

Miljømærker på tekstiler

Anne Abildgaard og Anne Mette von Benzon
COWI Rådgivende Ingeniører A/S

Miljøstyrelsen vil, når lejligheden gives, offentliggøre rapporter og indlæg vedrørende forsknings- og udviklingsprojekter inden for miljøsektoren, finansieret af Miljøstyrelsens undersøgelsesbevilling.

Det skal bemærkes, at en sådan offentliggørelse ikke nødvendigvis betyder, at det pågældende indlæg giver udtryk for Miljøstyrelsens synspunkter.

Offentliggørelsen betyder imidlertid, at Miljøstyrelsen finder, at indholdet udgør et væsentligt indlæg i debatten omkring den danske miljøpolitik.

Indhold

SAMMENFATNING OG KONKLUSIONER	7
1 INDLEDNING	11
2 PROJEKTETS FREMGANGSMÅDE	13
3 FORSKELLIGE TEKSTIL-MILJØMÆRKER	14
3.1 INDLEDNING	14
3.2 EU-BLOMSTEN	15
3.2.1 Kriterier	15
3.2.2 Dokumentation	16
3.2.3 Ekstern kontrol	16
3.2.4 Antal mærkede produkter	16
3.2.5 Økonomi	16
3.3 BRA MILJÖVAL	17
3.3.1 Kriterier	17
3.3.2 Krav til dokumentation	18
3.3.3 Ekstern kontrol	18
3.3.4 Antal mærkede produkter	18
3.3.5 Økonomi	19
3.4 ECO LOGO (CANADA)	19
3.4.1 Kriterier	19
3.4.2 Krav til dokumentation	19
3.4.3 Ekstern kontrol	20
3.4.4 Antal mærkede produkter	20
3.4.5 Økonomi	20
3.5 KRAV (SVERIGE)	20
3.5.1 Kriterier	20
3.5.2 Dokumentation	21
3.5.3 Ekstern kontrol	21
3.5.4 Antal mærkede produkter	21
3.5.5 Økonomi	22
3.6 EKO (HOLLAND)	22
3.6.1 Kriterier	22
3.6.2 Dokumentation	22
3.6.3 Ekstern kontrol	22
3.6.4 Antal mærkede produkter	22
3.6.5 Økonomi	23
3.7 ECO MARK (JAPAN)	23
3.7.1 Kriterier	23
3.7.2 Dokumentation	23
3.7.3 Ekstern kontrol	24
3.7.4 Antal mærkede produkter	24
3.7.5 Økonomi	24
3.8 ØKOTEX 100	24
3.8.1 Kriterier	25

3.8.2	<i>Dokumentation</i>	25
3.8.3	<i>Ekstern kontrol</i>	25
3.8.4	<i>Antal mærkede produkter</i>	26
3.8.5	<i>Økonomi</i>	26
3.9	DET NORDISKE MILJØMÆRKE SVANEN	26
3.9.1	<i>Kriterier</i>	27
3.9.2	<i>Dokumentation</i>	27
3.9.3	<i>Ekstern kontrol</i>	27
3.9.4	<i>Antal mærkede produkter</i>	28
3.9.5	<i>Økonomi</i>	28
3.10	OVERSIGT MED SAMMENLIGNING MELLEM MILJØMÆRKER	28
3.11	LITTERATUR	31
4	SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE	32
4.1	UDFORMNING AF SPØRGSMÅL	32
4.2	GENNEMFØRELSE AF UNDERSØGELSEN	32
4.3	PRODUCENTER, DISTRIBUTØRER M.FL.	33
4.3.1	<i>Prioritering af miljøforhold</i>	34
4.3.2	<i>Ansvar for miljøforhold</i>	35
4.3.3	<i>Kendskab til miljømærker</i>	35
4.3.4	<i>Holdning til miljømærker</i>	36
4.3.5	<i>Kendskab til kriterierne bag Blomsten</i>	38
4.3.6	<i>Virksomhedens prioritering ved valg af leverandører</i>	39
4.3.7	<i>Områder i fokus ved markedsføring</i>	40
4.3.8	<i>Efterspørgsel fra kunderne</i>	40
4.4	PROFESSIONELLE INDKØBERE	41
4.4.1	<i>Kendskab til miljømærker</i>	42
4.4.2	<i>Ansvar for miljøforhold</i>	42
4.4.3	<i>Holdning til miljømærker</i>	44
4.4.4	<i>Kendskab til miljømærket Blomsten</i>	44
4.4.5	<i>Professionelle indkøberes prioritering ved valg af leverandører</i>	45
4.4.6	<i>Brugernes efterspørgsel og holdninger</i>	46
4.4.7	<i>Øvrige barrierer</i>	47
4.4.8	<i>Analyse af barrierer</i>	47
5	INTERVIEW AF AKTØRER	49
5.1	SAMMENFATNING AF RESULTATER	49
5.2	KENDSKAB TIL MÆRKERNE	50
5.2.1	<i>Producenter</i>	50
5.2.2	<i>Detail</i>	50
5.2.3	<i>Indkøb</i>	51
5.2.4	<i>Miljømærkesekretariatet</i>	51
5.3	INTERORGANISATORISKE BARRIERER	51
5.3.1	<i>Producenter, detail og indkøbere</i>	51
5.4	KENDSKAB TIL KRITERIERNE FOR BLOMSTEN	52
5.4.1	<i>Producenter</i>	52
5.4.2	<i>Detail</i>	53
5.4.3	<i>Indkøbere</i>	53
5.5	INDHOLD I KRITERIERNE FOR BLOMSTEN	53
5.5.1	<i>Producenter</i>	53
5.5.2	<i>Detail</i>	53
5.5.3	<i>Indkøb</i>	54
5.5.4	<i>Miljømærkesekretariatet</i>	54

5.6	MILJØMÆRKNING AF TEKSTILER (KUN PRODUCENTER)	54
5.7	ANSØGNING OM BLOMSTEN (KUN PRODUCENTER)	55
5.7.1	<i>Miljømærkesekretariatet</i>	57
5.8	INDKØB AF TEKSTILER (KUN DETAIL OG INDKØBERE)	57
5.8.1	<i>Detail</i>	57
5.8.2	<i>Indkøber</i>	58
5.9	HOLDNING TIL MÆRKERNE	59
6	ANALYSE AF BARRIERER MOD MILJØMÆRKER	61
6.1	MILJØ PRIORITERES IKKE HØJT I BRANCHEN	61
6.2	MANGLENDE EFTERSPØRGSEL BLANDT KUNDERNE	62
6.3	MILJØ ER IKKE ET MARKEDSFØRINGS PARAMETER	63
6.4	KENDSKAB TIL MILJØMÆRKER IKKE UDBREDT	63
6.5	KEMISKE STOFFER	64
6.6	DOKUMENTATION ER RESSOURCEKRÆVENDE	64
6.7	MILJØMÆRKEDE PRODUKTER ER DYRE	65
6.8	FREMTIDIGE BARRIERER	65
7	VIRKEMIDLER TIL AT OVERVINDE BARRIERER	66
7.1	FORSLAG TIL VIRKEMIDLER	66
7.1.1	<i>Øget prioritering af miljø</i>	66
7.1.2	<i>Information om miljømærker</i>	66
7.1.3	<i>Øget efterspørgsel, udbud og markedsføring</i>	66
7.1.4	<i>Forenklet dokumentation (producenter)</i>	67
7.1.5	<i>Kemiske stoffer</i>	67
7.2	EKSISTERENDE VÆRKTØJER	67

Bilag A: Skema til telefoninterview/e-mail til producenter, distributører m.v.

Bilag B: Spørgeskema.

Bilag C: Interviewguide til producenter af tekstiler.

Bilag D: Interviewguide til indkøbere og detail.

Sammenfatning og konklusioner

Dette projekt er igangsat under den del af Miljøstyrelsens program for renere produkter, der vedrører tekstiler.

Projektet har til formål at belyse, hvilke barrierer der er i branchen imod erhvervelse af miljømærker. Derudover er det også en del af projektets formål at vurdere hvilke virkemidler, som kan være med til at reducere barriererne. Tekstilbranchen er i fællesskab enedes om at prioritere miljømærket EU Blomsten, da det er mere internationalt rettet end de øvrige miljømærker på markedet. Projektet har derfor mest fokus på dette mærke.

Projektet er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse blandt branchens aktører indenfor producenter, detailhandel og professionelle offentlige og private indkøbere i store virksomheder. Spørgeskemaundersøgelsen er fulgt op af interviews af udvalgte væsentlige aktører indenfor de tre grupper. Derudover indeholder projektet en oversigt over forskellige miljømærker, som kan anvendes til miljømærkning af tekstiler. Det gælder miljømærker som bl.a. EU Blomsten, Svanen, Bra Miljøval, KRAV, Økotex 100 og EKO.

Oversigten over de enkelte miljømærker omhandler principper i kriterierne, krav til dokumentation, og udgifter til certificering. Gennemgangen af de forskellige miljømærker viser, at der er stor forskel på antallet af miljømærkede tekstilprodukter indenfor de enkelte mærker. Et japansk miljømærke (Eco Mark) kan udvise det største antal mærkede produkter, men indeholder samtidigt meget få miljøkrav. Økotex 100, som udelukkende vedrører sundhedsaspektet ved det færdige produkt, har det næst højeste antal mærkede produkter. Kravene til det færdige produkt ligger for Økotex 100 tæt på de tilsvarende krav i Blomsten og Svanen, men mærket indeholder ikke miljøkrav til produktionen. Antallet af mærkede produkter afspejler således i et vist omfang, hvor omfattende kravene og behovet for dokumentation er til det enkelte miljømærke. Miljømærket Blomsten er endnu ikke særligt udbredt i Danmark (1 produkt i april 2000). Der forventes dog en betydeligt stigning i antallet af mærkede produkter i forbindelse med en kampagne iværksat under Tekstilpanelet i foråret 2001.

Spørgeskemaundersøgelsen blandt producenter, detailhandel og professionelle indkøbere er gennemført dels via telefon-interviews og dels via elektronisk besvarelse. Spørgsmålene vedrører forhold som prioritering af miljø, kendskab til miljømærker, kendskab til indhold i kriterierne for EU-Blomsten for tekstiler, markedsføring og efterspørgsel. For producenternes vedkommende er der desuden specifikke spørgsmål vedrørende ansøgningsproceduren for at opnå EU-Blomsten.

Spørgeskemaundersøgelsen afslører en væsentlig barriere i form af, at en stor del af respondenterne ikke besvarede spørgsmålene. Årsager til den manglende deltagelse varierer, men et fælles træk er manglende tid, som i nogen grad kan tolkes som manglende prioritering af miljøområdet på grund af manglende ressourcer eller manglende viden om miljø. Derudover fremgår det af besvarelserne, at miljø ikke prioriteres (ingen miljøpolitik eller miljøledelse) særligt højt hos hverken producenter, detailhandel eller blandt indkøberne.

Der er generelt manglende viden om miljømærker, som både afføder en manglende efterspørgsel og et manglende udbud af miljømærkede produkter. Disse forhold gælder for alle 3 grupper (producenter, detailhandel og indkøbere). I foråret 2001 forventes imidlertid et betydeligt større antal mærkede produkter indenfor flere tekstiltyper.

I dag anvender hverken producenter eller detailhandel miljøargumenter i deres markedsføring af produkter ligesom indkøberne kun i meget ringe omfang stiller miljøkrav til de produkter de efterspørger. Indkøberne har generelt ikke kendskab til eksisterende værktøjer, der kan anvendes til at stille krav til leverandørerne. Det gælder således også de eksisterende miljøvejledninger til offentlige indkøbere, som Miljøstyrelsen har udarbejdet.

Spørgeskemaundersøgelsens resultater er uddybet ved at gennemføre interview blandt væsentlige aktører indenfor producenter, detailhandel og professionelle indkøbere. Derudover er der gennemført interview med Miljømærkesekretariatet for at belyse, hvilke barrierer de oplever som væsentlige. De forhold, der er søgt belyst yderligere er kendskab til miljømærker, interorganisatoriske barrierer imod fokus på miljømærker og specifikt kendskab til kriterierne bag miljømærket Blomsten, proceduren for ansøgning om miljømærke og tilhørende dokumentation samt indkøb og efterspørgsel af miljømærkede tekstiler.

Interviewene underbygger generelt de tendenser spørgeskemaundersøgelsen har vist med hensyn til barrierer for opnåelse af miljømærker. De væsentligste barrierer, der er afdækket er således:

- En generel lav prioritering af miljøspørgsmål i branchen
- Manglende efterspørgsel fra kunderne og manglende udbud fra producenterne
- Ikke fokus på miljø i markedsføring
- Generelt lille reelt kendskab til miljømærker
- Utilstrækkelig viden om kemiske stoffer i tekstiler
- Dokumentation til ansøgning om miljømærke er ressourcekrævende
- Miljømærkede produkter er dyrere end ikke mærkede produkter

Barriererne imod miljømærker på tekstiler er mangfoldige, og samtidigt kendetegnede ved at de hænger sammen. Den manglende prioritering af miljø i branchen skal således ses i sammenhæng med manglende efterspørgsel og oplevelsen af, at de miljømærkede produkter er dyrere. Der er nærmest tale om en ond cirkel, som er vanskelig at bryde med mindre der sættes ind på flere fronter samtidigt.

Det vil derfor være nødvendigt, at der samtidigt sker en indsats i forhold til de 3 grupper i leverandørkæden. Indsatsen til alle grupper er bl.a. øget information om miljømærker og en synliggørelse af værdien i mærket. Informationerne skal være lettilgængelige og helst ledsaget af værktøjer, der letter arbejdet med ansøgning om miljømærke for producenterne og værktøjer som gør det lettere at stille krav bagud i kæden.

For indkøberne findes allerede miljøvejledninger på tekstilområdet, som imidlertid ikke er særligt udbredt. Miljøvejledningerne kendes ikke blandt de private indkøbere og heller ikke blandt en stor del af de offentlige indkøbere. En fornyet informationsindsats på dette område er derfor påkrævet, hvis udbredelsen og

anvendelsen skal øges. Interviewene viser, at indkøberne ikke selv opsøger denne viden. Det er derfor nødvendigt at få den integreret via eksisterende informationskanaler og erfa-grupper blandt indkøberne.

Det skal understreges, at der generelt er en stor vilje blandt producenterne til at prioritere miljøområdet højere. Der er ikke barrierer internt i organisationen imod at stille miljøkrav eller satse på miljømærker. Det virker blot uoverskueligt for mange og motivationen i form af krav og efterspørgsel mangler. Desuden er branchen kendetegnet ved, at det for manges vedkommende kun er design og markedsføring der foregår i Danmark. Selve produktionen er spredt ud over det meste af verden, hvilket gør det meget ressourcekrævende at stille krav, dokumentere og kontrollere at de opfyldes. Manglende viden om de nationale forhold i de enkelte lande på miljøområdet er derfor en væsentlig barriere.

For alle 3 grupper forekommer tackling af problemstillingen omkring de kemiske stoffer i tekstiler meget vanskelig. Det er de færreste, der internt i organisationen er i besiddelse af den nødvendige kompetence til at vurdere stofferne eller blot vurdere hvilke stoffer, der indgår i en given produkttype. Det er derfor overordentligt vanskeligt for dem at vurdere kriteriesættet for EU Blomsten eller andre miljømærker, da de i høj grad fokuserer på indhold af specifikke kemiske stoffer. Kriterierne er derfor meget vanskelige for aktørerne at forstå. De må derfor enten bruge mange ressourcer internt eller eksternt for at kunne dokumentere kravene og stille krav videre bagud i kæden. Der er derfor et stort behov for et værktøj på dette område.

En konklusion må derfor være, at for at processen med at øge afsætningen af miljømærkede tekstiler for alvor skal overkomme sine barrierer, skal fokus rettes mod virksomhederne i leverandørkæden. De skal have intern kompetence til at kunne forstå, prioritere, vurdere og iværksætte de aktiviteter, som får afsætningen af miljømærkede tekstiler til at stige. Det betyder, at virksomhederne skal sikres den nødvendige information og videnopbygning, ligesom det skal sikres, at de nødvendige værktøjer herfor er til stede.

1 Indledning

Dette projekt er en del af en større indsats overfor tekstilbranchen for at reducere miljøbelastninger for tekstilprodukter. Tekstilpanelet, som er nedsat af Miljøstyrelsen, har i deres handlingsplan for 1999 prioriteret en række indsatsområder for at nå dette mål.

En måde at reducere belastningerne på er at øge udbud og efterspørgsel af miljømærkede tekstiler, men der er endnu kun få miljømærkede tekstiler på markedet. Baggrunden for den ringe andel af miljømærkede tekstiler kan skyldes mange forhold. Det kan skyldes fordomme omkring miljømærkede tekstiler, manglende krav fra brugerside eller det kan være manglende miljøbevidsthed eller interesse for miljømærker i branchen.

Produktpanelet for tekstiler peger i sin handlingsplan fra maj 1999 på flere grunde til, at tekstiler ikke søges miljømærket:

- De nuværende kriterier indfanger ikke alle væsentlige miljø- og arbejdsmiljøforhold i tekstilers livsforløb, hvilket påvirker mærkets troværdighed.
- Det er vanskeligt at dokumentere visse kriterier, hvis det forudsætter dokumentation fra underleverandører i Østen.
- Det er administrativt besværligt og omkostningstungt at få mærkerne.

Såfremt udbuddet af miljømærkede varer øges, kan det sandsynligvis medføre en øget udbredelse af miljømærkede tekstiler. Dette understreger behovet for at få afdækket og elimineret barrierer imod at erhverve miljømærker.

Der er en række markedsforhold, der ansporer til en øget anvendelse og udbredelse af miljømærker på tekstiler. Disse omfatter blandt andre:

- Størstedelen af danske tekstilproducenters varer afsættes på markeder, der traditionelt anses for miljøbevidste, Danmark, Sverige, Tyskland og Norge.
- Offentlige aftagere i Danmark skal stille krav til miljøaspekter ved indkøb – og blandt andet Miljøstyrelsen og IKA har udarbejdet indkøbsvejledninger for en række tekstilprodukter.
- Flere detailkæder, heriblandt FDB, er begyndt at stille krav til enkelte producenter om at levere miljømærkede produkter.
- Branchen for tekstilproducenter består af både mindre, mellemstore og store virksomheder. Såfremt især de store vælger at producere miljømærkede tekstiler, øges presset på den øvrige branche for at få flere miljømærkede tekstilprodukter.
- Gennem en lang række renere teknologi-projekter, er miljø blevet et nærværende element i tekstilbranchens dagligdag, både i holdninger og praksis.

Der synes derfor at være en række forhold, der taler for, at miljømærkede tekstiler vil vinde større udbredelse, i det omfang det er muligt at minimere betydningen af barriererne herfor.

Gennem flere år har det været muligt at få miljømærker på tekstiler. Der findes kriteriesæt for nordisk svanemærkning af tekstiler og der er kriterier for mærkning med den europæiske blomst.

Til trods for at der er udarbejdet miljømærkekriterier for tekstiler, inden for flere produktgrupper, findes der kun få miljømærkede produkter på markederne.

Formålet med dette projekt er at afdække barrierer i forhold til at erhverve miljømærker på tekstiler blandt producenter, i detailhandelen og blandt de professionelle offentlige og private indkøbere i større organisationer. Projektets sekundære formål er at identificere relevante virkemidler og metoder til at reducere barriererne.

Derved er det også hensigten med projektet at bidrage med viden, der kan øge danske aktørers interesse for og handlinger mod at erhverve miljømærker på tekstiler.

Projektet bidrager herved indirekte til det overordnede mål i renere produkt programmet – at reducere miljøbelastningen fra tekstiler i deres livsforløb.

2 Projektets fremgangsmåde

Projektet til belysning af barrierer i tekstilbranchen gennemføres i faser, som er mere eller mindre indbyrdes afhængige. Denne fremgangsmåde er valgt for at kunne udnytte erfaringerne fra den foregående fase og målrette indsatsen i den efterfølgende fase ud fra de indhentede erfaringer. Faserne er:

- Indsamling af data vedrørende miljømærker
- Gennemførelse af spørgeskemaundersøgelse
- Interview af udvalgte aktører
- Analyse af barrierer
- Identifikation af mulige virkemidler

Indsamling af data vedrørende erfaringer fra udenlandske og nationale miljømærkeordninger, der har udarbejdet kriterier for tekstilprodukter er den første aktivitet. Data er indsamlet gennem litteraturstudier samt skriftlig henvendelse til de ansvarlige for miljømærkeordningerne. Informationen om de forskellige miljømærker er sammenfattet i en oversigt, der illustrerer hovedelementerne i de forskellige ordninger.

Sideløbende med dataindsamlingen er der udarbejdet spørgsmål målrettet til de 3 grupper af aktører: producenter, detail handel og professionelle indkøbere. De professionelle indkøbere repræsenterer forbrugeren. Spørgeskemaundersøgelsen er herefter gennemført blandt udvalgte aktører i de enkelte grupper.

De indhentede oplysninger er bearbejdet og det er analyseret hvilke emner, der er behov for få uddybet via interviews med udvalgte aktører indenfor de 3 grupper. Interviewene er sammenfattet og resultaterne sammenholdt med resultater af spørgeskemaundersøgelsen til en samlet analyse af væsentlige barrierer i branchen imod erhvervelse af miljømærker.

Afslutningsvis opstilles på baggrund af barriererne forslag til virkemidler målrettet til henholdsvis producenter, detailhandel og professionelle indkøbere.

3 Forskellige tekstil-miljømærker

3.1 Indledning

Dette er en gennemgang af principperne i udvalgte frivillige nationale og internationale miljømærkningsordninger, som anvendes til produkter herunder tekstiler.

Formålet er at præsentere en oversigt over forskellige nationale og internationale mærker, som er relevante for tekstiler. Der eksisterer andre ordninger end nedenstående, men nedenstående er udvalgt, da de vurderes at være repræsentative for de forskellige varianter, herunder både rene økologi mærker eller sundhedsmærker og kombinationer af økologi, sundhed og miljø.

Oversigten skal medvirke til at skabe et indledende indtryk af principper, som f.eks. omfanget af kriterierne og antallet af mærkede produkter. Notatet er ikke en detaljeret gennemgang af krav i de enkelte mærker. Ved en eventuel ansøgning om de enkelte mærker anbefales det at kontakte de respektive organisationer, som findes i litteraturlisten bagest i kapitlet.

De udvalgte mærker, som alle anvendes til tekstiler er:

- Det europæiske miljømærke Blomsten (EU)
- Bra Miljöval (også kaldet Falken - Sverige)
- EcoLogo (Canada)
- KRAV (Sverige)
- EKO (Holland)
- Eco Mark (Japan)
- Økotex 100 (internationalt mærke for tekstilprodukter)
- Det nordiske miljømærke Svanen

I gennemgangen af mærkerne er der fokuseret på følgende forhold:

- udformningen af kriterierne
- krav til dokumentation
- ekstern kontrol
- udgift til certificering
- antal mærkede produkter

Udover de ovenfor nævnte mærker, er det undersøgt, om der findes andre miljømærker, som er relevante i Europa. Det hollandske miljømærke Milieukeur har tidligere haft kriterier for tekstiler. De blev trukket tilbage, da EU-Blomsten blev etableret for tekstiler. På det tidspunkt var der i øvrigt ingen miljømærkede tekstilprodukter på det hollandske marked /8/. Et andet eksempel er det tyske IVN (Internationaler Naturtextil Verband), som er et privat mærke for medlemmer af IVN, der opdeler tekstilprodukterne i "BEST" og "BETTER" med forskellige niveauer af krav til produktion, kvalitet og brug af kemikalier /18/.

Derudover findes internationale og nationale miljømærker for økologisk dyrket bomuld. Blandt disse er EKO-quality (certificeringsorgan SKAL /12/) og det svenske KRAV. De to mærker er ligeledes medtaget her.

Kravene i de enkelte mærker er på forskellige niveauer. For nogle mærker er der udelukkende krav til det færdige produkt (f.eks. Økotex 100), for andre er der krav til produktionen (f.eks. EU Blomsten og Svanen).

Nogle mærker har udelukkende fokus på økologisk produktion af bomuld, uld og andre fibre (EcoLogo og til dels EKO) og inddrager ikke miljøaspekter ved fremstillingen af det færdige tekstilprodukt.

Det skal bemærkes, at EU-Blomsten er udvalgt af branchen som det miljømærke, der satses på i fremtiden.

3.2 EU-Blomsten

I slutningen af 1980'erne var flere EU-lande i færd med at indføre nationale miljømærkeordninger. Hvis en række lande nåede at implementere egne miljømærker, kunne det komme i konflikt med EUs strategi om fri udveksling af varer mellem landene. Mærkerne kunne komme til at virke som tekniske handelshindringer. For at modvirke dette, blev forordningen vedtaget som en fælleseuropæisk miljømærkeordning i 1992.

Formålet med ordningen er at fremme udbud og efterspørgsel på produkter, der belaster miljøet mindre end tilsvarende produkter. EU-blomsten skal give forbrugerne en enkel og troværdig information om, at et produkt hører til blandt de mindst miljøbelastende inden for en produktgruppe.

Ordningen kan bruges af alle producenter og importører, der afsætter produkter på EU-markedet samt Norge, Island og Liechtenstein (EØS-landene).

Kriterierne fornyes som regel hvert tredje år, hvilket kræver fornyet ansøgning, for fortsat at kunne bevise, at produktet lever op til de nye krav. Mærket tildeles således for en bestemt produktionsperiode, der ikke kan strække sig ud over kriteriernes gyldighedsperiode. Hvis kriteriernes gyldighed forlænges uden ændringer, kan mærkets gyldighedsperiode forlænges i samme tidsrum. /6/

3.2.1 Kriterier

Kriterierne søges fastsat, så 5-30% af produkterne på markedet inden for en produktgruppe vil kunne opfylde miljømærkets kriterier. Kriterierne udvælges ud fra livscyklusvurderinger af, hvor de væsentligste miljøproblemer optræder.

For tekstilprodukter er det valgt at fokusere på reduktion af forurening af spildevand i produktionskæden. Derudover dækker kravene også emissioner til luften, toksikologiske forhold og produktets egenskaber under brug.

Der er specifikke krav vedrørende rester af økotoksiske og humantoksiske stoffer for de enkelte fibertyper, som akryl, bomuld, elastan, hør, uld, kunstige cellulosefibre, polyamid, polyester og polypropylen.

90% af alle anvendte spindeolier, voks og stoffer til efterbehandling skal være bio-nedbrydelige. 95% af slettemidler skal være bionedbrydelige. Derudover er der krav vedrørende COD og pH-værdi af spildevand.

Visse blødgørere, detergenter og kompleksdannere er ikke tilladt. Det gælder bl.a. APEO og EDTA. Tetrachlorphenol (TCP) og pentachlorphenol (PCP) er ikke tilladt. Flammehæmmere, bl.a. kræftfremkaldende, reproduktions-skadende eller skadelige for vandmiljøet, er ikke tilladt.

Derudover er der en række specifikke krav vedrørende farvestoffer, blegemidler og midler til depigmentering. Der er krav til indholdet af fri formaldehyd. Niveauet afhænger af, om produktet er beregnet til babyer, er i berøring med huden eller er beregnet til andre formål.

For det færdige produkt er der krav til farvebestandighed og krympning.

3.2.2 Dokumentation

Ansøger skal vedlægge dokumentation jf. de krav, der stilles i de enkelte produktkategorier. Kravene omfatter dokumentation fra blandt andet ansøger selv, underleverandører og uafhængige laboratorier.

3.2.3 Ekstern kontrol

Ved ansøgning kan der være kontrol med lagerbeholdning, produktion, regnskabsmateriale, vareprøver, analyseudstyr og indkøbsfortegnelse. Desuden vurderes virksomhedens eventuelle kvalitets- og miljøstyringssystem, for at vurdere pålideligheden af de miljømæssige registreringer. Der udføres også efterkontrol./7, 16/

Miljømærkesekretariatet er ansvarlig for kontrollen, som udføres ved ansøgning, samt i mærkets gyldighedsperiode. /7, 16/

Miljømærkesekretariatet kan endvidere foretage stikprøvekontrol af mærkede produkter på markedet. I tilfælde hvor kravene i det gældende kriteriesæt eller betingelserne for anvendelsen af miljømærket ikke opfyldes, kan miljømærkesekretariatet inddrage licensen til at anvende Blomsten.

3.2.4 Antal mærkede produkter

I dag findes der i Danmark en producent, der kan mærke sine produkter med EU-Blomsten inden for produktgruppen duge og sengelinned /11/.

Derudover er der (pr. april 2000) 6 producenter i Frankrig og en i Italien, som har opnået miljømærket Blomsten på deres produkter. Alle produkter er inden for gruppen sengelinned /13/ med undtagelse af et produkt, som er T-shirts.

3.2.5 Økonomi

Udgifter til at deltage i ordningen er berammet til 3.500,- kr. for ansøgningen. Derudover er der en årlig afgift på 0,15% af omsætningen i EØS af det mærkede produkt som anvendelsesgebyr /7/.

Licens- eller registreringshaver skal hvert år ved årets afslutning indsende en attesteret revisorerklæring til miljømærkesekretariatet. Erklæringen skal indeholde oplysninger om årets omsætning af det miljømærkede produkt.

3.3 Bra Miljöval

“BRA MILJÖVAL” mærket har eksisteret siden 1992 og er resultatet af en proces, der begyndte i 1987. Bra Miljöval blev etableret som hjælp til de miljøbevidste svenske forbrugere, på baggrund af Naturskyddsföreningen og andre aktørers arbejde for at stoppe udledningen af klor fra papirindustriens blegning af papir /16/.

