

## Vedlegg

### Vedlegg 1: FNs bærekraftsmål



## *Vedlegg 2: Intervjuguide*

Jeg har benyttet variasjonsutvelgelse som fremgangsmåte for å finne egnede intervjuobjekter, for å fange opp ulike erfaringer, oppfatninger og perspektiver jeg mener er relevante til å best mulig svare på problemstillingen. Jeg har intervjuet en bank for økonomisk perspektiv, Bellona for praksis-perspektiv, Lush Cosmetics for erfaringsperspektiv og til slutt en strategisk utvalgt ekspert for teoretisk perspektiv.

### INFORMASJON

Problemstillingen for oppgaven er følgende: “Hvordan kan forbrukere skille greenwashing og genuin grønn markedsføring? og har begrepet greenwashing bidratt til utvanning av bærekraftbegrepets betydning i markedsføring?”.

Materialet fra intervjuet vil brukes som en informasjonskilde som skal analyseres i tråd med teori og legge grunnlag for analysedelen av oppgaven. Intervjuet kan anonymiseres om ønskelig.

Hvordan kommunisere for å påvirke kundene til å velge grønnere produkter og tjenester?

### OVERGANGSSPØRSMÅL

Hva slags erfaring har du med temaet (grønnvasking)?

Når jeg sier grønnvasking, hva slags stikkord tenker du på? bruk gjerne 1-2 min på dette.

### BÆREKRAFT

Hva er bærekraft i markedsføring sammenheng?

Hvordan kan man forklare bærekraftens rolle i markedsføring i dag?

Hvorfor er det viktig?

Bærekraft har blitt kåret til en av de viktigste buzzordene for 2019 av ANFO (snakket med 123 bransjefolk), både som viktigste ord og 2. plass på mest overvurderte ord. De sier også at mye tyder på at ordet vil få stor betydning i 2020 også. Hvorfor er det slik?

Hva tenker du om dette?

hva tror du er forbrukeres forhold til “bærekraftig” i kjøpssammenheng i 2020+ generelt?

En studie fra 2015 viser at 66% av forbrukere spurt på verdensbasis svarte at de var villige til å betale mer for et produkt om det er bærekraftig. Hva betyr "bærekraftig" for forbrukere vs. hva betyr det for markedsfører? Er det andre viktige perspektiver som spiller inn? Hvorfor er det vanskelig å drive bærekraftig forretning? (eks. i distribusjon, logistikk, emballasje, returordninger, innkjøpsstrategier, etc)

## GRØNNVASKING

Hva ville du definert greenwashing/grønnvasking?

Hvorfor kan det være et problem? For hvem?

Har greenwashing noen positive effekter eller fordeler?

Hvordan bidrar greenwashing i bærekrafttrenden?

Hvordan reguleres grønnvasking?

Hvilken rolle har markedsføreren vs. forbrukeren i dette?

og hvilke andre roller kan være vesentlige? hvorfor/hvordan?

Er det, som forbruker, lett å merke seg grønnvasking? hvorfor/ hvorfor ikke

Hvordan kan forbruker differensiere mellom grønnvasking og originale grønne produkter?

Hvorfor er det viktig og skille mellom produkt/forretningsstrategi?

Hva slags tiltak finnes i dag som beskytter forbrukere etc. mot grønnvasking?

Hva slags rolle spiller sertifiserings-ordninger i denne problemstillingen?

har sertifiseringsmerker den tilstrekkelige informasjonen forbrukere og bedrifter behøver for å ta et informativt valg?

Har begrepet greenwashing bidratt til utvanning av bærekraftbegrepets betydning i markedsføring? Hvordan

## SKALASPØRSMÅL:

1-5 Hvor vanskelig er det for forbruker å merke seg grønnvasking?

1-5 I hvilken grad er greenwashing et problem?

1-5 Hvor enkelt er det å regulere greenwashing?

1-5 Hvor enkelt er det å utvikle en bærekraftig drift?

1-5 I hvilken grad er grønnvasking et dagsaktuelt tema?

1-5 I hvilken grad vil bærekraft trenden påvirke forbrukeratferd i 2020?

tilleggspørsmål: hva betyr økologisk og hvordan kan dette eventuelt være misvisende?

Hva er de viktigste sertifiseringsordningene for å unngå grønnvasking?

Hva er de viktigste tiltakene fra forbrukers vs. næringsdrivende side for å unngå grønnvasking?

Hva er grønn markedsføring?

Sluttkommentar/innspill?

## Vedlegg 3: Godkjenning og informasjonsskriv fra NSD (Norsk Senter for Forskningsdata)

N

### NSD Personvern

31.03.2020 09:02

Det innsendte meldeskjemaet med referansekode 607595 er nå vurdert av NSD.

Følgende vurdering er gitt:

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet 31.03.2020 med vedlegg, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan starte.

#### MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde:

[nsd.no/personvernombud/meld\\_prosjekt/meld\\_endringer.html](https://nsd.no/personvernombud/meld_prosjekt/meld_endringer.html)

Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

#### TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 03.06.2020.

#### LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

#### PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

#### DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: åpenhet (art. 12), informasjon (art. 13), innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), underretning (art. 19), dataportabilitet (art. 20).

