

Mycket snack och för lite verkstad? Om urvattningen av ordet *hållbarhet*

Hanna Sofia Rehnberg

”Vi jobbar inte med hållbarhet, vi jobbar hållbart.”¹ Så säger en företrädare för en revisions- och rådgivningsbyrå i en intervju publicerad på internet – och denna byrå är inte ensam i sin strävan att distansera sig från ordet *hållbarhet*. Alla vill framstå som hållbara – men i takt med att allt fler använder ordet för att bygga varumärken tenderar det att urvattnas. Dessutom fungerar det sämre för den som vill framstå som unik, vilket brukar vara ett mål med varumärkesbyggande.

Just nu pågår inte bara en kamp för klimatet och vår planets överlevnad utan också en kamp om hållbarhetsorden och vad de ska användas till. Ska de hjälpa oss att rädda planeten – eller ska de bygga varumärken? Kanske behöver det ena syftet inte utesluta det andra, men en angelägen fråga att ställa i sammanhanget blir ändå: Vad händer när dessa båda syften överlappar och kanske till och med krockar? Den här artikeln ger inget svar på den frågan, men den bygger på övertygelsen om att vi måste se upp när ord approprieras av organisationer och individer som strävar efter att stärka sina varumärken – särskilt när det rör sig om ord som refererar till företeelser och aktiviteter som bokstaveligt talat är livsviktiga, vilket gäller den flora av ord som ingår i den lexikografiska hållbarhetsfamiljen.

I det följande vrider och vänder jag på ordet *hållbarhet*, som har blivit något av ett paradbegrepp i vår tid. Jag avhandlar också vissa av ordets syskon, det vill säga andra ord som används för att referera antingen till liknande företeelser eller till mer specifika fenomen och aktiviteter som ryms inom paraplybegreppet *hållbarhet*. Jag betraktar ordet *hållbarhet* som ett nyckelord, som säger något specifikt om vår tid och vårt samhälle.² Det vetenskapliga begreppet *nyckelord* har introducerats i den svenska språketenskapen av Charlotta Seiler Brylla (Brylla 1999, 2000, 2002), som ger följande bakgrund: Begreppet har tidigare bland annat använts som analysredskap inom den tyskspråkiga semantiken i undersökningar av politiskt språk, där ord som *demokrati*, *feminism* eller *rättvisa* stått i centrum. Det har också använts för att undersöka ord som hör hemma inom en specifik kulturepok, exempelvis ordet *inbillningskraft*, som var vanligt förekommande

¹ <https://sustainergies.se/fran-sustainergies-academy-till-hallbarhetsproffs-pa-grant-thornton/> (2022-08-19)

² Begreppet *hållbarhet* och dess tyska motsvarighet *Nachhaltigkeit* har tidigare betraktats som nyckelord av Seiler Brylla och Gustafsson (2012) i en komparativ begreppsanalys av två partipolitiprogram.

under romantiken. Nyckelord är bärare av idéer och ideologier. De framstår som centrala för kommunikationsdeltagarna och fyller en diskursivt styrande funktion samtidigt som de kan vara identitetsmarkörer för en viss grupp. Begreppet implicerar också ett iakttagarperspektiv: nyckelord anses kunna ”läsa upp” dolda betydelser för en utomstående iakttagare och på så vis underlätta förståelsen av en viss gemenskap, kultur eller epok, ett perspektiv som introducerades av lingvisten Stephen Ullman i början av 1960-talet.

Enligt Seiler Brylla och Gustafsson (2012) utmärks nyckelord vanligen av följande karaktäristika:

- De har en hög användningsfrekvens.
- De står i fokus för kommunikationsprocessen och betonas ofta, exempelvis genom att ingå i rubriker, och på så vis kan de strukturera budskapet.
- De kan fungera som bärare av idéer och ideologier.
- De är känslomässigt laddade.
- De är kontextberoende och mångbottnade, vilket innebär att de kan betyda olika saker för olika språkbrukare.
- De är ofta del av en ”semantisk kamp”, vilket innebär att det råder en konkurrens mellan olika betydelser eller benämningar.
- De är ofta nyord eller uppvisar någon form av betydelsemässig förskjutning. Dessutom förändras deras konnotationer snabbt.
- De ger upphov till nya ordbildningar.

Hållbarhet är ett begrepp som uppfyller alla dessa kriterier, vilket framgår av texten som följer.

Liten begreppshistoria

Ordet *hållbar* är en avledning av verbet *hålla*. Enligt Svenska Akademiens ordbok³ betyder *hållbar* ”tillräckligt stadig (i sin uppbyggnad) för att stå emot påfrestningar”. Det anges att ordet främst används om föremål och företrädesvis om tillverkade sådana, men även om matvaror, samt att det också används i bildlig bemärkelse. Därtill anges betydelsen ”varaktig, uthållig ofta med tanke på miljöaspekter”. I våra dagar påminns vi ofta om att det finns en tydlig koppling mellan dessa båda betydelseaspekter: Den som väljer hållbara varor bidrar till miljömässig hållbarhet – och det gör även den som inte automatiskt slänger maten bara för att hållbarhetsdatumet har passerats. Belägg för ordet *hållbar* finns sedan 1800-talet (och från århundradet dessförinnan finns belägg för ordet *hållnad*, som har en liknande innebörd).⁴ I sin nutida miljömässiga betydelse har dock ordet en betydligt kortare historia.

Hållbar utveckling har stått på tapeten åtminstone sedan 1960-talet, men det var först i slutet av 1980-talet som hållbarhetsbegreppet fick sitt stora genomslag på detta område (Åhlfeldt 2019). Då publicerades FN-rapporten

³ <https://svenska.se/tre/?sok=h%C3%A5llbar&pz=1> [2022-08-19]

⁴ https://svenska.se/saob/?id=H_1601-0243.K6qg&pz=7 [2022-08-19]

Our common future (FN 1987), den så kallade ”Brundtlandrapporten” (skriven under ledning av Norges dåvarande statsminister Gro Harlem Brundtland).