Ordningen betyder, at hvis en producent får accepteret en ansøgning om at bruge mærket, lægger Naturskyddsföreningen navn til godkendelse af produktets miljøegenskaber. Ordningen er indført i Sverige.

Det tilstræbes at vælge produktgrupper, der forbruges i stor mængde og som giver anledning til en stor miljøpåvirkning. Bra Miljöval omfatter ikke produktgrupper, som Naturskyddsföreningen vurderer er unødvendige, f.eks. blødgøringsmidler til vask af tekstiler.

De generelle krav for mærkede produkter er, at 10-15% af det eksisterende marked skal kunne kvalificere sig til mærket. Der stilles typisk krav om, at produkternes indholdsstoffer er let nedbrydelige, ligesom deres virkning på vandorganismer vurderes. Kravene kan være udformet som en positivliste og forbud mod at anvende visse stoffer.

3.3.1 Kriterier

Produkter af tekstiler med forskellig forædlingsniveau kan mærkes, f.eks. garn, vævet stof eller en færdig plaid. Tekstilfibrene kan være alle slags naturfibre (bomuld, hør, uld, silke, etc.) og kunstfibre af viskose, polyamid, polyester og akryl. Derudover må der være iblandet op til 10 vægt % elastan eller andre fibre /2/.

Produktet må ikke være tilsat flammehæmmere. Der stilles ikke miljøkrav til gummibånd, knapper, spænder eller andre detaljer. Kravene er opdelt i følgende elementer:

- A Krav til "Bra fibrar" (frivilligt)
- B Krav til "Bra Beredning" (skal opfyldes)
- C Krav til slutproduktet (skal opfyldes)

Mærkning med "Bra fibrar" er frivillig. Hvis denne mærkning ønskes, skal mindst 90% af fibre kunne opfylde kravene, som bl.a. er, at 80 vægt % af fibre skal være returfibre. Returfibre kan være fremstillet af gammel beklædning eller være spild fra konfektionsindustrien.

Derudover er der en række krav til henholdsvis naturfibre og syntetiske fibre. Naturfibre skal være baseret på økologisk dyrkning eller produktion (dyrehold). For de syntetiske fibre gælder bl.a., at højst 30% må være baseret på jomfruelige fibre. Specielle regler gælder for viskosefibre, bl.a. vedrørende udledning fra

produktionen og krav om, at hverken papirmassen, der bruges til fremstillingen eller selve fremstillingen, må være baseret på klorblegning.

Alle produkter, der ønskes mærket, skal kunne opfylde alle krav, der vedrører fremstillingen. Der er opsat krav til alle trin i fremstillingsprocesserne. For våde processer er der generelt krav om, at udledte stoffer skal være let bionedbrydelige eller genindvindes. Der er specifikke krav vedrørende COD og fosfor og rensningsgrad af det udledte vand. Dispensationer kan gives for lande med tradition for lavere niveau for spildevandsrensning. Derudover er der krav om max. energiforbrug på 70 MJ/kg tekstil.

Kemikalier skal generelt være let biologisk nedbrydelige for min. 85% af indholdet (i henhold til OECD test 301) eller fuldstændig biologisk nedbrydelig (i henhold til OECD test 302). Derudover er der specifikke krav vedrørende kemikalier. Der må bl.a. ikke anvendes optisk hvidt, mineralolie baserede spinde olier, klorerede opløsningsmidler, klorholdige blegemidler, bromerede flammehæmmere, fluorkulbrinter, polyurethan og PVC. Farvestoffer, der fraspalter aromatiske aminer mistænkt for at være kræftfremkaldende, må ikke anvendes. En liste over forbudte aromatiske aminer er vedlagt kriterierne.

Kravene til slutproduktet skal opfyldes af alle produkter, der ønskes forsynet med miljømærket.

Farverne skal være lys- og vaskebestandige, hvilket skal dokumenteres i ansøgningen. Producentens kvalitetskrav må ikke være ringere til miljømærkede produkter end til ikke-miljømærkede produkter. Produktet skal opfylde Konsumentverkets retningslinier for krympning. Produktet skal være mærket med vaskeanvisning og skal kunne vaskes. Formaldehyd afgivelsen skal være testet i henhold til Japan Law 112. Afgivelsen må max. være 30 ppm for børne- og voksentøj (der anvendes direkte på huden) og badetekstiler. Grænsen er 100 ppm for yderbeklædning og 300 ppm for boligtekstiler.

3.3.2 Krav til dokumentation

Ansøgeren skal give Naturskyddsföreningen en deklaration af, hvad produktet indeholder. Licensen gives på basis af ansøgerens informationer og garantier, inklusiv laboratorie-test om nødvendigt.

3.3.3 Ekstern kontrol

Produktionen kontrolleres enten inden ansøgningen er godkendt eller efterfølgende. Naturskyddsföreningen foretager kontrollen eller den kan udføres af en af Naturskyddsföreningen godkendt kontrollant. Stikprøveanalyser kan anvendes til at kontrollere, om ikke tilladte kemikalier indgår. Hvis dette konstateres, kan certifikatet inddrages.

3.3.4 Antal mærkede produkter

Pr. marts 2000 findes i alt 19 tekstilprodukter fra 15 producenter mærket med "Bra beredning" eller "Bra fibrar och beredning". De mærkede produkter omfatter boligtekstiler (gardiner), garn, frotté-varer, vævede stoffer, strømper, undertøj og linned.

3.3.5 Økonomi

Administration af mærkning af dagligvareprodukter finansieres dels af handelskæderne (75%) dels af Naturskyddsföreningen (25%).

Der betales et ansøgningsgebyr på 10.000 SEK. Derudover betales licens svarende til 5.000 SEK plus 0,14 SEK/ton. Den årlige licensafgift kan maksimalt udgøre 300.000 SEK/virksomhed.

3.4 Eco Logo (Canada)

Ordningen blev etableret i 1988 af organisationen "Environmental Choice", Canada. Formålene er at fremme udviklingen af miljøvenlige produkter og tjenesteydelser, at øge befolkningens viden om miljø og produkter eller tjenesteydelser, og at give befolkningen et grundlag for at vælge de mest miljørigtige produkter eller tjenesteydelser. /3/

Ordningen gælder primært i Canada. Canada har en uofficiel aftale med USA's Green Seal ordning, der blandt andet har ført til fælles brug af miljømærkekriterier.

I prioriteret rækkefølge udvælges produktgrupper ud fra følgende principper:

- 1) Væsentlige, langsigtede miljøbelastninger skal undgås (kortsigtede forventes reguleret med andre midler),
- 2) Livscyklusvurdering skal ligge til grund for kriterieudvælgelsen, selvom kriterierne kan begrænses til nogle faser,
- 3) Forbrugerne skal vide, at selv ikke et miljømærke er absolut miljøvenligt, og at mærket gælder produktet – ikke virksomheden, og
- 4) Mærket skal støtte og motivere de virksomheder, der arbejder på at begrænse miljøbelastningen.

Højest 20% af markedets produkter inden for en produktgruppe skal kunne opnå miljømærket. Kriterier kan opstilles inden for alle livscyklusfaser, selv om kriterierne for de enkelte produktgrupper ofte kun omfatter enkelte faser.

3.4.1 Kriterier

Kriterierne for tekstiler dækker udelukkende økologisk bomuld /9/. Udover kravene til økologisk dyrkning og certificering af bomulden skal produktet være fremstillet af 100 % økologisk bomuld. Det må ikke indeholde farvestoffer og der må kun være anvendt additiver til produktionen, som er på en positiv-liste.

3.4.2 Krav til dokumentation

Ansøger skal dokumentere, at produktet eller servicen opfylder kriterierne, eventuelt ved at gennemføre test på foranledning af Terra Choice /3/ som er den virksomhed, der administrerer ordningen for Environmental Choice, Canada og udsteder licenserne i Canada.

Udover opfyldelse af produktgruppens kriterier, skal ansøger dokumentere, at

produkter og serviceydelser opfylder de industrielle standarder for sikkerhed og ydeevne (kvalitet og effekt).

3.4.3 Ekstern kontrol

Ansøger skal årligt dokumentere, at kriterierne opfyldes. Terra Choice kontrollerer i forbindelse med ansøgningen, at kravene i kriteriedokumentet er opfyldt. Terra Choice kan på eget initiativ inspicere produktionsanlæg eller teste produkter. Environmental Choice, Canada informeres om uregelmæssigheder. Hvis mærket misbruges, tilbagekaldes licensen øjeblikkeligt.

3.4.4 Antal mærkede produkter

Det totale antal licenser er 185. Der findes p.t. ingen opgørelse over, hvor stor andel af disse, der dækker tekstiler, ej heller antallet af produkter, der er omfattet af licenserne.

3.4.5 Økonomi

Der betales licens for at bruge mærket. Der betales 0,5 % af omsætningen under \$CAN 1.000.000 og 0,1 % af omsætning herover. Minimumslicensen er \$CAN 300 (1.500 kr.) og max. \$CAN 10.000 (50.000 kr.) pr. licens. Hvis en producent har licens til at miljømærke flere produkter betales maksimalt \$CAN 20.000 (100.000 kr.). Test- og verifikationsgebyr opkræves af Terra Choice eller anden ekstern auditor. Det varierer fra \$CAN 750 til \$CAN 3.500.

3.5 KRAV (Sverige)

Ordnningen blev etableret i 1985 på initiativ af fire organisationer inden for den økologiske bevægelse /15/. Ordningen er både virksomhedsbaseret og produktorienteret. Virksomhedsbaseret på den måde, at de landbrug, der producerer økologiske varer, der lever op til KRAV's kriterier, bliver godkendte. KRAV offentliggør en liste over godkendte producenter og produktionssteder. Derudover kan butikker, restauranter og storkøkkener få en KRAV-autorisation til at forhandle KRAV-mærkede produkter. Ordningen er produktorienteret på den måde, at produkter og råvarer fra KRAV godkendte producenter må bære KRAV-mærket /15/. Derudover kan importerede varer få tilladelse til at bære KRAV-mærket, hvis KRAV finder, at den udenlandske kontrol med produktionen er i orden, f.eks. akkrediteret af den internationale organisation IFOAM /16/.

Formålet med ordningen er at skabe en troværdig mærkning for økologiske varer og dermed forenkle forbrugernes mulighed for at gøre en miljøindsats gennem sine daglige indkøb. Mærket findes også på tekstiler, hvor fibre er økologisk producerede /15/.

Ordnningen omfatter produktionsfasen, herunder forarbejdningen. Desuden stilles der krav til oplagring og forhandling.

3.5.1 Kriterier

Kravene til tekstiler omfatter forædling af KRAV godkendte fibre. Disse kan komme fra økologisk produktion godkendt af KRAV eller fra vildtvoksende produktion, ligeledes godkendt af KRAV.

Forædlingen skal så vidt muligt anvende bedst kendte teknik ud fra et miljøsynspunkt, minimere energiforbrug, minimere forureninger, anvende KRAV-godkendte midler og så vidt muligt undgå kemiske tilsætningsstoffer. Ikke-KRAV-godkendte råvarer kan tilades i et vist omfang, hvis de øger slidstyrken eller giver en bedre funktion eller design. Det er dog en forudsætning, at fibre ikke er skadelige for mennesker eller miljø.

Naturfibre (også ikke-KRAV-godkendte, forudsat det tilstræbes at opnå KRAV), polyester, viskose og polyurethan (lycra, Elastan) kan godkendes uden prøvning. Acrylfibre, asbest, Cupro (cuprammoniumrayon), fluorfibre, glasfibre, klorfibre, Modacryl og Modal er ikke tilladt. Andre fibre skal godkendes.

Der er desuden krav til hvert trin i produktionen, herunder krav om spildevandsrensning. Kravene vedrører primært anvendte kemiske stoffer og tilsætningsstoffer i de enkelte produktionstrin. Alle tilsætningsstoffer skal dokumenteres. Kemiske stoffer som indgår med mere end 1% i et tilsætningsmiddel skal dokumenteres (bl.a. med CAS nr., kemisk struktur og økotox data). Stoffer (herunder også farvestoffer), der er kræftfremkaldende, mutagene, reproduktionsskadelige, bio-akkumulerbare eller giftige for dyr, må ikke anvendes. Der er specifikke krav til bio-nedbrydelighed og max. tilladte grænser for giftighed. Specifikke kemiske stoffer må ikke indgå, disse er anført på en liste samt krav vedrørende max. restindhold af specifikke tungmetaller. Tilsætningsstoffer som opfylder kriterierne kan underkendes, hvis der findes andre mindre miljøskadelige stoffer. Der må desuden ikke anvendes klor eller perborater til blegning.

Formaldehydniveauet i det færdige produkt må ikke overstige specifikke grænser (Japan Law 112): 20 ppm for børnetøj, 20 ppm for badetøj, 75 ppm for øvrige voksenklæder og 100 ppm for boligtekstiler.

Alle kriterier skal opfyldes. Dog fungerer KRAV-mærket på to niveauer – et A-niveau, hvor 95% af råvarerne er KRAV-godkendte, og et B-niveau, hvor mellem 70-95% af råvarerne er KRAV-godkendte /15/. Produkter, der lever op til A-niveau kravene må mærkes med "økologiske", produkter, der lever op til B-niveau kriterierne må ikke mærkes økologiske.

3.5.2 Dokumentation

Hvert år skal den enkelte producent indsende en fyldig beskrivelse af produktionen. Beskrivelsen skal vise, at kriterierne bag KRAV-mærket overholdes. Beskrivelsen danner udgangspunkt for den årlige tredje parts kontrol.

3.5.3 Ekstern kontrol

Alle tilsluttede virksomheder kontrolleres en gang årligt. Efter behov kan flere kontrolbesøg aflægges. Dette sker oftest ved intensiv produktion, eller hvor der er mistanke om uregelmæssigheder. Analyser udføres kun ved mistanke og betales af producenten.

3.5.4 Antal mærkede produkter

Pr. maj 2000 er der i alt 19 tekstilproducenter, som har mærket /15/. Det er ikke muligt at se indenfor hvilke produktgrupper.

3.5.5 Økonomi

Der fastsættes en årlig afgift for mærket, som er af størrelsesordenen 5.000 SEK pr. produkt /15/. Dertil kan komme udgifter til kontrolbesøg

3.6 EKO (Holland)

Mærket EKO er det officielle kvalitetsmærke i Holland for bæredygtig produktion (økologisk produktion). Mærket skal opfylde efterspørgsel fra forbrugerside efter produkter, som er produceret ud fra bæredygtigheds-principper. EKO-mærket er en garanti for, at produktet er kontrolleret efter objektive principper. Certificeringen varetages af SKAL Certification eller af andre certificeringsorganer godkendt af SKAL. SKAL er en uafhængig international organisation, som inspicerer og certificerer produktionsmetoder indenfor bæredygtigt landbrug. SKAL er udnævnt af det hollandske Landbrugs-, Natur- og Fiskeriministerium og er medlem af den internationale organisation IFOAM /12/. Ordningen omfatter bæredygtig produktion inden for landbrug, dyrebrug og skovbrug samt produktionsvirksomheder inden for fødevarer, tekstiler, handelsselskaber og importører /12/.

3.6.1 Kriterier

Certificering af bæredygtig tekstilproduktion gælder for alle tekstilprodukter fremstillet af naturfibre. Det er f.eks. undertøj, bleer, beklædning, gardiner og sengelinned. Naturfibre anvendt i produktet skal være fremstillet i henhold til regler i EU-Regulation 2092/91 om økologisk produktion. Derudover er der en specifik "SKAL-standard for sustainable textile production" som også skal opfyldes. Denne standard supplerer EU reguleringen ved at inddrage alle produktionsprocesser fra vævning til slutbehandling.

Tekstilproduktet må ikke indeholde tungmetaller. Kræftfremkaldende stoffer, giftige stoffer samt stoffer, som ikke er let biologisk nedbrydelige må ikke anvendes i produktionen.

Reglerne inkluderer også virksomhedens interne miljøforhold herunder miljøledelsessystem, udledning af spildevand og sociale aspekter som børnearbejde.

3.6.2 Dokumentation

Ansøgeren skal levere information om produktet og produktionen på en checkliste.

3.6.3 Ekstern kontrol

SKAL inspicerer virksomheden i forbindelse med ansøgningsproceduren. Denne inspektion kan være af flere dages varighed afhængigt af produktionens størrelse m.m. Derudover er der løbende kontrol i form af årlige kontrolbesøg og opfølgning.

3.6.4 Antal mærkede produkter

Pr. november 1998 var der 32 certificerede virksomheder inden for tekstilprodukter i Holland, Peru, Schweiz, Sri Lanka, Tyrkiet, Indien, Tyskland og Grækenland, heraf er de 11 virksomheder med hollandsk tilknytning, 8 fra Peru, 4 fra Tyrkiet og 4 fra Tyskland. Det er ikke oplyst, hvilke produkttyper, der er tale om.

3.6.5 Økonomi

Ansøgerne betaler for inspektion i forbindelse med ansøgningsproceduren. Beløbets størrelse afhænger af inspektionens varighed.

Derudover betales et årligt beløb for medlemskab af SKAL. Beløbet er ca. 1.500 NLG pr. produkt (ca. kr. 5.000) /12/.

3.7 Eco Mark (Japan)

Ordnningen blev etableret i 1989. Baggrunden for ordningen er en filosofi om, at alle må gøre en indsats for at løse de nuværende miljøproblemer og bevare de naturlige ressourcer. Miljømærket sætter forbrugerne i stand til at yde en indsats gennem miljøbevidste indkøb. /4/

Formålet med ordningen er at udbrede information om produkters miljømæssige kvaliteter, og opmuntre forbrugere til at vælge mindre miljøbelastende produkter.

Ordnningens produktvurdering omfatter følgende livscyklusfaser: Råvare-forbrug, produktion, distribution, brug og forbrug, bortskaffelse og genanvendelse. Der er fastsat kriterier for 90 produktgrupper.

3.7.1 Kriterier

Kriterierne for tekstiler varierer i omfang og indhold.

Kravene i kriteriedokumentet til stofbleer indeholder krav om min. 50% indhold af bomuld, bleen skal kunne genbruges efter vask. Der må ikke være anvendt fluoresceret blegning, produktet må ikke indeholde formaldehyd eller farlige stoffer i henhold til gældende lovgivning. Produktet skal være af en kvalitet, så det ikke flosser og har løse tråde. Produktet skal være mærket med "recyclable" eller "for repeated use".

Tekstiler fremstillet af spild/affalds fibre skal bestå af mindst 70% affaldsfibre, enten spild fra spinde-processer, spild fra tilskæring eller fibre fra brugt beklædning. Produktet må ikke frigive farlige stoffer ved bortskaffelsen. Produktet skal opfylde gældende kvalitetsstandarder. Det skal mærkes med "recyclable" eller "use resources effectively".

Kravene til tekstiler af genanvendt PET er mere detaljerede. Produktet skal indeholde min. 50% fibre fra genanvendt PET fra flasker og andre PET produkter. Produktet skal opfylde kravene i gældende lovgivning med hensyn til indhold af farlige stoffer. Indholdet af fri formaldehyd må ikke overstige 75 ppm. Der må ikke være anvendt benzidine farvestoffer, der kan fraspalte angivne aromatiske aminer. Fluorescerende blegning må ikke være anvendt. Brugen af regulerede farlige stoffer og tungmetaller i produktionen skal være vel kontrolleret.

3.7.2 Dokumentation

Ansøgeren skal dokumentere at kriterierne overholdes; at ansøger eller producent overholder alle gældende miljølove og -reguleringer samt aftaler om miljøbegrænsende foranstaltninger; at produktet overholder gældende love, kriterier og standarder for kvalitet og sikkerhed; at der er ydet en indsats for at

reducere produktionsprocessens miljøbelastning; at brug af produktet medfører effektiv udnyttelse af energi og ressourcer; at produktbortskaffelsen ikke forårsager væsentlige miljøproblemer; og at produktet er økonomisk konkurrencedygtigt. /4/.

3.7.3 Ekstern kontrol

Ordningen beror i høj grad på tillid mellem parterne og miljømærket kan tildeles alene på baggrund af ansøgers oplysninger. Eco Mark kan for nogle produktgrupper kræve, at en tredjepart tester produktet og tilhørende materialer, for at godkende en ansøgning. /4/ Dette gælder bl.a. for kriterier vedrørende genanvendelse af PET, hvor der er krav om tredje parts test. Der skal udføres test af produktet for opfyldelse af gældende lovgivning for indhold af farlige kemiske stoffer samt specifikt for at krav til restindhold af formaldehyd ikke overskrides. Der skal desuden vedlægges certifikat fra leverandør af farvestoffer, at kravene vedrørende disse er opfyldt.

3.7.4 Antal mærkede produkter

Inden for grupper af tekstilprodukter er der pr. marts 2000 mærket i alt 643 produkter, som fordeler sig på følgende produktgrupper:

Produktgruppe	Antal mærkede produkter
Stofbleer	30
Ubleget beklædning, sengelinned og håndklæder	34
Tekstiler lavet af genbrugsfibre (spild/affald)	75
Beklædning af genanvendt PET	409
Husholdningstekstiler af genanvendt PET	95

3.7.5 Økonomi

Der betales ikke for at ansøge om mærket. Ansøger må dog selv betale tredjepart for eventuelle produkttest, der kan kræves som led i ansøgningen.

En ansøger, der har fået et produkt miljømærket, indgår en kontrakt med Japan Environment Association (JEA) for at bruge mærket. Kontrakten gælder generelt to år og kan fornyes. Ansøger betaler for kontrakten og for en evt. fornyelse. /4/ Der er ingen oplysninger om beløbets størrelse.

3.8 Økotex 100

Økotex 100 startede i 1989 med, at en professor ved Austrian Textile Research Institute udviklede en teststandard til måling af farlige stoffer i tekstiler. Teststandarden baserede sig på krav i eksisterende lovgivning inden for drikkevand, spildevand, grænseværdier for arbejdsmiljøet og Japan Law 112 vedrørende indhold af fri formaldehyd. Testen blev i 1993 internationalt udbredt via "International Association for Research and Testing in the Field of Textile Ecology (Oeko-Tex)" til i alt 13 lande. Testen vedrører de færdige tekstil-produkter.

I 1997 var der udstedt i alt 5300 certifikater til 1750 virksomheder fordelt med hovedparten i Europa (93%) og en mindre andel i Asien. Der er en årlig stigning i antal virksomheder tilsluttet ordningen på 630.

I 1995 udvikledes en ny standard dækkende produktionen - Økotex 1000 /5/, som minder om EU Blomsten. Der findes p.t. ingen virksomheder med Økotex 1000 i Danmark, der er nogle få virksomheder i udlandet med certificering.

3.8.1 Kriterier

Kravene i kriterierne vedrører max. tilladte koncentrationer af specifikke kemiske stoffer samt fysisk/kemiske parametre. Følgende parametre indgår i kriterierne:

- pH niveau
- flygtige komponenter (VOC'er) - kun for tekstiler med skumbagside
- pesticider
- tungmetaller
- farvestoffer
- overskydende farvestof/farve
- formaldehyd
- lugt
- pentachlorphenol
- flammehæmmere
- farvestof bærere

De tilladte værdier afhænger af, om tekstilet er i direkte kontakt med huden eller ej. Der er særlige krav for produkter beregnet til babyer. Farvestoffer, der fraspalter acrylaminer, kræftfremkaldende farvestoffer eller allergi-fremkaldende farvestoffer må ikke være indeholdt i produktet. Der må heller ikke forekomme biocider eller flammehæmmere /5/.

Økotex 100 dækker både beklædning, boligtekstiler, madrasser og gulvtæpper.

Tekstilerne opdeles i 4 produktgrupper med forskellige grænseværdier.

De 4 grupper er:

- I. tekstiler eller tilbehør til babyer
- II. tekstiler i kontakt med hud
- III. tekstiler uden hudkontakt
- IV. tekstiler til dekoration

3.8.2 Dokumentation

Økotex 100 er baseret på laboratorietest på laboratorier tilsluttet den internationale organisation. Der findes i alt 13 europæiske laboratorier, som er godkendt. I Danmark er det DTI Beklædning og Tekstil.

Testen udføres på det færdige produkt af laboratoriet, som herefter udsteder certifikatet, der gælder for et år. Hvis virksomheden kan garantere, at der ikke er sket ændringer, kan gyldigheden forlænges yderligere 1 år.

3.8.3 Ekstern kontrol

Virksomheden skal have et veldokumenteret kvalitetstyringssystem. Derudover skal virksomheden acceptere 2 årlige kontrollbesøg og test, som gennemføres af testlaboratoriet. Hvis 2 på hinanden følgende test viser afvigelser fra grænseværdierne, kan certifikatet inddrages.

3.8.4 Antal mærkede produkter

I Danmark har 41 virksomheder certifikater dækkende 54 produkter (1999). Produktgrupperne omfatter:

Produktgruppe	Antal mærkede produkter
I. Baby produkter (beklædning, madrasser, sengelinned m.m.)	22
II. Produkter med hudkontakt (beklædning, tilbehør, sengelinned m.m)	26
III. Produkter uden hudkontakt	ingen
IV. Tekstiler til dekoration (gardiner, madrasser)	6

3.8.5 Økonomi

Der betales ikke afgift for mærket, men virksomheden skal finansiere udgifterne til test af produktet.

3.9 Det nordiske miljømærke Svanen

Ordningen blev etableret i 1989 af Nordisk Ministerråd. Danmark tilsluttede sig ordningen i maj 1997.

Formålet med Svanemærket er at stimulere til et mere miljøvenligt forbrug ved vejledning af forbrugere og indkøbere, som ønsker at handle miljøbevidst, samt at fremme udvikling, afsætning og anvendelse af produkter, som er mindre miljøbelastende end andre lignende produkter.

Ordningen kan benyttes af alle brancher, der producerer eller importerer produkter, der er udviklet kriterier for.

Både nordiske og ikke-nordiske virksomheder kan søge. Nordiske virksomheder søger i eget land, ikke-nordiske virksomheder søger i det land, de ønsker at sælge produktet i, og hvis de ikke vil sælge produktet i Norden, søges der i det nordiske land, der har udviklet kriterierne. En ansøgning kan omfatte flere produkter inden for samme produktgruppe, såfremt de repræsenterer ensartede forhold ud fra et miljøsynspunkt. /16/.

Der er udviklet kriterier for i alt 48 produktgrupper /16/. Pr. 1. maj 2000 er der ca. 1.300 svanemærkede produkter (opgjort på handelsnavne) på det danske marked Danmark, fortrinsvis papirvarer.

Nordisk Miljømærkenævn prioriterer hvilke produktgrupper, der skal udvikles kriterier for. Prioriteringen sker ved at vurdere produktgruppens miljøpåvirkning, mulighederne for at mindske miljøpåvirkningerne og fremme en bæredygtig udvikling, samt potentialet for at den miljømærkede produkt-gruppe får succes på markedet. Det analyseres hvilke produkter, der er på markedet, omsætningsmængden på det Nordiske marked, importmængden, behovet for forbrugervejledning, samt producent- og konkurrenceforhold /16/.

Kriterierne fastlægges med det formål, at de højst kan opfyldes af 1/3 af varerne på det nordiske marked. Alle livscyklusfaser kan være inddraget: udvinding af råvarer, produktion, transport, brug og bortskaffelse. Der udarbejdes kriterier for de mest miljøbelastende livscyklusfaser, hvilket for mange produkter kan være produktion og brugsfase /16/.

3.9.1 Kriterier

Kriterierne for tekstiler gælder alle produktionstrin inklusive det færdige produkt. For økologisk fiberproduktion er kravene til vådbehandling lidt mere lempelige end for ikke økologiske fibre, for at fremme brugen af de økologiske fibre /17/.

Garn, vævet stof og færdige produkter af bomuld, hør, uld, hamp, jute, regenereret cellulose (viskose, lyocell og acetat) og syntetiske fibre (polyester og polyamid) kan mærkes.

Dyrkning af naturfibre (bomuld, uld, hør, hamp og jute) skal foregå uden anvendelse af bekæmpelsesmidler. Specielle krav stilles til uld, som ikke må indeholde rester af specifikke miljøskadelige bekæmpelsesmidler. Derudover er der krav vedrørende udledning af spildevand fra behandling af bastfibre og vask af fåreuld. For fremstilling af regenereret cellulosefibre er der bl.a. krav til udledning af iltforbrugende stoffer. For syntetiske fibre gælder de samme krav som for EU Blomsten bl.a. for udslip af VOC og NO₂ /17/.

Kravene til det færdige produkt vedrører bl.a. indhold af tungmetaller, farvebestandighed, produktet skal være vaskbart (gælder ikke møbelstoffer) og indholdet af fri formaldehyd må ikke overstige fra 30 til 300 ppm, afhængigt af anvendelsesområde for produktet. Det laveste niveau gælder for babytøj, beklædning og badetøj. Det højeste niveau er for gardiner, møbelstof og tæpper.

3.9.2 Dokumentation

Licenshaver skal føre journal over resultater af foretagne tests og målinger til brug for dokumentation for løbende overholdelse af kriteriesættene. Journalen skal opbevares under licensens gyldighedsperiode. Miljømærkesekretariatet har adgang til journalen. Licenshaver skal underrette miljømærkesekretariatet, før der sker væsentlige ændringer i produktionsprocessen, produktets sammensætning, konstruktion m.v. i forhold til den oprindelige ansøgning, som kan påvirke produktets egenskaber og miljøpåvirkning i relation til kriteriesættet.