NSD vurderer at informasjonen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

#### FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

#### OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

N

### NSD Personvern

30.03.2020 13:42

Kvittering på at meldeskjema med referansekode 607595 er innsendt og mottatt.

## Vil du delta i forskningsprosjektet

Hvordan kan forbrukere skille greenwashing og genuin grønn markedsføring? og har begrepet greenwashing bidratt til utvanning av bærekraftbegrepets betydning i markedsføring?

**Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å adressere et dagsaktuelt tema med forskning rundt fenomenet Greenwashing og hvordan fenomenet påvirker forbrukere. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.**

### Formål

Denne studien har som formål å adressere et dagsaktuelt tema med forskning rundt fenomenet Greenwashing og hvordan fenomenet påvirker forbrukere. Oppgaven skal bidra til en dypere forståelse av fenomenet, som igjen skal bidra til at forbrukere blir mer bevisste i en eventuell kjøpsituasjon. Et annet formål er å se hvordan slik falsk markedsføring kan føre til utvanningen av begrepet bærekraft, både tyngde og påvirkningskraft. Intervjuene vil gi oppgaven faglig tyngde og ekspertise, og bidrar til å styrke studentens kunnskapsnivå. Intervjuet vil derfor også være med på å bidra til utforming av forskningsspørsmål til problemstillingen. Problemstillingen er «Hvordan kan forbrukere skille greenwashing og genuin grønn markedsføring? og har begrepet greenwashing bidratt til utvanning av bærekraftbegrepets betydning i markedsføring?».

Opgaven er en studentoppgave i forbindelse med bachelor-studie. Dette er det eneste formålet opplysningene skal brukes til.

### Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Handelshøyskolen BI er ansvarlig for prosjektet.

### Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Studiet bygger på en dybdekunnskap jeg vil få frem gjennom dybdeintervjuer med ulike perspektiver som har en viss ekspertise om grønnvasking, økonomisk, business erfaring, teoretisk og praksis. Du har fått spørsmål om å delta fordi du har en bakgrunn som gjør deg til en spennende og verdifull kilde til informasjon med faglig tyngde. Informasjonen vil bidra til en dypere og bredere forståelse av problemet og problemløsningen.

Jeg har benyttet variasjonsutvelgelse som fremgangsmåte for å finne egnede intervjuobjekter til oppgaven. Variasjonsutvelgelse brukes i dette tilfellet for å fange opp ulike erfaringer, oppfatninger og perspektiver jeg mener er relevante for å best mulig svare på problemstillingen.

Jeg oppsøker intervjuobjektene til oppgaven på egenhånd.

### Hva innebærer det for deg å delta?

Metoden som benyttes til oppgaven er av kvalitativt design. Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det et dybdeintervju. Dette intervjuet vil vare i ca. 45 min-1 time. Intervjuet innebærer spørsmål om Grønnvasking og bærekraft og betydning og påvirkning begrepene har. Svarene fra intervjuet vil bli spilt inn på lydopptak og transkribert over i et elektronisk dokument med passordbeskyttelse.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. De som har tilgang på informasjonen ved behandlingsansvarlig institusjon er meg selv og veilederen min, Linn-Birgit Kampen Kristensen.

For å sikre at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysningene dine, har jeg utført følgende tiltak:

- Opplysningene anonymiseres
- Opplysningene krypteres under forsendelse
- Opplysningene krypteres under lagring
- Endringslogg
- ~~Erfaktorautentisering~~
- Adgangsbegrensning

Alle personopplysninger vil være kryptert. Navn og kontaktopplysninger vil erstattes med en kode som lagres atskilt fra oppgaven på en kryptert fil. Deltakere vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjon, eventuelt kan organisasjonen nevnes dersom jeg har skriftlig samtykke og ønske om dette fra deltaker.

### **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 03.06.2020. Lydopptak og personopplysninger vil slettes.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Handelshøyskolen BI har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### **Hvor kan jeg finne ut mer?**

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Handelshøyskolen BI ved veileder:

Linn-Birgit Kampen Kristensen

46502375

[Linn-Birgit.K.Kristensen@bi.no](mailto:Linn-Birgit.K.Kristensen@bi.no)

Eller student:

Stine Synnøve Kristensen Nordstad

46828450

Stine.Nordstad@outlook.com

Kontaktinformasjon til BIs personvernombud er: [personvernombud@bi.no](mailto:personvernombud@bi.no).

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

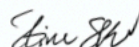
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personvertjenester@nsd.no](mailto:personvertjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

|

*Linn-Birgit Kampen Kristensen*  
(Forsker/veileder)

*Stine Synnøve Kristensen Nordstad*  
(Student)



---

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Hvordan kan forbrukere skille greenwashing og genuin grønn markedsføring? og har begrepet greenwashing bidratt til utvanning av bærekraftbegrepets betydning i markedsføring?», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i *intervju*

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)