I rapporten ges följande definition, som under åren citerats otaliga gånger: ”Hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov” (FN 1987).⁵ Hållbar utveckling definieras i denna rapport utifrån tre komponenter, som måste samspela med och stödja varandra om idealet ska bli verklighet: ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet. Dessa komponenter har beskrivits på följande vis (Lunds universitet 2020): Ekologisk hållbarhet handlar om jordens ekosystem och brukar ofta betraktas som den grundläggande komponenten. Social hållbarhet berör människors livsbetingelser i samhället och är kopplat till mänskliga rättigheter. Hit hör hälsa, trygghet och utbildning. Grunden för ett socialt hållbart samhälle anses vara en rättvis fördelning av resurser och inflytande i samhället. Ekonomisk hållbarhet har tolkats på två skilda sätt: Å ena sidan har ekonomisk utveckling setts som ett medel för att uppnå ekologisk och social hållbarhet. Å andra sidan har ekonomisk hållbarhet likställts med ekonomisk tillväxt som tillåts ske på bekostnad av de två andra hållbarhetskomponenterna. Idag används ofta begreppen *grön tillväxt* och *grön ekonomi*, som anses omfatta alla tre komponenterna.

Brundtlandrapportens budskap är att en hållbar utveckling samtidigt måste angripa såväl ekologiska och sociala som ekonomiska utmaningar, då dessa ofrånkomligen är intimt sammanflätade. Det grundläggande perspektivet i rapporten är att en hållbar utveckling kan kombineras med fortsatt ekonomisk tillväxt. I en kombinerad kunskapsöversikt och begreppsanalys lyfter Emanuel Åhlfeldt (2019) fram att detta budskap har setts som en viktig förklaring till hållbarhetsbegreppets popularitet och spridning. Tack vare rapporten gick det att föra samman två tongivande ideologiska strömningar som tidigare varit oförenliga: å ena sidan den radikala tillväxtkritiken, och å andra sidan den sprudlande teknikoptimismen som förespeglade att en ljusnande framtid med materiell välfärd för alla var inom räckhåll.

I början av 1990-talet utvidgades användningsområdet för begreppet *hållbarhet*. Det började då även talas om hållbarhet i relation till långsiktiga effekter av utvecklingsarbete, exempelvis biståndsprojekt (ibid.). I denna bemärkelse används begreppet idag inom bland annat organisationsforskning, arbetslivsforskning och utvärderingsforskning (ibid.).

Men det är först under 2000-talet som ordet *hållbarhet* har börjat användas frekvent i medierna – och då främst i den bemärkelse som det används i Brundtlandrapporten. En sökning på ordet *hållbarhet* i den nordiska mediedatabasen Retriever Research ger knappt 500 träffar år 2001 och

⁵ Den formulering som återges här är den etablerade översättningen till svenska, se t.ex. <https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-H%C3%A5llbar-utveckling.pdf> [2022-12-11]

närmare 10 000 träffar år 2011. Efter en svag nedgång år 2020 nåddes förra året toppnoteringen 53 000 träffar.



Bild 1. Frekvensen av ordet hållbarhet i medierna enligt mediedatabasen Retriever Research. Diagrammet är hämtat från Retriever Research.

Idag florerar dessutom en rad mer eller mindre synonyma uttryck, som används parallellt med *hållbarhet*, bland annat *CSR* (corporate social responsibility), *grön ekonomi*, *handavtryck*, *hållbar utveckling* och det mer traditionella och sedan länge etablerade begreppet *miljö*. För närvarande talas det också mycket om *cirkulär ekonomi*, i likhet med *hållbarhet* ett brett begrepp som fått fäste hos företag och myndigheter på hög nivå, inte minst sedan regeringen sommaren 2021 beslutade om en ”cirkulär ekonomi som pekar ut riktningen och ambitionen för en långsiktig och hållbar omställning av samhället”, som det stod att läsa i ett pressmeddelande från Näringsdepartementet och Miljödepartementet.⁶

Därtill finns idag en vildvuxen flora av uttryck som på olika sätt är relaterade till hållbarhet – många av dem härstammar från engelskan. Som exempel kan nämnas *decoupling* och *geoengineering* (Hanell 2022). Att bringa ordning i denna vokabulär och anpassa orden till det svenska språket är en uppgift för Hållbarhetstermgruppen, som samordnas av Språkrådet och vars uppgift är att samordna och tydliggöra hållbarhetsrelaterade begrepp.⁷ I mångt och mycket handlar gruppens arbete om att göra svenska språket bättre rustat för samtal om klimat, miljö och hållbar utveckling (Hanell 2022). För att underlätta kommunikation, kunskapsspridning och kunskapsutveckling på hållbarhetsområdet finns numera en termlista⁸. Förhoppningen är att denna termlista ska bidra till att göra språket och samtalen om hållbar utveckling

⁶ <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2020/07/sverige-staller-om-till-en-cirkular-ekonomi/> [2022-08-19]

⁷ <https://www.isof.se/vart-uppdrag/samarbeten/hallbarhetstermgruppen> [2022-08-24]

⁸ <https://www.isof.se/h%C3%A5llbarhetstermer> [2022-08-20]

tillgängliga för fler. Språkvårdaren och diskursanalytikern Linnea Hanell (2022), som ingår i Hållbarhetstermgruppen och därtill bedriver ett språkvetenskapligt forskningsprojekt med namnet *Samhällskommunikation i klimatkrisens tid*,⁹ skriver i ett blogginlägg: ”Det är viktigt att vi kan tala med varandra om hållbarhetsfrågor. Vi behöver diskutera, bilda oss, ifrågasätta, ställa krav, förklara, uppmana, planera, fantisera, ja till och med förfasa oss. En användbar, tillgänglig och begriplig terminologi underlättar allt sådant.”

Verbal kreativitet och semantisk kamp

Liksom andra nyckelord ger *hållbarhet* upphov till nya ordbildningar. Sammansättningarna tycks i det närmaste oändliga. Här ett alfabetiskt sorterat smakprov:

Hållbarhets-

arbete	hänsyn	orienterad	yrke
berättelse	initiativ	problematik	åtgärder
chef	jobb	resa	ämne
deklaration	kompetens	specialist	överväganden
expert	ledare	tänk	
fond	mål	utbildning	
gap	nav	vecka	