3.9.3 Ekstern kontrol

Miljømærkesekretariatet forestår driften af ordningen og foretager kontrol-besøg hos ansøgeren eller producenten i forbindelse med behandling af ansøgningen. Kontrollen omfatter f.eks. lagerbeholdning, fremstilling, regnskabsmateriale, vareprøver, analyseudstyr og indkøbsfortegnelser.

Ansøgeren skal have et system til kvalitet- eller miljøstyring med henblik på at sikre pålideligheden af miljømæssige registreringer, der anvendes som dokumentation i forbindelse med Svanen. Dette system vurderes. Udover det indledende kontrolarbejde foretages der efterkontrol. Dette kan eksempelvis være fornyet besøg på virksomheden. Miljømærkesekretariatet kan endvidere foretage stikprøvekontrol for Svanemærkede produkter, der er på markedet. I tilfælde hvor

kravene i det gældende kriteriesæt eller betingelserne for anvendelsen af miljømærket ikke opfyldes, kan miljømærkesekretariatet inddrage licensen til at anvende Svanemærket, og der kan iværksættes forskellige foranstaltninger overfor licenshaver, eksempelvis politianmeldelse.

3.9.4 Antal mærkede produkter

4 virksomheder har pr. 1. maj 2000 mærkede produkter, som dækker børne-tøj, sengelinned, vævet stof, strømper og T-shirts /11/.

3.9.5 Økonomi

Gebyret for at ansøge udgør 3.500 kr. i Danmark. Anvendelsesgebyret er fastsat til 0,4% af licensindehaverens omsætning af det miljømærkede produkt pr. år, i Danmark dog maksimalt kr. 250.000 /11, 16/. Licens- eller registreringshaver skal hvert år ved årets afslutning indsende en attesteret revisorerklæring til miljømærkesekretariatet. Erklæringen skal indeholde oplysninger om årets omsætning af det miljømærkede produkt.

3.10 Oversigt med sammenligning mellem miljømærker

I den efterfølgende tabel er der lavet en oversigt over kriteriekrav i de forskellige miljømærker samt udgift til erhvervelse af miljømærket.

Tabel 3.1. Sammenligning mellem miljømærker

Parameter	Blomsten	Økotex 100	Bra Miljöval	Eco Logo	Eco Mark
Krav til produktion	Krav til restindhold i fibre. Udledning af spildevand (COD, pH). 90 - 95% af anvendte hjælpestoffer skal være biologisk nedbrydelige. Krav vedr. brug af flammehæmmere og farvestoffer. Forbud mod brug af specifikke azo farvestoffer. Forbud mod brug af PCP og TCP.		Energiforbrug (max. 70 MJ/kg). Udledning af spildevand (COD, fosfor). 85% af anvendte hjælpestoffer skal være biologisk nedbrydelige. Krav vedr. brug af flammehæmmere og farvestoffer. Krav vedr. indhold af tungmetaller i farvestoffer. Forbud mod brug af specifikke azo farvestoffer.	Økologisk produktion	Krav vedr. fibre - for stofbleer min. 50% bomuld, for genbrugsfibre - 50-70% affaldsfibre.
Krav til produktet	Krav vedr. kemikalierester (tungmetaller). Krav vedr. indhold af fri formaldehyd. Krav vedr. krympning og farvebestandighed.	Krav til max tilladte koncentrationer af tungmetaller, farvestoffer, formaldehyd, PCP, flammehæmmere. Krav vedr. pH-værdi, overskydende farve og lugt.	Krav vedr. indhold af fri formaldehyd. Krav vedr. krympning og farvebestandighed.		Krav vedr. indhold af fri formaldehyd. Produktet skal kunne genindvindes eller genbruges.
Antal mærkede produkter	1 (Danmark)	54 (Danmark)	19 (Sverige)	Ikke oplyst	643 (Japan)
Økonomi	Ansøgningsgebyr (3.500 kr.) og afgift i forhold til omsætning (0,15%).	Udgift til test.	Ansøgningsgebyr (10.000 SEK) og afgift i forhold til omsætning (5000+0,14 SEK/t).	Ansøgningsgebyr (750 - 3.500 \$CAN), afgift i forhold til omsætning (0,1 - 0,5 %, max. 10.000 \$CAN)	Udgift til eventuelle test.

Tabel 3.1. fortsat

Parameter	Svanen	EKO	KRAV
Krav til produktion	Krav til restindhold i fibre. Udledning af spildevand (COD/TOC og fosfor baserede flammehæmmere). Den anvendte lim/bindemiddel skal være biologisk nedbrydelig. Krav vedr. brug af kemiske stoffer. Forbud mod brug af specifikke azo farvestoffer og andre kemiske stoffer. Forbud mod brug af PCP og TCP. Blegning med klor er ikke tilladt. Dokumentation af energi- og vandforbrug.	Økologisk produktion Krav til den forarbejdende virksomheds interne miljøforhold (bl.a. udledning af spildevand).	Økologisk fiberproduktion. Krav til udledning af spildevand. Krav vedr. brug af kemiske stoffer.
Krav til produktet	Krav vedr. kemikalierester (tungmetaller). Krav vedr. indhold af fri formaldehyd og afgivelse af nikkel. Krav vedr. farvebestandighed og vaskbarhed.	Krav til indhold af tungmetaller og andre kemiske stoffer.	Krav til max tilladte koncentrationer af tungmetaller og formaldehyd.
Antal mærkede produkter	4 (Danmark)	32 (Internationalt)	19 (Sverige)
Økonomi	Ansøgningsgebyr (3.500 kr.) og afgift i forhold til omsætning (0,4 %).	Årlig afgift til SKAL. Gebyr for inspektion og kontrol.	Udgift til kontrol og test. Årlig afgift.

EU-Blomsten, Svanen og de svenske nationale mærker Bra Miljöval og KRAV har alle fokus på miljøbelastningen i hele produktionen. Økotex har fokus på det færdige produkt. De øvrige mærker har fokus på begrænsede dele af produktionen (f.eks. økologisk producerede fibre).

Økotex kravene til det færdige produkt ligger tæt på kravene i både Blomsten og Svanen, men der er væsentlige afvigelser i forhold til produktion og udledning af spildevand, som ikke er indeholdt i Økotex 100. I kriterierne for Blomsten er der desuden specifikke krav til de enkelte fibertyper. En sådan opdeling ses ikke i Økotex 100. Der er mindre afvigelser imellem de to mærker, når det gælder de accepterede koncentrationer af urenheder fra pesticider og andre stoffer. Kraven for at opnå Blomsten er således generelt højere end for Økotex 100.

De svenske mærker "Bra Miljöval" og KRAV samt det nordiske Svanen afviger meget lidt fra Blomsten både hvad angår kriterier og øvrige forhold omkring opnåelse af mærket.

Som nævnt i indledningen vedrører EcoLogo og EKO primært økologisk produceret bomuld. EKO omhandler enkelte andre krav vedr. kemiske stoffer. Der er således færre krav i begge mærker, end der er i Blomsten og Svanen.

Eco Mark kravene virker væsentligt lavere end for både EU Blomsten og Svanen og indeholder meget få reelle krav, som kontrolleres af tredje part.

Både EU-Blomsten og Økotex repræsenterer mærker, som er internationalt orienterede. Svanen dækker de nordiske lande og de øvrige mærker er primært nationale mærker.

3.11 Litteratur

- /1/ <http://www.snf.se/hmv/bmv.htm> (hjemmeside for det svenske miljømærke Bra Miljöval)
- /2/ Bra Miljöval for textil. Svenska Naturskyddsföreningen, 1996
- /3/ www.environmentalchoice.com (hjemmeside for det canadiske miljømærke)
- /4/ <http://www.jeas.or.jp/english/index.html> (hjemmeside for det japanske miljømærke Eco Mark)
- /5/ <http://www.oeko-tex.com> (hjemmeside for den internationale organisation bag Økotex)
- /6/ Bekendtgørelse nr. 35 af 19. januar 1998 om det europæiske og det nordiske miljømærke, Miljø- og Energiministeriet.
- /7/ Miljøstyrelsen EU's miljømærke, Blomsten, Miljøvejledning, 1998
- /8/ Kontakt pr. e-mail til K. Delen, Stichting Milieukeur, Holland, april 2000
- /9/ Clothing made from certified organic cotton. Environmental Choice Program. Panel Review Process. Verification and Licensing Criteria. PRC-001
- /10/ <http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/award.htm> (EU hjemmeside om Blomsten)
- /11/ <http://www.ecolabel.dk> (hjemmeside for Miljømærkesekretariatet)
- /12/ <http://www.skal.com> (hjemmeside for det internationale certificeringsorgan for bæredygtigt landbrug)
- /13/ Korrespondance (e-mail) med Patricia Proia, Afnor. Miljømærkesekretariatet, Frankrig. April 2000
- /14/ Environmental quick scan. Textiles. SIDA, June 1996
- /15/ <http://www.krav.se> (hjemmeside for den svenske ordning KRAV)
- /16/ Arbejdsmiljømærkning. Fase 1 rapport. Arbejdstilsynet, februar 1999 (ikke publiceret)
- /17/ Miljömärkning av Textilier. Kriteriedokument. 3 dec 1999 - 15 juni 2003. Version 2.1. /11/
- /18/ <http://www.naturtextil.com>

4 Spørgeskemaundersøgelse

Formålet med undersøgelsen er at afdække barrierer i branchen mod at erhverve eller efterspørge miljømærker på tekstiler. Undersøgelsen er gennemført blandt producenter, detailhandel og professionelle indkøbere (brugere af tekstiler).

Undersøgelsen var oprindeligt tænkt gennemført ved opstilling af spørgsmål i samarbejde med branchen. Da der imidlertid samtidigt er igangsat en række andre tiltag i branchen bl.a. afholdelse af workshops, blev det besluttet at indlede med at gennemføre en spørgeskemaundersøgelse. Flere i branchen har givet udtryk for, at de foretrækker at blive præsenteret for resultater af undersøgelsen frem for at de skulle deltage i en indledende workshop. Resultatet af undersøgelsen er derfor indledningsvis fremlagt på en workshop afholdt for hele branchen i Herning i juni 2000.

4.1 Udformning af spørgsmål

På basis af de barrierer som Tekstilpanelet har identificeret og beskrevet i handlingsplanen, er der formuleret en række spørgsmål til branchens aktører. Spørgsmålene vedrører afdækning af følgende forhold:

- prioritering af miljøforhold
- ansvar for miljøforhold
- kendskab til miljømærker
- holdninger til miljømærker
- kendskab til kriterierne i mærkerne
- ansøgningsproceduren
- prioritering ved valg af leverandører
- områder i fokus ved markedsføring
- efterspørgsel fra kunder nu og i fremtiden

Aktørerne dækker i dette projekt producenter, detailhandel og professionelle indkøbere (brugere).

4.2 Gennemførelse af undersøgelsen

Producenter, distributører og detailhandel

Efter ønske fra Miljøstyrelsen har COWI i samarbejde med CASA udarbejdet et fælles spørgeskema til branchen. Projekternes karakter betød, at det endelige spørgeskema blev meget omfangsrigt, i alt 21 sider. Vi fandt det uheldigt, at spørgeskemaet blev så langt, da det i sig selv udgjorde en potentiel barriere for besvarelse.

Det blev aftalt at gennemføre spørgeskemaundersøgelsen som telefoninterview med et samlet antal på 233 respondenter blandt producenter, grossister, detailhandlere og indkøbsforeninger. Svarprocenten for undersøgelsen var 24% (57 ud af 233).

COWIs andel vedrørte interview med grossister, detailhandlere og indkøbsforeninger. Målgruppen som spørgeskemaet var rettet imod var adm. direktører. Alle udvalgte blev kontaktet via telefon. Det viste sig imidlertid at være vanskeligt at få kontakt til de ansvarlige personer. Det blev derfor, for COWIs andel (110 virksomheder), besluttet at gennemføre spørgeskema-undersøgelsen via e-mails, hvor respondenterne kunne indtaste sine svar via Internettet. Dette blev meget positivt modtaget hos respondenterne. 58 virksomheder af de 110 ønskede at deltage, og fik tilsendt e-mails med link til spørgeskemaet. Der indkom svar fra 16. Her iblandt var 3 besvarelser ufuldstændige, begrundet med manglende kendskab til de resterende spørgsmål.

Enkelte tilbagemeldinger fra de virksomheder, som alligevel ikke svarede, giver følgende årsager til, at de ikke ønskede at svare:

- manglende viden om miljø
- spørgeskemaet er for langt
- praktiske vanskeligheder med besvarelsen

De virksomheder (ca. 47%), som ved første telefonhenvendelse oplyste, at de ikke ønskede at deltage, gav følgende forklaringer:

- manglende tid
- for mange spørgeskemaer i omløb
- kan ikke tjene penge på at besvare spørgeskemaer/ønsker ikke at prioritere det
- spørgeskemaet for langt, forbrug af tid må max. være 10 min.

Alle adspurte var meget positive over, at kunne udfylde spørgeskemaet via Internet og dermed kunne udfylde det, når de havde tid til overs. Den lave svarprocent tolkes umiddelbart som manglende tid og prioritering af miljø, da de tilkendegav, at de gerne ville svare via Internet fremfor via telefonen.

Professionelle indkøbere

Samtidig med ovenstående undersøgelse, gennemførte COWI en spørgeskemaundersøgelse på lignende vis med et antal på 100 respondenter af det samlede antal professionelle indkøbere. Efter en påmindelse via e-mail blev der opnået en svarprocent på 18, hvoraf en ikke var udfyldt. Årsagen til at de resterende 82 % af de indkøbsansvarlige ikke reflekterede kendes ikke, men kan tolkes sådan, at emnet ligeledes blandt denne gruppe er ukendt eller lavt prioriteret. Spørgeskemaet til de indkøbsansvarlige var til sammenligning med ovenstående undersøgelse kun på 6 sider og var vurderet til at tage ca. 10 min. at besvare.

4.3 Producenter, distributører m.fl.

Producent gruppen repræsenterer udover producenter også grossister, indkøbsforeninger og større handelskæder inden for branchen. Undersøgelsen er af ressourcemæssige grunde udført med alle disse aktører i samme sample. Besvarelserne afspejler i høj grad virksomhedernes strategiske dispositioner, da besvarelserne generelt er udført af personer, som er højt placeret i organisationen. Fordelingen mellem de enkelte grupper er: direktører (28%), anden chefposition

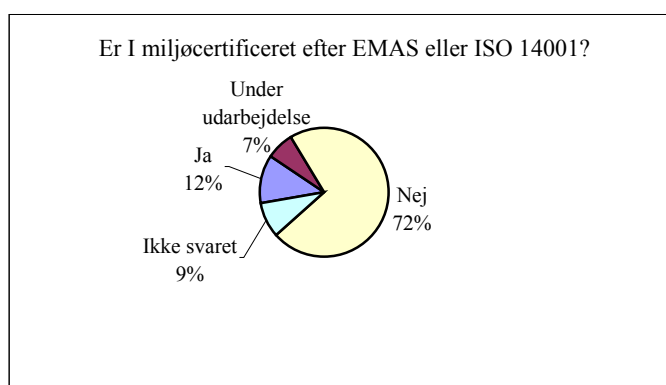
(25%), miljøkoordinator (12%), indkøbschef (7%) og salgschef (3%). Herudover er der i 25% af besvarelserne ikke angivet respondentens position i firmaet.

Nedenfor er anført en sammenskrivning af resultaterne af undersøgelsen foretaget blandt producenter, grossister, indkøbsforeninger og større handelskæder inden for branchen. Alle spørgsmål med tilhørende svar er vedlagt i bilag A.

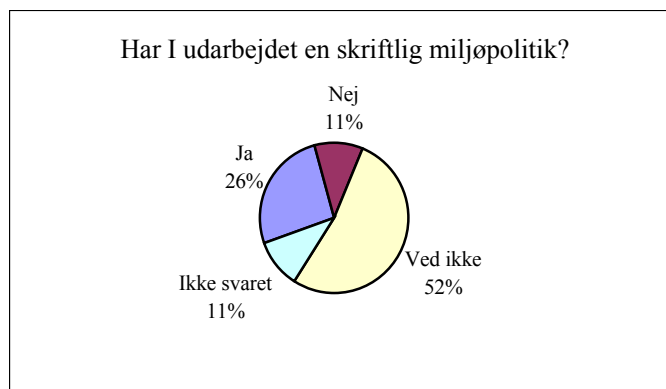
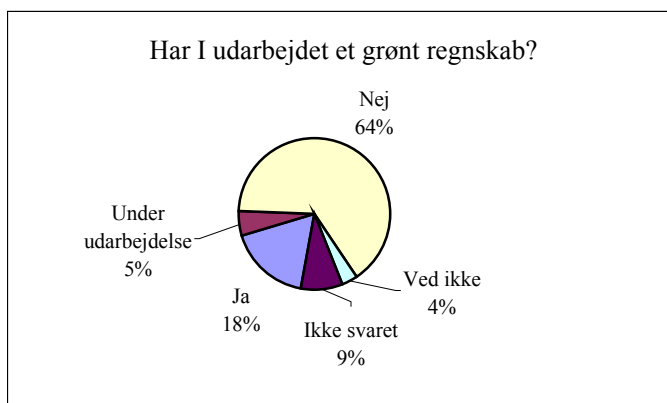
4.3.1 Prioritering af miljøforhold

Prioriteringen af systematisk miljøarbejde er i denne gruppe umiddelbart ikke særlig høj med hensyn til miljøledelse, udarbejdelse af grønt regnskab eller udarbejdelse af en skriftlig miljøpolitik. Det fremgår af de følgende figurer, figur 1 og 2.

Figur 1. Gennemførelse af initiativer på miljøområdet, miljøcertificering



Figur 2. Gennemførelse af initiativer på miljøområdet, grønt regnskab og miljøpolitik

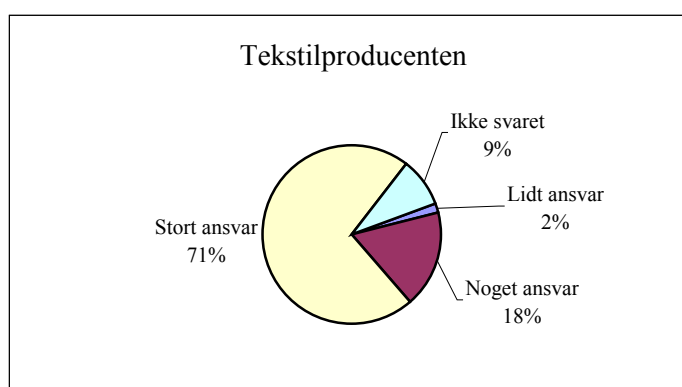
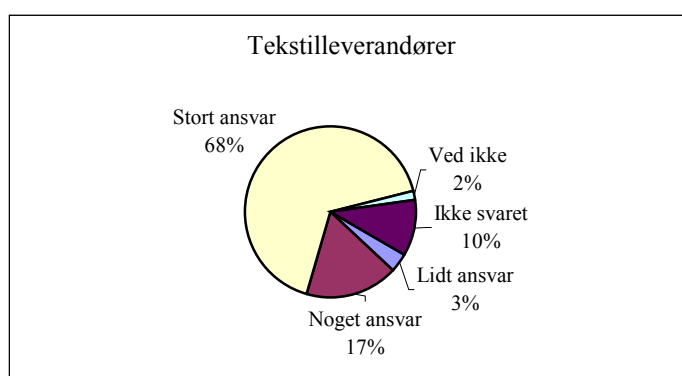


20 - 23% af respondentgruppen har indført eller er i færd med at indføre miljøledelse eller udarbejde grønt regnskab. 26% har en skriftlig miljøpolitik. Det betyder omvendt, at ca. 75%, af respondentgruppen sandsynligvis ikke har initiativer i gang vedrørende systematisk miljøarbejde.

4.3.2 Ansvar for miljøforhold

Ansvar for at reducere miljøproblemer fra tekstilprodukter ligger i henhold til de adspurgte generelt hos dem selv. 72% af respondentgruppen mener, at tekstilproducenten og tekstilleverandøren har en del eller en stor del af ansvaret for at reducere miljøproblemer fra tekstilprodukter. Kun 2-3 % mener, de har lidt ansvar og 9% har ikke svaret. Fordelingen fremgår af figur 3. 47% mener endvidere, at myndighederne har en del eller et stort ansvar for at reducere miljøproblemer fra tekstilprodukter. Forbrugerne og detailhandelen anses af færre for at have en stor del af ansvaret (henholdsvis 36 og 33%). Dette viser således, at branchen selv er bevidst om deres ansvar med hensyn til produkternes miljøforhold.

Figur 3: Virksomhedens holdning til ansvar for at reducere miljøproblemer



Ca. 45% af producenterne mener, at også myndighederne har et stort eller noget ansvar, hvorimod henholdsvis 24% og 19% mener, at detailhandelen og forbrugerne har et stort eller noget ansvar.

4.3.3 Kendskab til miljømærker

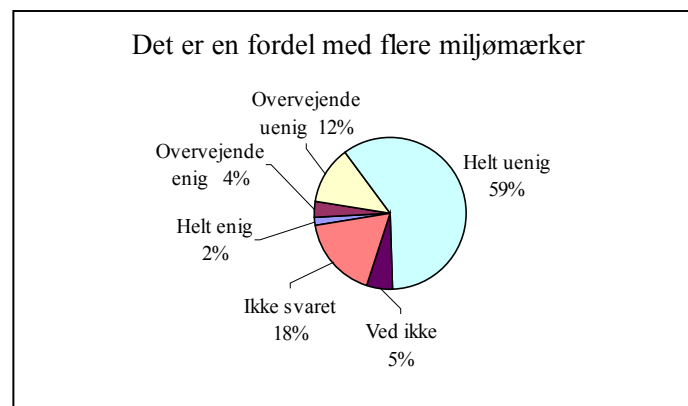
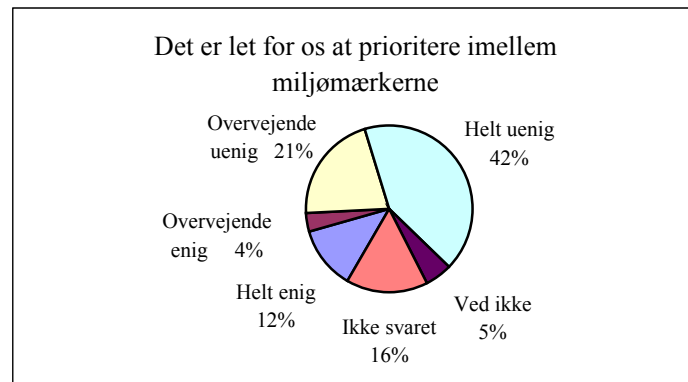
Kendskab til kriterierne for opnåelse af miljømærker er ikke særligt udbredt blandt producenter eller detailhandel. En del kender miljømærkerne Svanen, EU Blomsten, Ökotex 1000 og Ökotex 100. Det varierer fra 30-50%, hvor den største andel kender Svanen. Vi vurderer dog på basis af de senere besvarelser, at meget få af disse reelt kender kriterierne bag mærkerne. I besvarelsen er der 21 %, der har

Ökotex 100 mærkede produkter og nogle få med Svanen eller Blomsten på deres produkt. Over 30 % af de adspurgte kender ikke mærkerne.

4.3.4 Holdning til miljømærker

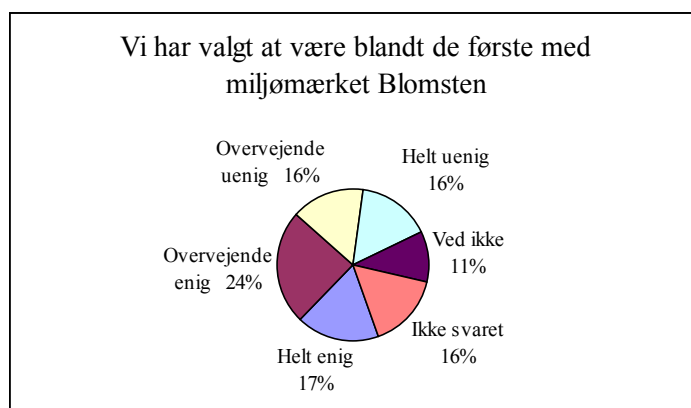
En stor gruppe af respondenterne mener, at det er vanskeligt at prioritere imellem de mange miljømærker. Op til 63 % er uenige i, at det er let at prioritere imellem miljømærkerne, og ca. 70 % er uenige i, at det er en fordel med mere end et miljømærke, se figur 4.

Figur 4. Virksomhedens holdning til udsagn om miljømærkerne



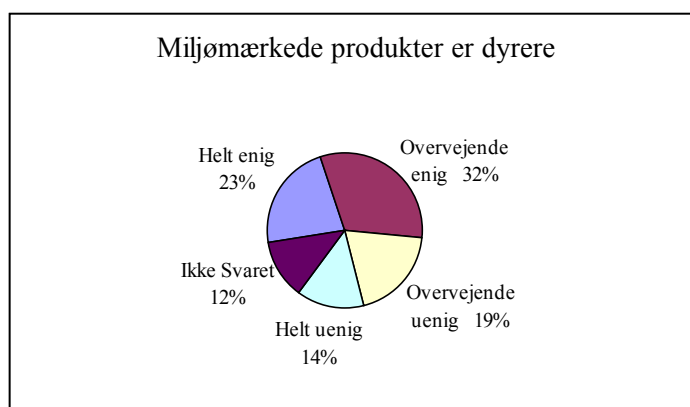
Der er tegn på, at der er flere miljømærkede tekstilprodukter på vej, idet ca. 40% vurderer, at det er en fordel at være blandt de første med miljømærket Blomsten, se figur 5.

Figur 5. Virksomhedens holdning til at være blandt de første med miljømærke



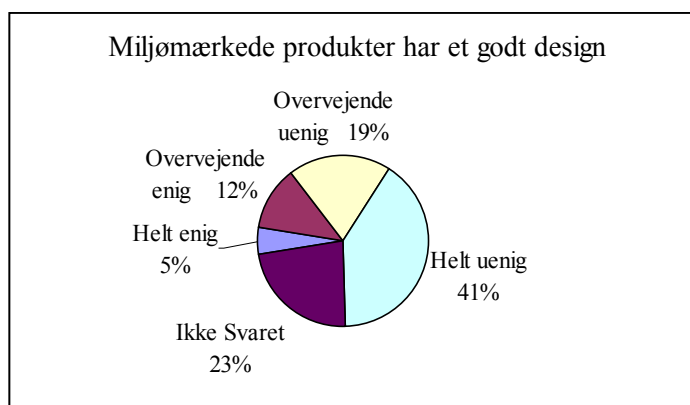
Gruppen af producenter og detailhandel er spurgt om deres holdning til miljømærker med hensyn til pris, design, kvalitet og holdbarhed. Besvarelsene viser, at over 50% mener, at miljømærkede produkter er dyrere, se figur 6.

Figur 6. Virksomhedens holdning til udsagn om prisen på miljømærkede produkter



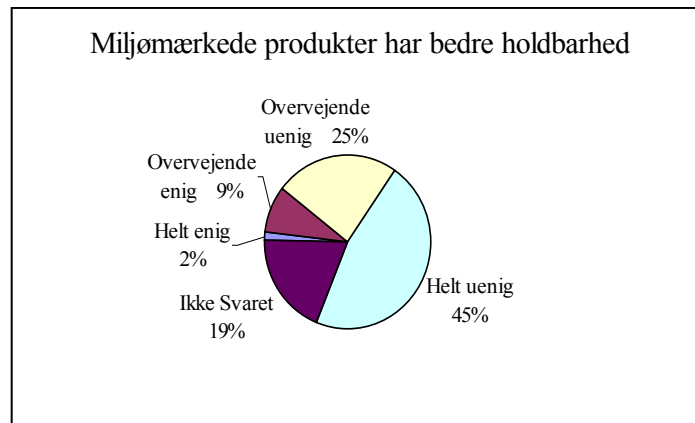
Med hensyn til designet er det overraskende, at 41 % er uenige i, at miljømærkede produkter har et godt design. Dette kan dog skyldes, at producenterne er bevidste om, at miljømærker ikke har noget med design at gøre.

Figur 7. Virksomhedens holdning til udsagn om design og miljømærkede produkter



Respondenterne vurderer, at holdbarheden af miljømærkede produkter er ringere end for ikke miljømærkede produkter. Det fremgår af figur 8, at ca. 70% er uenige i, at de miljømærkede produkter har en bedre holdbarhed. Det skal her bemærkes, at udsagnet måske kan misforstås. Udsagnet kunne være formuleret: de miljømærkede produkter har en holdbarhed på niveau med ikke mærkede produkter.

Figur 8. Virksomhedens holdning til holdbarhed af miljømærkede produkter



4.3.5 Kendskab til kriterierne bag Blomsten

Som nævnt tidligere er det kun få, der har kendskab til kriterierne bag miljømærket Blomsten. Besvarelsen af spørgsmål, der går tæt på kriterierne for at opnå Blomsten, og procedurerne i forbindelse hermed er derfor meget få. En del af svarene kan desuden bygge mere på holdning (producenternes optimistiske tro på deres eget produkts miljømæssige fortræffeligheder) end på reel viden om indhold i kriterierne. Spørgsmålene vedrører en vurdering af om virksomheden umiddelbart kan opnå Blomsten, udsagn om kontrollen med de mærkede produkter, udsagn om kriterierne og ansøgningsproceduren samt en vurdering af omkostningerne.

