



Miljø- og Fødevareministeriet
Miljøstyrelsen

Kortlægning af anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandlen

Miljøprojekt nr. 1839, 2016

Titel:

Kortlægning af anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandlen

Redaktion:

Pia Brunn Poulsen (FORCE Technology)
Nanna Hundebøll (FORCE Technology)
Rasmus Nielsen (FORCE Technology)
Anders Schmidt (FORCE Technology)

Udgiver:

Miljøstyrelsen
Strandgade 29
1401 København K
www.mst.dk

År:

2016

ISBN nr.

978-87-93435-45-2

Ansvarsfraskrivelse:

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.

Må citeres med kildeangivelse.

Indhold

Forord	6
Konklusion og sammenfatning	7
Summary and conclusion	14
1. Indledning	21
1.1 Baggrund	21
1.2 Formål	21
1.3 Definitioner	21
1.3.1 Parfumestoffer og duftstoffer	21
1.3.2 Rengøringsmidler	22
1.3.3 Duftmarketing	22
2. Lovgivning for parfumestoffer	24
2.1 Regler for brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler og duftmarketing	24
2.2 Arbejdsmiljølovgivningen.....	25
2.3 Miljømærkning af rengøringsmidler.....	26
3. Registerundersøgelser	28
3.1 Erhvervs sygdomsregisteret	28
3.1.1 Udtræk fra Erhvervs sygdomsregisteret	29
3.1.2 Opsamling	32
3.2 Produktregisteret	33
3.2.1 Udtræk fra Produktregisteret	34
3.2.2 Opsamling	41
4. Kortlægning af parfume i rengøringsmidler	43
4.1 Fremgangsmåde.....	43
4.2 Litteratursøgning	43
4.2.1 SCCS-opinions vedrørende parfumestoffer	43
4.2.2 Brugen af parfume i rengøringsmidler.....	44
4.2.3 Allergi og brugen af parfumestoffer	47
4.2.4 Allergi, astma og brugen af rengøringsmidler	48
4.2.5 Arbejdsmiljø og –sikkerhed for rengøringspersonale	49
4.3 Udvalgte offentlige udbud og rammeaftaler for rengøringsmidler	50
4.3.1 Kommunalt indkøb	50
4.3.2 Regionale indkøb	51
4.3.3 Statens Indkøb	51
4.4 Udvalgte private firmaers anvendelse af rengøringsmidler	51
4.4.1 Rengøringsvirksomheder.....	51
4.5 Kontakt til producenter og distributører af rengøringsmidler	53
4.6 Tidligere spørgeskemaundersøgelser.....	53
4.6.1 Spørgeskemaundersøgelse om kemikalier på arbejdspladsen	53
4.6.2 Spørgeskemaundersøgelse om duftstoffer på arbejdspladsen	57
4.7 Opsamling	58
5. Kortlægning af duftmarketing	61

5.1	Fremgangsmåde for kortlægningen	61
5.2	Hvad er duftmarketing?	61
5.3	Udstyr og metoder anvendt til duftmarketing	61
5.3.1	Metode 1: Våd diffusion	62
5.3.2	Metode 2: Tør diffusion	62
5.3.3	Metode 3: Kold luft diffusion gennem ventilationssystem.....	62
5.3.4	Metode 4: Kold fordampning	62
5.3.5	Metode 5: Varm fordampning herunder duftlys og olielamper	62
5.3.6	Metode 6: Ovn.....	62
5.4	Litteratursøgning	63
5.4.1	Parfume og effekter ved inhalation	63
5.4.2	Populærlitteratur	63
5.4.3	Videnskabelige artikler og rapporter.....	64
5.5	Internetsøgning efter sælgere og brugere af duftmarketing	65
5.5.1	Sælgere af duftmarketing på det danske marked	65
5.5.2	Brugere af duftmarketing på det danske marked	66
5.6	Kontakt til sælgere af duftmarketing	66
5.6.1	Virksomhed 1 – sælger af duftmarketing.....	66
5.6.2	Virksomhed 2 – sælger af duftmarketing	66
5.6.3	Virksomhed 3 – sælger af duftmarketing	67
5.6.4	Virksomhed 4 – sælger af duftmarketing	68
5.6.5	Virksomhed 5 – tidligere sælger af duftmarketing.....	68
5.7	Kontakt til udenlandske producenter/leverandører af duftmarkingsprodukter	68
5.8	Kontakt til virksomheder i detailhandlen, der gør brug af duftmarketing.....	69
5.9	Opsamling	71
6.	Spørgeskemaundersøgelser.....	73
6.1	Fremgangsmåde.....	73
6.2	Udarbejdelse af spørgeskemaer	73
6.2.1	Spørgeskema til rengøringspersonale (3F).....	74
6.2.2	Spørgeskema til rengøringspersonale (FOA).....	76
6.2.3	Spørgeskema til producenter og distributører af rengøringsmidler – erhverv (SPT)	77
6.2.4	Spørgeskema til detailhandlen (HK Handel).....	77
7.	Resultater af spørgeskema-undersøgelsen – rengøring.....	80
7.1	Spørgeskema til rengøringspersonale (3F og FOA)	80
7.1.1	Baggrundsdata for de deltagende.....	80
7.1.2	Beskrivelse af arbejdssituation.....	81
7.1.3	Brug af rengøringsmidler.....	82
7.1.4	Indhold af parfumestoffer i rengøringsmidlerne.....	82
7.1.5	Brug af handsker	86
7.1.6	Gener i forbindelse med parfumestoffer	88
7.2	Spørgeskema til producenter og distributører af rengøringsmidler – erhverv (SPT)	92
7.2.1	Oplysninger om typen af rengøringsmidler	92
7.2.2	Oplysninger om brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne.....	92
7.2.3	Markedsandele	94
7.2.4	Beregnet andel af rengøringsmidler på det danske marked, der indeholder parfumestoffer.....	94
7.3	Diskussion og opsamling af resultater fra kortlægning og spørgeskemaer	94
7.3.1	Parfumestoffer i rengøringsmidler.....	94
7.3.2	Hvilke parfumestoffer anvendes i rengøringsmidler?.....	95
7.3.3	Hvor udbredt er brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler?.....	95
7.3.4	Parfumefrie rengøringsmidler ønskes.....	97

7.3.5	Brug af handsker	97
7.3.6	Gener i forbindelse med parfumestoffer	97
8.	Resultater af spørgeskema-undersøgelsen – detail handlen	99
8.1	Spørgeskema til detailhandlen	99
8.1.1	Baggrundsdata for de deltagende	99
8.1.2	Beskrivelse af arbejdssituation	99
8.1.3	Brug af duftmarketing	100
8.1.4	Metode til at udsende dufte	101
8.1.5	Viden om parfumestoffer	102
8.1.6	Gener i forbindelse med parfumestoffer	103
8.2	Diskussion og opsamling af resultater fra kortlægning og spørgeskemaer	105
8.2.1	Udbredelsen af duftmarketing	105
8.2.2	Hvilke parfumestoffer anvendes?	106
8.2.3	Viden om parfumestoffer	106
8.2.4	Gener i forbindelse med parfumestoffer	106
	Referencer	107
Bilag 1:	Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer	113
Bilag 2:	Udtræk fra Produktregisteret på de 82 parfumestoffer	117
Bilag 3:	Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (3F)	124
Bilag 4:	Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (3F) – besvarelser fordelt på andre besvarelser	137
Bilag 5:	Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (FOA)	149
Bilag 6:	Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (FOA) – besvarelser fordelt på andre besvarelser	160
Bilag 7:	Spørgeskemaundersøgelse blandt producenter og distributører af rengøringsmidler (SPT)	165
Bilag 8:	Spørgeskemaundersøgelse i detailhandlen (HK Handel)	171
Bilag 9:	Forskellige udtræk af besvarelserne fra detailhandlen (HK Handel) – besvarelser fordelt på andre besvarelser	183

Forord

Projektet ”Kortlægning af anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandlen” er gennemført i perioden juni til november 2015.

Denne rapport beskriver brugen af parfumestoffer i rengøringsbranchen og i detailhandlen (brug af duftmarketing). Oplysninger er fremskaffet ved litteratursøgning, kontakt til branchen, samt ved spørgeskemaundersøgelse blandt udvalgt personale i brancherne. 3F, FOA, HK Handel og SPT har hjulpet med at udsende elektronisk spørgeskema til udvalgte af deres medlemmer.

Projektet er gennemført for Miljøstyrelsen af FORCE Technology med Rambøll som underleverandør på spørgeskemaanalyserne. Rambøll har stået for opsætning af de elektroniske spørgeskemaer i deres program SurveyXact, samt rapportering af resultaterne grafisk.