Den som vill roa sig med att spinna vidare på en enskild bokstav kan göra det. Om vi tar sikte på bokstaven *p* anmäler sig följande kandidater flinkt: *-perspektiv*, *-plan*, *-policy*, *-prestanda*, *-principer*, *-problematik*, *-program* och *-projekt*. Fältet ligger öppet för alla med en gnutta språklig fantasi och det är lätt att hitta sammansättningar av mer tillfällig karaktär, exempelvis *hållbarhetskakan* i följande formulering, som tar sikte på att många vill bygga varumärke genom att framstå som hållbara: ”Hållbarhetskakan är lockande och det är många som slåss om den just nu” (Lindberg 2021). Dessutom ingår ordet *hållbarhet* numera i flera namn, som *Hållbarhetsfestivalen*¹⁰ (ett årligen återkommande arrangemang som äger rum i Västra Götaland; festivaler med samma namn har också ägt rum i exempelvis Lund¹¹ och Uppsala¹²) och *Hållbarhetsverkstan*¹³ (en plats för ”[u]pcycling och återbruk” i Bollebygd;

⁹ <https://www.su.se/forskning/forskningsprojekt/samhällskommunikation-i-klimatkrisens-tid> [2022-08-20]

¹⁰ https://www.studieframjandet.se/om-oss/aktuellt-i-lista/aktuelltidor/hallbarhetsfestivalen-i-gtb/?gclid=EAlaIQobChMlIsePsvKjT-QIVZpBoCR1e4g0NEAAYASAAEgJLpPD_BwE [2022-08-19]

¹¹ <https://www.lu.se/artikel/hallbarhetsfestival-i-lund> [2022-08-19]

¹² <http://www.cemus.uu.se/festival-sv/> [2022-08-22]

¹³ <https://www.facebook.com/groups/2574556285961611/> [2022-08-19]

hållbarhetsverkstäder har även skymtats på fler håll i landet, som Hjorthagen i Stockholm¹⁴). Flera olika aktörer, bland annat Sveriges Kommuner och Regioner¹⁵, erbjuder dessutom tester och uppföljningstjänster med namnet *Hållbarhetskollen*. Därtill kan vi numera tala om *Hållbarhets Sverige*. Tidskriften *Aktuell hållbarhet* tar årligen fram listan ”Mäktigast i Hållbarhets Sverige”, för att lyfta fram de ”hållbarhetsmäktigaste” personerna i landet.¹⁶

Även om inom akademien är *hållbarhet* ett omhuldat begrepp. Exempelvis har Uppsala universitet just startat satsningen ”Hållbar framtid”, som syftar till att stimulera forskare och lärare att genom sin verksamhet bidra till ”hållbar utveckling”¹⁷, och Södertörns högskola marknadsför sedan några år tillbaka sina utbildningar med hjälp av FN:s hållbarhetsmål. Ett utskick från kommunikationsavdelningen uppmanade företrädare för alla ämnen att rapportera in vilka av FN:s hållbarhetsmål som kunde knytas till just deras utbildningsprogram. Denna rekryteringsstrategi vilar på övertygelsen att Södertörns högskolas målgrupp attraheras av hållbarhetsvärden.

Parallellt med att begreppet *hållbarhet* på allvar vinner insteg på många håll har företag i sin strävan att framstå som unika och med ett genuint intresse för hållbarhetsfrågor börjat distansera sig från ordet och i än högre från det slentrianmässiga bruket av det. I stället fyller de ordet med eget innehåll. (Detta kan ses som tecken på att det råder en ”semantisk kamp” mellan olika betydelser och att ordets konnotationer snabbt förändras - två väletablerade

karaktäristika för nyckelord). En följd av detta blir att ordet *hållbarhet* ibland används tillsammans med negeringar (*inte, inget*) när organisationer ska profilera sig, vilket visas av nedanstående anhopning av citat, som jag sporadiskt samlat in från internet:

Hållbarhet är inget begrepp vi förhåller oss till, det är ett sätt att vara som genomsyrar allt vi gör. Sernekes grund och historia representerar äkta samhällsengagemang och ett genuint intresse att tänka större än oss själva.¹⁸
[Serneke]

Efter 100 års erfarenhet av hållbarhet har vi lärt oss, bland annat, att hållbarhet är något som utvecklas hela tiden. Hållbarhet är inget mål, utan en resa som ständigt förändras allteftersom världen förändras.¹⁹ [Bona]

¹⁴ <https://www.mitti.se/nyheter/deras-satt-att-skapa-battre-integration-returmode/repqch!zUWoy91wmTauN8EnV8IXzw/> [2022-08-19]

¹⁵ <https://skr.se/skr/demokratiledningstyrning/upphandling/hallbarupphandling.28109.html> [2022-08-19]

¹⁶ <https://www.aktuellhallbarhet.se/strategi/hallbarhetsarbete/sa-gjordes-listan-maktigast-i-hallbarhetssverige-2021/> [2022-08-19]

¹⁷ <https://mp.uu.se/sv/web/info/vart-uu/verksamhetsutveckling/projekt/hallbar-framtid-ramar> [2022-08-19]

¹⁸ <https://www.serneke.se/om/hallbarhet/> [2022-08-19]

¹⁹ <https://www.bona.com/sv/om-bona/> [2022-08-19]

Hållbarhet är inget man löser på en kvart.²⁰ [Swedish scaleups]

Vi jobbar inte med hållbarhet, vi jobbar hållbart.²¹ [Sustainergies Academy]

- Vi jobbar inte med hållbarhet för att det är trendigt, det ligger i vårt DNA som kundägt bolag, berättade Anna Blom.²² [Länsförsäkringar Kalmar län]

Vi *menar* att hållbarhet inte bara är ett mål, utan också ett medel för att nå dit.²³ [Riksbyggen]

IBland säger vi att vi inte har något hållbarhetsarbete. Det stämmer naturligtvis inte. Däremot har vi inte en särskild enhet som jobbar med hållbarhetsfrågor. Istället har vi valt att integrera frågorna i vår löpande verksamhet genom att engagera varenda en av våra medarbetare.²⁴ [Vasakronan]

Bakom citaten står i tur och ordning en byggkoncern, en golvvårdsleverantör, ett samverkansprojekt för innovativa bolag, en utbildningsanordnare, ett försäkringsbolag, en fastighetsförvaltare och ett fastighetsbolag.

Att väcka hopp och förändra

Samtidigt som *hållbarhet* har seglat upp som ett modeord ser utsikterna för jordens överlevnad sämre ut än någonsin. Låsningarna är många. Det finns ändå en tro på att de hållbarhetsrelaterade begreppen kan bidra till verklig förändring – annars skulle exempelvis Hållbarhetstermgruppens arbete vara tämligen meningslöst. Det handlar inte minst om att väcka och sprida hopp genom ord med politisk sprängkraft – både mer etablerade begrepp, som *hållbarhet*, och nyare påfund, som *handavtryck*. Samtidigt är det tydligt att ord aldrig står för sig själva och att deras innebörder inte är statiska – deras betydelser är nära förbundna med de kontexter där de uppstår och används.