30% svarer, at de umiddelbart eller kun med få ændringer i produktionen kan opnå Blomsten på deres produkter. I forhold til organisationen vurderer 35%, at de kan opnå Blomsten uden ændringer eller med få ændringer. Begge disse svar kan dog være relateret mere til holdninger end til reel indsigt i kriterierne bag Blomsten.

Det er kun meget få, der har besvaret spørgsmålet vedrørende holdning til kontrollen med miljømærket Blomsten. Den største andel af besvarelsen er "ved ikke". Resultatet viser således kun det faktum, at det er meget få, der har været igennem processen og dermed har nøjere kendskab hertil.

Spørgsmålene vedrørende udsagn om kriterierne, omhandler hvorvidt kriterierne:

- dækker de væsentligste miljøforhold
- er enkle at dokumentere
- er lette at forstå
- er for restriktive

Hertil svarer 33%, at kriterierne dækker de væsentligste forhold, 20% at de ikke er lette at forstå, 22 % at de er lette at dokumentere og ca. 20% at kriterierne er for

restriktive. Det skal også her understreges, at under halvdelen (ca. 42 %) har svaret på disse spørgsmål.

Ca. 20% har svaret på spørgsmålene vedrørende ansøgningsproceduren og heraf svarer halvdelen, at de ikke kender proceduren. Omkostningsniveauet til at opnå miljømærke (ansøgnings- og omsætningsafgift) er kun besvaret af 2, hvoraf den ene mener, at de er lave, den anden, at de er høje.

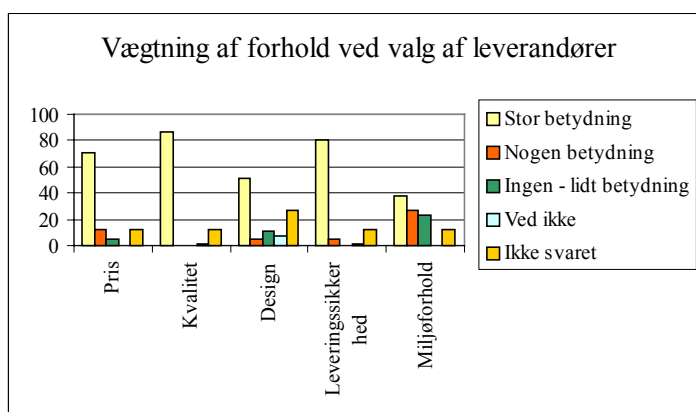
4.3.6 Virksomhedens prioritering ved valg af leverandører

Ved valg af leverandører prioriteres nogle parametre højere end andre. Blandt de adspurgte vægtes følgende områder højt (en del betydning eller stor betydning):

- pris
- kvalitet
- leveringssikkerhed
- fast samarbejde

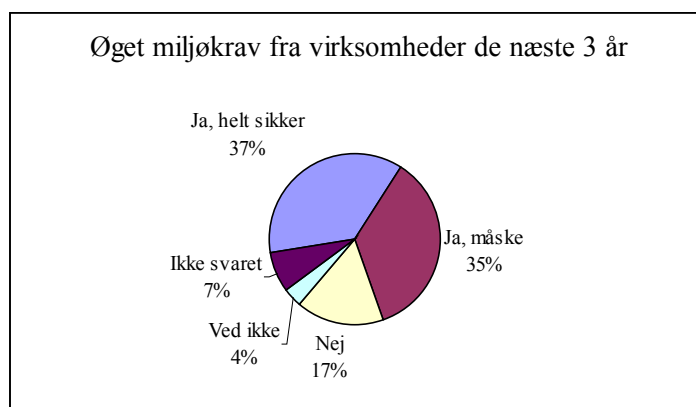
Miljøforhold vægtes generelt lavere, hvilket er illustreret i figur 9.

Figur 9. Virksomhedens prioritering ved valg af leverandører



Virksomhederne forventer dog, at de indenfor de næste 3 år vil stille flere miljøkrav til deres leverandører, hvilket kan ses af figur 10.

Figur 10. Virksomhedens forventninger til miljøkrav til leverandører i fremtiden



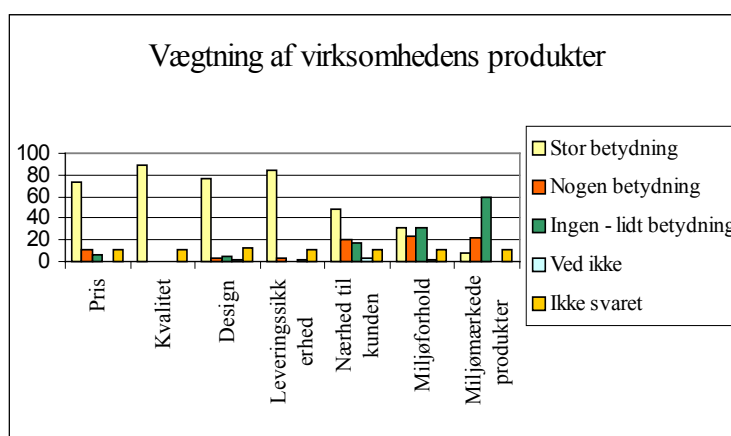
4.3.7 Områder i fokus ved markedsføring

Virksomhederne lægger i deres markedsføring især vægt på følgende områder:

- pris
- kvalitet
- design
- leveringssikkerhed

Andre mindre væsentlige faktorer er nærhed til kunden, miljøforhold og arbejdsmiljø. Laveste prioritet har miljømærkning af produkterne, hvilket ikke er så underligt, da kun meget få reelt har miljømærkede tekstiler. De indkomne svar er illustreret i den følgende figur 11.

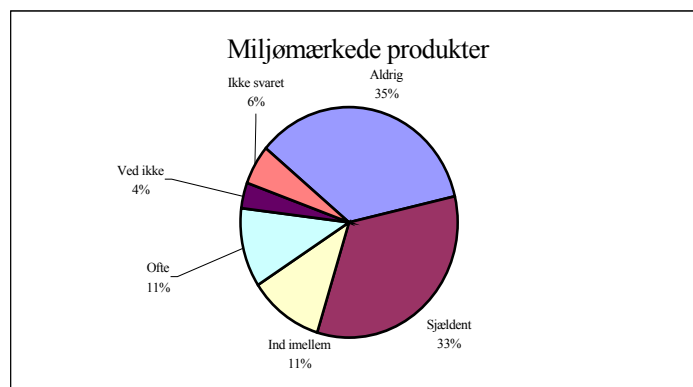
Figur 11. Vægtning af forhold ved markedsføring af produkter



4.3.8 Efterspørgsel fra kunderne

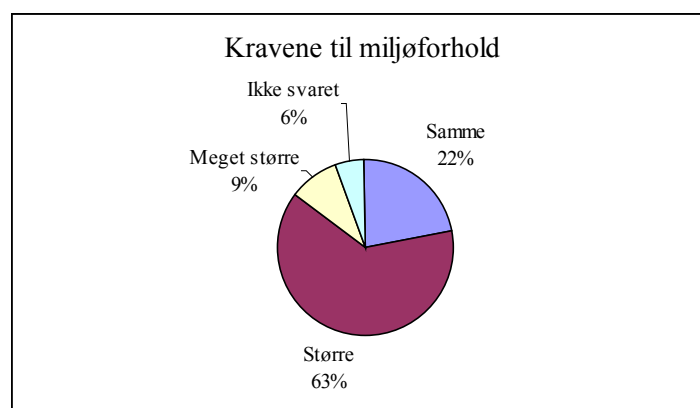
Virksomhederne oplever i nogen udstrækning, at kunderne efterspørger miljøvenlige produkter og miljømærkede produkter. Der er dog 25-35% som aldrig oplever denne efterspørgsel. Svarene er illustreret i figur 12.

Figur 12. Hvor ofte oplever virksomheden efterspørgsel efter miljøvenlige tekstilprodukter og miljømærkede produkter?



De fleste virksomheder (70 %) forventer at kravene til miljøforhold fra kunderne vil øges i de kommende 5 år.

Figur 13. Virksomhedens forventninger til miljøkrav i fremtiden



4.4 Professionelle indkøbere

Målgruppen er indkøbschefer eller -ansvarlige i større institutioner og store private virksomheder med stort indkøb af tekstiler. Besvarelserne er også i denne gruppe i høj grad udtryk for, at miljømærker er omfattet af virksomhedernes strategiske

overvejelser, da spørgsmålene er besvaret af adm. direktører (72%) og indkøbskoordinatorer (11%). De resterende har ikke anført deres funktion i virksomheden.

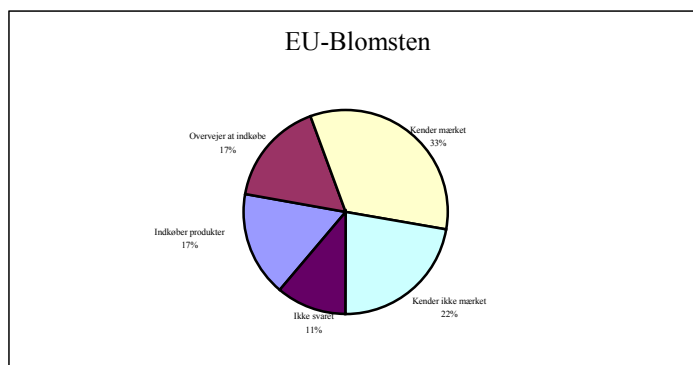
Spørgsmålene vedrørende barrierer overfor miljømærker omhandler de samme emner, som for producenter og detailhandlen. Spørgsmål og tilhørende svar er vedlagt i bilag B.

4.4.1 Kendskab til miljømærker

Indkøbernes kendskab til miljømærker er mere begrænset end for producenternes vedkommende. 33 - 38 % kender dog Svanen og/eller Blomsten. 10- 22 % oplyser at de indkøber produkter med de to miljømærker eller Ökotex 100 mærket. At 17 % oplyser, at de køber tekstiler med Blomsten svarer imidlertid ikke til det faktum, at der i Danmark kun findes en licens på Blomsten indenfor tekstiler.

Nogle af indkøberne overvejer at indkøbe produkter med enten Svanen eller Blomsten. De efterfølgende spørgsmål viser, at indkøberne ikke har detaljeret kendskab til kriterierne, men udelukkende kendskab til at miljømærkerne findes. Det er bemærkelsesværdigt, at flere indkøbere kender det tyske miljømærke Blau Engel (44 %) og det svenske Bra Miljöval (50 %) end Blomsten (33 %) og Svanen (39 %).

Figur 14. Kender virksomheden kravene for at opnå Blomsten?



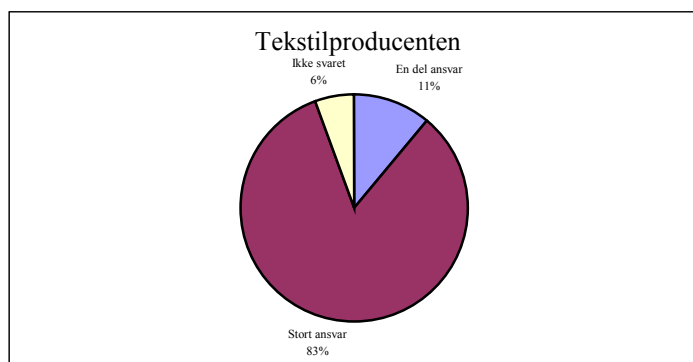
4.4.2 Ansvar for miljøforhold

Indkøberne mener, at både tekstilleverandøren (61%) og tekstilproducenten (83%) har et stort ansvar for at reducere miljøbelastningen fra tekstiler. Samlet set mener alle respondenter, at de to grupper enten har en del eller et stort ansvar for at reducere miljøbelastninger fra tekstil produkter. 77 % mener endvidere, at detailhandelen har et stort eller en del ansvar. De efterfølgende figurer 15-17 viser fordelingen af svarene.

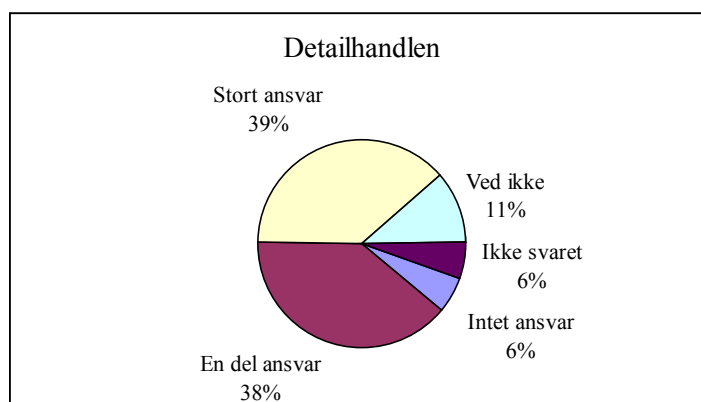
Figur 15. Tekstilleverandørens ansvar for at reducere miljøbelastninger



Figur 16. Tekstilproducentens ansvar for at reducere miljøbelastninger

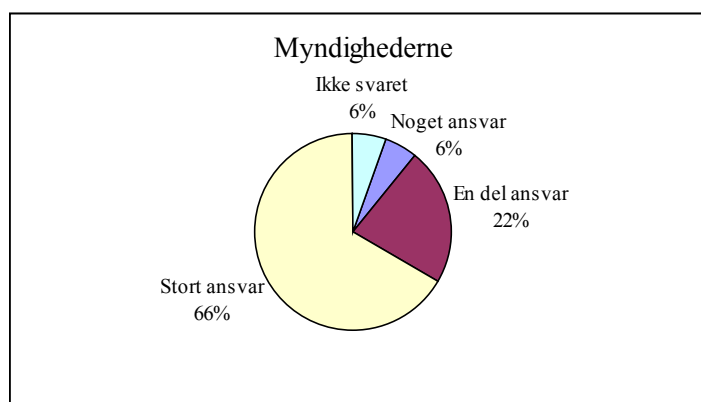


Figur 17. Detailhandelens ansvar for at reducere miljøbelastninger



Indkøberne mener, at myndighederne har et stort ansvar for at reducere miljøbelastninger fra tekstiler. Indkøberne mener i højere grad end producen-terne (66% mod 47%), at myndighederne har et stort ansvar for at reducere miljøbelastningen fra tekstiler. Fordelingen af svarene er gengivet i figur 18.

Figur 18. Myndighedernes ansvar for at reducere miljøbelastninger



Indkøberne mener også, at forbrugerne har en del af ansvaret for at reducere miljøbelastningen fra tekstiler i forbindelse med deres valg af produkter. 67% mener, at forbrugerne har et stort eller en del ansvar.

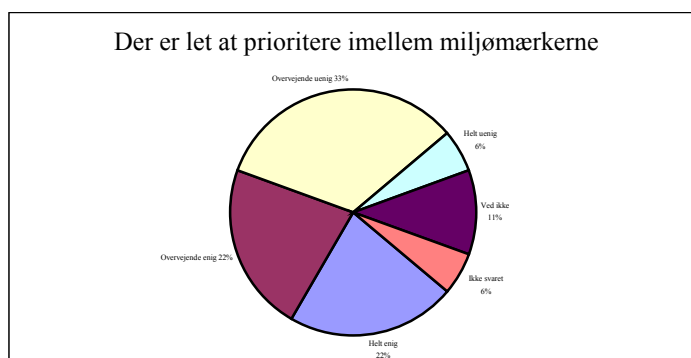
4.4.3 Holdning til miljømærker

Indkøberne er blevet spurgt om deres holdninger til miljømærkede produkter i relation til pris, design og holdbarhed. En del af indkøberne (22%) mener, at miljømærkede produkter er dyrere. En større gruppe er overvejende enige i, at miljømærkede produkter er dyrere og 17% mener ikke, at de er dyrere. Gruppen af overvejende enige kan eventuelt mene, at der kun er tale om en mindre prisforskel.

28% af indkøberne mener, at miljømærkede produkter har et godt design. 11% er uenige i dette og 33% er overvejende uenige. Der er således en del fordomme omkring de miljømærkede produkters design. Det samme forhold gør sig gældende med hensyn til holdbarhed, hvor 28% er overvejende uenige i, at de miljømærkede produkter har en bedre holdbarhed. Dette svar udelukker dog ikke, at de mener, at produkterne har samme holdbarhed som ikke miljømærkede produkter. En stor gruppe (38%) svarer "ved ikke", hvilket kan tolkes sådan, at de ikke har et dybere kendskab til miljømærkede produkter. Næsten alle indkøbere er dog enige i, at miljømærkede tekstilprodukter også er miljøvenlige. Kun 6% er uenige i denne betragtning. Dette må være et udtryk for, at miljømærkerne har en høj troværdighed.

En del indkøbere er ligesom producenterne af den opfattelse, at det kan være vanskeligt at prioritere imellem de mange forskellige miljømærker for tekstiler. Det gælder for 33% af besvarelserne. En lidt større gruppe (44%) mener, at det er let eller overvejende let at prioritere imellem de miljømærker, der er på markedet. En stor andel af indkøberne (65%) finder dog, at det er en ulempe med flere miljømærker.

Figur 19. Virksomhedens holdning til udsagn om indkøb af miljømærkede tekstiler



4.4.4 Kendskab til miljømærket Blomsten

44-55% af indkøberne mener, at de kan indkøbe produkter med miljømærket Blomsten uden der kræves ændringer i indkøbspolitik eller organisatoriske ændringer. Henholdsvis 16 og 6 % mener, at det kræver få ændringer i organisationen. De resterende fordeler sig ligeligt imellem, at det kræver en del ændringer og ved ikke.

33% af indkøberne mener, at det kræver få ændringer i indkøbsaftalerne at indkøbe produkter med Blomsten og 16% mener, at de umiddelbart kan indkøbe produkter med Blomsten uden at ændre indkøbsaftaler.

Kun få har kendskab til hvilke produkttyper der kan få miljømærket Blomsten, hvilket jo ikke er mærkeligt. 55-78% svarer "ved ikke" på spørgsmålet om kendskab til produkter med Blomsten inden for håndklæderuller, sengelinned, duge, børnetøj, modetøj, osv.

En stor andel af indkøberne mener, at kriterierne dækker de væsentligste miljøforhold (22% er enige og 39% er overvejende enige). Indkøberne kender sandsynligvis ikke kriterierne, da 56% svarer "ved ikke" til udsagnet om, at kriterierne er lette at opfylde. Til udsagnet om kriterierne er for restriktive svarer 44% ved ikke og 33% svarer, at de er overvejende uenige. Det skal understreges, at udsagnet er formuleret således, at svaret baserer sig på deres holdninger og ikke på reel indsigt i kriterierne.

Indkøberne kender ikke til kontrollen med Blomsten og har derfor svært ved at besvare dette spørgsmål.

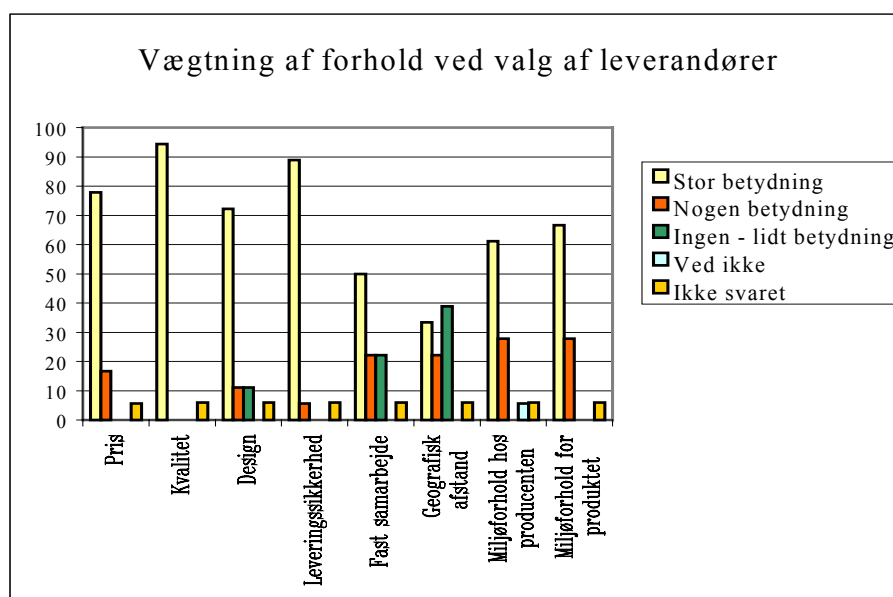
4.4.5 Professionelle indkøberes prioritering ved valg af leverandører

Indkøbernes prioriteringer ved valg af leverandører modsvarer producenter-nes. Det er således de samme parametre, der prioriteres højest:

- pris
- kvalitet
- design
- leveringssikkerhed

Miljøforhold hos producenten og miljøforhold for produktet vægtes dog også relativt højt, idet henholdsvis 60 og 67% mener, at det har en del eller stor betydning. Geografisk afstand har mindre betydning og fast samarbejde har en del eller stor betydning for 50%. Besvareelserne er illustreret i figur 20.

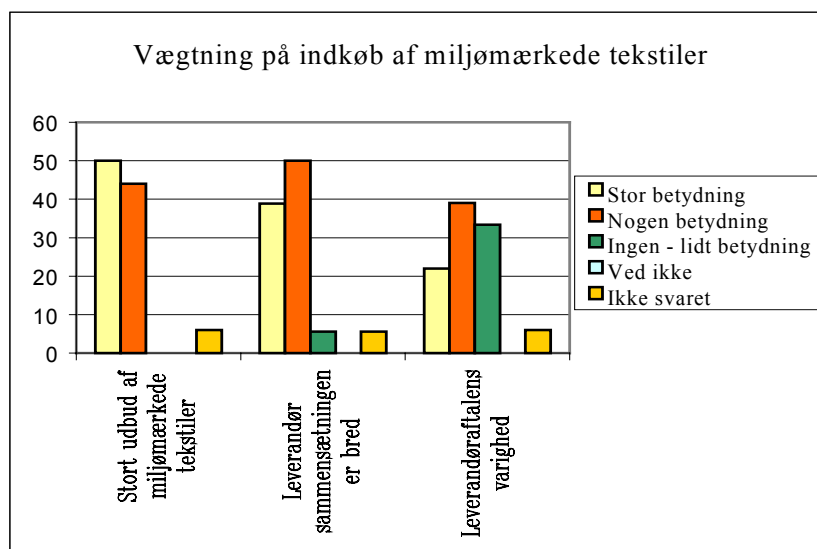
Figur 20. Hvor stor vægt lægger virksomheden på forskellige forhold ved indkøb?



Hvis indkøberne skal vælge miljømærkede produkter er det vigtigt, at der er et stort udbud af miljømærkede tekstiler på markedet. 94% svarer, at det er af stor betydning eller nogen betydning.

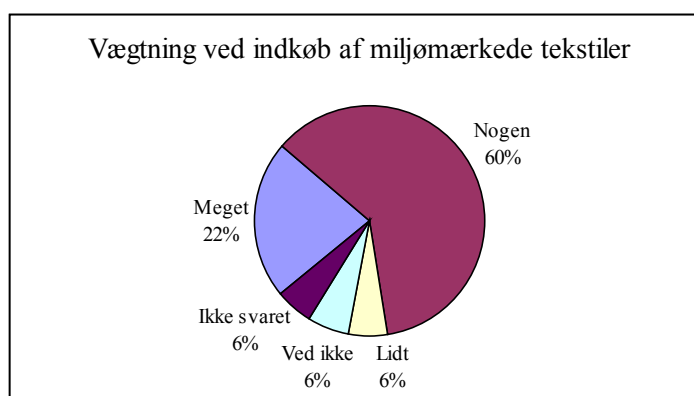
En væsentlig parameter er desuden, at der er flere leverandører at vælge imellem. 89% svarer, at dette forhold har stor eller nogen betydning.

Figur 21. Hvor stor vægt har forskellige forhold på indkøb af miljømærkede tekstiler?



Virksomhederne svarer, at de lægger meget eller nogen vægt på miljømærker ved indkøb (83%). Da der kun er meget få tekstiler med Blomsten og Svanen, må dette svar være udtryk for, at indkøberne regner Økotex som et miljømærke. Svaret er dog i overensstemmelse med, at en stor andel af indkøberne mener, at miljøforhold hos producenten og omkring produktet er vigtigt (figur 20). Ca. 50% af producenterne er dog af den opfattelse, at kunderne ikke efterspørger miljøvenlige eller miljømærkede tekstilprodukter p.t. (figur 12). Svaret viser således, at området er højt prioriteret hos indkøberne, men det er uklart, om det reelt fører til miljøkrav p.t., se figur 22.

Figur 22. Lægger virksomheden vægt på miljømærker ved indkøb af tekstiler?

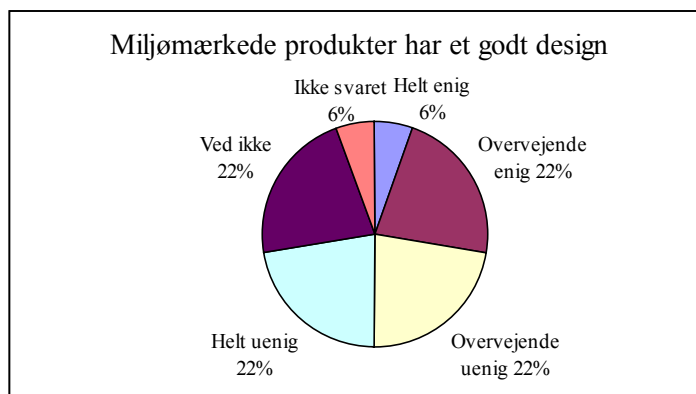


4.4.6 Brugernes efterspørgsel og holdninger

Brugerne efterspørger ikke i dag miljømærkede tekstilprodukter. Kun 17% af indkøberne oplever ofte en efterspørgsel. 66% oplever sjældent eller aldrig, at

brugerne efterspørger de miljømærkede tekstiler. Brugernes holdninger til miljømærkede produkter i forhold til ikke-mærkede produkter er, ifølge indkøberne, at de miljømærkede tekstiler er dyrere (79%) og har et dårligere design (44%) se figur 23.

Figur 23. Brugernes holdning til design



De har mindre kendskab til hvad brugerne mener om holdbarheden. Her svarer 39% "ved ikke". De forventer dog, at brugerne også mener, at de miljømærkede tekstiler er miljøvenlige (78%).

4.4.7 Øvrige barrierer

Nogle få indkøbere har anført barrierer, som de ikke mener er berørt i spørgeskemaet:

- Brugerne efterspørger først miljømærkede produkter, når allergi eller gener opleves.
- Udelukkende indkøb af metervarer (i modsætning til indkøb af det færdige produkt), vurderes som en barriere for miljømærkede produkter.
- Udbuddet af miljørigtig fremstillet bomuld er utilstrækkeligt og vil ikke kunne produceres i tilstrækkelige mængder. Planterne sprøjtes i en uendelighed. Eneste alternativ er gensplejsede produkter.

Det skal her bemærkes, at det er muligt at miljømærke metervarer. Der findes dog ikke miljømærkede varer på markedet p.t.

4.4.8 Analyse af barrierer

Med en samlet svarprocent på omkring 20 %, er det væsentligt også at vurdere årsager til, at de restende virksomheder ikke har svaret. Indledningsvist er der nævnt en række tilbagemeldinger fra de aktører, der ikke ønskede at deltage (afsnit 4.2). Årsagerne er især manglende tid og manglende viden om miljø. Blandt de indkomne svar er der derudover mange, som ikke har miljø på dagsordenen. 72 % har ikke en formuleret miljøpolitik eller introduceret andre miljørelevante tiltag. Sammenholdt med de 80 %, der ikke har deltaget, synes en væsentlig barriere at være manglende fokus på miljø i branchen. En anden barriere er manglende ressourcer i virksomhederne til sætte sig ind i emnet.

Resultaterne af de barrierer, der er identificeret i resultatet af spørgeskemaerne er belyst yderligere ved mere detaljerede personlige interviews med udvalgte aktører

(se kapitel 5). En samlet analyse af barrierer er gennemført på basis af resultaterne af spørgeskemaerne og interviewene. Denne analyse præsenteres i kapitel 6.

5 Interview af aktører

Der er udvalgt aktører inden for hver af følgende tre grupper: Producenter, detailhandel og indkøbere. Aktørerne er valgt, så de bredt repræsenterer forskellige tekstiltyper og samtidigt har et stort kundeunderlag. Interviewene er foretaget hos den enkelte aktør. Derudover er Miljømærkesekretariatet interviewet for at få uddybet forhold omkring selve ansøgningsproceduren.

Der er gennemført interview med 5 producenter, 5 detailkæder samt 4 institutionelle indkøbere (offentlige og private).

Producenterne er udvalgt, så de:

- repræsenterer forholdsvis store virksomheder
- repræsenterer forskellige typer af tekstil og beklædning.
- repræsenterer beklædning til børn, mænd, kvinder og unge eller
- repræsenterer boligtekstiler, arbejdsbeklædning og sportstøj.

Repræsentanter fra detailhandlen er udvalgt, så de:

- er dominerende på markedet og dermed kan have en væsentlig indflydelse på forbrugernes valg
- repræsenterer et bredt sortiment herunder beklædning, sportstøj og boligtekstiler.

Indkøberne er udvalgt, så de repræsenterer store virksomheder med egen indkøbsorganisation, så de derved har mulighed for at påvirke leverandørerne. Både offentlige og private virksomheder er repræsenteret.

Interviewene er gennemført i forhold til de resultater, der har vist sig i spørgeskemaundersøgelsen. Målet med interviewene har således været at dykke dybere ned i de svar, der er fremkommet og verificere eller afkræfte dem. I bilag C og D er vedlagt interviewguides som er anvendt til de to målgrupper.

