk. Oslo. Cappelen.

Smithers, R. 2007: Supermarkets sold farmed fish as wild. www.guardian.co.uk

Standard Norge 2003: Tracefish – nye CWA – dokumenter. www.standard.no

Ulriksen, V: 2007: Sporing, miljømerking og ressurskontroll. www.regjeringen.no

Veggeland, F., Borgen, S. O., Gezelius, S., Elvestad, C. 2002: TBT – avtalen i WTO – Tekniske handelshindringer og internasjonal handel med sjømat. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning. www.nilf.no

Wikipedia 2007: Marine Stewardship Council. WWW.Wikipedia.org

Wikipedia 2008: Leviathan. www.Wikipedia.org

WWF 2007: En usikker fremtid for kysttorsken. www.wwf.no

WWF 2006: Miljøsertifisering av fisk (MSC). www.wwf.no

WWF 2008: WWF gratulerer norsk fiskerinæring – en diger miljøseier. www.wwf.no

Aasjord, B. 1998: Hva er bærekraftige fiskerier; definisjon og avgrensning. I Nordisk Råd:
Fisk for framtida; hvordan sikre bærekraftige fiskerier.

8.0 INTERVJUGUIDE

- 1) Hvorfor tok Fiskebåtredernes Forbund initiativ til å MSC – merke norske sei – fiskerier?
- 2) Ble det vurdert å bruke andre sertifiseringsordninger? Hvis ja: hvilke?
- 3) Hvorfor var sertifisering av norske sei – fiskerier viktig?
- 4) I hvilken grad vektla Fiskebåtredernes Forbund eksterne aktører når en søkte norsk sei – MSC – sertifisert? Representant for Eksportutvalget for fisk ikke svart.
- 5) Hvorfor ønsket en spesielt å miljømerke norsk sei?
Noe spesielt ved dette fiskeslaget versus andre hvitfisk arter?
- 6) Hvordan forløp sertifiseringsprosessen? Representant for Eksportutvalget for fisk ikke svart.
- 7) Hvem har det vært kontakt med i løpet av sertifiseringsprosessen?
- 8) Hvordan ble arbeidet organisert internt? Representant for Eksportutvalget ikke svart.
- 9) Hva har vært de mest sentrale hindringene angående å få til en sertifisering?
- 10) Hvor store kostnader forløp under sertifiseringsprosessen?
- 11) Ble sertifiseringskostnadene som forventet? Høyere? Lavere?
- 12) Vet en hvilke kostnader andre ordninger opererer med?
- 13) Håper en å få igjen disse kostnadene? Hvis ja: hvordan skal sertifiseringskostnadene dekkes inn?
- 14) Har en holdepunkt (forbrukerundersøkelser etc.), som tilsier at kjøpegrupper er opptatt av om fisket er MSC – sertifisert?
Hvis ja: eventuelt hvilke undersøkelser støtter dette synet
- 15) Hva vil en MSC – sertifisering innebære for norsk sei på eksportmarkedene?
- 16) Er det realistisk å tro at andre fiskeslag vil bli sertifisert? Hvorfor/hvorfor ikke?