Liksom flera andra *menar* forskarna Roger Hildingsson och Richard Andersson (2012: 196–197) att Brundtlandrapportens genomslag kan förklaras av dess hoppingivande budskap präglad av en ”potential att överbygga den rådande antagonismen mellan tillväxtivrare, utvecklingssträvare och civilisationskritiska miljö- och rättviserörelser”. Samtidigt påpekar de att flera forskare har kritiserat *hållbar utveckling* för att vara ett alltför vagt begrepp eller rentav en själv motsägelse – alternativt en medveten retorisk strategi – där *hållbar utveckling*, i en kapitalistisk och marknadsliberal anda, tolkas som ’hållbar tillväxt’. Själva finner Hildingsson och Andersson denna kritik delvis missriktad. Politiska begrepp med normativ

²⁰ <https://swedishscaleups.se/inspiration/framtidssakra-foretaget-med-hallbarhet/> [2022-08-19]

²¹ <https://sustainergies.se/fran-sustainergies-academy-till-hallbarhetsproffs-pa-grant-thornton/> [2022-08-18]

²² <https://www.facebook.com/LFKalmar/posts/2013812288745980/> [2022-08-19]

²³ <https://www.riksbyggen.se/hallbarhet/> [2022-08-19]

²⁴ <https://vasakronan.se/om-vasakronan/hallbarhet/vart-ansvar/> [2022-08-19]

sprängkraft – som *demokrati*, *rättvisa* och *hållbar utveckling* – kan inte entydigt definieras i neutrala termer, men det innebär inte att de reflexmässigt bör avfärdas, lyder deras resonemang. Begrepp är redskap. Som sådana kan de brukas på olika sätt och i skilda syften – och vi ska akta oss för att skylla på redskapen när det problematiska i själva verket är hur de används. Hildingsson och Andersson (2012) skriver: ”Måhända var det olyckliga omständigheter som gjorde att detta politiska begrepp [hållbar utveckling] lanserades i nyliberalismens tidevarv, och att dess praktik togs över av marknadskrafternas logik, måhända inte. Oavsett vilket är lärdomen uppfordrande: politiska begrepp, hur tilltalande de än må vara, är inte starkare än de logiker de vilar på och de krafter de lyckas mobilisera.” Ändå vidhåller de att begreppet *hållbar utveckling* fortfarande har en potentiell sprängkraft. Samtidigt pläderar de för ett annat begrepp – nämligen *nerväxt*.

Detta begrepp står för ett förhållningssätt till tillväxt, välfärd och utveckling som vann insteg under 00-talet och framför allt manifesterades i 2008 års Parisdeklaration om hållbar *nerväxt*²⁵. Det omstridda begreppet *nerväxt* (eller *nedväxt*; eng. *degrowth*) har av förespråkarna beskrivits som en demokratiskt legitimerad process som går ut på att nedprioritera traditionell tillväxt i det politiska beslutsfattandet och i stället fokusera på en minskad resurs- och energianvändning i framför allt de rika länderna. I stället för ekonomisk tillväxt lyfter *nerväxt*ivarna fram andra övergripande samhällsmål, som hållbarhet, rättvisa, social sammanhållning och mänskligt välbefinnande (Hildingsson & Andersson 2012). De menar att det inte bara är möjligt att uppnå dessa mål utan traditionell tillväxt utan att det faktiskt är nödvändigt att vi nedprioriterar ekonomisk tillväxt för att de ska kunna uppnås.

Vid sidan om *nedväxt*debatten fortsatte FN sitt strategiska hållbarhetsarbete, och i september 2015 enades världens stats- och regeringschefer om de 17 globala hållbarhetsmål som det numera återkommande refereras till i alla upptänkliga sammanhang, från kommunala ”hållbarhetsbokslut”²⁶ till marknadsföring av högskoleutbildningar. Detta är första gången som alla världens länder har satt upp gemensamma mål för en hållbar utveckling i flera dimensioner: ekonomiska, sociala och miljömässiga (Lindgärde 2018). Det övergripande syftet med hållbarhetsmålen är att utrota fattigdom, stoppa klimatförändringarna och skapa fredliga, trygga, jämlika och rättvisa samhällen. Detta har de länder som antagit målen förbundet sig att göra till år 2030 – något som har gett överenskommelsen namnet Agenda 2030. Överenskommelsen är inte juridiskt bindande utan ett frivilligt åtagande och ansvaret för genomförandet vilar på alla människor och alla länder.

²⁵ För en svensk översättning, se

[https://waltersson.wordpress.com/2010/04/18/parisdeklarationen-i-svensk-oversattning/\[2022-08-22\]](https://waltersson.wordpress.com/2010/04/18/parisdeklarationen-i-svensk-oversattning/[2022-08-22])

²⁶ [https://kungsbacka.se/kommun-och-politik/utveckling-och-innovation/hallbar-utveckling/\[2022-08-19\]](https://kungsbacka.se/kommun-och-politik/utveckling-och-innovation/hallbar-utveckling/[2022-08-19])

Hållbarhetsmålen är ett resultat av mellanstatliga förhandlingar och de utgör bara en lägsta gemensam nämnare, vilket innebär att ett mål som 'demokrati' inte finns med. Medan vissa betraktar målen som urvattnade väljer andra att se dem som förankrade (Lindgärde 2018). Enligt statsvetarna Kristina Jönsson och Magdalena Bexell, som granskar politiken kring hållbarhetsmålen, är den stora fördelen med Agenda 2030 att den har bidragit till att bredda begreppet *hållbarhet* och ge förnyad politisk kraft till politik för hållbar utveckling på alla nivåer – lokal, regional, nationell och internationell (ibid.).