5.1 Sammenfatning af resultater

I henhold til resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen har interviewene koncentreret sig om at få uddybet følgende emner:

- kendskab til miljømærker
- interorganisatoriske barrierer
- kendskab til kriterier for EU Blomsten
- indholdet i kriterierne for EU Blomsten
- procedurerne bag opnåelse af miljømærket Blomsten (kun producenter)
- indkøb af miljømærkede tekstiler (kun professionelle indkøbere)
- udsagn og holdninger til miljømærker.

Generelt viser interviewene, at der er en god overensstemmelse mellem de barrierer, der er identificeret i spørgeskemaundersøgelsen og de barrierer, de interviewede fremhæver.

Resultaterne af interviewrunden er sammenfattet i det følgende og anonymiseret.

5.2 Kendskab til mærkerne

5.2.1 Producenter

Alle de interviewede producenter kendte miljømærkerne og de to kendte også den væsentligste forskel mellem disse. En tredje producent vidste ikke, at Økotex kun er et sundhedsmærke, men vidste, at Svanen og Blomsten stiller krav baseret på livscyklus.

Alle var enige om at "Tekstil og beklædning" er det bedste medie til at bringe informationer om miljømærkerne til tekstilproducenterne, men det er vigtigt, at artikler herom er korte og praktisk orienterede. Miljøstyrelsens informationskrifter blev kun læst i en virksomhed og her kun af Miljø- og kvalitetschefen og Produktionschefen.

Direct mail til virksomhedsledelsen med information om miljømærkerne er også en formidlingsmetode, som flere af producenterne mener er velegnet.

En producent foreslår også artikler i Børsen og de store dagblade, som velegnede informationsmedier overfor virksomhedsledere. Mens alle er enige om, at det ville være godt for information om mærkerne til den brede befolkning, hvis der kunne komme noget om miljømærkerne i TV-programmet "Rene ord for pengene". En producent tror ikke så meget på egentlige reklamekampagner, da de tror at forbrugeren vil mangle den saglige information om mærkerne. Årsagen er, at producenten mener, at de forbrugere, som vil købe miljømærkede tekstiler ønsker konkrete og saglige årsager, som beskriver, hvorfor miljømærkede tekstiler er miljøvenlige.

Ingen af de adspurgte producenter forstår, hvorfor der ikke er flere producenter, som kender mærkerne.

5.2.2 Detail

Én detailhandler kender miljømærkerne og den væsentligste forskel mellem dem. De øvrige kender ikke miljømærkerne.

Detailhandlen vil være mest modtagelig for information om miljømærkerne i tidsskrifterne "Tekstil og beklædning". For at informationen vil blive læst af indkøberne, skal det være en indbydende artikel f.eks. med udgangspunkt i et praktisk eksempel. Andre måder vil være ved direct mail målrettet til den pågældende branche.

Detailhandlerne mener, at resultatet af spørgeskemaundersøgelsen vedrørende kendskab til miljømærkerne afspejler virkeligheden. En detailhandler oplyser, at de ikke havde hørt om miljømærket Blomsten før de gik ind i arbejdet under Tekstilpanelet. Hertil skal bemærkes, at de har arbejdet meget med og har flere tekstiler mærket med Økotex.

En anden detailhandler mener at årsagen til det forholdsvis lille kendskab til miljømærkerne (undt. Økotex) er, at kunderne ikke efterspørger miljømærker og fordi mange indkøbere og detailhandlere ikke har en miljøpolitik der forpligtiger dem til selv at følge med på miljøområdet. Det betyder, at kendskabet til mærkerne ikke bliver spredt via de almindelige informationskanaler.

5.2.3 Indkøb

Indkøberne har alle kendskab til Blomsten, Svanen og særligt Økotex. Kendskabet er generelt skabt via møder med rådgivere, informationer fra Miljømærkesekretariatet, internettet m.v.

En af indkøberne finder kun information via direct mail relevant. De har ingen intentioner om at sætte sig detaljeret ind i regler eller kriterier for miljømærker. En anden indkøber vil gerne læse artikler i fagblade og deltage i møder, workshops og konferencer om miljømærker, hvis bare disse er relevante for branchen. Alle indkøberne stiller i øvrigt krav om Økotex-mærket ved indkøb.

En offentlig indkøber vurderer, at information via dagspressen ikke vil være et relevant medie ej heller TV, da disse medier er mere egnet til den private forbruger i bred forstand. De udelukker dog ikke, at der sker en vis påvirkning.

At stille krav om miljømærker er p.t. meget lidt udbredt hos den offentlige indkøber. Man har dog valgt en leverandør med Ökotex 100 mærket, fordi denne kunne leve op til de krav, TI har opstillet vedrørende kvalitet, pris og miljø. Den offentlige indkøber vægter kvalitet og pris højt. En producent med et miljømærke kan blive valgt, hvis denne opfylder de stillede krav (herunder en acceptabel pris). TI er ansvarlig for at kontrollere, at leverandørerne kan leve op til kravene, herefter vælger man leverandøren blandt de, der kan leve op til kravene.

5.2.4 Miljømærkesekretariatet

Miljømærkesekretariatet har kørt en generel informationskampagne i dagspressen for miljømærker. Hvilken informationsstrategi, der vælges afhænger af målgruppen. Det har været væsentligt at øge bevidstheden om miljømærker blandt forbrugerne, for at skabe en efterspørgsel. Informationen er derfor kørt primært via dagspressen.

Sekretariatet får kun henvendelser fra producenter, som ønsker Blomsten og Svanen. De har derfor ikke kendskab til, om Blomsten fravælges frem for Ökotex.

5.3 Interorganisatoriske barrierer

5.3.1 Producenter, detail og indkøbere

Ingen af de interviewede vurderede, at organisatoriske forhold kan være en væsentlig barriere for udbredelsen af kendskabet til miljømærkerne. Alle producenter oplyser, at en beslutning om at søge et produkt miljømærket er en strategisk afgørelse, som vil foregå i den øverste ledelse. Denne beslutning vil typisk bunde i et markedskrav - og en organisation, som ikke kan reflektere på krav fra sit marked vil ikke leve længe. Derfor vil selv meget negative personer i ledelsen eller på andre poster i organisationen ikke kunne modvirke et miljømærke, hvis det er det kunderne vil have.

Detailhandlerne og indkøberne mener, at beslutningen om indkøb af miljømærkede tekstiler typisk vil blive taget af den øverst ansvarlige for indkøb. Hovedparten af de adspurgte stiller på visse tekstiler krav til sundhedsforhold (Økotex), mens egentlige miljøkrav i højere grad går på leverandørens miljøforhold end miljøforhold på produktet.

5.4 Kendskab til kriterierne for Blomsten

5.4.1 Producenter

Alle producenterne kendte kriterierne for Blomsten, men kun en kendte dem i detaljer.

En producent har netop sendt sin første ansøgning om at få en kollektion (boligtekstil) mærket med Blomsten. To producenter har igangsat en screening af, hvad kriterierne betyder for dem, den ene producent har afsluttet undersøgelsen.

Undersøgelsen viste, at det kan være vanskeligt for producenten at kortlægge og indsamle data "tilbage til jord" på grund af en lang og ikke fuldt gennem-skuelig leverandørkæde. Dette kan derfor blive en væsentlig barriere i et ansøgningsarbejde. Producenten tror på den baggrund, at det kan blive vanskeligt at få miljømærket deres tekstiler med de nuværende recepter og leverandører. Hvis de tager beslutning om, at man vil have et miljømærke på en type tekstil, så vil man finde en blandt sine leverandører, som kan leve op til de stillede krav og få tekstile produceret der.

Den anden producent, som har iværksat en screening af kriteriedokumentet i forhold til sine produkter forventer p.t., at de ved anvendelse af de nuværende recepter kan få en kollektion mærket med Blomsten. Producenten vil dog ikke skifte leverandør på en eksisterende kollektion, hvis det skulle blive nødvendigt for at få denne mærket med Blomsten. I stedet vil man udvikle og producere en parallel kollektion som kan miljømærkes eventuelt ved anvendelse af en ny leverandør.

Den tredje producent forventer på basis af sin afsendte ansøgning, at de ved anvendelse af de nuværende recepter kan få en kollektion mærket med Blomsten, men det kræver, at en leverandør vil substituere en enkelt råvare. Denne producent vil heller ikke umiddelbart skifte leverandør, hvis det skulle blive nødvendigt for at få den ansøgte kollektion mærket med Blomsten. Men hvis man ønskede at få hovedprodukterne mærket med blomsten og disse ikke kunne blive det med de nuværende leverandører, så ville man finde en anden leverandør.

To producenter kender Miljømærkesekretariatet og ved man kan hente kriteriedokumenter og information om miljømærkerne der. De er enige om, at Miljømærkesekretariatets hjemmeside er for særligt miljøinteresserede. Det er ikke en side som fænger, hvis man tilfældigt surfer ned på den.

En producent kender ikke Miljømærkesekretariatet eller dennes hjemmeside (og havde i øvrigt heller ikke kriteriedokumentet for Blomsten). Producenten har fået TI til at lave ovenstående screening for sig.

5.4.2 Detail

En detailhandler har tidligere studeret kriterierne for Blomsten, men har ikke kriteriedokumentet i huset. Detailhandleren har hørt navnet Miljømærkesekretariatet, men har ikke undersøgt, hvad dette dækker over.

En anden detailhandler kender ikke kriterierne for Blomsten, men ved, at de kan hentes via Miljømærkesekretariatets hjemmeside. Hun oplyser i den forbindelse, at man skal have en særlig interesse for miljø (sandsynligvis tekniker og samtidig have en bred forståelse for miljøspørgsmål), for at finde Miljømærkesekretariatets hjemmeside interessant. Detailhandlerne er bekendt med at de fleste tekstiltyper kan mærkes med Blomsten.

De tre øvrige interviewede kender ikke kriterierne eller Miljømærkesekretariatet og vurderer derfor, at informationen ikke er nået bredt nok ud.

5.4.3 Indkøbere

Ingen af indkøberne havde et dybere kendskab til kriterierne for Blomsten, men en vidste at de kunne findes på Miljømærkesekretariatets hjemmeside.

5.5 Indhold i kriterierne for Blomsten

5.5.1 Producenter

En producent vurderer, at kriterierne for Blomsten er de rette, men at det kan være svært at overholde med en lang leverandørkæde. For at det skal være overkommeligt at søge om et miljømærke selv med en lang og kringlet leverandørkæde, er det vigtigt, at man kan dokumentere opfyldelse af et kriterium ved leverandørens underskrift, uden at det er nødvendigt at aflægge denne et kontrolbesøg.

En anden mener at kriterierne er gode nok som udgangspunkt, men at de skal revideres. De er p.t. helt trygge ved den metode kriterierne udvikles på i dag. En tredje mener, at det er rigtigt at stille "tilbage til jord"-krav, da dette sikrer at underleverandørerne også producerer under betryggende forhold for miljøet. Dog mener de, at kriterierne burde tage højde for de samfunds- og miljømæssige forhold, der er i det land, hvor leverandøren er beliggende.

5.5.2 Detail

To mener, at kriterierne i Blomsten er for vanskelige at opfylde for mange tekstilproducenter. Særligt er det vanskeligt for producenter i Fjernøsten.

For hurtigt at få mange Blomst-mærkede tekstiler på hylderne og dermed få spredt kendskabet til disse, vil én anbefale, at man fik et mærke med en spirende blomst, som luger de værste miljøproblemer med tekstiler ud, men som det er forholdsvis let at få. Forbrugerne kunne så hurtigt få en større valgmulighed og derved vænne sig til at stille miljøkrav til tekstiler.

De tre øvrige interviewede kender ikke kriterierne, én af dem har kriterierne i huset, men har ikke læst dem.

5.5.3 Indkøb

Ingen af de interviewede kendte indholdet i kriterierne for Blomsten.

5.5.4 Miljømærkesekretariatet

MS mener, at kravene dækker de væsentligste miljøforhold. MS kunne godt ønske, at vand og energi kommer med, men det er meget vanskeligt, da forbruget afhænger af hvilke processer, der indgår.

Det er et princip, at de krav der stilles skal være styrbare.

Nogle af de øvrige interviewede har nævnt, at etiske spørgsmål bør indgå. MS mener, at det kan være supplerende krav, som virksomheden selv kan stille til sine underleverandører. Det samme gælder med hensyn til arbejdsmiljømæssige krav. På sigt, kan der måske komme et samlet mærke som tager hensyn til miljø, arbejdsmiljø og etiske forhold.

MS mener ikke, at der kan udpeges nogle specifikke krav, som er vanskeligere at opfylde end andre.

MS anser det for en væsentlig barriere for producenterne, at de er nødt til at etablere et fast leverandørsamarbejde, for at kunne opnå et miljømærke. De mister således muligheden for at shoppe rundt, og hele tiden vælge den leverandør, der er billigst. For andre er det vanskeligt at stille krav, fordi deres andel af produktionen er for lille. Nogle af disse opgiver. Blandt de, der har forsøgt at få dokumentation fra underleverandører, oplever nogle, at underleverandøren ser det som et positivt signal og medvirker aktivt i processen.

5.6 Miljømærkning af tekstiler (kun producenter)

En producent igangsatte i starten af året en undersøgelse af, hvad kravene i kriteriedokumentet for Blomsten betyder for dem samt for at få afdækket størelsen af udgifterne til ordningen, tests m.v. Producenten påbegynder imidlertid ikke et egentligt arbejde med at indsamle dokumentation og ansøge om et Blomst-mærke, før der opstår et egentligt kundekrav.

En anden virksomhed fremhæver, at kunderne ikke efterspørger miljømærkede tekstiler i dag. Årsagen er, at køberne af deres produkter er meget modebevidste og prisbevidste. Typisk er det unge mennesker, som vil have nyt tøj ofte.

Derimod overvejer en tredje producent seriøst at få et eller flere af sine produkter mærket med Blomsten. Den væsentligste faktor, som har betydning for om de får produkter miljømærket, er kundekrav bl.a. i form af krav i EU-udbud. Kunderne efterspørger ikke miljømærkede tekstiler i dag. De forventer imidlertid, at kunderne er interesseret i at købe miljømærket arbejdstøj, hvis de kunne levere dette.

En fjerde producent har som den eneste af de adspurgte sendt sin første ansøgning om mærkning af en kollektion med Blomsten. Den væsentligste årsag til, at man har taget dette skridt nu er at de sidder i Tekstilpanelet og deri har forpligtiget sig til at producere en kollektion med Blomsten. Samtidig forventer man sig meget af de mange penge Miljøstyrelsen har lovet at kaste i markedsføringen af de Blomst-mærkede tekstiler.

En producent leverer i dag sengetøj med miljømærket Svanen og andre tekstiler med økologi-mærker.

Kunderne (detail-ledet) efterspørger ikke miljømærkede tekstiler i dag. Enkelte oplever en efterspørgsel efter økologiske tekstiler. Producenterne mener, at der skal mere bred information ud om miljømærkerne, før kunderne vil begynde at efterspørge disse.

5.7 Ansøgning om Blomsten (kun producenter)

Proceduren for ansøgning om Blomsten er beskrevet ud fra en producents oplevelser. Producenten påbegyndte ansøgningsarbejdet i efteråret 1999. Målet var at få en kollektion miljømærket og de sendte den færdige ansøgning i juni 2000.

I starten brugte de en del tid på bare at forstå kravene i Blomsten og omsætte disse til spørgsmål til leverandører. Da Miljømærkesekretariatet udgav "Users Manual and Application Form" for miljømærkning af tekstiler med Blomsten blev arbejdet en del lettere. Men de understreger, at User Manualen ikke er særlig brugervenlig, alene sin tykkelse taget i betragtning. I alt har de brugt ca. 150 arbejdstimer på ansøgningsarbejdet.

De vurderer, at det største arbejde ved ansøgningen ligger i 3 faser:

i Fase 1: Består det største arbejde i selv at forstå kriterierne

i Fase 2: Består det største arbejde i at kommunikere kriterierne videre til sine leverandører og få disse til at forstå kravene.

i Fase 3: Består det største arbejde i at drive svar og resultater tilbage fra leverandører.

De har flere leverandører i Europa og en i Indien som skulle kontaktes og hentes oplysninger fra. De har imidlertid ikke mulighed for selv direkte at kontakte leverandøren, idet de køber ind via danske agenter. Dette er både en fordel, da kommunikationen på dansk er lettere og fordi de er en væsentlig kunde for agenterne, hvilket de ikke er for den udenlandske leverandør. Men det var også en ulempe fordi processen blev mere langstrakt og misforståelser kunne leve længere.

De mener, at arbejdet i fase 1 og 2 kunne reduceres, hvis man havde de rigtige værktøjer til rådighed, hvorimod arbejdet med at drive data tilbage fra leverandører er vanskeligt, da det ligger uden for virksomhedens direkte kompetence. De forventer dog, at arbejdet i alle faser bliver lettere anden gang, de skal søge om en Blomst.

Den største eksterne barrierer for dem i forbindelse med at få en Blomst på en kollektion er, at de er en lille virksomhed, som derfor ikke har særlig stor indflydelse på deres leverandørers handlinger.

De mener, at de eksisterende omkostninger ved Blomsten er rimelige. De mener ikke, at disse omkostninger kan udgøre en barriere for en virksomhed, hvis man vil have miljømærket sit tekstil.

For at en Blomst generelt skal blive attraktiv at få på sine kollektioner, må sagsbehandlingen højst tage 4 - 5 mdr. incl. det interne tidsforbrug, som sandsynligvis kan presses ned på 2 - 3 mdr. De er i øvrigt tilfreds med sagsbehandlingen i Miljømærkesekretariatet.

De øvrige interviewede producenter har ikke gennemført en ansøgningsproce-dure, nogle er i færd med proceduren, andre overvejer. For den sidste gruppes vedkommende er der mere tale om holdninger til at igangsætte ansøgnings-arbejde.

Producenterne ser generelt, at det er en stor barriere at få leverandøren til at forstå og overholde kravene. Det gælder især producenter, der får produceret deres tekstiler i Fjernøsten, hvor det vil være vanskeligt at få dem til at tage hensyn til de krav, der stilles fra en dansk aftager. Årsagen er, at en dansk producent i den sammenhæng er en meget lille kunde og at der på verdens-plan er mange forskellige miljømærker, med hver deres kriterier, så hvorfor skulle leverandøren omstille sig efter kravene i Blomsten.

En producent har forsøgt at nedbryde barrieren i forhold til sin underleveran-dør ved at give leverandøren det "oversatte" kriteriedokument, som de har fået udarbejdet. De oplyser derfor, at der er et stort behov for simple, praktiske værktøjer, som gør ansøgningsarbejdet og ikke mindst dialogen med leverandørerne lettere, herunder at undersøge leverandørens evne til at overholde kravene. Man mangler også en viden om og et redskab til at kontrollere en leverandør uden fysisk kontakt.

To af de interviewede producenters eventuelle beslutning om et miljømærke er ikke afhængig af, hvor mange timer, det tager at søge om Blomsten. Hvis afgørelsen træffes, afsættes den nødvendige tid. Den ene tror imidlertid ikke, at det er muligt selv, hvis der lægges mange timer i opgaven, at opnå et miljømærke med en leverandørkæde i Fjernøsten. Hvorimod de regner med, at det er overkommeligt sammen med de europæiske leverandører.

Producenter der løbende og med korte mellemrum sender nye kollektioner på markedet har behov for en hurtig sagsbehandling. De oplyser, at tiden der går til ansøgning og sagsbehandling skal helst ned under 2 mdr. for at det er aktuelt for dem at få et miljømærke.

Manglende kundekrav er en væsentlig barriere og for nogle den største barriere, før de vælger at påbegynde ansøgningsarbejdet. Hvis beslutningen om at få miljømærke tages, mener de ikke, at de står overfor væsentlige barrierer. De kender ikke p.t. kriterierne i detaljer og ved derfor ikke, hvor det største arbejde ligger. De mener imidlertid, at det ville være en meget god ide, hvis der fandtes værktøjer, som kan gøre vurderings- og ansøgningsarbejdet lettere for virksomheden. De producerer ikke modeprodukter, derfor er de ikke så afhængige af en kort sagsbehandling for Miljømærkesekretariatet.

Enkelte producenter er af den opfattelse, at det er misvisende at et miljømærke medfører en afgift pr. omsat kr. Det er ikke rimeligt, at det skal fordyre et produkt, at det er miljøvenligt. Hertil kommer, at det også er forbundet med ikke uvæsentlige interne omkostninger at søge om miljømærket. Denne merpris tror de ikke, at deres kunder vil betale. Nogle mener i stedet, at man kunne betale et højere engangsgebyr. Andre foreslår, at omkostningerne for

Miljømærkesekretariatet bør komme på finansloven, så producenterne ikke straffes for at kunne levere et miljøvenligt produkt.

5.7.1 Miljømærkesekretariatet

Miljømærkesekretariatet (MS) er af den opfattelse, at det varierer meget blandt producenterne, hvorvidt dokumentationen af kravene er vanskelig eller ej. MS mener, at det er typisk sådan, at dem der tager kontakt på forhånd kommer lettere igennem, fremfor dem, der udarbejder al dokumentationsmateriale, inden de sender det ind. Den sidste gruppe, gør måske mere ud af dokumentationen end nødvendigt. MS anbefaler altid producenterne, at starte med at søge miljømærke på de 20% af produktionen, der udgør 80 % af omsætningen. Herefter kan det gradvist udbygges, så en større del af sortimentet er omfattet. Hvis der indledes med hele produktionen på en gang, er det betydeligt vanskeligere at komme igennem processen. Det vil også være muligt at få accepter undervejs for dokumentation af et enkelt krav.

Tidsforbruget hos producenten til at udforme ansøgning kendes ikke af Miljømærkesekretariatet. Det vurderes, at afhænge meget af samarbejdet med underleverandøren, og hvorvidt der er interesse og engagement hos denne.

MS oplyser at for kunne opretholde et miljømærke, er det nødvendigt for producenten at indføre kontrolprocedurer for hvornår, der skal udføres test og for korrigerende handlinger, når der sker ændringer. Disse forhold er en del af de omkostninger, der er forbundet med at opretholde miljømærket. Ved fornyelse af mærket kan det være nødvendigt at få foretaget nye test, f.eks. af spildevand.

5.8 Indkøb af tekstiler (kun detail og indkøbere)

5.8.1 Detail

Ingen af detailhandlerne lægger vægt på producentens miljøforhold, når de køber ind. Derimod lægges vægt på ingen børnearbejde. Afhængigt af hvilke tekstiltyper der er tale om, stilles forskellige krav til produktets sundheds-påvirkning. En enkelt af de interviewede fremhæver, at de opfatter sig selv som en lille brik, der ikke har mulighed for at få efterkommet krav på miljøområdet.

En detailhandler stiller krav til de indkøbte tekstiler i henhold til de svenske tekstilimportørers "Vejledning til miljøkrav ved import af tekstiler". Disse krav minder meget om kravene i Økotex. De mener på denne måde, at de indirekte stiller krav til miljøforholdene hos producenten.

En anden stiller krav om, at der ikke må være nikkel, azo-farvestoffer og PVC i de indkøbte tekstiler. Kravet om ingen azo-farvestoffer bliver dog ændret til ingen azo-farvestoffer, som kan omdannes til eller fraspalte kræftfremkaldende aminer. En tredje stiller en række krav vedrørende etiske forhold, kemiske stoffer, transportform og emballage.

To af de interviewede køber p.t. i stor udstrækning Økotex-mærkede tekstiler.

En af disse vil i foråret 2001 udbyde tekstiler mærket med Blomsten. De vil til dette udbud købe tekstiler af Novotex, da der ikke findes andre produkter på markedet med Blomsten. De opfatter i høj grad dette som konkurrenceforvridende og ønsker

et større udbud af Blomst-mærkede tekstiler. Den væsentligste faktor for at de vil indkøbe og sælge tekstiler med Blomsten er - *EFTERSPØRGSEL*.

En tredje arbejder p.t. med at købe tekstiler med Blomsten. De er indstillet på at skulle betale en merpris for et tekstil med Blomsten i startfasen, når mærket er nyt. Men man tror ikke, at forbrugerne i fremtiden vil betale væsentligt mere for et tekstil med et Blomst-mærke i forhold til et andet tilsvarende tekstil. Den væsentligste faktor for at de vil forsætte med at indkøbe og sælge tekstiler med Blomsten, er derfor, at der ingen prisforskel er, eller også at forbrugerne vil betale mere for et produkt med et Blomst-mærke. De ser derfor gerne, at flere detailhandlere vil indkøbe tekstiler med Blomsten. Dette vil øge konkurrencen både blandt producenterne, men også blandt detailhandlerne. Og hvis detailhandlen har et stort udbud af Blomst-mærkede tekstiler, så sættes kunderne oftere og oftere i en situation, hvor de skal vælge mellem et mærket produkt og et ikke mærket. Dette vil øge afsætningen (som det skete med de Ø-mærkede fødevarer).

2 af de interviewede har tidligere forsøgt at markedsføre produkter med henholdsvis økologi mærke og miljømærke. Førstnævnte opgav hurtigt på grund af vanskeligheder med at gennemskue hvilke krav, der skulle overholdes. Sidstnævnte opgav efter et stykke tid på grund af manglende efterspørgsel fra kunderne.

Alle interviewede oplyser, at kunderne ikke p.t efterspørger Blomsten. Nogle oplever i mindre omfang efterspørgsel efter Økotex. Årsagen er sandsynligvis for lille kendskab. Men herudover tror de, at kunderne fokuserer på pris som det vigtigste, når de køber tekstiler. Et væsentligt stykke herunder fokuseres på sundhed (Økotex), mens miljø p.t. ikke er en parameter, som kunderne fokuserer på. Dog tror de godt, at man kan få kunderne til at fokusere på miljø, men det kræver, at de ser "hvor slemt det kan gå, hvis de ikke tænker på miljøet, når de køber ind". F.eks. har der i Norge og Tyskland nærmest været en hetz mod havemøbler af tropisk træ, fordi der i pressen har været meget fokus på fældning af regnskove.

En af de interviewede anfører, at det er en forudsætning, at kunderne skal kunne tillægge et miljømærket produkt en merværdi, ellers vil de ikke vælge produktet.

5.8.2 Indkøber

En indkøber har formuleret en miljøpolitik som indebærer, at der skal lægges vægt på miljøforhold ved indkøb, herunder både ydre miljø og arbejdsmiljø. De har udformet retningslinier for den indkøbsansvarlige samt krav til leverandører f.eks at det anvendte stof skal være Økotex-mærket. Hvis der vælges et stof eller andet uden certifikat, skal leverandøren dokumentere indhold af kemiske stoffer. Indkøberens brugere efterspørger ikke miljømærkede tekstiler, fordi de er informeret om, at varerne er miljørigtige.

En anden indkøber lægger ved indkøb primært vægt på krav til slutproduktet. En leverandør med dokumentation af bedre miljøforhold vil ikke blive valgt alene på grundlag af dette. Der kan ikke blive tale om kompromis i forhold til pris og kvalitet. Hvis en leverandør derimod kan dokumentere bedre miljøforhold, samtidig med at krav til pris og kvalitet er opfyldt, vinder denne. De mener ikke, at det er realistisk at stille krav om miljø til producenter, der ligger fjernt fra Danmark. De forventer ikke, at producenterne kan leve op til danske miljøkrav og lovgivning.

Indkøberens brugere efterspørger ikke miljømærker, dog forudser de, at der kan opstå nye trends blandt unge, som gør, at efterspørgslen ændres. En anden mulighed er, at fagforbundene stiller krav. Leverandører markedsfører generelt ikke miljømærkede tekstiler overfor dem, med undtagelse af en leverandør.

En tredje indkøber lægger vægt på producenternes miljøforhold, når de køber ind. De køber kun miljømærkede tekstiler, hvis deres kunde ønsker det, og samtidig vil betale den nødvendige merpris. De vil først købe miljømærkede tekstiler, når det bliver et krav fra kunderne og det samtidig bliver økonomisk rentabelt. Deres kunder efterspørger i nogen udstrækning sundhedsmærkede tekstiler som Økotex. De offentlige kunder stiller typisk mere omfattende miljøkrav end de mindre private kunder, men disse miljøkrav går ikke på tekstilet, men på krav til indkøberens egen virksomheds miljøforhold.

En fjerde indkøber har en generel passus i deres indkøbspolitik vedr. leverandørernes miljøforhold. Denne går primært på, at miljølovgivning skal overholdes. Indkøb af miljømærkede produkter har til dato ikke været et bevidst valg. Miljømærkning må ikke betyde, at produkterne bliver væsentlig dyrere. Derudover skal produktet leve op til de samme krav som stilles til ikke miljømærkede produkter (pris, kvalitet, leverandørforhold mv.). Indkøberen oplyser at brugernes holdning er alfa og omega, men der opleves ikke p.t. en efterspørgsel på miljømærkede produkter. Miljømærkede tekstiler er pt. meget lidt synlige hos dennes leverandører, men fremover vil de imidlertid spørge leverandører, om de har miljømærkede produkter i deres sortiment.

5.9 Holdning til mærkerne

I spørgeskemaundersøgelsen indgik en række udsagn om miljømærker. Disse udsagn repræsenterer nogle holdninger, som er søgt uddybet via interviewene.

Alle interviewede var af den holdning, at miljømærkede tekstiler var dyrere, men der var varierende holdninger til om prisforskellen var væsentlig eller ikke. En af de interviewede har tidligere markedsført miljømærkede T-shirts. Disse var 20% dyrere end ikke-miljømærkede T-shirts.