Projektets deltagere var:

- Pia Brunn Poulsen, FORCE Technology (projektleder)
- Nanna Hundebøll, FORCE Technology
- Rasmus Nielsen, FORCE Technology
- Anders Schmidt, FORCE Technology (kvalitetssikrer)
- Magnus Schøning Skriver, Rambøll (spørgeskemaundersøgelse)

Projektet blev fulgt af en følgegruppe bestående af følgende personer:

- Sidsel Dyekjær, Miljøstyrelsen
- Nanna Rosted Vind, Arbejdstilsynet
- Jeanne Duus Johansen, Videncenter for Allergi
- Cathrine Berliner Boteju, SPT
- Jakob Zeuthen, Dansk Erhverv
- Keld Høgh, CO-Industri
- Merete Hansen, HK Handel
- Jeanette Wilén Staffeldt, FOA
- Palle Larsen, 3F
- Kenneth Novak, 3F

Projektet blev finansieret af Miljøstyrelsen.

Konklusion og sammenfatning

Allergi blandt den danske befolkning anses som et voksende problem. Parfumeallergi er en livslang tilstand, der kan give anledning til permanent eller tilbagevendende kontakteksem og derfor påvirke livskvaliteten. Omkring 1-3 % af befolkningen og 16 % af eksempatienter i den europæiske befolkning er overfølsomme over for duftstoffer ifølge en kortlægning af parfumestoffer fra Miljøstyrelsen (SCCS nr. 1459, 2011).

Parfumestoffer er på Miljøstyrelsens Liste over Uønskede Stoffer (LOUS), bl.a. fordi mange aktive duftstoffer i parfumeblandinger er allergifremkaldende. I forbindelse med LOUS-projekterne blev en kortlægning gennemført og en strategi udarbejdet for håndtering af parfumestoffer. LOUS-kortlægningen og de indkomne høringssvar pegede bl.a. på, at den erhvervsmæssige udsættelse for parfumestoffer er dårligt belyst, bl.a. synes arbejdstagere i bestemte erhverv såsom rengøringsbranchen at have øget risiko for hudallergi, og i detailhandlen er der en ny tendens, kaldet duftmarketing, som går ud på at anvende parfume for at fremme salget og skabe en særlig stemning i butikken. Dette vil også medføre, at personalet i butikken udsættes for parfume i arbejdsmiljøet.

Formål

Dette projekt har haft til formål at afdække udbredelsen af forskellige parfumestoffer i rengøringsmidler i rengøringsbranchen samt brugen af duftmarketing i detailhandlen. Projektet skulle derved belyse:

- Omfanget af anvendelsen af parfume i de to brancher
- Hvilke parfumestoffer, der er mest udbredt i de to brancher
- I hvilket omfang ansatte i de to brancher oplever gener ved erhvervsmæssig udsættelse for parfume

Nedsættelse af følgegruppe

I starten af projektet blev der nedsat en følgegruppe, som havde til formål at vurdere projektets fremdrift, forløb og resultater. Flere medlemmer af følgegruppen deltog desuden aktivt i form af hjælp i forbindelse med de forskellige spørgeskemaundersøgelser. Følgegruppen bestod ud over projektgruppen af følgende organisationer FOA, 3F, HK Handel, SPT, Dansk Erhverv, CO-Industri, Videncenter for Allergi, Arbejdstilsynet og Miljøstyrelsen.

Fremgangsmåde

Kortlægningen af udbredelsen af parfumestoffer i de to brancher er foregået på følgende måder:

- Bearbejdning af udtræk fra Erhvervs sygdomsregisteret – oversigt over erhvervs sygdomme, der skyldes udsættelse for parfumestoffer
- Bearbejdning af udtræk fra Produktregisteret – mængder af parfumestoffer fra de to brancher, der er registreret
- Litteratursøgning omkring brugen af parfumestoffer og eventuelle gener fra disse i de to brancher
- Udarbejdelse og udsendelse af spørgeskemaer (via HK Handel, FOA og 3F) til udvalgte ansatte i de to brancher
- Udarbejdelse og udsendelse af spørgeskema (via SPT) til producenter og distributører af rengøringsmidler i Danmark
- Kontakt til andre udvalgte aktører i de to brancher

Lovgivning og miljømærkekriterier på området

Kemiske produkter på begge områder, dvs. rengøringsmidler og duftstoffer til duftmarketing, er underlagt CLP-forordningen (EU Forordning nr. 1272, 2008) og REACH (EU Forordning nr. 1907, 2006). Hvor REACH bl.a. stiller krav til, at indholdsstoffer skal registreres, stiller CLP-forordningen krav om korrekt faremærkning af de kemiske produkter, herunder evt. mærkning af allergifremkaldende stoffer, hvis de indgår i koncentrationer over 0,1 eller 0,01 % afhængig af deres sensibiliserende egenskaber. Herudover er detergentforordningen (EU Forordning nr. 648, 2004) gældende for rengøringsmidler. I 1999 vurderede EU's videnskabelige komite for forbrugersikkerhed at 26 navngivne parfumestoffer var så velkendte allergener, at forbrugerne burde oplyses om det, hvis de var i et produkt. Herefter blev EU's kosmetikforordning revideret således, at der kom et krav om, at disse 26 stoffer skal deklareres med navns nævnelse på kosmetiske produkter.

EU's detergentforordning følger kosmetikforordningen, således at allergene parfumestoffer, som er deklarationspligtige ifølge kosmetikforordningen også skal deklareres på vaske- og rengøringsmidler, hvis de er til stede i koncentrationer over 0,01 %, og produktet sælges til private forbrugere. Tilsvarende deklarationspligt behøver dog ikke at være opfyldt for rengøringsmidler, der sælges til erhvervsmæssig brug, hvis de tilsvarende oplysninger foreligger i form af sikkerhedsdatablade eller lignende.

Der findes både Svanemærkede og Blomstmærkede rengøringsmidler på markedet – også for rengøringsmidler til erhvervsmæssig brug. Miljømærkede rengøringsmidler er imidlertid ikke altid fri for parfume, idet miljømærkede rengøringsmidler må indeholde de 26 deklarationspligtige parfumestoffer eller andre parfumestoffer fareklassificeret som allergifremkaldende i koncentrationer op til 0,01 % per parfumestof. Denne fastsatte grænse på de 0,01 % er imidlertid så lav, at den Videnskabelige Komité for Forbrugersikkerhed (SCCS) vurderer, at den generelt vil være nok til at forebygge elicitering, dvs. fremkaldelse af en allergisk reaktion i individer, der allerede er sensibiliseret (medmindre der findes eksperimentelle eller kliniske stofspecifikke data, som viser andre eliciteringsniveauer). Hertil kommer, at det ikke er alle parfumestoffer, der nødvendigvis har en harmoniseret klassificering som allergifremkaldende, selvom SCCS vurderer de pågældende parfumestoffer til at være allergifremkaldende.

Erhvervssygdomsregisteret

Udtræk fra Erhvervssygdomsregisteret viser, at der kun er få anmeldelser af erhvervssygdomme registreret under påvirkningen "parfume og duftstoffer". I 2013 var der i alt 7 anmeldte erhvervssygdomme under denne påvirkning. Det er ikke muligt ud fra Erhvervssygdomsregisteret at se, hvad der er den egentlige årsag til den anmeldte erhvervssygdom, idet det ikke fremgår tydeligt af de registrerede brancher og stillinger, om der er en direkte årsag relateret til rengøringsarbejde med parfumestoffer eller arbejde i detailhandlen i en butik, der gør brug af duftmarketing. Årsagen til de få anmeldelser er formentlig en generel underrapportering af erhvervssygdomme samtidig med det faktum, at anmeldelsen sker før lægen ved, at erhvervssygdommen skyldes en parfumeallergi. Det er derfor mere oplagt for lægerne f.eks. at angive andre påvirkninger som f.eks. "sæbevand, sæber, vaskemidler, rengøringsmidler" eller "vådt arbejde", hvis der er tale om en påvirkning pga. rengøringsmidler.

Produktregisteret

Den Videnskabelige Komité for Forbrugersikkerhed (SCCS) konkluderede i en ny opinion fra 2012 (SCCS/1459/11), at 82 parfumestoffer kan vurderes som etablerede kontaktallergener for mennesker (inkl. de 26 deklarationspligtige parfumestoffer). Der blev foretaget et udtræk fra Produktregisteret på samtlige disse 82 parfumestoffer (dækkende over 117 forskellige CAS numre). Flere anmeldelser til Produktregisteret sker dog som et 'uspecificeret parfumestof', hvorfor denne gruppe også indgik i søgningen. Søgningen viser, at ca. 113 tons parfumestoffer årligt (2012) importeres til Danmark, hvoraf de to parfumestoffer benzyl alkohol og turpentine (oil) udgør ca.