Ett specifikt begrepp som ingår i hållbarhetsdiskursen och som problematiserats på senare tid är *ekologiskt fotavtryck*, som står för den miljöförstöring som människans energiförbrukning och konsumtion resulterar i. Begreppet *fotavtryck* anses av vissa ha en negativ klang på miljöområdet i likhet med *fingeravtryck* i brottsbekämpning. Därför har Arla Foods börjat använda ett kompletterande begrepp som ska uppfattas som positivt: *handavtryck* eller *handprint*. Uttrycket fanns med i den miljöstrategi som bolaget lanserade 2019 och syntes även på mjölkpaketet. I en artikel publicerad i tidskriften *Aktuell Hållbarhet* definierade Arla Foods hållbarhetschef uttrycket: "Handavtryck betyder det positiva bidrag som Arla och Arlas ägare kan ha på världen" (Strid 2020). Som exempel nämnde hon naturbetesmarker.

Denna definition är som synes snäv, eftersom den knyts till Arla. Begreppet *handavtryck* är dock bredare än så, enligt den nämnda artikeln: Arla har fångat upp begreppet från Harvardforskaren Gregory Norris. Det ska även ha nämnts av Al Gore och ha använts i Finland av bland annat miljöministeriet. Dessutom finns organisationen Carbonhandprint.org, som uppger att de myntade begreppet för mer än tio år sedan, dock utan något anspråk på äganderätten; upphovsmannen Steven Lownds menar att *koldioxidhandavtryck* är ett begrepp som kan slå an särskilt hos yngre människor som kan ha nytta av positiva mål snarare än negativa budskap (Strid 2020).

För Arla och andra företag är det angeläget att hitta sätt att kvantifiera den positiva klimatpåverkan som en verksamhet kan bidra med, så att även denna kan tas med i beräkningar av varors och tjänsters totala klimatpåverkan, något som framhålls av Arlas hållbarhetschef i den nämnda artikeln. Dessutom – fortfarande enligt hållbarhetschefen – är kommunikationen om handavtryck viktig "för att kunna visa Arla Foods ägare att bolaget kan kommersialisera de framsteg man gör på hållbarhetsområdet" (Strid 2020).

Hjälp eller stjälp?

Häromåret varnade forskaren Niklas Egels Zandén, professor i management och organisation på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, för att de hållbarhetsrelaterade modeorden kan både skapa förvirring och få ett alltför stort inflytande över hållbarhetsarbetet i företag (Andersson 2020). I en

intervju i tidskriften *Syre* förklarade Egels Zandén att den artrika begreppsfloran kommer sig av att olika aktörer vill få sin egen tolkning att bli dominerande, samtidigt som det kan ha ett marknadsföringssyfte att vara kreativ när det kommer till ordbildning: nya begrepp kan användas för att framställa det som en aktör gör som något nytt och spännande (ibid.). Men gränsen mellan att skapa cynism och att väcka entusiasm kan vara hårfin, enligt den aktuella artikeln: Om de nya orden känns alltför ”säljande” är det lätt att människor i stället blir cyniska. Att strössla med sådana ord kan helt enkelt ge ett oseriöst och opportunistiskt intryck, särskilt när det handlar om något så akut och livsavgörande som miljöfrågor. Samtidigt menar Egels Zandén att den mänskliga svagheten för nyhetens behag inte ska underskattas. Om ett nytt ”säljande” ord kan uppmuntra människor att agera må det kanske vara förlåtet, till och med motiverat.

Det finns fler argument för den verbala uppfinningsrikedomen: Även om innehållet i den strida strömmen av hållbarhetsrelaterade begrepp vid en första anblick ter sig förvillande lika kan det vara så att ett nytt begrepp innebär en betoning av något som inte varit lika framträdande tidigare. Egels Zandén formulerar det på följande vis: ”Om vi går från hållbarhet till cirkulär ekonomi, det säger ändå något lite annorlunda och lägger fokus på en annan aspekt och det kan få vissa konsekvenser. Då kanske det är ett bra begrepp just nu, om man vill ha de konsekvenserna” (Andersson 2020). Ett påpekande som ligger i linje med det etablerade språkvetenskapliga synsättet att det inte finns några ord som helt och fullt är synonymer. Han betonar också att det måste finnas bra begrepp att samlas kring och att sådana måste vara tillräckligt ”fluffiga” för att folk ska kunna lägga in egna betydelser i dem – ett resonemang som känns igen från forskning om strategidokument (Pälli, Vaara & Sorsa 2009) och språkvetenskaplig forskning om organisationers värdegrundsord (Björkvall & Nyström Höög 2019), även om betoningen då ofta är att vagheten främst tjänar ledningens syften.

En risk att se upp med är dock att det kan bli ett förödande glapp mellan kommunikationsavdelningen och övriga medarbetare. Egels Zandén återger en anekdot: ”Jag minns ett företag som hade jobbat många år med hållbarhet och utbildning där vi frågade personalen om de jobbade med hållbarhet och de svarade nej, nej, vi jobbar med effektiviseringar och att minska svinn i produktionen” (Andersson 2020).

Detta glapp mellan experter av olika slag och ”gemene man” är något som även adresseras av Johanna Brydolf (2014), som skriver följande i en artikel med rubriken ”Miljöchef, förklara dina floskler”, publicerad i tidningen *Miljö & Utveckling*: ”Att jobba med miljö- och hållbarhet är att jobba i floskelrikets mecka. [...] Som miljöchef är antagligen hela du en floskelmaskin”. Hon varnar för att begrepp som alltför ofta används på ett onyanserat och ogenomtänkt sätt riskerar att slitas ut; för folk i allmänhet framstår de till slut inte som något mer än tomma, retoriska prydnader, även om de kan vara nog så tydliga och konkreta för en miljöchef. När tidningen bad läsarna att dela

med sig av sina värsta floskler fick de bland annat in uttryck som *100 procent miljövänligt* och *klimatneutral*. Ordet *hållbarhet* utnämns av Brydolf själv till ”floskelord nummer ett” (ibid.).

Av en annan åsikt är miljöforskaren Mikael Karlsson, som varit ordförande i Naturskyddsföreningen och skrivit en avhandling om begreppet *hållbarhet*. Han understryker i en intervju i tidningen *Aktuell hållbarhet* att ordet *hållbart* inte är meningslöst bara för att dess innebörd är omdebatterad (Anderberg 2021). Tvärtom menar han att ordet är centralt i det offentliga samtalet på samma sätt som andra viktiga ord som tolkas och används på olika sätt, exempelvis *hälsa* och *rättvisa*. I samma artikel möter vi Mikael Karlsson och Mats Landén, som arbetar med företagssamarbeten på Världsnaturfonden. De menar att även till synes vaga och breda begrepp kan komma väl till pass, som *klimatsmart* och *klimatnytta*. Däremot, framhålls det i artikeln, anses det mer kontroversiellt med ord och begrepp som ska beskriva en exakt struktur i miljö- och klimatarbete, exempelvis *nollutsläpp*, *klimatneutral* och *klimatpositiv*. Mats Landén vänder sig också mot förenklade definitioner av sådana begrepp. Samtidigt vill han inte att företag som verkligen anstränger sig ska hämmas och låta bli att berätta om sitt miljöarbete bara för att det är svårt att hitta rätt ord.