Svarene m.h.t. holdbarhed, design og miljøvenlighed var også forholdsvis ens og kan resumeres ud fra et svar: den interviewede mener, at det er forudindtagede holdninger baseret på erfaringer fra tidligere, hvor man kun kunne købe jordfarvede produkter, hvis de skulle være miljøvenlige.

Producenter, indkøbere og detailhandlere giver i spørgeskemaundersøgelsen udtryk for, at miljømærkede tekstiler ikke har et godt design. De interviewede fremhæver, at der er en tendens til, at det hidtil har været basis orienterede produkter. Det kan bunde i manglende kendskab til de nye kriterier for Blomsten. De interviewede mener endvidere, at de indkøbere og detailhandlere, som giver udtryk for, at miljømærkede tekstiler har en dårligere holdbarhed kan have ret, hvis de tænker på Økotex. Holdbarheden af Økotex-mærkede tekstiler kan være mindre pga., at tekstilet kan være vasket mange gange for at kunne overholde kravene. Derimod har Blomst-mærkede tekstiler en holdbarhed som andre tilsvarende tekstiler. Det er endelig en usaglig påstand, hvis nogle siger, at miljømærkede tekstiler ikke er miljøvenlige.

6 Analyse af barrierer mod miljømærker

Resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen er sammenholdt med resultaterne af interviewrunden for at identificere de væsentligste barrierer i branchen imod erhvervelse af miljømærker. De væsentligste identificerede barrierer er:

- miljø prioriteres ikke højt i branchen
- manglende efterspørgsel blandt kunder
- ikke fokus på miljøparametre i markedsføring
- kendskab til miljømærker ikke udbredt
- krav vedrørende kemiske stoffer
- omkostninger til miljømærkede produkter der medfører, at de bliver dyrere
- ansøgningsarbejdet er ressourcekrævende

I det følgende gennemgås barriererne, som er identificeret i spørgeskemaer og interviews. Listen over barrierer er ikke fuldstændig, da det kun er de væsentligste barrierer, som er anført. Ligeledes kan der være yderligere barrierer som ikke er dukket op via undersøgelsen. Der er imidlertid et stort sammenfald imellem de barrierer, de enkelte aktører har fremhævet ved både spørgeskema og interviews, hvorfor vi vurderer, at de væsentligste barrierer er afdækket.

6.1 Miljø prioriteres ikke højt i branchen

Det er væsentligt at bemærke, at 80% af de kontaktede producenter, detailhandel og indkøbere ikke deltog i spørgeskemaundersøgelsen. Disse 80% repræsenterer en så væsentlig andel, at deres bevæggrunde for ikke at deltage kan repræsentere de vigtigste barrierer.

Det er indlysende, at det ikke er muligt at få de præcise årsager og dermed barrierer identificeret. Men der kan her tages udgangspunkt i de årsager, som aktørerne selv har angivet. Disse kan sammenfattes til:

- Manglende tid
- Manglende viden om miljø

Derudover var der flere andre tilbagemeldinger, som vurderes at være sammenfaldende med manglende tid, som igen i nogen grad kan sidestilles med manglende prioritering.

Iblandt de aktører, der har besvaret spørgeskemaet, ses det, at en meget lille andel af aktørerne har systematisk miljøarbejde på dagsordenen. 72% har ikke formuleret en miljøpolitik eller indført andre miljøtiltag, som grønt regneskab eller et egentligt miljøledelsessystem.

Tidligere undersøgelser i forbindelse med tilskudsprogrammet "Miljøstyring i små og mellemstore virksomheder"¹ og udredning i forbindelse med den nordiske

¹ Miljøstyring i små og mellemstore virksomheder. Midtvejsevaluering, 1998.

produktorienterede miljøstrategi² viser, at rækkefølgen for implementering af miljøtiltag følger:

1. Formulering af miljøpolitik
2. Indførelse af grønt regnskab/miljøledelse
3. Udarbejdelse af miljødeklaration/opnå miljømærke

Det antages, at de samme forhold gør sig gældende i tekstilbranchen. Interviewene af aktører blandt producenter, detailhandel og indkøbere viser den samme tendens. Her er det de virksomheder, der har formuleret en miljøpolitik samt implementeret og evt. certificeret et miljøledelsessystem, der stiller miljøkrav til deres leverandører og evt. er i færd med at ansøge om miljømærker. Nogle af de interviewede nævner uopfordret, at det faktum at en virksomhed ikke har formuleret en miljøpolitik er en væsentlig årsag til, at miljømærker ikke er på dagsordenen.

Det antages derfor, at en væsentlig del af den store gruppe, der ikke har svaret på undersøgelsen heller ikke har indført relevante miljøtiltag. Som en konsekvens af dette kan en konklusion således være, at den væsentligste barriere for miljømærker er manglende prioritering af miljø og formulering af miljøpolitik hos aktørerne i branchen. Miljø anses endnu ikke som en væsentlig parameter, der skal afsættes ressourcer til eller indhentes viden om. Dette gælder for alle tre led i aktørkæden: producenter, detailhandel og indkøbere. Det understreges endvidere af enkelte interviews, hvor det fremhæves, at miljømærker generelt er et godt salgsparement, det kræver blot, at man også prioriterer det.

I forbindelse med at miljø generelt ikke er prioriteret højt i branchen, er det interessant at se, at branchen ikke forsøger at lægge ansvaret for deres produkters miljøforhold fra sig. Vi vurderer derfor, at der er basis for at øge interessen og indsatsen i branchen (jf. afsnit 4.3 og 4.4).

6.2 Manglende efterspørgsel blandt kunderne

En væsentlig barriere for at erhverve miljømærker hos producenter eller efterspørge miljømærker i detailhandel og hos indkøberne er manglende efterspørgsel igennem hele leverandørkæden, hvilket også inkluderer slutbrugerne.

Alle tilbagemeldinger i både spørgeskemaer og interview viser, at der stort set ingen efterspørgsel er i øjeblikket. Den manglende efterspørgsel betyder, at miljømærket endnu ikke har den fornødne værdi for producenten til at denne afsætter ressourcer til at opsøge viden om miljømærker, kriterier for disse eller indhente dokumentation fra leverandører.

Årsager til den manglende efterspørgsel kan henføres til manglende viden om, at det er muligt at miljømærke tekstiler, der er kun få tilgængelige produkter og fokus er rettet mod mere sundhedsmæssige egenskaber for produkterne. Ligeledes er der blandt indkøberne en tendens til, at de har svært ved at formulere hvilke krav, de skal stille til deres leverandører og svært ved at vælge hvilke miljømærker, de skal satse på.

² Proposal for a common Nordic IPP. Nordic Council of Ministers, Saltsjöbaden, 2000.

Interessant er det imidlertid, at kun 2 aktører anførte det manglende udbud af miljømærkede tekstiler, som en væsentlig grund til den manglende efterspørgsel. Begge disse (detailhandlere) ville forsøge at påvirke efterspørgslen ved at sætte miljømærkede tekstiler på hylderne. Men begge var også meget opmærksom på, at udbudet skal være stort, folk skal have set miljømærkede varer mange gange og være bevidst om betydningen af de forskellige mærker, før de for alvor efterspørger disse.

Kun 2 aktører har således vendt ansvaret om at afsætte miljømærkede tekstiler mod sig selv og ladet udbudet være en forudsætning for efterspørgslen og ikke omvendt, som alle de øvrige venter på. Dette er interessant, fordi ca. 70% af både producenter og leverandører mener, at ansvaret for produkternes miljøforhold ligger hos dem selv. Vi vurderer derfor, at det er af stor betydning, at der er igangsæt en kampagne, som vil øge udbudet af miljømærkede tekstiler. Dette vil forhåbentligt flytte lidt på den store barriere, som hedder manglende efterspørgsel og få producenter og detailhandlere til at se, at de selv har et stort ansvar for den vigende efterspørgsel p.g.a. det manglende udbud.

6.3 Miljø er ikke et markedsførings parameter

I interview og spørgeskemaundersøgelsen er der kun en enkelt producent, som aktivt anvender miljø som et markedsføringsparameter. Der er derfor stort set ingen blandt detailhandel eller indkøbere, der oplever, at der er fokus på miljø i markedsføringen overfor dem. Andre interviewede (i detailhandel) anfører samtidig, at markedsføring vil skabe en øget afsætning, da miljø er et godt salgsparameter. Flere sammenligner med situationen for økologiske fødevarer, hvor efterspørgslen kom, blandet andet på grund af, at der blev sat effektiv markedsføring i gang. Den manglende anvendelse af miljø i markedsføringen af tekstiler er derfor medvirkende til, at der ikke opleves nogen efterspørgsel.

Det er dog vanskeligt at adskille de enkelte barrierer fra hinanden, da en manglende markedsføring skal ses i lyset af en manglende efterspørgsel og at der kun er få miljømærkede produkter på markedet. Den manglende fokus på miljø i markedsføringen af tekstilproduktet er sandsynligvis i høj grad også afledt af, at miljø ikke prioriteres højt i branchen.

6.4 Kendskab til miljømærker ikke udbredt

Enkelte producenter har et overordnet kendskab til miljømærkerne. Kun få har et detaljeret kendskab, som de har opnået ved, at de har indledt en proces med miljømærkning af deres produkt. Iblandt de næste led i kæden - detail og indkøbere kendes miljømærkerne kun i mindre grad.

Den manglende kendskab til miljømærker hænger sammen med, at der i branchen ikke er en generel basisviden om miljø. Det er derfor betydeligt mere vanskeligt at indhente den nødvendige baggrundsviden, som er en forudsætning for at prioritere en indsats på området. Den manglende viden om miljø skal også for producenternes vedkommende ses i sammenhæng med at produktionen i mange tilfælde foregår udenfor Danmark (f.eks. Polen, Baltikum og Fjernøsten), hvor den danske producent er en lille aftager. I disse lande er der en anden miljølovgivning og andre lokale forhold, som gør det endnu sværere at sætte sig ind i den nødvendige baggrundsviden.

Det er derfor indlysende, at det er endnu vanskeligere i de næste led i kæden at få den nødvendige viden om miljø, når producenterne, som leverer til detail og indkøbere ikke selv har denne viden.

6.5 Kemiske stoffer

Branchen er som nævnt præget af, at der i stor udstrækning i alle led i aktørkæden mangler miljøviden. Kendskabet til hvilke kemiske stoffer, der anvendes, og til hvilke specifikke formål er endnu mindre. Kriterierne til miljømærkerne har i høj grad fokus på indhold og anvendelse af kemiske stoffer. Kendskab til disse stoffer er en nødvendig forudsætning for at kunne stille krav til leverandørerne, foreslå substitutioner og for at kunne dokumentere, at de lever op til kravene.

Enkelte professionelle indkøbere har adgang til viden om kemiske stoffer i deres organisation og dermed også mulighed for at vurdere disse stoffer. Det er dog begrænset til få store, private virksomheder.

I detail leddet synes den manglende viden om kemiske stoffer at udgøre en uoverstigelig barriere. Det gælder selv store virksomheder, som på forhånd opgiver at sætte sig ind i kriterierne, fordi de mødes med en række kemiske betegnelser, som er uforståelige for dem.

Hverken producent, detailhandel eller indkøbere har reelt mulighed for at gennemskue, hvilke stoffer, der er anvendt. Det kræver en tæt dialog med hele leverandørkæden. Hvis leverandørkæden er lang og leverandørerne samtidig er fra forskellige lande (f.eks. Fjernøsten, Polen og Baltikum) gør det processen meget vanskelig.

Manglende viden om miljø og kemiske stoffer vurderes derfor at være to væsentlige barrierer, som må overvindes, før andelen af miljømærkede produkter på tekstilområdet kan øges betydeligt.

6.6 Dokumentation er ressourcekrævende

Det har ikke været muligt ved denne undersøgelse at få afdækket omfanget af intern tid til ansøgningsprocedure og dokumentation. Erfaringer fra enkelte producenter viser dog, at forbruget af intern kontortid kan være i størrelsesordenen 150 timer. Det store tidsforbrug er sjældent erkendt på forhånd og kan derfor blive en barriere, som gør, at man aldrig opnår mærket og måske kan afholde andre fra at gå i gang.

Det store ressourceforbrug synes overvældende og spørgsmålet er, om det står i forhold til værdien for miljøet. For at reducere ressourceforbruget er det derfor nødvendigt at fremstille hjælpeværktøjer og anvise den korteste vej til den nødvendige dokumentation.

"Bomuld fra Sydamerika. Garner fra Mellemøsten. Meterverar fra Fjernøsten. Farver fra Tyskland. Forarbejdet i Danmark. Syet i Polen..."³ Dette citat fra Dansk Tekstil og Beklædning's hjemmeside viser, at leverandørkæden kan være lang og indviklet, hvilket gør dokumentationen kompliceret.

³ Citat fra Dansk Tekstil og Beklædnings hjemmeside: www.textile.dk

Producenter med en lang leverandørkæde oplever det som et stort problem at indsamle den fornødne dokumentation. For nogle af de kemiske stoffers vedkommende er der tale om krav, som ikke er styrbare af hverken den danske producent, der ansøger eller den udenlandske underleverandør af tekstilet. De enkelte stoffer og råvarer produceres af kemisk industri i forskellige lande, som ikke nødvendigvis er det samme land, som tekstilproduktionen foregår i. Det gælder f.eks. polyester, hvor der i kriterierne er krav om at dokumentere VOC emission fra fremstilling af råvaren polyester. Overholdelse af dette krav er ikke styrbart. Spørgsmålet er, om leverandørens underskrift vil være tilstrækkelig dokumentation.

6.7 Miljømærkede produkter er dyre

Det er stadig uklart, hvorvidt de miljømærkede produkter er dyrere og har et mindre godt design. Fordommene bygger især på tidligere erfaringer med miljømærkede produkter, hvor sortimentet har været præget af basis ting både hvad angår tøj og andre tekstiler. De eksisterende erfaringer viser også, at de miljømærkede produkter er dyrere, op til 20%.

Det er dog spørgsmålet om det er en reel barriere i fremtiden. Alle adspurgte er enige om, at efterspørgslen er vigtigere end prisen. Det vurderes derfor at disse holdningsmæssige barrierer nærmere er en undskyldning for en række andre barrierer som manglende viden om miljø og manglende prioritering af miljø som markedsføringsparameter.

6.8 Fremtidige barrierer

Flere producenter anfører, at den acceptable tid for gennemførelse af sagsbehandling er mindre end 2 måneder. Det kan være vanskeligt at opfylde både i dag og i fremtiden på grund af de eksisterende procedurer.

En gennemgang af ansøgningsproceduren og den proces, der er indeholdt heri, antyder, at der kan opstå barrierer i form af manglende ressourcer fremover m.h.t. kontrol hos underleverandører. Hvis kontrollen fortsat skal foregå på stedet fremfor kun at vurdere indsendt dokumentation fra underleverandøren for opfyldelse af krav, kan det blive en flaskehals, der vil forlænge sagsbehandlingen. Derved er og vil det fortsat være en betydelig barriere for en hurtig sagsbehandling og lave administrationsomkostninger.

7 Virkemidler til at overvinde barrierer

7.1 Forslag til virkemidler

I det følgende præsenteres en række forslag til virkemidler, som kan anvendes til at overvinde barriererne. Nogle virkemidler er allerede undervejs i de igangsatte projekter og værktøjer.

Analysen af barrierer viser, at der er i branchen er behov på følgende områder:

- Øget prioritering af miljø
- Information om miljømærker
- Øge efterspørgsel/øget udbud og markedsføring
- Forenklet dokumentation til ansøgning (producenter)
- Øget viden om kemiske stoffer

Forslag til virkemidler er opstillet i form af stikord i en tabel (tabel 7.1), hvor de er opdelt efter de 3 grupper i aktørkæden: producenter, detailhandel og professionelle indkøbere. De anførte virkemidler er forslag, som bør diskuteres i branchen og blandt andre interessenter. Enkelte af de anførte virkemidler uddybes i det følgende.

7.1.1 Øget prioritering af miljø

Incitamenter til at øge prioritering af miljø i branchen er et meget væsentligt virkemiddel, idet manglende prioritering er den væsentligste barriere. Flere producenter og detailhandelskæder anfører, at en øget efterspørgsel automatisk vil medføre at miljø får en højere prioritering. Virkemidler til øget prioritering består derfor dels af værktøjer til opstilling af miljøpolitik og information om miljø og dels af skabelsen af øget efterspørgsel blandt forbrugerne. Her vil de professionelle offentlige og private indkøbere udgøre en væsentlig gruppe, der har mulighed for at skabe en sådan efterspørgsel. Interessen er der i stor udstrækning, men indkøberne mangler værktøjer til at formulere kravene videre til producenter og leverandører.

7.1.2 Information om miljømærker

Der er fortsat et stort behov for en øget information i alle tre led vedrørende miljø og miljømærker, herunder værktøj til at stille miljøkrav. Interviewene viser, at informationen skal være lettilgængelig og målrettet til den enkelte aktørgruppe. Informationen skal helst være i form af direct mail eller via branchens egne kanaler. Information på de officielle hjemmesider fra henholdsvis Miljøstyrelsen og Miljømærkesekretariatet er ikke tilstrækkelig. Information via dagspressen (annoncer etc.) anses heller ikke for en fremgangsmåde, der har væsentlig effekt.

7.1.3 Øget efterspørgsel, udbud og markedsføring

En øget efterspørgsel overfor producenter kan som nævnt skabes via krav fra de professionelle indkøbere. En forudsætning for dette er at de er i stand til at

formulere de rette krav og har det fornødne kendskab til at det er muligt at få miljømærke på de produkter, de efterspørger. Det er i dag en udbredt holdning, at lige netop det produkt den enkelte efterspørger ikke kan miljømærkes uden det egentligt er forsøgt.

I den forbindelse er den manglende markedsføring af miljø og miljømærker fra producentens side en væsentlig årsag, som igen er en del af den spiral, der er vanskelig at bryde. Det er derfor nødvendigt både at skabe efterspørgsel og samtidig markedsføre og reelt sikre udbud af miljømærkede tekstiler.

Til markedsføringen savnes i dag blandt producenterne væsentlige argumenter, som de kan bruge overfor kunderne. De savner en synliggørelse af mærkets værdi, som de kan markedsføre. I dag er fokus blandt forbrugerne på sundhed, det er derfor vigtigt, at sammenhængen mellem miljømærket og en positiv effekt i relation til sundhed fremgår tydeligt. En model, som nævnes af nogle af aktørerne er en beskrivelse af konsekvenserne for miljø og sundhed, hvis der ikke vælges miljømærkede produkter

7.1.4 Forenklet dokumentation (producenter)

For producenternes vedkommende er der behov for simple, praktiske værktøjer som gør ansøgningsarbejdet til opnåelse af miljømærket og ikke mindst dialogen med leverandørerne lettere. Et sådant værktøj kan eksempelvis indeholde en oversigt over:

- hvilke krav i kriterierne er vanskeligst at opfylde
- hvilke parametre forårsager de største miljøproblemer inden for hver fibertype?
- hvilke kemiske stoffer skal undgås

De mangler desuden praktiske redskaber, som kan hjælpe producenterne med at få undersøgt leverandørens evne til at overholde krav i Blomsten. Det gælder specifikt for producenter som anvender leverandører uden for EU. Man mangler også en viden om og et redskab til at kontrollere disse leverandører uden fysisk kontakt. Dette kan f.eks. opfyldes ved at anvende en lokal agent, der kan udføre denne del af arbejdet.

Enkelte producenter og detailhandelskæder anfører, at ansøgning og sagsbehandling bør være under 2 mdr. for at det bliver aktuelt for dem at få et miljømærke. Det er stort set umuligt at opnå med den nuværende procedure. Der er derfor behov for nytænkning i forhold til proceduren, hvis denne målsætning skal kunne opfyldes.

7.1.5 Kemiske stoffer

En oversigt over hvilke kemiske stoffer, der indgår i tekstiler vil være et nyttigt værktøj for både producenter, detailhandel og indkøbere. Oversigten skal formentlig målrettes til den enkelte gruppe. Oversigten bør indeholde information om hvilke stoffer, der er uønskede i relation til miljø og sundhed. Andre væsentlige oplysninger er hvilke processer og produkter de typisk indgår i samt hvilke substitutionsmuligheder der er i form af alternative kemiske stoffer. I forhold til detailhandel og indkøbere vil oplysninger om hvordan valg af produkt eller formulering af krav til det færdige produkt påvirker indholdet af kemiske stoffer være yderst relevant.

Tabel 7.1 Forslag til virkemidler og værktøjer til reduktion af barrierer

Emne	Værktøj		
	Producent	Detailhandel	Indkøber
Øge prioritering af miljø	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til formulering af miljøpolitik • Information via branchens kanaler om konsekvens af manglende prioritering af miljø (dårlig omtale etc.) • Information om lokale miljøforhold (fx. Polen, Baltikum og Fjernøsten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til formulering af miljøpolitik • Information via branchens kanaler 	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til formulering af miljøpolitik • Information via branchens kanaler
Information om miljømærker, principper og krav	<ul style="list-style-type: none"> • Bred information om miljømærker via branchens blade • Direct mail • Branchens hjemmesider • Værktøj til at forstå og kommunikere kriterierne videre 	<ul style="list-style-type: none"> • Bred information om miljømærker via branchens blade • Direct mail • Branchens hjemmesider 	<ul style="list-style-type: none"> • Bred information om miljømærker via indkøbernes egne informationskanaler og erfa grupper
Øge efterspørgsel	<ul style="list-style-type: none"> • (Øget udbud) 	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til at stille krav til producenter • Synliggøre mærkets værdi 	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til at stille krav til leverandører • Synliggøre mærkets værdi
Markedsføring af miljø	<ul style="list-style-type: none"> • Synliggøre mærket værdi 		
Kemiske stoffer	<ul style="list-style-type: none"> • "Oversat" kriteriedok. for ikke kemikere. Liste over stoffer, der er uønskede • Liste over alternative kemiske stoffer • Liste over processer/metoder, der involverer brug af kemiske stoffer og alternativer hertil • Recepter vurderes og godkendes på forhånd af Miljømærkesekretariatet (MS) • Leverandøren underskriver erklæringer • MS ser mere lempeligt på krav, der ikke er styrbare 	<ul style="list-style-type: none"> • Lettilgængelig information om krav og typer af stoffer • Liste over kemiske stoffer, der er uønskede • Liste over processer/metoder, der involverer øget brug af kemiske stoffer • Værktøj til at vælge alternative produkter 	<ul style="list-style-type: none"> • Liste over processer/metoder, der involverer brug af kemiske stoffer og alternativer hertil • Værktøj til at vælge alternative produkter (fx. hvilke farver kan være problematiske)
Dokumentation til ansøgning	<ul style="list-style-type: none"> • Værktøj til kortlægning af leverandørkæden • Simplificering af "Users guide" • Anvende agent med kendskab til det lokale marked (fx. Fjernøsten) 		
Kontrol hos underleverandører	<ul style="list-style-type: none"> • Leverandøren underskriver erklæringer • Miljømærkning af halvfabrikata 		

7.2 Eksisterende værktøjer

En gennemgang af tidligere gennemførte tiltag i forhold til producenterne viser, at en række af de foreslåede elementer allerede tidligere er gennemført for nogle år siden.

Der foreligger således en række værktøjer til producenterne, som bl.a. omfatter:

- "Users Manual and Application Form"
- Håndbog i miljøstyring
- Håndbog med værktøjer i forbindelse med salg og markedsføring

Omfanget af de nævnte værktøjer er betydeligt. Der kan derfor være behov for mere kortfattede udgaver og eventuelt opdatering af værktøjerne mod nye miljøkrav og miljøargumenter ved salg - og markedsføring.

For at processen med at øge afsætningen af miljømærkede tekstiler for alvor skal overkomme sine barrierer, skal fokus rettes mod at virksomhederne i leverandørkæden skal kunne opnå den nødvendige kompetence internt.

I forhold til de offentlige indkøbere er der udarbejdet miljøvejledninger for specifikke produktgrupper inden for tekstiler. Ingen af de interviewede offentlige eller private indkøbere har imidlertid kendskab til disse vejledninger.

En udbredelse af disse via indkøbernes egne informationskanaler er derfor en oplagt mulighed for at øge kendskabet til tekstilers miljøforhold og mulighed for at stille krav.

Skema til telefoninterview/ e-mail til producenter, distributører mv.

Mulighederne for at stille krav til tekstilleverandører om miljø, arbejdsmiljø og arbejdsvilkår - og om miljømærker

Udfyldes inden interviewet starter

1. Dato for interview
2. Navn på interviewer
3. Oplysninger om virksomheden
 Navn:
 Adresse:
 Tlf. nr.:
 Branchekode

4. Interviewpersonens navn:

Interviewet starter. Introducer - se brev/introduktionsskrivelse

5. Ønsker at blive interviewet ?

Ja	
Nej	

Hvis nej, hvorfor ikke ?

Ikke tid	
Ved ikke noget om emnet	
Principielt imod undersøgelsen	
Andet	

Har du noget imod at nogle af dine kommentarer eventuelt bliver anvendt anonymt i rapporten?

Ja	
Nej	

6. Hvad er din stilling ?

	Antal personer	i % af 43 (i alt 57)
Direktør	16	28,1
Indkøbschef/-leder	4	7,0
Marketingschef/-leder		
Miljø-koordinator/-afdelingsleder/-medarbejder	7	12,3

Salgschef	2	3,5
Andet, skriv: Direktionssekretær, Produktionschef, Økonomichef, Daglig leder, lagerchef, chef, Eksportassistent, økonomichef, Udviklingschef, Produktionschef, Chef, Kvalitetssikring	14	24,6
Ikke svaret	14	24,6 af 57 svarere

Spørgsmål om virksomhedens generelle karakteristika

Først vil jeg stille nogle spørgsmål for at få et generelt billede af virksomheden. Med 'virksomheden' mener vi også egen produktion eller egne virksomheder som er placeret i udlandet, f.eks. systuer i Baltikum som er ejet af virksomheden.

7. Har virksomheden egen forarbejdning eller afdelinger uden for Danmark?

Ja 25 / 43,3 % af 51 (6 har ikke svaret = 10,5 %)

Nej 26 / 45,6 % -----

9. Tekstilproduktionskæden består af en række led. Hvilke led står din virksomhed selv for? 7.

	Sæt et eller flere krydser		
	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
1. Fiber produktion	1	1,8	
2. Spinding	2	13,5	
3. Strikning/vævning	10	17,5	
4. Vådbehandling (blegning, farvning m.m.)	13	22,8	
5. Tryk	8	14,0	
6. Tilskæring/syning	26	45,6	
7. Handelshus (ingen forarbejdning, men eget mærke)	21	36,8	
8. Detailhandel	11	19,3	
Manglende svar i tal/%			57/0

10.A Arbejder I med fremstilling, forarbejdning eller salg af **beklædningsstækliler**?

Ja	46 stk / 80,7 %
Nej	7 / 12,3
Mangler at svare	4 / 7,0

Hvis ja: Hvilke typer ?

-a1. pullovere, cardigans mv. 19 / 33,3 %

-b2. arbejdsbeklædning 11 / 19,3 %

-c3. herre og dameovertøj 17 / 29,8 %

-d4. jakker, bukser og anden yderbeklædning til herrer og drenge 17 / 29,8 %

-e5. kjoler, bukser og anden yderbeklædning til damer og piger 23 / 40,4 %

-f6. undertøj 15 / 26,3 %

-g7. skjorter 18 / 31,6

-h8. babytøj 10 / 17,5 %

- i9. anden fremstilling af beklædningsart. fx huer, handsker, bæltter, slips 8 / 14,0 %
- j10. metervarer 8 / 14,0 %
- k11. Andet 14 / 24,6 %

10.B Arbejder I med fremstilling, forarbejdning eller salg af **boligtekstiler**?

Ja	13 / 22,8 %
Nej	39 / 68,4 %
Mangler at svare	5 / 8,8 %

Hvis ja: Hvilke typer ?

- a1. sengetøj 5 / 8,8 %
- b2. duge 4 / 7,0 %
- c3. gardiner 4 / 7,0 %
- d4. møbelstoffer 6 / 10,5 %
- e5. håndlæder og lign. 3 / 5,3 %
- f6. metervarer 3 / 5,3 %
- g7. Andet 4 / 7,0 %

Hvor mange fuldtidsansatte var der cirka i virksomheden pr. 1.1.2000 ?

(hvis virksomheden også arbejder med andre produkter end tekstiler, **angives kun ansatte tilknyttet tekstilområdet**)

(angiv cirka antal)

Spørgsmål om virksomhedens interne miljø og arbejdsmiljø

De næste spørgsmål handler om virksomhedens eget interne arbejde med miljø og arbejdsmiljø på virksomheden.

Med internt arbejde mener vi i forbindelse med virksomhedens egen produktion.

11. Har I gennemført nogle af de følgende initiativer på miljøområdet?

	Ja		Under udarbejdelse		nej		Ved ikke		Manglende svar i tal/%
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
12. Er I miljøcertificeret efter EMAS eller ISO 14001 ?	7	12,3	4	7,0	41	71,9			5 / 8,8
13. Har I udarbejdet et grønt regnskab ?	10	17,5	3	5,3	37	64,9	2	3,5	5 / 8,8
14. Har I udarbejdet en skriftlig miljøpolitik?	15	26,3	5	10,5	30	52,6			6 / 10,5

12. Har I gennemført nogen af de følgende initiativer i forhold til arbejdsmiljøet ?

	Ja		Under udarbejdelse		nej		Ved ikke		Manglende svar i tal/%
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
15. Har I formuleret en skriftlig arbejdsmiljøpolitik	20	35,1	2	3,5	29	50,9	1	1,8	5 / 8,8

16. Har I udnævnt en daglig sikkerhedsleder	32	56,1	1	1,8	18	31,6	1	1,8	5 / 8,8
17. Har I etableret en sikkerhedsorganisation	28	49,1	1	1,8	22	38,6	1	1,8	5 / 8,8
18. Har I udarbejdet en APV (ArbejdsPladsVurderings)-handlingsplan	31	54,4	2	3,5	19	33,3			5 / 8,8

13. Ansvar for at reducere miljøproblemer kan placeres flere steder.

Hvem af de følgende, synes du, har ansvar for at reducere miljøproblemerne indenfor tekstilproduktionen ?