111,8 tons årligt. Disse to stoffer har dog mange andre anvendelser end blot som parfumestof, f.eks. som opløsningsmiddel i maling og lakker, samt råmateriale for kemisk syntese af en lang række andre kemikalier. Parfumestoffer registreret udelukkende til brug i branchekoder relateret til rengøring udgør i alt 4,6 tons årligt (2012), som anvendes i 20.677 tons rengøringsmidler (2012) svarende til en gennemsnitlig koncentration af parfume i rengøringsmidler på 0,02 %, hvis samtlige rengøringsmidler indeholder parfume (de 82 parfumestoffer, samt parfume registreret som 'uspecificeret'). Ifølge oplysningerne i Produktregisteret varierer koncentrationen af parfume fra 0 (ingen parfume) til generelt 0,5 %, dog helt op til 17 % i et enkelt produkt. Der er ikke identificeret tilsvarende oplysninger for produkter til duftmarketing.

Resultater fra kortlægning af brugen af duftmarketing i detailhandlen

Kortlægningen af duftmarketingfænomenet viser, at det er begrænset, hvad der eksisterer af litteratur omkring duftmarketing. Langt hovedparten af litteraturen på området handler om, hvorfor butikker gør brug af duftmarketing – nemlig fordi salget og købsoplevelsen forbedres ved brug af dufte (og gerne i kombination med andre sanseoplevelser, såsom lys og lyd). Brugen af dufte (og andre sanseindtryk) er således en måde for butikker til at give kunden en bedre butiksoplevelse, så de fysiske butikker i dag har en mulighed for at konkurrere med den stigende internethandel. Oplysninger i litteraturen viser også, at selvom butikker måske ikke anvender duft i deres butik, kan produkterne, som de sælger, godt være påført duft. F.eks. kan cowboybukser eller sko bevidst være tilsat en duft for at få produktet til at sælge bedre. I dag er brugen af duftmarketing især udbredt i USA, Asien og Sydeuropa.

Kortlægningen udført i dette projekt viser, at der primært er to virksomheder i Danmark, som sælger duftmarketingsprodukter, hvor der anvendes automatisk apparatur til spredning af parfumestoffer. Generelt er der ikke modtaget oplysninger om, hvilke parfumestoffer der anvendes, men det er angivet af en sælger, at der typisk anvendes parfumestoffer med et indhold af et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer (f.eks. linalool, limonene, citronellol og citral).

Kontakt til både sælgere af duftmarketing i Danmark samt rundringning til brugere af duftmarketing viser, at anvendelsen af duftmarketing ikke er specielt udbredt i Danmark. Fænomenet anvendes primært inden for tøj- og boligbutikker (møbler), hvor der ser ud til at være en håndfuld virksomheder (kæder), der anvender duftmarketing. Andre typer af butikker, der er nævnt i forbindelse med duftmarketing, er sko- og smykkebutikker. Det blev derfor valgt at gennemføre en spørgeskemaundersøgelse blandt HK Handels medlemmer inden for tøj- og møbelbranchen for at snævre området ind (og antallet af deltagere ned). Brugen af duftmarketing blev også identificeret inden for hotelbranchen, men dette er ikke undersøgt nærmere, da det faldt uden for dette projekts område. Denne spørgeskemaundersøgelse – der dog gav et begrænset antal svar (62 i alt (svarprocent på 1,9 %)) – viser, at 11 % af respondenterne (7 personer) arbejder i en butik, hvor der bliver anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning. Et tilsvarende antal respondenter angiver, at de tidligere har arbejdet i en butik med duftmarketing (5 personer) eller arbejder i en butik, der overvejer brugen (2 personer). Vi ved dog ikke, om det er personer fra samme butikskæder, som har svaret, og der er tale om for få svar til at kunne konkludere noget endeligt på besvarelserne. Det viser sig dog, at det blot er to af disse personer, der arbejder i en butik (samt en, der tidligere har gjort det), som gør brug af duftmarketing i form af et apparat, der automatisk udsender dufte eller parfumestoffer i butikken. Ellers er der angivet metoder i form af bading af kanelnegle omkring spisetiderne, brug af parfumerede vaskemidler og skyllemidler (i tøjbutik), samt brug af duftlys (dog primært i de måneder af året, hvor det er mørkt).

Kortlægningen viser også, at der er enkelte sælgere af duftmarketing, som er overbevist om, at duftmarketing er et fænomen, der er på vej frem, og at det vil blive langt mere omfattende, end det er i dag. Andre er af den modsatte overbevisning og har lukket deres firmaer ned, fordi der ikke har været salg i konceptet de sidste par år i Danmark.

Direkte hudkontakt med parfumestoffer synes at være hovedeksponeringskilden, når det kommer til parfumeallergi. Eksponering via indånding, som ved f.eks. brug af duftmarketing, synes af mindre betydning. Parfumestoffer i indeklimaet kan virke som irritanter, men viden om stoffernes respiratoriske sensibiliseringspotentiale er for de fleste parfumestoffers vedkommende begrænset.

Af kontakten til butikkerne, der anvender eller har anvendt parfumestoffer, fremgår det, at en enkelt butik stoppede med brugen af duftmarketing, da de ansatte fik hovedpine. Tre ud af de syv personer, der arbejder i butikker med duftmarketing, angav hovedpine som gene, men det er ikke muligt at belyse en eventuel sammenhæng yderligere, da der generelt var få besvarelser omkring brugen af duftmarketing.

Resultater fra kortlægning af brugen af parfumestoffer i rengøringsbranchen

Litteratursøgningen tyder på, at de 26 deklarationspligtige parfumestoffer i høj grad anvendes i rengøringsmidlerne. En nyere schweizisk undersøgelse (fra 2014) af rengøringsprodukter brugt til professionel rengøring, viser, at cirka en fjerdedel af rengøringsprodukterne indeholdt parfumestoffer i en koncentration på mellem 0,01 og 5 %, og at mange af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer anvendes i produkterne. Det skal dog pointeres, at i stort set alle undersøgelser er det udelukkende indholdsdeklarationer, der gennemgås (hvoraf kun de 26 deklarationspligtige parfumestoffer fremgår), eller der foretages analyser, hvor det udelukkende er de deklarationspligtige parfumestoffer, der analyseres efter. Der har således ikke været fokus på andre parfumestoffer i litteraturen.

En spørgeskemaundersøgelse blandt producenter og distributører af rengøringsmidler til erhvervsmæssig brug i Danmark (hvor 8 ud af 13 virksomheder besvarede spørgeskemaet) viser tydeligt, at det primært er andre end de 26 deklarationspligtige parfumestoffer, som anvendes i disse rengøringsmidler i Danmark. F.eks. angiver 13 % af virksomhederne, at de sælger universalrengøringsmidler uden parfumestoffer i det hele taget, mens 75 % angiver, at de sælger universalrengøringsmidler uden de deklarationspligtige parfumestoffer. Udtrækket fra Produktregisteret af de 82 etablerede kontaktallergener viser dog, at ca. halvdelen af den registrerede parfumemængde (51 %) er deklarationspligtige parfumestoffer, og at 35 % af den registrerede parfumemængde udgøres af de resterende af de 82 allergifremkaldende parfumestoffer, der ikke er en del af de allerede deklarationspligtige parfumestoffer. 14 % af parfumestofferne angives som 'uspecificerede', dvs. det vides ikke, hvilke parfumestoffer, der er tale om.

Et estimat baseret på danske producenters og distributørers omtrentlige markedsandele og omtrentlige andele af rengøringsmidler med indhold af parfume viser, at ca. 26 % af rengøringsprodukterne til erhvervsmæssig brug på det danske marked indeholder parfumestoffer.

Der blev foretaget en spørgeskemaundersøgelse blandt ansatte med rengøringsopgaver via 3F og FOAs medlemmer. 3F og FOA stod for identifikation af relevante medlemmer og udsendelse af spørgeskemaet. Selve spørgeskemaet blev udarbejdet i samarbejde med følgegruppen for projektet, herunder 3F og FOA.

Spørgeskemaundersøgelsen blandt rengøringspersonale, der er medlem hos 3F (75 besvarelser i alt med en svarprocent på 3,1 %) og FOA (1.092 besvarelser i alt med en svarprocent på 51 %) viser, at for de rengøringsmidler, der anvendes hyppigst, indeholder mellem 26 og 31 % af disse parfume. Disse oplysninger viser, ligesom det var tilfældet i den schweiziske undersøgelse, at der er en betydelig brug af parfume i rengøringsmidler til erhvervsmæssig brug i Danmark. Det skønnes, at mellem en fjerdedel og en tredjedel af disse rengøringsmidler i Danmark indeholder parfume. Spørgeskemaundersøgelsen viser imidlertid, at alle producenter/distributører af rengøringsmidler

(med få undtagelser) tilbyder uparfumerede produkter i deres sortiment. Undersøgelsen viser dog ikke noget om koncentrationen af parfumestoffer, der anvendes i produkterne.