Att kapitalisera på ett nyckelord

Allt detta fokus på hållbar utveckling – i kombination med svårigheterna att kommunicera hållbarhetsarbetet – har gett upphov till en marknad för hållbarhetskonsulter och kommunikationsbyråer. Det finns idag en lång rad aktörer som erbjuder både skraddarsydda kommunikationstjänster och utbildningar med namn som ”Kommunicera hållbarhet”²⁷ och ”Hållbarhetskommunikation i praktiken”²⁸. På byråernas webbplatser utlovas hjälp med att ”förebygga hållbarhetskritik”²⁹ och att ”skapa en varumärkesplattform och formulera hållbarhetsbudskap”³⁰. I konsulternas och kommunikationsbyråernas propåer framgår kopplingen till varumärket tydligt, samtidigt som kommunikation om hållbarhet framställs som en svår sak som kräver experthjälp: ”Att sätta upp mål för hållbarhet och kommunicera dem utifrån varumärkets tonalitet är inte helt enkelt”, skriver Kantar Sifo (2019) i ett blogginlägg, som mynnar ut i en inbjudan till ett (kostnadsfritt) seminarium i ekologisk hållbarhetskommunikation. Branschorganisationen Sveriges kommunikatörer marknadsför en (icke kostnadsfri) utbildning på följande vis: ”Hållbarhetskommunikation kan stärka varumärket, inspirera till beteendeförändringar och skapa engagemang i organisationen. Men det finns också

²⁷ <https://www.westander.se/course/kommunicera-hallbarhet/> [2022-08-19]

²⁸ <https://www.aktuellhallbarhet.se/utbildning/hallbarhetskommunikation-i-praktiken-sa-skapar-du-engagerande-och-trovardig-kommunikation/> [2022-08-25]

²⁹ <https://diplomatcom.com/hallbarhetskommunikation/> [2022-08-19]

³⁰ <https://www.westander.se/tjanster/hallbarhet/#hallbarhetskommunikation> [2022-08-19]

fallgropar som många räds.”³¹ Några av ingredienserna i receptet som omvandlar information till engagerande hållbarhetskommunikation är, enligt Sveriges kommunikatörer, ”emotion och storytelling”. Även andra aktörer talar sig varma för storytelling som ett essentiellt redskap när hållbarhet ska kommuniceras.³²

Varumärkesbyggande hållbarhet kommuniceras inte enbart verbalt utan också genom ett strategiskt bruk av bilder. Kantar Sifo (2019) skriver i ett blogginlägg om hållbar kommunikation i termer av ”konsten att visualisera en idévärld”. Det går att vara en hårdför klimatkrigare och använda punkens och gatukonstens estetik i sin kommunikation för att signalera normbrott – Kantar Sifo anför i sitt blogginlägg Greenpeace som ett exempel på detta och exemplifierar med ett handmålade plakat. En annan väg, som lyfts fram av Kantar Sifo, är att ”engagera med försiktighet och uttrycka stabilitet och lugn”, exempelvis genom att ”visuellt referera till nostalgi och närheten till det genuina”. Obehandlade material har förmågan att ”uttrycka ärlighet och skönhet vilket även stärker känslan av autenticitet”, står det i blogginlägget under en bild av kryddor och örter utplacerade på en träbräda. Vidare framhålls att bilder tagna i dagsljus, med klara färger och böljande former, kan skapa en känsla av optimism och framåtanda. Sådana bilder används, enligt blogginlägget, med fördel om strategin är att ”kommunicera och engagera med glädje och gemenskap”.

Den som söker på ordet *hållbarhet* i Pixabay, som är en av de största kostnadsfria digitala bilddatabaserna, möts av mjuka former, kupade händer, mycket grönt och en del blått. Här visas ett utsnitt:



³¹ <https://sverigeskommunikatorer.se/utbildningar/distanskurs/distanskurs-hallbar-utveckling-for-kommunikatorer/> [2022-01-25]

³² Se t.ex. <https://dagensopinion.se/veckans-brief/artikel/hur-gor-man-storytelling-av-sitt-hallbarhetsarbete-jessica-johansson/> [2022-08-19]

Bild 2. Skärmdump från bild databasen Pixabay. Sökord: hållbarhet. [2021-10-02]

Det är många gånger en slak lina att balansera på för företag som använder hållbarhet som argument i sin marknadsföring. Det har till exempel Arla blivit varse. Mejeriproducentens ordglädje har inte enbart tagit sig uttryck i användningen av begreppet *handavtryck* utan också i en slogan som har ställt till problem för bolaget: I sin marknadsföring av ekologiska produkter hävdade Arla under flera år att dessa produkter hade ”netto noll klimatavtryck”. Efter att cirka 140 anmälningar kommit in till Konsumentverket valde myndigheten att kritisera Arla för att påståendet är att betrakta som ”vilsledande och i strid med god marknadsföringssed” (Nilsson 2019). Hösten 2021 stämde Arla av Konsumentombudsmannen (KO) för att bolaget trots kritiken fortsatt använda påståendet.³³ Av stämmingsansökan³⁴ framgick det att KO ville att Arla skulle förbjudas att i sin marknadsföring använda påståenden ”som ger intryck av att produkten inte förändrar klimatet i någon bemärkelse”. KO menar att påståendet ”netto noll klimatavtryck” ger en felaktig bild av produkternas miljöpåverkan och framhåller att Arla heller inte har kunnat bevisa att påståendet stämmer. I januari 2022 tilldelades Arla antipriset Årets matbluff i konsumentföreningen Äkta varas årliga antitävling.³⁵ I april samma år gick Arla ut med ett pressmeddelande om att det kritiserade budskapet skulle slopas. Arla skulle dessutom fasa ut den klimatkompensation som legat till grund för budskapet och i stället fokusera på klimat- och hållbarhetsarbetet på de svenska gårdarna.³⁶