(oplæses)	Intet ansvar (1)		2		3		4		Stort ansvar (5)		Ved ikke 6		
	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Manglende svar i tal/% i tal/%
Myndighederne	3	5,3	4	7,0	17	29,8	11	19,3	16	28,1			6 / 10,5
Tekstil leverandører			2	3,5	10	17,5	14	24,6	24	42,1	1	1,8	6 / 10,5
Tekstilproducenten			1	1,8	10	17,5	18	31,6	23	40,4			5 / 8,8
Detailhandlen	7	12,3	9	15,8	16	28,1	12	21,1	7	12,3			6 / 10,5
Forbrugerne	8	14,0	7	12,3	15	26,3	5	8,8	15	26,3			7 / 12,3

14. Ansvar for at forbedre arbejdsmiljøet kan også placeres flere steder.

Hvem af de følgende, synes du, har ansvaret for at forbedre arbejdsmiljøet indenfor tekstilproduktionen ?

	Intet ansvar (1)		2		3		4		Stort ansvar 5		Ved ikke 6		
	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
24. Myndighederne	3	5,3	4	7,0	17	29,8	11	19,3	15	26,3			7 / 12,3
Tekstil leverandører	3	5,3	2	3,5	12	21,1	10	17,5	22	38,6			8 / 14,0
26. Tekstilproducenten	2	3,5			5	8,8	14	24,6	29	50,9			7 / 12,3
Detailhandlen	9	15,8	13	22,8	12	21,1	8	14,0	6	10,5	1	1,8	8 / 14,0
28. Forbrugerne	13	22,8	12	21,1	13	22,8	3	5,3	8	14,0			8 / 14,0

Spørgsmål omkring miljømærker.

Så kommer der nogen spørgsmål om miljømærker

15. Kender virksomheden kravene for at opnå et af følgende miljømærker på tekstiler?

	Har produkter med mærket 1	Er ved at søge om mærket 2	Har planer om at søge om mærket 3	Kender mærket 4	Kender ikke mærket 5	

	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
29. Svanemærket	2	3,5					29	50,9	18	31,6	8 / 14,0
EU Blomsten	1	1,8	4	7,0	3	5,3	19	33,3	22	38,6	8 / 14,0
31. Økotex-100 mærket	12	21,1			1	1,8	21	36,8	16	28,1	7 / 12,3
Økotex-1000 mærket	1	1,8					16	28,1	32	56,1	8 / 14,0
33. Blaue Engel							2	3,5	47	82,5	8 / 14,0
EKO mærket fra SKAL							3	5,3	46	80,7	8 / 14,0
35. KRAV mærket							3	5,3	46	80,7	8 / 14,0
Bra Miljöval	1	1,8					5	8,8	43	75,4	8 / 14,0

16. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om miljømærkning af tekstiler?

	Helt enig 1		Overvejende enig 2		Overvejende uenig 3		Helt uenig 4		Ved ikke 5		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
37. Det er let for os at prioritere imellem miljømærkerne	7	12,3	2	3,5	12	21,1	24	42,1	3	5,3	9 / 15,8
Det er en fordel med flere miljømærker	1	1,8	2	3,5	7	12,3	34	59,6	3	5,3	10 / 17,5
39. Vi har valgt at være blandt de første med miljømærket Blomsten	10	17,5	14	24,6	9	15,8	9	15,8	6	10,5	9 / 15,8

17. Hvad er Jeres holdning til de følgende udsagn om miljømærkede tekstiler (i forhold til ikke mærkede produkter)?

	Helt enig		Overvejende enig		Overvejende uenig		Helt uenig		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
40. Miljømærkede produkter er dyrere	13	22,8	18	31,6	11	19,3	8	14,0	7 / 12,3
Miljømærkede produkter har et godt design	3	5,3	7	12,3	11	19,3	23	40,4	13 / 22,8
42. Miljømærkede produkter har bedre holdbarhed	1	1,8	5	8,8	14	24,6	26	45,6	11 / 19,3

For virksomheder der ikke kender miljømærket Blomsten i spørgsmål 15. spring til spørgsmål 23.

Miljømærket "Blomsten"

Så kommer der nogle spørgsmål som kun handler om miljømærket EU-Blomsten.

18. Kan virksomheden umiddelbart opnå miljømærket "Blomsten"?

	Ja, uden ændringer		Med få ændringer		Med en del ændringer		Nej		Ved ikke		
	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
Umiddelbart med nuværende produktion	14	24,6	7	12,3	1	1,8			3	5,3	32 / 56,1
Umiddelbart med nuværende organisation	18	31,6	2	3,5					5	8,8	25 / 43,9

19. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om kontrollen med miljømærket (Blomsten)?

	Helt enig		Overvejende enig		Overvejende uenig		Helt uenig		Kender ikke proceduren		Ved ikke		
	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Frekv ens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
Den er god			5	8,8			3	5,3	4	7,0	10	17,5	35 / 61,4

Hvis virksomheden, ikke har Blomsten eller er ved at ansøge om det (se spørgsmål 15.) spring til spørgsmål 23.

20. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om kriterierne for at mærke tekstilprodukter med Blomsten?

	Helt enig 1		Overvejende enig 2		Overvejende uenig 3		Helt uenig 4		Ved ikke 5		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
46. Kriterierne dækker de væsentligste miljøforhold	13	22,8	6	10,5			1	1,8	4	7,0	33 / 57,9
Kriterierne er enkle at dokumentere			7	12,3	5	8,8	6	10,5	6	10,5	33 / 57,9
48. Kriteriedokumenterne er lette at forstå	3	5,3	10	17,5	2	3,5	2	3,5	7	12,3	33 / 57,9
Kriterierne er for restriktive			3	5,3	10	17,5	2	3,5	9	15,8	33 / 57,9

21. Kender virksomheden ansøgningsproceduren ?

ja 12 / 21,1 %

nej 12 / 21,1 %

Mangler at svare: 33 / 57,9 %

21. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om ansøgningsproceduren?

	Helt enig 1		Overvejende enig 2		Overvejende uenig 3		Helt uenig 4		Kender ikke 5		Ved ikke 6		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
Den er hurtig			3	5,3	6	10,5	2	3,5	2	3,5			44 / 77,2
Den er smidig			2	3,5	5	8,8	1	1,8	5	8,8			44 / 77,2

22. Hvilket niveau har Jeres omkostninger været for at opnå miljømærket?

Meget lave 1		Lave 2		Middel 3		Høje 4		Meget høje 5		Kender ikke omkostningerne / ved ikke 6		
Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
		1	1,8			1	1,8			6	5,3	52 / 91,2

23. Mener du, der er barrierer for at miljømærke jeres tekstiler, som vi ikke har berørt i spørgeskemaet. (Få dem i prioriteret rækkefølge):

.....

.....

.....

.....

.....

Spørgsmål om virksomhedens indkøb

Basis information om indkøbet

Nu vil jeg så stille nogle generelle spørgsmål om virksomhedens indkøb af råvarer og halvfabrikata af tekstilfibre.

(Hvis respondenter har mange leverandører, så gælder spørgsmålene de vigtigste/største leverandører).

24. I hvilke lande køber virksomheden tekstiler eller tekstilfibre til forarbejdning eller salg ?

(hvis der købes ind hos grossister er det grossistens land der skal sættes kryds for)

	Anslå andel i procent
Danmark	
Norden i øvrigt	
Tyskland, Østrig og Schweiz	
EU i øvrigt	
Østeuropa	
Mellem- og Sydamerika	

Østen	
Andre	
Ved ikke	
	I alt = 100 %

25. Hvor stor en andel af indkøbet sker igennem grossister ?

	(anslå i procent)
Grossister (danske eller udenlandske)	
Direkte køb fra leverandører	

26. Hvor mange forskellige leverandører af tekstiler eller tekstilfibre har virksomheden i løbet af et år?

	Sæt et kryds
0-5	
5-10	
10-20	
20-30	
30-50	
>50	
Ved ikke	

26. Hvor stor en andel af virksomhedens vigtigste tekstilleverandører udskiftes om året? (anslå i procent)

27. Hvor meget ved virksomheden om, hvor de væsentligste tekstiler eller tekstilfibre tidligere er blevet forarbejdet?

(sæt et kryds i hver række)

	Egen produktion	Vi har direkte kommunikation med leverandøren	Vi kender navn og adresse på leverandøren	Vi kender oprindelseslandet for leverandøren
Produktionen af tekstilfibre				
Spinding				
Strikning/vævning				
Vådbehandling (blegning, farvning m.m.)				
Tryk				

29. Hvor stor vægt lægger I på de følgende forhold ved valg af (de væsentligste) leverandører til virksomheden ?

	Ingen betydning 1		2		3		4		Stor betydning 5		Ved ikke 6		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Manglende svar i tal/%
Pris			3	5,3	7	12,3	14	24,6	26	45,6			7 / 12,3
Kvalitet							13	22,8	36	63,2	1	1,8	7 / 12,3
Design	5	8,8	1	1,8	3	5,3	9	15,8	20	35,1	4	7,0	15 / 26,3

Leveringssikkerhed					3	5,3	13	22,8	33	57,9	1	1,8	7 / 12,3
Fast samarbejde			1	1,8	12	21,1	21	36,8	14	24,6	1	1,8	8 / 14,0
Geografisk afstand	21	36,8	8	14,0	14	24,6	3	5,3	2	3,5	1	1,8	8 / 14,0
Miljøforhold	5	8,8	8	14,0	15	26,3	11	19,3	11	19,3			7 / 12,3
Arbejdsmiljøforhold	10	17,5	12	21,1	13	22,8	8	14,0	4	7,0	2	3,5	8 / 14,0

29. Hvem står for indkøb af (de væsentligste) tekstiler/tekstilfibre til virksomheden ?

	Sæt kryds - evt. Flere		Manglende svar i tal/%
	Frekvens	% af antal svar	
Virksomhedens egne indkøbere baseret i Danmark			
Virksomhedens egne indkøbere baseret i Udlandet			
Indkøbshuse i produktionslandene			
Faste købsagenter			
Freelance købsagenter			
Andet:			

30. Hvordan kontrolleres det, at (de væsentligste) leverandører af tekstiler/tekstilfibre lever op til virksomhedens krav ?

	Sæt kryds - evt. Flere
Egne indkøbere eller controllere inspicerer virksomhederne	
Freelance controllere engageres til inspektionsbesøg	
Indkøbskontorer inspicerer leverandører	
Vi gennemfører ingen kontrol hos leverandører	
Andet:	

Spørgsmål om miljøkrav i forbindelse med indkøbet

Så går vi videre til nogle spørgsmål om at stille miljøkrav i forbindelse med indkøbet.

31. Stiller virksomheden nogen krav til sine vigtigste leverandører om miljøforhold ?

	Sæt et kryds
Ja	
Nej	
Ved ikke	

(Hvis Ja i 31., så fortsæt til næste spørgsmål.

Hvis "Nej" eller "Ved ikke" i foregående spørgsmål, så spring til spørgsmål 37.)

Godt, så kommer der nogle spørgsmål der går lidt mere i detaljen om jeres miljøkrav til leverandørerne.

32. Er der nogle af virksomhedens tekstilprodukter der lever op til følgende krav?

Har I	Ja	Nej	Ved ikke	Spørgsmålet er ikke relevant for virksomhedens produkter
Produkter hvor bomulden økologisk dyrket ?				
Produkter hvor bomuldsfibre dyrket uden brug af DDT og Methyl parathion ?				
Produkter hvor tekstilerne konserveret uden brug af PCB og				

PCP ?				
Produkter hvor der er anvendt biologisk letnedbrydelige spindeolier ?				
Produkter hvor der er anvendte slettemidler biologisk nedbrydelige eller bliver de genanvendt ?				
Produkter hvor tekstilerne er bleget uden brug af klor eller klorholdige stoffer ?				
Produkter hvor der er spildevandsrensning efter vådbehandlingen ?				
Produkter hvor tekstilerne fri for farvestoffer og pigmenter der kan være kræftfremkaldende ?				
Produkter hvor de kunstige fibre farvet uden brug af halogenerede carriers?				
Produkter hvor pigmenttryk er uden indhold af PVC ?				

33. Hvem medvirker i virksomhedens beslutning om hvilke miljøkrav der skal stilles til leverandører ?

	Sæt et eller flere krydser
Virksomhedsledelsen	
Miljøafdelingen	
Markedsføringsafdelingen	
Produktionen	
Designerne	
Indkøberne	
Andre	
Ved ikke	

34. Henter virksomheden viden og hjælp til at stille miljøkrav til leverandører nogle af de følgende steder?

	Sæt et eller flere krydser
Brancheorganisationer	
Konsulenter	
Miljøstyrelsen	
Kunder	
Igennem kriterier for miljømærker	
Miljøstyrelsens vejledninger til offentlige indkøbere	
Andre	
Ved ikke	

35. Bliver virksomhedens indkøbere uddannet til at stille miljøkrav til leverandører?

Ja	
Nej	
Ved ikke	

36. Kontrollerer virksomheden, at de vigtigste leverandører lever op til virksomhedens miljøkrav ?

	Sæt kryds
Ja	
Nej	
Ved ikke	

37. Der er mange forhold der kan påvirke en virksomheds mulighed for at stille og kontrollere miljøkrav hos leverandører.

Hvor enig er du i de følgende udsagn om din virksomhed?

	Helt enig	Overvejende enig	Hverken enig eller uenig	Overvejende uenig	Helt uenig	Ved ikke
Vi mener, det er vores opgave at stille krav						
Vi har tilstrækkelig viden om leverandørernes produktionsforhold til at kunne stille krav						
Vi har for mange leverandører til at vi kan stille krav						
Vi har en god kontakt til leverandørerne						
Vores indkøb er stort nok til at vi kan stille krav						
Vi ved hvilke krav, vi skal stille						
Vi har mulighed for at kontrollere at vores krav overholdes						
Vores indkøbere kan vurdere miljøforhold						
Vores indkøb bliver ikke dyrere af at stille miljøkrav						

38 a. Er der andre forhold som har betydning for din virksomheds mulighed for at stille krav og kontrollere miljø hos leverandører ?

39. Der er også nogle forhold hos leverandøren der kan påvirke deres muligheder for at leve op til miljøkrav

I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om forholdene hos Jeres leverandører ?

	Helt enig	Overvejende enig	Hverken enig eller uenig	Overvejende uenig	Helt uenig	Ved ikke
Der er tilstrækkelig miljølovgivning og - kontrol i leverandørlandene						
Miljøkrav vil ikke fordyre vores leverandørers produkter væsentligt						
Vores leverandører har kvalifikationer til forstå miljøkrav						
Vores leverandører har viden om hvordan miljøkrav kan opfyldes						
Vores leverandører har kapital til miljøforbedringer						

Er der andre vigtige ting som påvirker leverandørernes mulighed for at leve op til miljøkrav ?

40. Forventer du, at virksomheden indenfor de næste 3 år vil stille flere miljøkrav til virksomhedens leverandører?

	Frekvens	% af antal svar
Ja, helt sikker	20	37,0
Ja, måske	19	35,2
Nej	9	16,7
Ved ikke	2	3,7
Manglende svar i tal/%	4	7,4

41. Hvilke af de følgende initiativer, mener du, vil kunne hjælpe Jeres leverandører til at levere mere miljøvenlige tekstilprodukter? (på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er ingen hjælp og 5 er meget stor hjælp)

	1 ingen hjælp		2		3		4		5 Meget hjælp		6 Ved ikke	
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%
115 Letlæselige skriftlige retningslinier for minimumskrav til miljøforhold	3	5,6	3	5,6	9	16,7	14	25,9	20	37,0	1	1,9
Tilbud om gratis kortvarige kurser	6	11,1	6	11,1	16	29,6	7	13,0	10	18,5	5	9,3
117 Vejledning fra indkøbere	2	3,7	3	5,6	13	24,1	19	35,2	12	22,2	1	1,9
Øget støtte og krav fra lokale myndigheder	2	3,7	2	3,7	6	11,1	23	42,6	16	29,6	1	1,9
119 Mere langsigtede samarbejder med danske producenter	9	16,7	7	13,0	12	22,2	9	16,7	8	14,8	5	9,3

120 Andet: Internationale standarder; Et samlet europæisk krav ville hjælpe meget. Det er det eneste der virker; Landenes egen lovgivning er vigtig. Det er vanskeligere at påvirke dem når vi sidder heroppe; Man skal nok selv gå ind i arbejdet på stedet, både med manpower + penge. At fokusere specielt på miljø Efterspørgsel efter miljømærker fra forbrugerne. Pres fra leverandørens omverden; 1) kunder/samarb. partnere og 2) forhandlere At myndigheder/politikere holder orden, for at undgå blindgyder (også globalt set). Ensartethed i EU Efterspørgsel enten fra "moden", myndigheder eller forbrugere. Der er i alt 9 kommentar.					2	3,7			2	3,7	2	3,7
--	--	--	--	--	---	-----	--	--	---	-----	---	-----

I spørgsmål 115-119 har 50 svaret = 92,6 % mangler 4 = 7,4 %.

OBS

Til spørgsmål 38 a er der følgende kommentar: At vi er med i "Score". Her kan man kigge på tal for alle produkter. Hvor letnedbrydelige er de osv.

Er der andre forhold, som du mener er vigtige i forhold til at stille krav til leverandører på miljøområdet ?
Skriv:

Spørgsmål om krav til arbejdsmiljø og arbejdsvilkår i forbindelse med indkøbet

Så går vi over til nogen spørgsmål om krav til arbejdsmiljø og arbejdsvilkår i forbindelse med indkøbet.

Problemerne med arbejdsmiljø og arbejdsvilkår er forholdsmæssigt langt større i udlandet, særlig i lande i Asien. De følgende spørgsmål handler derfor kun om virksomhedens leverandører udenfor Vesteuropa.

Når vi taler om arbejdsmiljø i det følgende, så mener vi forhold omkring de ansattes sikkerhed og sundhed
Mens når vi taler om arbejdsvilkår, mener vi andre forhold omkring ansættelsen f.eks. om der er børnearbejde, om der er organisationsfrihed, kønsdiskriminering osv.

41. Stiller virksomheden nogen krav til sine leverandører angående arbejdsmiljø og arbejdsvilkår ?

	Ja	Nej	Ved ikke
Arbejdsmiljø			
Arbejdsvilkår			

Hvis Ja til mindst et af ovenstående spørgsmål, så fortsæt til næste spørgsmål.

Hvis Nej til begge, så spring til spørgsmål 46.

42. Kræver virksomheden at leverandører har en politik for arbejdsmiljø og arbejdsvilkår (evt. at de skal underskrive en Code of Conduct/Guidelines to suppliers):

Ja	
Nej	
Ved ikke	

43. Opfylder virksomhedens vigtigste tekstilleverandører nogle af de følgende krav til de ansattes arbejdsvilkår (kravene er ILO International Labour Organisation's kerne konventioner) ?

	Ja	Nej	Ved ikke
De ansatte har ret til at organisere sig og forhandle kollektivt			
Der er forbud mod tvangsarbejde			
Der er forbud mod børnearbejde (ingen fuldtidsarbejdere er yngre end 15 år)			
Der er forbud mod kønsdiskrimination			
Aftalt maksimum arbejdstimer pr. uge (max 48 timer + max 12 timers overarbejde)			
Ansatte får en løn man kan leve af (tilstrækkeligt til mad, bolig og tøj for familien)			

44. Opfylder virksomhedens vigtigste tekstilleverandører nogle af de følgende krav til de ansattes arbejdsmiljø ?

	Ja	Nej	Ved ikke	Ikke relevant
Alle markarbejdere bærer heldækkende beskyttelse og åndedrætsværn under sprøjtning med pesticider og afløvningsmidler				
Ansatte bærer høreværn, hvis de udsættes for støj over 85 dB(A)				
Støvende processer er lukkede eller de ansatte bærer åndedrætsværn				
Ensidigt gentaget arbejde (EGA) er begrænset til 5 timer pr. medarbejder om dagen				

45. Kontrollerer virksomheden, at leverandørerne overholder krav til arbejdsvilkår og arbejdsmiljø ?

	Ja	Nej	Ved ikke
Arbejdsvilkår			
Arbejdsmiljø			

46. Der er mange forhold der kan påvirke en virksomheds mulighed for at stille krav til deres leverandører om arbejdsmiljø og arbejdsvilkår.

Hvor enig er du i følgende udsagn om forhold på Jeres virksomhed ?

	Helt enig	Overvejende enig	Hverken enig eller uenig	Overvejende uenig	Helt uenig	Ved ikke
Det er vores opgave at stille krav til arbejdsmiljø og arbejdsforhold						

Vi har for mange leverandører til at vi kan stille krav						
Vi har en god kontakt til vores leverandører						
Vores indkøb er stort nok til at vi kan stille krav						
Vi ved hvilke krav vi skal stille						
Vi har mulighed for at kontrollere at vores krav overholdes						
Vores indkøbere er uddannet til at vurdere arbejdsmiljø og arbejdsvilkår						
Vores indkøb bliver dyrere hvis vi stiller krav						
Andre ?						

Er der andre forhold som har betydning for Jeres mulighed for at stille krav og kontrollere arbejdsmiljø og arbejdsvilkår hos leverandører ?

47. Der er også nogle forhold hos leverandøren som kan påvirke leverandørens mulighed for at leve op til krav til arbejdsvilkår og arbejdsmiljø.

I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om forholdene hos Jeres (vigtigste) leverandører ?

	Helt enig	Overvejende enig	Hverken enig eller uenig	Overvejende uenig	Helt uenig	Ved ikke
Der er tilstrækkelig arbejdsmiljø lovgivning og -kontrol i leverandørlandene						
Krav til arbejdsmiljø og arbejdsvilkår vil ikke fordyre leverandørens produkter væsentligt						
Vores leverandører har kvalifikationer til forstå krav til arbejdsmiljø og arbejdsvilkår						
Vores leverandører har viden om hvordan krav kan efterkommes						
Leverandørernes ansatte stiller krav om bedre arbejdsmiljø og arbejdsvilkår						

48. Forventer du, at virksomheden indenfor de næste 3 år vil stille større krav til arbejdsmiljø og arbejdsvilkår hos jeres leverandører?

	Sæt kryds
Ja	
Nej	
Ved ikke	

49. Der findes i dag ikke et mærke for tekstiler produceret under forhold som lever op til ILOs (International Labour Organisation) minimumsanbefalinger for arbejdsmiljø og arbejdsvilkår. Hvis der fandtes sådan et mærke ville din virksomhed så være interesseret i at opnå dette ?

Meget interesseret	Lidt interesseret	Ikke interesseret	Ved ikke
--------------------	-------------------	-------------------	----------

--	--	--	--

Spørgsmål om virksomhedens markedsprofil (salget)

Nu kommer der så til slut nogen få spørgsmål om salget af jeres produkter.

50. Hvilke lande afsættes virksomhedens produkter til?

	(anslå i procent af salgssummen)
Danmark	
Norden bortset fra Danmark	
Tyskland, Østrig og Schweiz	
EU i øvrigt	
USA	
Andre	

51. Hvem afsættes virksomhedens produkter til?

	(anslå i procent af salgssummen)
Andre forarbejdningsevirkomheder	
Grossister	
Detailhandel	
Offentlige forbrugere	
Private virksomheder	
Private forbrugere	
Ved ikke	

53. Hvor meget vægt lægger virksomheden på følgende forhold ved jeres tekstilprodukter når de bliver markedsført og solgt ?

	1 Ingen vægt		2		3		4		Meget stor 5		Ved ikke		Manglende svar antal/ %
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	
167 Produkternes pris	1	1,9	2	3,7	6	11,1	16	29,6	23	42,6			6/11,1
Produkternes kvalitet							9	16,7	39	72,2			6/11,1
169 Produkternes design	1	1,9	1	1,9	2	3,7	11	20,4	31	57,4	1	1,9	7/13
Leveringssikkerhed					2	3,7	9	16,7	36	66,7	1	1,9	6/11,1
171 Nærhed til din kunden	3	5,6	6	11,1	11	20,4	12	22,2	14	25,9	2	3,7	6/11,1
Miljøforhold	7	13,0	10	18,5	13	24,1	8	14,8	9	16,7	1	1,9	6/11,1
173 At produkterne er miljømærkede	21	38,9	11	20,4	12	22,2	3	5,6	1	1,9			6/11,1
174 At produkterne er fremstillet under gode arbejdsmiljø og arbejdsvilkår	16	29,6	9	16,7	11	20,4	5	9,3	6	11,1			7/13

54. Hvor ofte oplever virksomheden, at kunder efterspørger følgende forhold?

	Aldrig 1		Sjældent 2		Ind mellem 3		Ofte 4		Altid 5		Ved ikke 6		Manglende svar antal/%
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	
175 Miljøvenlige tekstilprodukter	14	25,9	15	27,8	10	18,5	11	20,4			1	1,9	3/5,6
176 Miljømærkede produkter	19	35,2	18	33,3	6	11,1	6	11,1			2	3,7	3/5,6
177 Produkter fremstillet under gode arbejdsmiljø og arbejdsvilkår	28	51,9	15	27,8	5	9,3	1	1,9			2	3,7	3/5,6

55. Hvordan forventer virksomheden, at kravene fra kunderne vil være om 5år ?

	Samme		Større		Meget større		Ved ikke		Manglende svar antal/%
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	
178 Miljøforhold	12	22,2	34	63,0	5	9,3			3/5,6
179 Arbejdsmiljø	17	31,5	32	59,3	1	1,9	1	1,9	3/5,6
180 Arbejdsvilkår	20	37,0	28	51,9	2	3,7	1	1,9	3/5,6

Spørgeskema

Professionelle indkøbere af tekstiler

Hvilke typer af produkter indkøbes indenfor bolig og beklædningstekstiler ?

Indkøber I beklædningstekstiler?

Ja	
Nej	

Hvis ja: Hvilke typer ?

- 1. pullovere, cardigans mv. 5 stk / 27 % af 18 svarere
- 2. arbejdsbeklædning 15/83,3%
- 3. herre og dameovertøj 7/38,9%
- 4. jakker, bukser og anden yderbeklædning til herrer og drenge 8/44,4%
- 5. kjoler, bukser og anden yderbeklædning til damer og piger 4/22,2 %
- 6. undertøj 7 /38,9 %
- 7. skjorter 8 / 44,4 %
- 8. babytøj 1 / 5,6 %
- 9. anden fremstilling af beklædningsart. fx huer, handsker, bæltter, slips 7 / 38,9 %
- 10. metervarer 4 / 22,2 %

Indkøber I boligtekstiler?

Ja	
Nej	

Hvis ja: Hvilke typer ?

- 11. sengetøj 7 / 38,9 %
- 12. duge 6 / 33,3 %
- 13. gardiner 6 / 33,3 %
- 14. møbelstoffer 4 / 22,2 %
- 15. håndlæder og lign. 8 / 44,4 %
- 16. metervarer 4 / 22,2 %

Virksomhedens profil

1. Kender virksomheden kravene for at opnå et af følgende miljø- og økologi mærker på tekstiler?

	Vi indkøber produkter med mærket		Vi overvejer at indkøbe produkter med mærket		Kender mærket		Kender ikke mærket		Antal svar i alt /- svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
17. Svanemærket	2	11,1	3	16,7	7	38,9	5	27,8	17 / 5,6

18. EU Blomsten	3	16,7	3	16,7	6	33,3	4	22,2	16 / 11,1
19. Økotex-100 mærket	4	22,2			3	16,7	7	38,9	14 / 22,2
20. Økotex-1000 mærket	2	11,1	1	5,6	4	22,2	7	38,9	14 / 22,2
21. Blaue engel			1	5,6	8	44,4	7	38,9	16 / 11,1
22. EKO mærket fra SKAL			1	5,6	3	16,7	11	61,1	15 / 16,7
23. KRAV mærket			1	5,6	4	22,2	11	61,1	16 / 11,1
24. Bra Miljøval			1	5,6	9	50,0	6	33,3	16 / 11,1

2. Hvor stort et ansvar synes I følgende parter har for at reducere miljøbelastninger fra tekstiler?

	Stort ansvar 5		En del ansvar 4		Noget ansvar 3		Lidt ansvar 2		Intet ansvar 1		Ved ikke 6		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
25. Myndighederne	12	66,7	4	22,2	1	5,6							17 / 5,6
26. Tekstil leverandører	11	61,1	6	33,3									-/-
27. Tekstilproducenten	15	83,3	2	11,1									-/-
28. Detailhandlen	7	38,9	7	38,9					1	5,6	2	11,1	-/-
29. Forbrugerne	6	33,3	6	33,3	2	11,1			2	11,1	1	5,6	-/-

3. Hvad er Jeres holdning til de følgende udsagn om miljømærkede tekstiler (i forhold til ikke mærkede produkter)?

	Helt enig 1		Overvejende enig 2		Overvejende uenig 3		Helt uenig 4		Ved ikke 5		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
30. Miljømærkede produkter er dyrere	4	22,2	9	50,0	2	11,1	1	5,6	1	5,6	17 / 5,6
31. Miljømærkede produkter har et godt design	1	5,6	4	22,2	6	33,3	2	11,1	4	22,2	-/-
32. Miljømærkede produkter har bedre holdbarhed			3	16,7	5	27,8	2	11,1	7	38,9	-/-

33. Miljømærkede produkter er miljøvenlige	6	33,3	10	55,6	1	5,6						-/-
--	---	------	----	------	---	-----	--	--	--	--	--	-----

Virksomheder, der indkøber miljømærkede tekstiler kan gå videre til spørgsmål 6

4. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om indkøb af miljømærkede tekstiler?