De fleste kommuner og regioner har i dag en politik om, at der ikke må være parfumestoffer i de rengøringsmidler, der anvendes. Af svarene fra de adspurgte rengøringsvirksomheder (de 14 største på det danske marked) fremgår det, at de fleste anvender miljømærkede rengøringsmidler uden parfumestoffer. Nogle virksomheder angiver dog, at der kan være tilfælde, hvor rengøringsmidler med parfume anvendes (når der f.eks. skal overdøves dårlig lugt). Fem virksomheder ønskede ikke at besvare forespørgselen omkring anvendelsen af parfumestoffer.

Spørgeskemaundersøgelsen blandt rengøringsansatte tyder på, at der er flere, som anvender parfumeholdige rengøringsmidler i det private end i det offentlige. For FOA-respondenterne er der 24 % af de privat ansatte, der svarer, at enten 'alle' eller 'mange' indeholder parfumestoffer, hvorimod tallet er 18 % for kommunalt ansatte og 5 % for ansatte i regioner. Der er dog for få af respondenterne, der er statsansatte, til, at man kan foretage en kvalificeret sammenligning her. Det tilsvarende billede for 3F-undersøgelsen er heller ikke entydigt for de få besvarelser i kategorien af offentlige ansatte (2-9 svar afhængig af typen af rengøringsmiddel).

Spørgeskemaundersøgelsen blandt FOA-respondenterne, hvor mange af respondenterne arbejder i hjemmeplejen, viser, at respondenterne ofte ikke kan vælge, hvilke rengøringsmidler de skal gøre rent med, da de skal gøre rent med de rengøringsmidler, som borgerne køber. Selvom både kommunen og hjemmeplejen forsøger at påvirke borgerne til at anvende parfumefrie rengøringsmidler, kan der være et ønske fra borgernes side om, at der skal være parfume i rengøringsmidlerne, så der kommer til at dufte rent. Det skal bemærkes, at når det er rengøringsmidler, borgerne selv køber, så er der tale om rengøringsmidler til privat brug/detailhandlen og ikke rengøringsmidler til professionelt brug, som dette projekt har undersøgt. Nogle FOA-respondenter påpeger desuden, at de selv ønsker at anvende parfumerede rengøringsmidler i hjemmeplejen for at kunne overdøve evt. ubehagelige lugte eller for at bevise, at der er gjort rent (dvs. ved at der også dufter 'rent'). De FOA-respondenter, der arbejder andre steder end i hjemmeplejen (og som typisk har en højere grad af rengøringsopgaver), påpeger at der heller ikke her nødvendigvis er mulighed for selv at vælge rengøringsmidlerne, da dette ofte er bestemt via indkøbsaftaler, at der skal anvendes parfumefri rengøringsmidler. Generelt viser spørgeskemaundersøgelsen blandt rengøringspersonale dog, at der er et ønske om at anvende parfumefri rengøringsmidler, hvis de selv havde muligheden for at vælge, og at der er en generel høj bevidsthed omkring parfumestoffer og evt. allergi. Vi ved dog ikke, om det er personer med en bestemt holdning (mod brugen af parfumestoffer), som har valgt at deltage i spørgeskemaundersøgelsen. FOA-respondenterne havde dog på forhånd sagt ja til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen, og spørgsmålene omkring rengøringsopgaver og parfumestoffer var kun en del af en større spørgeskemaundersøgelse, som FOA-respondenterne svarede på.

Der er i litteraturen rapporteret om en øget forekomst af især håndeksem blandt medarbejdere i rengøringsbranchen, og der er studier, som rapporterer om næsten dobbelt så stor sandsynlighed for at udvikle håndeksem for rengøringsansatte ved brug af parfumerede produkter sammenlignet med den almindelige befolkning. I en dansk undersøgelse af rengøringspersonale fra 2010 havde 4 % af patienterne med en anerkendt arbejdsbetinget kontakteksem fået konstateret allergi overfor parfumestoffer.

Spørgeskemaundersøgelsen blandt personale med rengøringsopgaver viser, at de hyppigste gener, der opleves – og som tilskrives brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne – er kløende hud, hovedpine, nys, løbende næse og irriteret vejrtrækning, men alle listede gener i spørgeskemaet forekom hos en eller flere af respondenterne. Der er en væsentlig større procentdel af 3Fs respondenter (31 %), der har oplevet gener end blandt FOAs respondenter (15 %). En årsag til dette kan være, at der er stor forskel på, hvor stor del af tiden 3F- og FOA-respondenterne arbejder med

rengøring. Hovedparten af 3F-respondenterne (66 %) arbejder med rengøringsopgaver stort set hele tiden i løbet af en arbejdsdag, hvorimod dette tal kun er 5 % for FOAs respondenter (dog ca. 30 % for de FOA respondenter, der ikke arbejder i hjemmeplejen). En anden mulighed er, at det primært er personer, som har oplevet gener, der vælger at svare på spørgeskemaet blandt 3F-respondenterne.

Det skal bemærkes, at der her er tale om såkaldte 'selvdiagnostiserede' gener, dvs. det er udelukkende respondenternes egen vurdering af, om generne skyldes brugen af rengøringsmidler med indhold af parfumestoffer. De ansatte har sandsynligvis en udmærket fornemmelse af årsagen til gener, men det er ikke muligt på baggrund af denne udtalelse fra respondenterne at konkludere, at deres gener rent faktisk skyldes brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler. Vi ved heller ikke på baggrund af denne undersøgelse, hvor alvorlige generne er, dvs. om respondenterne evt. er forhindret i at arbejde på grund af deres gener, eller om der er tale om kortvarige gener. Desuden er det værd at bemærke, at både respondenter i 3F- og FOA-spørgeskemaundersøgelsen angiver, at de oplever gener, som de forbinder med brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne, og at disse gener ser ud til også at skyldes brugen af andre parfumestoffer end de 26 deklarationspligtige parfumestoffer, jf. svarene fra SPT-spørgeskemaundersøgelsen.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at det er næsten halvdelen af respondenterne, der anvender handsker 'næsten hele tiden' i forbindelse med deres rengøringsarbejde (53 % af 3F respondenterne og 43 % af FOA respondenterne). Dette gælder, uanset om deres arbejde udelukkende består af rengøring, eller om de også har andre opgaver end rengøring. Blandt både 3F- og FOA-respondenterne er det 19 % af de adspurgte, der aldrig eller sjældent anvender handsker i forbindelse med deres rengøringsopgaver. Målet for denne undersøgelse har været at se på brugen af parfumestoffer og evt. gener fra disse. En evt. sammenhæng mellem gener og brug af handsker er ikke undersøgt nærmere.

Konklusioner

De væsentligste konklusioner fra denne kortlægning af anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandlen er således at:

Detailhandlen

- Brug af duftmarketing i form af maskiner/apparater, der automatisk udsender parfumestoffer i butikkerne, er begrænset. Brug af f.eks. duftlys, duftolier eller lignende er mere udbredt.
- Der er begrænset viden om, hvilke parfumestoffer der anvendes til duftmarketing. Det har ikke været muligt at få informationer fra udenlandske producenter, men noget tyder på, at der blandt andet anvendes nogle af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer.
- Der er delte meninger blandt de få (5 i alt) sælgere af duftmarketing i Danmark om, hvorvidt markedet er voksende eller aftagende.
- Halvdelen (3 ud af 7) af de adspurgte personer, der arbejder i butikker, der gør brug af duftmarketing, har angivet, at de har gener i form af hovedpine. Der er dog meget få besvarelser i forhold til at kunne konkludere noget endeligt.

Rengøringsbranchen:

- Det ser ud til, at en betydelig andel (mellem en fjerdedel og en tredjedel) af rengøringsmidlerne til erhvervsmæssig brug i Danmark indeholder parfumestoffer.
- Alle producenter/distributører tilbyder dog (med enkelte undtagelser) uparfumerede produkter i deres sortiment.
- Ifølge svarene fra producenter og distributører af rengøringsmidler på det danske marked er det primært andre parfumestoffer end de 26 deklarationspligtige, der anvendes i rengøringsmidlerne (2015). Ifølge Produktregisteret (2012) er det dog ca. halvdelen af de registrerede parfumestoffer, der er deklarationspligtige, 35 % udgøres af allergifremkaldende

ikke- deklarationspligtige parfumestoffer og 14 % af parfumestofferne angives som 'uspecificerede', dvs. det vides ikke, hvilke parfumestoffer, der er tale om.

- Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen tyder på, at der er flere ansatte i det private, der gør rent med parfumerede rengøringsprodukter end i det offentlige.
- Hovedparten af de adspurgte ønsker at anvende brug af uparfumerede rengøringsmidler, men ikke alle har muligheden for selv at vælge.
- Mellem 15 % (FOA-respondenter) og 31 % (3F-respondenter) angiver, at de oplever gener, som de forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler. Disse gener kan meget vel skyldes brugen af andre parfumestoffer end de 26 deklarationspligtige parfumestoffer, jf. svarene fra spørgeskemaundersøgelsen blandt producenter og distributører af rengøringsmidler i Danmark.