Det är inte svårt att även på andra håll hitta tveksamma påståenden som går ut på att vi kan fortsätta konsumera utan att slita på planeten genom att välja miljömärkta produkter. Häromåret publicerade exempelvis livsstils-sajten Metro mode i samarbete med en digital marknadsplats en text med rubriken ”Shoppa hållbart! 17 trendiga vårfavoriter som alla är miljö-vänliga”.³⁷

Inte oväntat har kritik riktats mot en del av dagens så kallade hållbarhets-kommunikation. Bland annat har hållbarhetsstrategen Yrsa Lindberg (2021) i en opinionsartikel publicerad på affärssajten Resumé varnat för att kommunikationsbranschen är på väg åt fel håll och att kunskapen om hållbarhet dessutom ofta är låg. ”Ett seriöst hållbarhetsarbete är det enda som kan skapa ett hållbart varumärke”, hävdar hon. Hon uppmanar också till större

³³ <https://www.konsumentverket.se/aktuellt/nyheter-och-pressmeddelanden/pressmeddelanden/2021/ko-stammer-arla-for-netto-noll-reklam/> [2022-08-21]

³⁴ Stämmingsansökan till Patent- och marknadsdomstolen, dnr 2019/1475, datum 2021-11-10. Kärande: Konsumentombudsmannen. Svarande: Arla Foods AB.

³⁵ <https://www.aktavara.org/nyheter/60528/arets-matbluff-2021> [2022-08-21]

³⁶ <https://via.tt.se/pressmeddelande/arla-ko-eko-far-ny-design-fokuserar-pa-bondernas-hallbarhetsarbete?publisherId=3235978&releaseId=3321249&lang=sv> [2022-08-21]

³⁷ <https://metromode.se/mode/shoppa-hallbart-17-trendiga-varfavoriter-som-alla-ar-miljovanliga/> [2022-08-19]

uppmärksamhet på innebörden i de ord som används: ”Vad är det egentligen du säger? Är din produkt vänlig mot miljön? Är den cirkulär? Vet du vad begreppet hållbart betyder? Ett varumärke kan exempelvis inte vara hållbarast eftersom hållbarhet inte är en skala.” Den sista meningen i citatet är en känga till en marknadsföringsbyrå som står bakom en återkommande rapport med titeln ”Framtidens hållbaraste varumärken”. Detta rapportinitiativ lyfter hon fram som ett ”lågvarumärke” i paritet med vissa företags ”desperata försök att kränga varor till människor med klimatångest under Black Week genom grönmålade Instagram-annonser med löften om klimatkompensering och hållbara val” (Lindberg 2021).

Grönmålning är en svensk motsvarighet till det engelska uttrycket *greenwashing*. (Denna svenska benämning rekommenderades redan 2010 av det numera nedlagda Terminologacentrum (TNC), som såg likheten med ordet *skönmålning* som en fördel.³⁸) Grönmålning innebär att den som bedriver en verksamhet använder marknadsföring för att skapa en bild av verksamheten som miljövänlig trots att denna bild inte stämmer överens med verkligheten. Ett sätt att göra detta, som Wikipedia tar upp i sin definition av begreppet³⁹, är att framhäva enskilda miljövänliga insatser som ett företag gör utan att vara tydlig med att de väger lätt jämfört med den miljöförstöring som samma företag orsakar. Som begrepp ingår *grönmålning* i den stora lexikografiska hållbarhetsfamiljen i den bemärkelsen att det knappast skulle existera om inte hållbarhet vore ett omhuldat värde. En annan grundläggande förutsättning för begreppets existens är det dominerande varumärkesparadigmet.

I analogi med *grönmålning* förekommer numera även ordet *grönmörkning*. Ingen av dessa företeelser är önskvärd, enligt pr-byrån Westander, som på sin webbplats skriver: ”Vissa företag grönmörkar. Av rädsla för kritik håller de tyst om hur de bidrar till en socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbar utveckling. Företag som i stället kommunicerar kring hållbarhet stärker varumärket, inspirerar andra och driver hållbarhetsarbetet framåt.”⁴⁰

I sedvanlig ordning framhålls här hållbarhetskommunikationens varumärkesstärkande effekt – men ett annat syfte som också lyfts fram är, som synes, att sådan kommunikation kan driva hållbarhetsarbetet framåt, ett argument som vi känner igen från Hållbarhetstermgruppen.

Sista ordet är inte sagt

Ytterligare ett par betydelser av ordet *hållbar* återstår att dryfta. Enligt den historiska Svenska Akademiens ordbok användes ordet *hållbar* från 1870-talet i betydelsen ’som kan bibehållas, hållas, försvaras’ och som exempel ges en hållbar fästning liksom – bildligt – ett hållbart argument.⁴¹ En än mer

³⁸ <https://terminologiframjandet.se/h552a9FtZ/tnc.se/termfraga/gronmalning/> [2022-08-19]

³⁹ <https://sv.wikipedia.org/wiki/Greenwashing> [2022-08-19]

⁴⁰ <https://www.westander.se/press/nyheter/frukostklubb-sa-kommunicerar-ni-hallbarhet-utan-att-gronmala/> [2022-08-19]

⁴¹ https://svenska.se/saob/?sok=h%C3%A5llbarhet&pz=1#U_H1601_209053 [2022-08-19]

konkret tolkning av ordet *hållbar* ges av signaturen Eva i ett Facebook-inlägg som hon postade med anledning av att kyrkorna i Sverige hösten 2017 arrangerade en global hållbarhetsvecka, med temat Hållbar värld för alla (se bild 2).⁴² Eva skriver: "Hållbar kan betyda att något räcker länge, inte förstörs. 'Hållbar värld för alla' – en värld där människor kan leva även i framtiden. Men hållbar kan också betyda möjlig att hålla..." Bilden som ackompanjerar hennes inlägg visar en hand som håller i en jordglob. Eva citerar också ett bibelord från Psaltaren (139: 5): "Du omger mig på alla sidor, jag är helt i din hand, säger David till Herren, Gud."



Bild 2. Facebookinlägg.⁴³ (Foto: Sveriges kristna råd.)

Handen på bilden må symbolisera Guds hand – det står var och en fritt att göra sin egen tolkning på den punkten. Men vi kommer inte ifrån att jordens öde just nu ligger i våra händer. Att vi blivit alltmer medvetna om detta sätter avtryck i vårt språkbruk, och än är det sista hållbarhetsordet knappast sagt – eller ens uppfunnet. Vad som återstår är att agera så att det inte blir mer snack än hållbarhetsverkstad.