	Helt enig		Overvejende enig		Overvejende uenig		Helt uenig		Ved ikke		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
34. Det er let for os at prioritere imellem miljømærkerne	4	22,2	4	22,2	6	33,3	1	5,6	2	11,1	17 / 5,6
35. Det er en fordel med flere miljømærker	1	5,6	3	16,7	6	33,3	6	33,3	1	5,6	-/-
36. Det er en fordel at være blandt de første med miljømærket Blomsten			4	22,2	4	22,2	1	5,6	8	44,4	-/-

Miljømærket "Blomsten"

5. Kan I umiddelbart indkøbe produkter med miljømærket "Blomsten"?

	Ja uden ændringer		Med få ændringer		Med en del ændringer		Nej		Ved ikke		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
37. Umiddelbart med nuværende indkøbspolitik	8	44,4	3	16,7	2	11,1	2	11,1	2	11,1	17 / 5,6
38. Umiddelbart med nuværende organisation	10	55,6	1	5,6	2	11,1	2	11,1	2	11,1	-/-
39. Umiddelbart med nuværende indkøbsaftaler	3	16,7	6	33,3	1	5,6	4	22,2	3	16,7	-/-

6. Hvad er Jeres holdning til følgende udsagn om kriterierne bag Blomsten?

	Helt enig	Overvejende enig	Overvejende uenig	Helt uenig	Ved ikke	
--	-----------	------------------	-------------------	------------	----------	--

	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Antal svar i alt / - svar i %
40. Kriterierne dækker de væsentligste miljøforhold	4	22,2	7	38,9	1	5,6	1	5,6	4	22,2	17 / 5,6
41. Kriterierne er lette at opfylde			5	27,8	2	11,1			10	55,6	-/-
42. Kriterierne er for restriktive	2	11,1			6	33,3	1	5,6	8	44,4	-/-

7. I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om kontrollen med miljømærkede produkter?

	Helt enig		Overvejende enig		Overvejende uenig		Helt uenig		Kender ikke kontrollen		Ved ikke		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
Den er god	1	5,6	4	22,2	2	11,1			6	33,3	4	22,2	17 / 5,6

8. Har du kendskab til, om følgende produkter fås med miljømærket Blomsten?

	Ja		Nej		Ved ikke		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
44. Håndklæderuller	3	16,7	2	11,1	11	61,1	16 / 11,1
45. Sengelinned	4	22,2	1	5,6	16	61,1	-/-
46. Duge	2	11,1	2	11,1	12	66,7	-/-
47. Børnetøj	3	16,7	3	16,7	10	55,6	-/-
48. Modetøj			3	16,7	13	72,2	-/-
49. Strømper	1	5,6	1	5,6	14	77,8	-/-
50. Undertøj	3	16,7	1	5,6	12	66,7	-/-
51. Andet	1	5,6	1	5,6	13	72,2	15 / 16,7

Virksomhedens indkøb af tekstiler

9. Hvor stor en vægt lægger I på følgende forhold ved valg af leverandører?

	Ingen betydning 1		Lidt betydning 2		Nogen betydning 3		En del betydning 4		Stor betydning 5		Ved ikke 6		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
52. Pris					3	16,7	4	22,2	10	55,6			17 / 5,6
53. Kvalitet							4	22,2	13	72,2			17 / 5,6

54. Design	1	5,6	1	5,6	2	11,1	8	44,4	5	27,8			17 / 5,6
55. Leveringssikkerhed					1	5,6	3	16,7	13	72,2			17 / 5,6
56. Fast samarbejde	1	5,6	3	16,7	4	22,2	1	5,6	8	44,4			17 / 5,6
57. Geografisk afstand	5	27,8	2	11,1	4	22,2	3	16,7	3	16,7			17 / 5,6
58. Miljøforhold hos producenten					5	27,8	3	16,7	8	44,4	1	5,6	17 / 5,6
59. Miljøforhold for produktet					5	27,8	4	22,2	8	44,4			17 / 5,6

10. Hvor stor vægt har følgende forhold på indkøb af miljømærkede tekstiler?

	Stor betydning 1		Nogen betydning 2		Lidt betydning 3		Ingen betydning 4		Ved ikke 5		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
60. Stort udbud af miljømærkede tekstiler	9	50,0	8	44,4							17 / 5,6
61. Leverandør sammensætningen er bred	7	38,9	9	50,0	1	5,6					17 / 5,6
62. Leverandøraftalens varighed	4	22,2	7	38,9	4	22,2	2	11,1			17 / 5,6

11. I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om EU udbudsreglerne?

	Helt enig 1		Overvejende enig 2		Overvejende uenig 3		Helt uenig 4		Ved ikke 5		Antal svar i alt / - svar i %
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	
63. Udbudsreglerne er lette at forstå	1	5,6	7	38,9	8	44,4	1	5,6			17 / 5,6
64. Vi har værktøjer til udformning af krav til udbud	3	16,7	5	27,8	5	27,8	3	16,7	1	5,6	17 / 5,6

12. Lægger virksomheden vægt på miljømærker ved indkøb af tekstilprodukter? 65

Meget 1		Nogen 2		Lidt 3		Ingen 4		Ved ikke 5		Antal svar i alt / - svar i %
Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	

4	22,2	11	61,1	1	5,6			1	5,6	17 / 5,6
---	------	----	------	---	-----	--	--	---	-----	----------

13. Kan virksomheden indkøbe flere tekstilprodukter med miljømærket Blomsten eller Svanen? 66

Ja væsentligt flere		En del flere		En mindre øgning		Ikke flere		Ved ikke		
Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Antal svar i alt / - svar i %
3	16,7	4	22,2	2	11,1	3	16,7	5	27,8	17 / 5,6

14. Efterspørger brugerne miljømærkede tekstilprodukter? 67.

Altid		Ofte		Hver anden gang		Sjældent		Aldrig		Ved ikke		
Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Antal svar i alt / - svar i %
		3	16,7	2	11,1	8	44,4	4	22,2			17 / 5,6

15. I hvor høj grad mener I brugerne er enige i følgende udsagn (i forhold til ikke mærkede produkter)?

	Helt enig		Overvejende enig		Overvejende uenig		Helt uenig		Ved ikke		
	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Frekvens	% af antal svar	Antal svar i alt / - svar i %
68. Miljømærkede produkter er billigere			1	5,6	7	38,9	7	38,9	2	11,1	17 / 5,6
69. Miljømærkede produkter har et godt design	1	5,6	4	22,2	4	22,2	4	22,2	4	22,2	17 / 5,6
70. Miljømærkede produkter har bedre holdbarhed			4	22,2	3	16,7	3	16,7	7	38,9	17 / 5,6
71. Miljømærkede tekstiler er miljøvenlige	6	33,3	8	44,4	1	5,6			2	11,1	17 / 5,6

Mener du, der er barrierer for at indkøbe miljømærkede tekstiler, som ikke er berørt i spørgeskemaet.
Anført venligst i prioriteret rækkefølge: **Det er tre forskellige svarere**

Brugerne efterspørger ikke ofte disse produkter før allergi eller gener observeres.

.....

Vi køber metervarer.....

.....

Udbud af miljørigtig fremstillet bomuld vil mængdemæssigt ikke kunne fremstilles i tilstrækkelig omfang.
Eneste alternativ er evt. gensplejsede produkter. I vækstområderne sprøjtes planterne i en uendelighed....

Er du interesseret i et uddybende interview	
Ja	2
Nej	13
Ikke svaret	3

Hvad er din stilling i virksomheden	
Indkøbschef	
Adm. Direktør	13, 72,2 %
Andet, hvad	2, 11,1 % Indkøbskoordinator

Interviewguide til producenter af tekstiler

COWI og CASA har gennemført en større spørgeskemaundersøgelse blandt producenter, detailled og indkøbere af tekstiler. Undersøgelsens formål er bl.a. at pege på, hvordan miljømærkede tekstiler får en større udbredelse. For at kvalificere udsagnene fra spørgeskemaundersøgelsen, har vi valgt at spørge en række producenter, indkøbere og repræsentanter fra detailledet, om de vil deltage i et uddybende interview. Interviewpersonen skal således gennem sit kendskab til branchen og miljømærker assistere med at vurdere og uddybe svarmateriale fra spørgeskemaundersøgelsen.

1 At kende miljømærkerne.

Følgende spørgsmål ønskes afdækket:

1.1 Kender du/l udseendet af - og forskellen på følgende miljømærker?
– vil du beskrive forskellene

- a) Svanemærket
- b) EU Blomsten
- c) Økotex-100-mærket

1.2 Hvilket informationsmateriale læses i virksomheden?

- a) Tekstil og beklædning?
- b) Miljøstyrelsens informationsmaterialer: Ny Viden, Miljø Danmark, andre?
- c) Ingeniøren?
- d) Andre medier, hvilke?

1.2.1 Hvem læser de forskellige informationsmaterialer?

1.3 I hvilke medier – og i hvilken informationsform – ville I være mest modtagelige for information om miljømærker?

Opfatter du, at følgende medier/informationsform er velegnet eller mindre velegnet:

1.3.1 Saglige informative artikler om miljømærker?

- e) Hvis egnet, i hvilke specifikke aviser, tidsskrifter eller blade?

1.3.2 Artikler med erfaringer om andre producenters erfaringer med miljømærkerne?

- f) Hvis egnet, i hvilke specifikke aviser, tidsskrifter eller blade?

1.4 Forbrugerprogrammer i tv?

1.5 Reklamer?

- g) Hvis egnet, i hvilke specifikke medier?

1.6 Workshops og konferencer?

- h) Hvis egnet, i hvilken sammenhæng?

1.7 Møder med:

- i) Kunder
- j) Leverandører

- k) Grossister
- l) Myndigheder
- m) Rådgivere
- n) Brancheorganisationer
- o) Andre?

1.8 I baggrundsundersøgelsen før dette interview har vi fundet at 32 - 83 % af producenterne ikke kender miljømærkerne. (Mest kendt er Øko-tex 100, Svanen og Blomsten og mindst kendt er andre Europæiske mærker). Tror du denne statistik afspejler virkeligheden?

1.8.1 Hvorfor mener du, at det ser sådan ud?

2 Interorganisatorisk

For at få en indikation af hvordan viden om miljømærker spredes i organisationen, og om der kunne være barrierer forbundet med videnspredningen, vil vi gerne spørge om følgende:

2.1 Har virksomheden en fast procedure for, hvilken information, som skal kommunikerer til virksomhedens ledelse?

2.1.1 Vil viden om miljømærkerne være en information, som skal kommunikerer til ledelsen?

2.1.2 Hvordan foregår forretningsgangen/kommunikation fra den, der bliver opmærksom på information om miljømærker frem til I overvejer om I vil - eller ikke vil søge at få et eller flere tekstiler miljømærket?

p) Hvem i organisationen vil typisk først blive opmærksom på information om miljømærkerne?

q) Hvem i organisationen vil denne information blive kommunikeret til?

r) Hvem i organisationen vil typisk først blive opmærksom på markedspres om miljømærkede tekstiler?

s) Hvem i organisationen vil denne information blive kommunikeret til?

t) Hvem i organisationen vil kunne beslutte, at det skal undersøges om virksomhedens tekstiler kan opnå et miljømærke?

u) Hvem i organisationen vil skulle give beslutningstageren det nødvendige grundlag for at tage beslutning om denne undersøgelse?

v) Hvem i organisationen vil kunne beslutte, at der skal søges et eller flere tekstiler miljømærket?

w) Hvem i organisationen vil skulle give beslutningstageren det nødvendige grundlag for denne beslutning?

2.1.3 Hvordan er organisationsrelationerne mellem personerne/funktionerne omtalt i spg. a) til h) samt virksomhedens øverste ledelse?

2.2 Vurderer du/I, at organisationens struktur, kompetencefordeling eller kommunikationsveje kan være en barriere mod udbredelsen af kendskabet til miljømærker eller arbejdet med at indkøbe tekstiler med et sådan?

2.2.1 Hvorfor?

2.3 Vurderer du/I, at subjektive holdninger i organisationen kan være en barriere mod udbredelsen af kendskabet til miljømærker eller arbejdet med at indkøbe tekstiler med et sådan?

2.3.1 Hvorfor?

3 Miljømærkede tekstiler.

Baggrundsundersøgelsen viste, at kun 2 - 7 % af tekstilproducenterne har eller overvejer at få miljømærket deres tekstiler med Blomsten eller Svanen. For at få en bedre forståelse af disse tal, vil vi gerne spørge om følgende:

3.1 Har I eller overvejer I at få et eller flere af jeres tekstiler mærket med et miljømærke?

3.1.1 Hvorfor - eller hvorfor ikke?

3.1.2 Nævn de væsentligste faktorer, som skal være gældende, før I ville få et eller flere af jeres tekstiler miljømærket?

3.1.3 Har følgende faktorer stor, nogen eller ingen betydning:

- x) Krav eller ønske fra kunder
- y) Ressourceforbrug til ansøgning
- z) Løbende omkostninger ved mærket
- aa) Fastholdelse af råvarer og hjælpestoffer til produktion
- bb) Fastholdelse af produktionsmetoder
- cc) Fastholdelse af leverandører
- dd) Fastholdelse af prisniveau
- ee) Fastholdelse af kvalitet
- ff) Fastholdelse af leveringssikkerhed
- gg) Fastholdelse af leveringstid
- hh) Fokus fra medarbejderne
- ii) Fokus fra statslige myndigheder
- jj) Fokus fra lokale myndigheder
- kk) Fokus i branchen
- ll) Fokus fra forbrugerforeninger
- mm) Fokus fra miljøorganisationer
- nn) Andre faktorer?

3.2 Efterspørger jeres kunder miljømærkede tekstiler?

3.2.1 Hvorfor tror I - eller hvorfor tror I ikke, at jeres kunder efterspørger miljømærkede tekstiler?

3.2.2 Hvad tror I, at der skal til for at få jeres kunder til at efterspørge miljømærkede tekstiler?

3.2.3 Er der forskel på, hvad der skal til, afhængig af hvilken målgruppe I henvender jer til?

oo) Hvis ja, prøv at beskrive denne forskel?

3.3 Hvor massiv skal en efterspørgsel fra jeres kunder være, før I vil få et eller flere produkter miljømærket?

3.4 Udfører I, eller overvejer I at udføre en særlig markedsføringsindsats for at få jeres kunder til at efterspørge miljømærkede tekstiler?

3.4.1 Mangler I grundlag for denne markedsføring?

pp) Hvis ja – Hvilket grundlag mangles f.eks. gode markedsføringsvenlige argumenter for miljømærkede tekstiler?

4 Kendskab til kriterierne for Blomsten

Følgende spørgsmål ønskes afdækket:

4.1 Kender I kriterierne for mærkning af tekstiler med Blomsten?

4.1.1 Hvis ja, har I kriteriedokumentet i virksomheden?

qq) Hvis ja, ved hvilken funktion ligger kriteriedokumentet?

rr) Hvis ja, hvad anvendes kriteriedokumentet til?

4.1.2 Hvis nej, ved I, hvordan man kan få kriteriedokumentet?

4.2 Har I været inde på Miljømærkesekretariatets hjemmeside?

4.2.1 Hvis ja, hvad er din/jeres vurdering af hjemmesiden?

4.3 Hvilke tekstiltyper kan mærkes med Blomsten?

4.3.1 Hvilke tekstiltyper er mærket med Blomsten?

4.4 Vil I kunne få et tekstil miljømærket med jeres nuværende recepter?

4.4.1 Har i foretaget en undersøgelse heraf?

4.5 Vil I kunne få et tekstil miljømærket med jeres nuværende leverandører?

ss) Hvis ja - Har I indsamlet dokumentation herfor?

tt) Hvis nej – Hvilke kriterier kan jeres leverandør ikke opfylde?

uu) Hvis nej – Hvilke omstændigheder skal være opfyldt, for at I kan/vil skifte leverandør, for at kunne producere miljømærkede tekstiler?

5 Udsagn om miljømærkede tekstiler.

Udbudet af miljømærkede tekstiler er i dag meget lille. Kun en producent udbyder tekstiler med Blomsten (duge og sengetøj (Beirholms Væverier), og 4 producenter udbyder tekstiler med Svanen (sengetøj (Babynature), 2 børnekollektioner (Cosilana Naturwäsche GmbH), bomuldsstrømper (Triconor AB) og beklædning (Green Cotton, Novotex A/S).

Baggrundsundersøgelsen viste at mange tekstilproducenter mente, at miljømærkede tekstiler er dyrere, har dårligere design etc. end andre tekstiler. For at få en klarere forståelse af disse udsagn vil vi gerne spørge om følgende:

5.1 Hvad tror du er årsag er til,:

5.1.1 - **at 54% af producenterne mener, at miljømærkede tekstiler er dyrere?**

5.1.2 - **at 60% af producenterne mener, at miljømærkede tekstiler ikke har et godt design?**

5.1.3 - **at 70% af producenterne mener, at miljømærkede tekstiler ikke har en bedre holdbarhed?**

6 Indhold i kriteriedokumentet for ”Blomsten”

6.1 Er miljømærkede tekstiler generelt miljøvenlige?

6.1.1 Hvad lægger du i begrebet ”miljøvenlig”?

6.2 Indeholder kriterierne for Blomsten de rette krav?

6.2.1 Hvis nej, hvilke krav er ikke de rette, og hvorfor det?

6.2.2 Hvad burde kriterierne for miljømærket Blomsten indeholde, hvis du kunne bestemme?

7 Ansøgning og opretholdelse af miljømærket "Blomsten"

I dag har kun een tekstilproducent tekstiler med Blomsten og kun 4 producenter har tekstiler med Svanen. For at få et svar på, hvorfor kun så få producenter har fået miljømærket deres tekstiler. Vil vi gerne spørge om følgende:

7.1 Hvor mange interne timer ville I afsætte til arbejdet med at søge et miljømærke?

7.1.1 Svarer dette timeforbrug til det dokumentationsbehov, som efter jeres opfattelse er i det eksisterende kriteriedokument for "blomsten"?

7.1.2 Hvori ligger det største arbejde for jer i forbindelse med opnåelse af et miljømærke?

7.1.3 Hvordan vil dette arbejde kunne reduceres?

7.1.4 Hvori ligger den største barrierer for jer i forbindelse opnåelse af et miljømærke?

vv) Hvordan vil denne barriere kunne reduceres?

7.1.5 Er der behov for værktøjer, som gør det lettere at:

ww) vurdere, hvor godt ens produkt opfylder kriterierne for miljømærkerne?

xx) indsamle dokumentationsmateriale?

yy) opsætte dokumentationsmateriale til en ansøgning?

zz)ansøge om miljømærkerne?

7.2 Hvad er efter jeres mening den rette pris og metode til prisfastsættelse, for opretholdelse af miljømærkerne Blomsten eller Svanen?

7.3 Hvor lang må en sagsbehandling være for opnåelse af et miljømærke, for at det er attraktivt for jer at søge om et miljømærke?

7.4 Hvordan burde en ansøgningsprocedure mellem jer og miljømærkesekretariatet være, hvis du kunne bestemme?

Interviewguide til indkøbere og detail

COWI og CASA har gennemført en større spørgeskemaundersøgelse blandt producenter, detailled og indkøbere af tekstiler. Undersøgelsens formål er bl.a. at pege på, hvordan miljømærkede tekstiler får en større udbredelse. For at kvalificere udsagnene fra spørgeskemaundersøgelsen har vi valgt at spørge en række producenter, indkøbere og repræsentanter fra detailledet, om de vil deltage i et uddybende interview. Interviewpersonen skal således gennem sit kendskab til branchen og miljømærker assistere med at vurdere og uddybe svarmateriale fra spørgeskemaundersøgelsen.

1 At kende miljømærkerne.

Følgende spørgsmål ønskes afdækket:

1.1 Kender du/I udseendet af - og forskellen på følgende miljømærker?

- vil du beskrive forskellene

- a) Svanemærket
- b) EU Blomsten
- c) Økotex-100-mærket

1.2 Hvilke informationsmaterialer læses i virksomheden?

Tekstil og beklædning?

d) Miljøstyrelses infoskrifter: Ny Viden, Miljø Danmark, andre?

e) Ingeniøren?

f) Andre medier, hvilke?

1.2.1 Hvem læser de forskellige informationsmaterialer?

1.3 I hvilke medier – og i hvilken informationsform – ville I være mest modtagelige for information om miljømærker?

Opfatter du, at følgende medier/informationsform er velegnet eller mindre velegnet:

1.3.1 Saglige informative artikler om miljømærker?

g) Hvis egnet, i hvilke specifikke aviser, tidsskrifter eller blade?

1.3.2 Artikler med erfaringer om andre producenters erfaringer med miljømærkerne?

h) Hvis egnet, i hvilke specifikke aviser, tidsskrifter eller blade?

1.3.3 Forbrugerprogrammer i tv?

1.3.4 Reklamer?

i) Hvis egnet, i hvilke specifikke medier?

1.3.5 Workshops og konferencer?

j) Hvis egnet, i hvilken sammenhæng?

1.3.6 Møder med:

- k) Kunder/Brugere
- l) Leverandører
- m) Grossister
- n) Myndigheder
- o) Rådgivere
- p) Brancheorganisationer
- q) Andre?

1.4 Mener du nedenstående statistik afspejler virkeligheden?

I baggrundsundersøgelsen før dette interview har vi fundet, at 28 - 61 % af indkøbere og detailhandlen ikke kender miljømærkerne. (Mest kendt er Blomsten, Svanen og Øko-tex 100, mindst kendt er andre Europæiske mærker).

1.4.1 Hvorfor mener du det ser sådan ud?

2 Kendskab til kriterierne for Blomsten

Følgende spørgsmål ønskes afdækket:

2.1 Kender du/I kriterierne for mærkning af tekstiler med Blomsten?

2.1.1 Hvis ja, har I kriteriedokumentet i virksomheden?

r) Hvis ja, ved hvilken funktion ligger kriteriedokumentet?

s) Hvis ja, hvad anvendes kriteriedokumentet til?

2.1.2 Hvis nej, ved du/I, hvordan man kan få kriteriedokumentet?

2.2 Har du/I været inde på Miljømærkesekretariatets hjemmeside?

2.2.1 Hvis ja, hvad er din/jeres vurdering af hjemmesiden?

2.3 Hvilke tekstiltyper kan mærkes med Blomsten?

2.3.1 Hvilke tekstiltyper er mærket med Blomsten?

3 Interorganisatorisk

For at få en indikation af hvordan viden om miljømærker spredtes i organisationen, og om der kunne være barrierer forbundet med videnspredningen, vil vi gerne spørge om følgende:

3.1 Har virksomheden en fast procedure for, hvilken information, som skal kommunikeres til virksomhedens ledelse?

3.1.1 Vil viden om miljømærkerne være en information, som skal kommunikeres til ledelsen?

3.2 Hvordan foregår forretningsgangen/kommunikation fra den, der bliver opmærksom på information om miljømærker frem til overvejelse om I vil - eller ikke vil lægge vægt på miljømærkede tekstiler, når I køber ind?

t) Hvem i organisationen vil typisk først blive opmærksom på information om miljømærkerne?

u) Hvem i organisationen vil denne information blive kommunikeret til?

v) Hvem i organisationen vil kunne beslutte, om der skal lægges vægt på miljømærker ved indkøb?

w) Hvem i organisationen vil skulle give beslutningstageren med det nødvendige grundlag for, at denne kan tage beslutning om indkøb eller ikke indkøb af miljømærkede tekstiler?

3.2.1 Hvordan er organisationsrelationerne mellem personerne/funktionerne omtalt i spg. a), b), c), og d) samt virksomhedens øverste ledelse?

3.3 Vurderer du/I, at organisationens struktur, kompetencefordeling eller kommunikationsveje kan være en barriere mod udbredelsen af kendskabet til miljømærker eller arbejdet med at indkøbe tekstiler med et mærke?

3.3.1 Hvorfor?

3.4 Vurderer du/I, at subjektive holdninger i organisationen kan være en barriere mod udbredelsen af kendskabet til miljømærker eller arbejdet med at indkøbe tekstiler med et mærke?

3.4.1 Hvorfor?

4 At købe miljømærkede tekstiler

Baggrundsundersøgelsen viste, at kun 11-22% af indkøberne køber eller overvejer at købe miljømærkede tekstiler. For at få en bedre forståelse af disse tal, vil vi gerne spørge om følgende:

4.1 Lægger I vægt på producentens miljøforhold, når I køber ind?

4.1.1 Hvilke forhold lægger I vægt på?

4.2 Lægger I vægt på tekstilprodukternes miljøforhold, når I køber ind?

4.2.1 Hvilke forhold lægger I vægt på?

4.3 Indkøber I, eller overvejer I at indkøbe tekstiler med et miljømærke?

4.3.1 Hvorfor/hvorfor ikke?

4.3.2 Nævn de væsentligste faktorer som skal være gældende, før I ville købe eller overveje at købe miljømærkede tekstiler?

4.3.3 Har følgende faktorer stor, nogen eller ingen betydning:

- x) Krav eller ønske fra kunder/brugere
- y) Prisniveau
- z) Design
- aa) Holdbarhed
- bb) Funktionalitet
- cc) Ensartet kvalitet
- dd) Udbudets størrelse
- ee) Leveringssikkerhed
- ff) Kort leveringstid
- gg) Samme leverandører som nu
- hh) Fast leverandørsamarbejde
- ii) Kort geografisk afstand til leverandør
- jj) Fokus fra medarbejdere
- kk) Fokus fra statslige myndigheder
- ll) Fokus fra lokale myndigheder
- mm) Fokus i branchen
- nn) Fokus fra forbrugerforeninger
- oo) Fokus fra miljøorganisationer
- pp) Andre faktorer?

4.4 Efterspørger jeres kunder/brugere miljømærkede tekstiler?

4.4.1 Hvorfor tror I - eller hvorfor tror I ikke, at jeres kunder efterspørger miljømærkede tekstiler?

4.4.2 Hvad tror du, der skal til for at få jeres kunder/brugere til at efterspørge miljømærkede tekstiler?

4.4.3 Er der forskel på hvad der skal til afhængig af hvilken målgruppe I henvender jer til?

qq) Hvis ja, prøv at beskrive denne forskel.

4.5 Hvor massiv skal en efterspørgsel fra jeres brugere/kunder være, før I vil indkøbe miljømærkede tekstiler?

4.6 Udfører I, eller overvejer I at udføre en særlig markedsføringsindsats for at få jeres brugere/kunder til at efterspørge miljømærkede tekstiler?

4.7 Markedsfører jeres leverandører i særlig grad miljømærkede tekstiler overfor jer?

4.7.1 Hvis ja - hvilke parametre lægger denne markedsføring vægt på?

4.7.2 Hvis nej - kan I købe miljømærkede tekstiler hos jeres nuværende leverandører?

4.8 Anvender jeres leverandører miljøargumenter i markedsføringen af sine tekstiler overfor jer?

4.8.1 Hvis ja, hvilke miljøargumenter anvender leverandørerne?

4.9 Er I bekendt med, at Statens grønne indkøbspolitik stiller krav om, at der skal lægges lige vægt på pris, kvalitet og miljø?

4.9.1 Kender I indkøbsvejledningerne om grønne indkøb for offentlige indkøbere vedrørende tekstiler?

rr) Hvis ja, har I anvendt disse i forbindelse med jeres indkøb?

5 Udsagn om miljømærkede tekstiler.

Udbudet af miljømærkede tekstiler er i dag meget lille. Kun en producent udbyder tekstiler med Blomsten (duge og sengetøj (Beirholms Væverier), og 4 producenter udbyder tekstiler med Svanen (sengetøj (Babynature), 2 børnekollektioner (Cosilana Naturwäsche GmbH), bomuldsstrømper (Triconor AB) og beklædning (Green Cotton, Novotex A/S).

Baggrundsundersøgelsen viste, at mange af indkøberne mente, at miljømærkede tekstiler er dyrere, har dårligere design etc. end andre tekstiler. For at få en klarere forståelse af disse udsagn vil vi gerne spørge om følgende:

5.1 Hvad tror du er årsag til:

- 5.1.1 - at 72% af indkøberne mener, at miljømærkede tekstiler er dyrere?
- 5.1.2 - at 44% af indkøberne mener, at miljømærkede tekstiler ikke har et godt design?
- 5.1.3 - at 39% af indkøberne mener, at miljømærkede tekstiler ikke har en bedre holdbarhed?
- 5.1.4 - at 6% af indkøberne mener, at miljømærkede tekstiler ikke er miljøvenlige?

6 Indhold i kriteriedokumentet for ”Blomsten”

6.1 Mener du, at tekstiler mærket med Blomsten generelt er miljøvenlige?

6.1.1 Hvad lægger du i begrebet ”miljøvenlig”?

6.2 Indeholder kriterierne for Blomsten de rette krav?

6.2.1 Hvis nej, hvilke krav er ikke de rette, og hvorfor det?

6.2.2 Hvad burde kriterierne for miljømærket Blomsten indeholde, hvis du kunne bestemme