Anbefalinger

- Ansatte og virksomheder bør efterspørge rengøringsmidler uden parfume. Bemærk at miljømærkekriterierne generelt begrænser mængden af parfume i produkterne, men mærket er ikke en fuld garanti for at produktet er uden parfume.
- De 82 parfumestoffer, der af den Videnskabelige Komité for Forbrugersikkerhed er vurderet til at være etablerede kontaktallergener bør gøres deklarationspligtige i vaske- og rengøringsmidler, kosmetik og andre produkter. (Dette diskuteres allerede i EU, - i første omgang i forhold til kosmetik. Fokus ligger her på hvordan deklARATIONEN I PRAKSIS kan udformes, således at etiketten stadig er overskuelig for forbrugeren).
- Der bør arbejdes på at vurdere, hvorvidt de 26 deklarationspligtige, samt øvrige etablerede kontaktallergener, bør klassificeres i den strengeste kategori for hudallergener. Dette vil øge beskyttelsesniveauet for arbejdstagerne, som følge af de strengere krav for mærkning for disse stoffer. Enighed om klassificeringen af stofferne, hvad enten der er tale om en harmoniseret klassificering eller selvklassificering, ville bl.a. lette virksomhedernes arbejdsmiljøarbejde, f.eks. ved udarbejdelse af risikovurderingen af de enkelte produkter, for herigennem at kunne erstatte farlige produkter med mindre farlige (substitutionsprincippet).
- Det bør sikres, at der er tilstrækkelig viden om hvilke parfumestoffer, der anvendes i forbindelse med duftmarketing, og om der er mulige skadelige effekter, der kan følge af en erhvervsmæssig udsættelse for disse stoffer.

Summary and conclusion

Allergy among the Danish population is considered as an increasing problem. Perfume allergy is a lifelong condition which can be the cause of permanent or recurring contact dermatitis and thus affect the quality of life. Approximately 1-3% of the population and 16% of the eczema patients in the European population are allergic to fragrances according to a survey of fragrances from the Danish Environmental Protection Agency (SCCS no. 1459, 2011).

Fragrances are on the Danish EPA's List of Undesirable Substances (LOUS), among other things because many active fragrances in perfume mixtures are allergenic. In connection with the LOUS projects, a survey was carried out and a strategy for handling of fragrances was prepared. The LOUS survey and the received response papers indicated among other things that the occupational exposure to fragrances is poorly documented; for instance employees in certain trades such as the cleaning services industry seem to have an increased risk of skin allergy and in the retail trade there is a new tendency, called scent marketing, which aims at using fragrance to increase the sales and create a special atmosphere in the shop. This will also cause that the personnel in the shop is exposed to fragrance in the working environment.

Purpose

This project had the purpose to identify the dissemination of different fragrances in cleaning products in the cleaning services industry as well as the use of scent marketing in the retail trade. In this way, the project was to illustrate:

- The extent of the use of fragrance in the two sectors
- Which fragrances that are the most widespread in the two sectors
- To which extent the employees in the two trades experience problems with commercial exposure to fragrance

Establishment of reference group

At the beginning of the project, a reference group was established with the purpose to assess the progress, course and results of the project. Furthermore, several members of the reference group participated actively in the form of help in connection with the different questionnaire surveys. In addition to the project group, the reference group consisted of the following organizations: FOA, 3F and HK Trade (the largest trade unions in Denmark), SPT (a trade association within the area of cosmetic products and cleaning products), the Danish Chamber of Commerce, CO Industry (an organisation of industrial employees in Denmark), the National Allergy Research Centre in Denmark, the Danish Working Environment Authority and the Danish EPA.

Approach

The survey of the dissemination of fragrances in the two sectors took place in the following ways:

- Analysis of extractions from the Registry of occupational diseases – overview of occupational diseases which are due to exposure to fragrances
- Analysis of extractions from the Danish Product Register – registered amounts of fragrances from the two sectors
- Information retrieval on the use of fragrances and possible problems from these in the two sectors
- Preparation and sending out of questionnaires (through HK Trade, FOA and 3F – trade unions) to selected employees in the two sectors

- Preparation and sending out of questionnaire (through SPT, trade association) to producers and distributors of cleaning products in Denmark
- Contact to other selected actors in the two sectors

Legislation and eco-label criteria

Chemical products within both areas, i.e. cleaning products and fragrances to scent marketing, are subject to the CLP Regulation (EU Regulation no. 1272, 2008) and REACH Regulation (EU Regulation no. 1907, 2006). While the REACH regulation among other things requires that constituents have to be registered, the CLP regulation requires correct classification of the chemical products, including possible labeling of allergenic substances if they are present in concentrations above 0.1 or 0.01% dependent of their sensitizing properties. In addition to this, the Detergent regulation (EU Regulation no. 648, 2004) is applicable for cleaning products. In 1999 the EU Scientific Committee on Consumer Safety assessed that 26 named fragrances were so well-known allergens that the consumers ought to be informed about the presence of these if in a product. Subsequently, the EU Regulation on cosmetics products was revised with the result that it was required that these 26 substances must be declared by name on cosmetic products.

The EU Regulation on detergents follows the regulation on cosmetic products so that allergenic fragrances, which are subject to declaration according to the Cosmetics regulation, also have to be declared on cleaning products if they are present in concentration above 0.01% and the product is sold to private consumers. However, the corresponding obligation to disclose is not required for cleaning products which are sold for commercial use if the corresponding information is available in the form of safety datasheets or similar.

Both Swan labelled and Flower labelled cleaning products are available in the market – also for cleaning products for commercial use. However, eco-labelled cleaning products are not always free from fragrance as eco-labelled cleaning products are allowed to contain the 26 fragrances subject to declaration or other fragrances classified as allergenic in concentrations up to 0.01% per fragrance substance. However, this stipulated limit of 0.01% is so low that the Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS) assesses that in general it will be enough to prevent elicitation, i.e. causing an allergic reaction in individuals who are already sensitized (unless experimental or clinical substance specific data are available showing other levels of elicitation). To this must be added that not all fragrances necessarily have a harmonized classification as allergenic even if SCCS assesses the fragrances in question to be allergenic.

The Registry of occupational diseases

Extractions from the Registry of occupational diseases show that only few notifications of occupational diseases are registered under the impact “perfume and fragrances”. In 2013, in total 7 occupational diseases were notified under this impact. From the Registry of occupational diseases, it is not possible to find what the real reason for the notified occupational disease is, as it does not appear clearly from the registered sectors and positions whether the direct reason is related to cleaning work with fragrances or work in the retail trade in a shop using scent marketing. The reason for the few notifications might be due to a general underreporting of occupational diseases together with the fact that the notification takes place before the doctor knows that the occupational disease is due to a perfume allergy. Therefore, it is more obvious for the doctors for instance to state other impacts such as “soap water, soaps, detergents, cleaning detergents” or “wet work” if an impact due to cleaning products is the subject.

The Danish Product Register

The Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS) concluded in a new opinion from 2012 (SCCS/1459/11) that 82 fragrances are assessed to be established contact allergens for humans (including the 26 fragrances subject to declaration). An extraction from the Danish Product Register was made on all these 82 fragrances (covering more than 117 different CAS numbers).

However, several notifications to the Danish Product Register are made as an “unspecified fragrance” for which reason this group was also included in the search. The search shows that approx. 113 tons of fragrances are annually (2012) imported to Denmark of which the two fragrances benzyl alcohol and turpentine (oil) represent approx. 111.8 tons annually. However, these two substances have many other applications than only fragrance, for instance as solvent in paint and lacquers as well as raw material for chemical synthesis of a large number of other chemicals. Fragrances registered solely for use in sector codes related to cleaning amount to in total 4.6 tons annually (2012) which are used in 20,677 tons of cleaning products (2012) equal to an average concentration of fragrances in cleaning products of 0.02% if all cleaning products contain fragrances (the 82 fragrances as well as fragrances registered as “unspecified”). According to the information in the Danish Product Register, the concentration of fragrances varies from 0 (no fragrances) to generally 0.5%, however, up to 17% in a single product. No corresponding information for products for scent marketing has been identified.

Results from the survey of the use of scent marketing in the retail trade

The survey of the scent marketing phenomenon shows that the technical literature on scent marketing is limited. The majority of the technical literature in the area deals with the reason why shops make use of scent marketing – namely because the sale and the purchase experience are improved by use of odours (and preferably in combination with other sensations, such as light and sound). Thus, the use of odours (and other sensations) is a way for shops to give the customer a better shopping experience so the physical shops today have a possibility to compete with the increasing internet trade. Information in the technical literature also shows that even if shops might not use odour in their shops the products which they sell might be added odour. For instance, a scent can intentionally be added on a pair of blue jeans or shoes in order to get a better sale of the product. Today the use of scent marketing is especially used in the USA, Asia and Southern Europe.