⁴² <https://hi-in.facebook.com/FKMora/photos/h%C3%A5llbarh%C3%A5llbar-kan-betyda-att-n%C3%A5got-r%C3%A4cker-l%C3%A4nge-inte-f%C3%B6rst%C3%B6rs-h%C3%A5llbar-v%C3%A4rld-f%C3%B6r-alla/1573623426036917/> [2022-08-19] (Inlägget citeras här med skribentens tillstånd.)

⁴³ <https://hi-in.facebook.com/FKMora/photos/h%C3%A5llbarh%C3%A5llbar-kan-betyda-att-n%C3%A5got-r%C3%A4cker-l%C3%A4nge-inte-f%C3%B6rst%C3%B6rs-h%C3%A5llbar-v%C3%A4rld-f%C3%B6r-alla/1573623426036917/> [2022-08-19] (Inlägget återges här med skribentens tillstånd.)

Referenser

- Anderberg, Björn (2021), ”Modeord välkomnas av hållbarhetsexperter”, 9 mars. *Aktuell Hållbarhet*.
- Andersson, Katarina (2020), ”Så förvirrar begreppen inom hållbarhet”, *Syre*, 31 juli. <https://tidningensyre.se/2020/31-juli-2020/sa-forvirrar-begreppen-inom-hallbarhet/> [2022-08-19]
- Björkqvall, Anders & Catharina Nyström Höög (2019), ”Semiotic vagueness as a tool for goal fulfilment: ‘Platform of values’ in Swedish public administration”, *Journal of Applied Linguistics and Professional Practice* 16(1): 5–28. DOI: <https://doi.org/10.1558/jalpp.15693>
- Brydolf, Johanna (2014), ”Miljöchef, förklara dina floskler!”, *Miljö & Utveckling*, 11 juni. <https://miljo-utveckling.se/miljochef-forklara-dina-floskler/> [2022-08-25]
- Brylla, Charlotta (1999), ”Begreppet nyckelord i den lingvistiska traditionen”, i Jurij Kusmenko & Sven Lange (utg.), *Nordiska språk – synkront och diakront: Föredrag från det 3:e studentkollokviet i nordisk språkvetenskap, Berlin 20–22 november 1998*. (Kleine Schriften des Nordeuropa-Institutes 17.) Berlin: Nordeuropa-Institut, s. 52–58.
- Brylla, Charlotta (2000), *Ord med laddning: Nyckelord och slagord som termer i tysk språkvetenskap*. (ORDAT-rapport 3.) Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/18748/gupea_2077_18748_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Brylla, Charlotta (2002), ”Inbillningskraft: Ett nyckelord i tysk och svensk romantik”, i Jurij Kusmenko & Sven Lange (red.), *Strövtåg i nordisk språkvetenskap: Föredrag från det 6:e studentkollokviet i nordisk språkvetenskap. Stockholm, 26.–27. Mai 2001*. (Kleine Schriften des Nordeuropa-Institutes 27.) Berlin: Nordeuropa-Institut, s. 53–67.
- FN, 1987. *Report of the World Commission on environment and development: Our common future*. Förenta Nationerna. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> [2022-08-21]
- Hanell, Linnea (2022), *Vi behöver ord för att tala om hållbarhet* [blogginlägg], Humtank. <https://humtank.se/vi-behoover-ord-att-tala-om-hallbarhet/> [2022-12-11]
- Hildingsson, Roger & Richard Andersson (2012), ”En (annan) hållbar utveckling”, *Fronesis* 38–39: 196–203.
- Kantar Sifo (2019), ”Hållbar kommunikation – eller konsten att visualisera en idévärld” [blogginlägg]. Kantar Sifo, 8 maj. <https://www.kantarsifo.se/blogg/hallbar-kommunikation-eller-konsten-att-visualisera-en-ideevard> [2021-09-29]
- Lindberg, Yrsa (2021), ”Nej, hållbarhetskommunikation är inte som all annan kommunikation”, *Resumé*, 18 januari. <https://www.resume.se/alla-nyheter/opinion/nej-hallbarhetskommunikation-ar-inte-som-all-annan-kommunikation/> [2022-08-20]

- Lindgärde, Kristina (2018), "Vad du inte visste om Agenda 2030", *Nyheter* [webbsida], 28 januari. Lunds universitet. <https://www.lu.se/artikel/vad-du-inte-visste-om-agenda-2030> [2022-01-28]
- Lunds universitet (2020), "Vad är hållbarhet?" *Hållbarhetsforum* [webbforum], 17 december. Lund universitet. <https://www.hallbarhet.lu.se/forskning/vad-ar-hallbarhet> [2022-08-19]
- Nilsson, Thomas (2019), "Arlas 'netto noll klimatavtryck' kritiserar av KO – mejeriproducenten står på sig", *Resumé*, 18 november. <https://www.resume.se/kommunikation/pr/arl原因-netto-noll-klimatavtryck-kritiser-as-av-ko-mejeriproducenten-star-pa-sig/> [2022-08-21]
- Pälli, Pekka, Eero Vaara & Virpi Sorsa (2009). "Strategy as text and discursive practise: A genre-based approach to strategizing in city administration", *Discourse & Communication* 3(3): 303–318. <https://doi.org/10.1177/201750481309337206>
- Seiler Brylla, Charlotta & Anna W. Gustafsson (2012), "Gröna ord: En begreppsanalys av två partiprogram", i Johan Brandtler, David Håkansson, Stefan Huber, & Eva Klingvall (red.), *Discourse and grammar: A festschrift in honor of Valéria Molnár*. Lund: Lunds universitet. <https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/5487628/4465793.pdf>
- Strid, Kristina (2020), "Handavtryck – nytt uttryck för klimatpositiva åtgärder", *Aktuell hållbarhet*, 29 maj. <https://www.aktuellhallbarhet.se/strategi/hallbarhetsarbete/handavtryck-nytt-uttryck-for-klimatpositiva-atgarder/> [2021-09-30]
- Åhlfeldt, Emanuel (2019), Hållbart utvecklingsarbete i organisationer – användbart begrepp eller meningslös floskel? En kunskapsöversikt och begreppsanalys. (Helix Rapport 19:003.) Linköping: Linköpings universitet. <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1326726/FULLTEXT01.pdf>