The survey completed in this project shows that primarily two companies in Denmark sell scent marketing products where automatic apparatus is used for distribution of fragrances. Generally, no information is received about the used fragrances but a salesman has stated that fragrances with a content of one or more of the 26 fragrances subject to declaration (for instance linalool, limonene, citronellol and citral) are typically used.

Contact to both salesmen of scent marketing in Denmark as well as telephone inquiries to users of scent marketing show that the use of scent marketing is not especially widespread in Denmark. The phenomenon is primarily used within clothes and housing shops (furniture) where a handful of companies (chains) seems to use scent marketing. Other types of shops which are mentioned in connection with scent marketing are shoe and jewel shops. Therefore, it was decided to carry through a questionnaire survey among the members of the trade union HK Handel within the clothes and furniture business to limit the area (and narrow down the number of participants). The use of scent marketing was also identified within the hotel business but this is not investigated further as it was outside the scope of this project. This questionnaire – which however gave a limited number of answers (62 in total (response rate of 1.9%)) – shows that 11% of the respondents (7 persons) work in a shop where odours or fragrances are used to create a special atmosphere. A corresponding number of respondents states that that they have earlier worked in a shop with scent marketing (5 persons) or work in a shop which considers using scent marketing (2 persons). However, we do not know whether the persons who have answered are from the same chain of shops and the number of answers is too few to make any final conclusion of the answers. However, it turns out that only two of these persons who work in a shop (and one who has done it previously) make use of scent marketing in form of an apparatus which automatically sends out odours or fragrances in the shop. Otherwise, methods are used in the form of baking of cinnamon rolls at dinner time, use of perfumed detergents and softener (in clothes shops) as well as use of scented candles (however, primarily in the months of the year where it is dark).

The survey also shows that a few salesmen of scent marketing are convinced that scent marketing is an improving phenomenon and it will be far more extensive than today. Others are of the opposite conviction and have closed their companies because no sale has taken place during the recent years in Denmark

Direct skin contact with fragrances seems to be the main source of exposure when it comes to perfume allergy. Exposure through inhalation, as for instance by use of scent marketing, seems to be of less importance. Fragrances in the indoor environment might act as irritants but knowledge on the respiratory sensitization potential of the substances is for most of the fragrances in question limited.

From the contact to the shops which use or have used fragrances it is seen that a single shop stopped the use of scent marketing because the employees got headache. Three out of the seven persons who work in shops with scent marketing stated headache as a problem but it is not possible to clarify a potential correlation further as the number of answers regarding the use of scent marketing in general was too small.

Results from the survey of the use of fragrances in the cleaning services industry

The information retrieval indicates that the 26 fragrances subject to declaration are used to a great extent in the cleaning products. A recent Swiss survey (from 2014) of cleaning products used for professional cleaning shows that approximately a quarter of the cleaning products contained fragrances in a concentration of between 0.01 and 5% and that many of the 26 fragrances subject to declaration are used in the products. However, it must be emphasized that in basically all surveys it is exclusively declaration of contents which are examined (of which only the 26 fragrances subject to declaration appear) or analyses are made where there is exclusively analyzed for the fragrances subject to declaration. Thus there has been no focus on other fragrances in the technical literature.

A questionnaire survey among producers and distributors of cleaning products for professional use in Denmark (where 8 out of 13 companies answered the questionnaire) clearly shows that primarily other fragrances than the 26 fragrances subject to declaration are used in these cleaning products in Denmark. For instance, 13% of the companies state that they sell all-purpose cleaning agents without fragrances at all while 75% state that they sell all-purpose cleaning agents without the fragrances subject to declaration. However, the extraction from the Danish Product Register of the established 82 contact allergens shows that approximately half of the registered amount of fragrances (51%) is from the fragrances subject to declaration and that 35% of the registered amount of fragrances comes from the rest of the 82 allergenic fragrances which are not a part of the fragrances already subject to declaration. As many as 14% of the fragrances are stated as "unspecified", i.e. the fragrances in question are unknown.

An estimate based the Danish producers' and distributors' approximate market shares and approximate shares of cleaning products with a content of fragrances shows that approximately 26% of the cleaning products for professional use on the Danish market contain fragrances.

A questionnaire among employees with cleaning tasks was made through 3F and FOA's members. 3F and FOA made the identification of relevant members and the distribution of the questionnaire. The questionnaire itself was prepared in co-operation with the reference group, including 3F and FOA.

The questionnaire survey among cleaning staff who is member at 3F (75 answers in total with a response rate of 3.1%) and FOA (1,092 answers in total with a response rate of 51%) shows that for the most often used cleaning products, between 26 and 31% of these contain fragrances. Like in the Swiss survey, this information shows that there is a substantial use of fragrances in cleaning products for commercial use in Denmark. It is estimated that between a quarter and a one third of

these cleaning products in Denmark contain fragrances. However, the questionnaire survey shows that all producers/distributors of cleaning products (with a few exceptions) offer fragrance-free products in their assortment. However, the survey does not show anything about the concentration of fragrances which are used in the products.

Today most municipalities and regions have the policy that the used cleaning products must not contain fragrances. Of the answers from the asked cleaning companies (the 14 largest on the Danish market) it is seen that most of them use eco-labelled cleaning products without fragrances. However, some companies state that there might be cases where cleaning products with fragrances are used (when for instance bad smell must be masked). Five companies did not want to answer the inquiry concerning the use of fragrances.

The questionnaire survey among cleaning staffs indicates that more persons in the private sector than in the public sector use cleaning products with fragrances. For the FOA respondents 24% of the employees from the private sector answer that either "all" or "many" contain fragrances whereas the number is 18% for municipal employees and 5% for employees in the regions. However, too few of the respondents are state-employed so a qualified comparison cannot be made. The corresponding picture for the 3F study is also unclear for the few answers in the category of public employees (2-9 answers depending on the type of cleaning product).

The questionnaire survey among the FOA respondents where many of the respondents work in the home care service sector shows that the respondents often cannot choose which cleaning products they have to use as they are to clean with the cleaning products which the citizens buy. Even if both the municipality and the home care service sector try to influence the citizens to use fragrance-free cleaning products the citizen might have the wish that fragrance has to be in the cleaning products so the smell will be "clean". It has to be noted that when the cleaning products are bought by the citizens themselves, it is cleaning products for private use/the retail trade and not cleaning products for professional use which this project has investigated. Furthermore, some FOA respondents indicate that they themselves want to use scented cleaning products in the home care service sector to remove possible unpleasant odours or to be able to prove that cleaning has taken place (i.e. it also smells "clean"). The FOA respondents who work at other places than in the home care service sector (and who typically have a higher degree of cleaning tasks) indicate that sometimes they themselves do not have the possibility of choosing the cleaning products as this is often decided through purchasing agreements whether fragrance-free cleaning products have to be used. Generally the questionnaire survey among cleaning staffs shows that there is a wish to use fragrance-free cleaning products if they themselves had the possibility of choosing and that a generally high awareness about fragrances and possible allergy is present. However, the FOA respondents had in advance accepted to participate in the questionnaire survey and the questions regarding cleaning tasks and fragrances were only a part of a large questionnaire survey which the FOA respondents answered.

In the technical literature, reports tell about an increased occurrence of especially hand eczema among the employees in the cleaning services industry and studies report about nearly twice as big likelihood of developing hand eczema for cleaning employees when using scented products compared with the general population. In a Danish study of cleaning staffs from 2010, 4% of the patients with a recognized occupational contact eczema had been diagnosed with allergy to fragrances.

The questionnaire survey among personnel with cleaning tasks shows that the most frequent problems which are experienced – and which are due to the use of fragrances in the cleaning products – is itchy skin, headache, sneeze, runny nose and irritated breathing but all the listed problems in the questionnaire are present for one or several respondents. A substantially larger percentage of the 3F respondents (31%) who have experienced problems than among FOA's respondents (15%). A reason for this might be that there is a substantial difference in how much

time the 3F and FOA respondents work with cleaning. The majority of the 3F respondents (66%) has cleaning tasks nearly all the time during a working day whereas this number is only 5% for the FOA respondents (however approx. 30% for those FOA respondents who do not work in the home care service sector). Another possibility is that persons who have experienced problems have primarily chosen to answer the questionnaire among the 3F respondents.

It must be noted that this is so-called "self-diagnosed" inconveniences, i.e. it is solely the respondents' own assessment of whether the inconveniences are due to the use of cleaning products with a content of fragrances. The employees have most probably a quite good feeling of the reason for inconveniences but based on these remarks from the respondents, it is not possible to conclude that their inconveniences are in fact due to the use of fragrances in cleaning products. Based on this survey, we do not know either how serious the inconveniences are, i.e. whether the respondents might be prevented from working due to their inconveniences or whether it is a question of short-term inconveniences. Furthermore, it is worth noting that both respondents in the 3F and FOA questionnaire survey state that they experience inconveniences which they connect with the use of fragrances in the cleaning products and that these inconveniences also seem to be due to the use of other fragrances than the 26 fragrances subject to declaration, cf. the answers from the SPT questionnaire survey.

The questionnaire shows that nearly half of the respondents uses gloves "nearly all the time" in connection with their cleaning work (53% of the 3F respondents and 43% of the FOA respondents). This applies whether their work solely consists of cleaning or if they also have other tasks than cleaning. Among both the 3F and FOA respondents, it is 19% of the respondents who never or rarely uses gloves in connection with their cleaning tasks. The purpose of this survey has been to notice the use of fragrances and possible inconveniences from these. A possible connection between inconveniences and use of gloves has not been investigated further.

Conclusions

The most important conclusions from this survey of the use of fragrances in the cleaning services industry and the retail trade are as follows:

The retail trade

- Use of scent marketing in the form of machines/apparatus which automatically send out fragrances in the shops is limited. Use of for instance scented candles, scented oils or similar is more used.
- There is limited knowledge about which fragrances that are used for scent marketing. It has not been possible to get any information from foreign producers but it seems as if among other things some of the 26 fragrances subject to declaration are used.
- The few salesmen (5 in total) of scent marketing in Denmark do not agree whether the market is increasing or decreasing.
- Half of the respondents (3 of 7) who work in shops which make use of scent marketing have stated that they have inconveniences in the form of headache. However, there are very few answers in order to be able to make a final conclusion.

The cleaning services industry:

- It seems that a substantial part (between a quarter and one third) of the cleaning products for professional use in Denmark contains fragrances.
- However, all producers/distributors offer (with a few exceptions) unscented products in their product range.
- According to the answers from producers and distributors of cleaning products on the Danish market, it is primarily other fragrances than the 26 fragrances subject to declaration which are used in the cleaning products (2015). However, according to the Danish Product Register (2012) about half of the registered fragrances are subject to declaration, 35% are allergenic

fragrances not subject to declaration, and 14% of the fragrances are stated as “unspecified”, i.e. the fragrances in question are unknown.

- The results from the questionnaire indicate that more employees in the private sector than in the public sector use cleaning products with fragrances.
- The majority of the respondents want to use unscented cleaning products but not all have the possibility of choosing themselves.
- Between 15% (FOA respondents) and 31% (3F respondents) state that they experience inconveniences which they connect with the use of scented cleaning products. These inconveniences might be due to the use of other fragrances than the 26 fragrances subject to declaration, cf. the answers from the questionnaire survey among producers and distributors of cleaning products in Denmark.

Recommendations

- Employees and companies should ask for cleaning products without fragrances. Please note the the Eco label criteria generally restrict the amount of fragrance in the products but the label does not fully guarantee that the product is without fragrance.
- The 82 fragrances which by the Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS) are assessed to be established contact allergens ought to be subject to declaration in laundry detergents and cleaning detergents, cosmetics and other products. (This is already discussed in the EU – at first in relation to cosmetics. Focus here is how the declaration in practice can be developed so that the label is still clear for the consumer).
- An assessment of whether the 26 contact allergens subject to declaration, and also the remaining established contact allergens, should be classified in the most strict category of skin sensitizers would increase the protection level for the employees due to the more stringent labelling requirements for these substances. Agreement on the classification of the substances, whether as harmonized classification or self-classification would facilitate the working environmental work of the companies, for instance through preparation of the risk assessment of the individual products and in this way to be able to replace hazardous products by less dangerous (the substitution principle).
- It ought to be secured that sufficient knowledge about which fragrances that are used in connection with scent marketing is available and whether possible harmful effects can derive from an occupational exposure for these substances.

1. Indledning

1.1 Baggrund

Allergi blandt den danske befolkning anses som et voksende problem. Parfumeallergi er en livslang tilstand, der kan give anledning til permanent eller tilbagevendende kontakteksem og derfor påvirke livskvaliteten. Omkring 1-3 % af befolkningen og 16 % af eksempatienter i den europæiske befolkning er overfølsomme over for duftstoffer ifølge en kortlægning af parfumestoffer fra Miljøstyrelsen (SCCS nr. 1459, 2011).

Parfumestoffer er på Miljøstyrelsens Liste over Uønskede Stoffer (LOUS), bl.a. fordi mange aktive duftstoffer i parfumeblandinger er allergifremkaldende. I forbindelse med LOUS-projekterne blev en kortlægning gennemført og en strategi udarbejdet for håndtering af parfumestoffer. LOUS-kortlægningen og de indkomne høringssvar pegede bl.a. på, at den erhvervsmæssige udsættelse for parfumestoffer er dårligt belyst, bl.a. synes arbejdstagere i bestemte erhverv, såsom rengøringsbranchen, at have øget risiko for hudallergi som følge af parfume i rengøringsprodukterne.

Herudover er der inden for de sidste par år opstået et nyt markedsføringskoncept, hvor parfume og dufte anvendes for at fremme salg i bl.a. storcentre og butikker. Der har fra nogle sider været udtrykt bekymring i forhold til dette marketingskoncept og de ansattes sundhed. De Vader (2009) går så langt som til at kalde brugen af parfumestoffer på arbejdspladsen for en parallel til passiv rygning, dvs. et større sundhedsproblem, der først lige akkurat er begyndt at blive sat fokus på. Derudover er udbredelsen af dette marketingskoncept i Danmark ikke kendt.

1.2 Formål

Formålet med dette projekt har været at afdække udbredelsen af forskellige parfumestoffer i rengøringsmidler i rengøringsbranchen, samt brugen af duftmarketing i detailhandlen.

Kortlægningen skal give et overblik over omfanget af anvendelsen af parfume i de to brancher, og ligeledes, så vidt muligt, hvilke parfumestoffer der er mest udbredt i de to brancher. Derudover også om der er tale om potentielt sundhedsskadelige (allergifremkaldende) parfumestoffer, som anvendes i de to brancher. Endelig har formålet været at undersøge, i hvilket omfang de ansatte i de to brancher oplever gener ved erhvervsmæssig udsættelse for parfume.

1.3 Definitioner

I dette afsnit defineres de mest anvendte begreber i rapporten.

1.3.1 Parfumestoffer og duftstoffer

Parfumestoffer og duftstoffer opfattes som det samme begreb i dette projekt¹. Ifølge Videncenter for Allergi (2015) er en parfume en blanding af duftstoffer, som er sammensat så de danner et æstetisk hele. En parfume kan bestå af 10 eller 300 enkeltstoffer, og der er ca. 2.500 forskellige duftstoffer at vælge imellem, når en ny duft skal udvikles.

¹ Det skal bemærkes, at i LOUS kortlægningen af parfumestoffer blev der som udgangspunkt set på alle stoffer, der kunne indgå i parfumeblandinger, dvs. også eventuelle opløsningsmidler, farvestoffer og konserveringsmidler. I dette projekt er det primære fokus på duftstofferne i parfumeblandingerne.

Den Videnskabelige Komite for forbrugersikkerhed (Scientific Committee on Consumer Safety – SCCS) har udfærdiget en såkaldt opinion (SCCS/1459/11) om allergene parfumestoffer, og denne opinion (vurdering) anvendes til at identificere relevante parfumestoffer (Se også afsnit 4.2.1.2.). I kortlægningen blev det valgt, i samarbejde med følgegruppen for projektet, at fokusere på de 82 parfumestoffer, som SCCS har vurderet til at være allergene for mennesker ved hudkontakt – såkaldte 'etablerede kontaktallergener for mennesker'. Parfumestofferne findes i tabel 13-1 i den ovennævnte opinion. En liste over disse 82 allergifremkaldende parfumestoffer kan findes i Tabel 20 i Bilag 1: "Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer".

Parfumestoffer er flygtige og SCCS nævner i sin opinion, at mange af de stoffer, der er allergene ved hudkontakt, ofte også vil være irriterende i luftvejene. De er estimeret, at 2-4% af den voksne befolkning har symptomer på effekter på åndedræt eller øjne pga af parfumeeksponering.

Ifølge SCCS bliver 80 % af den totale volumen af parfumestoffer brugt i kosmetiske produkter, og de resterende 20 % bliver brugt i husholdningsprodukter, såsom f.eks. rengøringsmidler. Disse oplysninger er baseret på data fra parfumestofindustrien (SCCS nr. 1459, 2011).

1.3.2 Rengøringsmidler

Rengøringsmidler defineres som i detergentforordningen, (EU forordning nr. 648/2004 om vaske- og rengøringsmidler). Her er "vaske- og rengøringsmidler" bl.a. defineret som "Ethvert stof eller blanding, der indeholder sæbe og/eller andre overfladeaktive stoffer, og som er beregnet til vaske- og rengøringsprocesser. Vaske- og rengøringsmidler kan foreligge i en hvilken som helst form (flydende, i pulver- eller pastaform eller i form af stænger, blokke, støbte stykker, figurer osv.) og markedsføres eller anvendes til husholdningsformål eller i institutioner eller til erhvervsmæssige formål". Andre produkter, der betragtes som vaske og rengøringsmidler er bl.a. også andre vaske- og rengøringsmidler beregnet til andre vaske og rengøringsprocesser. Endvidere står det beskrevet i detergentforordningen, at rengøringsmidler er "beregnet til universalrengøring i husholdningen og/eller anden rengøring af overflader (f.eks. materialer, produkter, maskiner, apparater, transportmidler og udstyr hertil, instrumenter osv.)".

I dette projekt er der udelukkende fokus på den professionelle brug af rengøringsmidler, og de rengøringsprodukter, der fokuseres på, er produkter, som anvendes på gulve, vægge og andre flader (f.eks. universalrengøringsmidler). Der fokuseres på de rengøringsmidler, hvor der er hudkontakt ved anvendelse, dvs. at produkter som f.eks. toiletrengøring eller afløbsrens ikke anses som relevante.

1.3.3 Duftmarketing

Forbrugerombudsmanden har i en sag om duftmarketing givet følgende definition af duftmarketing: "Brug af dufte til at påvirke forbrugers underbevidsthed med det formål at øge salget af en vare" (Forbrugerombudsmanden, 2004).

Virksomheder, der sælger produkter til brug for duftmarketing, beskriver, at duftmarketing (eller duftbranding eller 'sensory shopping' eller sansemærkedføring, som det også kaldes) handler om mere end blot at sprede en behagelig duft i et rum, men om at udvikle en duftstrategi og dermed en duft, der indfanger essensen af en virksomheds varemærke eller forstærker andre brandingaspekter. Nogle virksomheder kombinerer brugen af duftmarketing med andre 'sensoriske trigger' som f.eks. brug af lys og lyd til at etablere en 'følelsesmæssig forbindelse med forbrugerne' (Air Aroma, 2015; Mood Media, 2015). Andre virksomheder sælger dufte til at skabe en bestemt stemning med det formål at give en virksomheds varemærke et personligt præg og dermed øge opmærksomheden omkring varemærket (Ambient Idea, 2015).

Et svensk kandidatspeciale fra 2009 beskriver, at duftmarketing handler om bevidst at bruge dufte aktivt i markedsføringen som et markedsføringsværktøj. Det samme speciale beskriver desuden, at den måde, vi forbruger på, har ændret sig og er i dag langt mere følelsesbetonet. Forbrugerne anses

i dag for at være polysensoriske eksistenser, som søger efter mere emotionel og sensorisk stimulation, når de handler. Denne udvikling i forbrug er del af en trend, der kaldes "retailtainment", som er et sammentræk af "retail" og "entertainment", og som handler om at stimulere vores fem sanser på en strategisk måde (Blondeau & Tran, 2009). Hidtil er det primært synet og hørelsen, der har været stimuleret, men brugen af dufte er på vej og anvendes i udbredt grad i USA og Sydeuropa i dag.

I dette projekt er duftmarketing defineret som en bevidst aktiv udsendelse af duftstoffer/parfumer, dvs. enten manuelt eller mekanisk med det formål i markedsføringsøjemed at udsende en bestemt duft i butikken og dermed skabe en særlig stemning i butikken.

Duftmarketing kan foregå manuelt f.eks. ved, at personalet selv sprøjter duftstoffer/parfumer ud i lokalet eller ved brug af karafler med siv/strå, der trækker parfumen fra karaflen ud i rummet (en såkaldt diffusor). Duftmarketing kan også foregå mekanisk via apparater, der med jævne mellemrum eller via bevægelsessensor sprøjter duftstoffer/parfumestoffer ud i lokalet. I dette projekt er der primært fokus på den mekaniske form for duftmarketing, dvs. ved hjælp af apparater der automatisk udsender duftstoffer/parfumestoffer.

2. Lovgivning for parfumestoffer

I dette afsnit gennemgås relevant lovgivning for parfumestoffer for rengøringsmidler og duftmarketing. Desuden gennemgås kravene til indhold af parfumestoffer for miljømærkede rengøringsmidler.

2.1 Regler for brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler og duftmarketing

Parfumestoffer i rengøringsbranchen er bl.a. reguleret via EU's Forordning om vaske- og rengøringsmidler (detergentforordningen, EU nr. 648/2004), CLP-forordningen (EU nr. 1272/2008) og REACH-forordningen (EU nr. 1907/2006). Produkter, der anvendes til duftmarketing, er reguleret via CLP og REACH. REACH stiller bl.a. krav om, at indholdsstofferne skal registreres og om udarbejdelse af sikkerhedsdatablade for stoffer og materialer. CLP-forordningen stiller krav om, at kemiske produkter (såsom rengøringsmidler og produkter til duftmarketing) skal klassificeres som sensibiliserende og mærkes med faresætningen "Kan udløse allergisk hudreaktion", når der indgår et eller flere sensibiliserende stoffer (klassificeret som Skin sens 1 eller Skin sens 1B) i produktet i en koncentration på 1,0% eller derover. For særligt sensibiliserende stoffer (klassificeret som Skin sens 1A) går grænsen for klassificering og mærkning allerede ved et indhold på 0,1% eller derover. Dertil er der særlige mærkningskrav for produkter, der ikke er klassificerede som sensibiliserende, men som indeholder sensibiliserende stoffer i koncentrationer under klassificeringsgrænsen. Sætningen "Indeholder [navn på sensibiliserende stof]: Kan udløse allergisk reaktion" skal således fremgå på etiketten, når produktet indeholder sensibiliserende stoffer (klassificeret som Skin sens 1 eller Skin sens 1B) i en koncentration på 0,1 % eller derover. For særligt sensibiliserende stoffer (klassificeret som f.eks. Skin Sens 1A) er grænsen for den særlige mærkning allerede 0,01 %.

Dette betyder, at de sensibiliserende parfumestoffer vil fremgå af etiketten, hvis de indgår i koncentrationer over hhv. 0,1 % (stoffer klassificeret Skin sens 1 eller Skin sens 1B) eller 0,01 % (stoffer klassificeret Skin sens 1A). Nogle allergene parfumestoffer vurderes imidlertid at have en mildere klassificering, end de burde have (Miljøstyrelsen, 2015) og derfor vil et indhold af allergene parfumestoffer ikke altid fremgå af etiketterne på produkterne.

EU Forordning nr. 648/2004 om vaske- og rengøringsmidler stiller krav om, at de 26 allergene parfumestoffer, som også har et særligt mærkningskrav ifølge kosmetikforordningen, skal deklareres på listen over ingredienser på produktet, hvis de er til stede i koncentrationer over 0,01 % og produktet sælges til private forbrugere. Disse 26 deklarationspligtige parfumestoffer vil derfor på produkter, der sælges til private forbrugere typisk fremgå af indholdsdeklarationen, hvis de anvendes i rengøringsmidler, hvorimod brugen af alle andre parfumestoffer ikke vil fremgå af indholdsdeklarationen – ud over den generelle betegnelse "parfum", som altid skal anvendes, hvis produktet, der sælges til private forbrugere indeholder parfumestoffer. Det kan forventes, at der vil komme krav til mærkning/information om de i alt 82 parfumestoffer, der er vurderet som allergifremkaldende for mennesker af SCCS (SCCS nr. 1459, 2011). Der er i øjeblikket fokus på disse 82 parfumestoffer i kosmetik, men da detergentforordningen følger kosmetikforordningen på dette

punkt (se forordningens bilag VII) vil en beslutning om deklarationskrav på kosmetik efterfølgende få betydning for deklarationskravene af vaske- og rengøringsmidler.

For vaske- og rengøringsprodukter, der kun sælges erhvervsmæssigt, og som ikke sælges til almindelige forbrugere, behøver ovennævnte krav ikke at være opfyldt, hvis de tilsvarende oplysninger foreligger i form af sikkerhedsdatablade eller på lignende egnet vis.

Denne eksisterende lovgivning for rengøringsprodukter betyder, at observationer af etiketter fra disse produkter kun kan give et begrænset billede af, hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidler. For produkter til duftmarketing, hvor der ikke er samme oplysningspligt angående indhold af parfumestoffer (CLP og REACH er gældende her), vil det ofte ikke være muligt at få informationer om brugen af parfumestofferne, medmindre disse er faremærkede og således vil fremgå af sikkerhedsdatablade, hvis de anvendes i tilstrækkelige høje koncentrationer.

2.2 Arbejdsmiljølovgivningen

Ifølge Arbejdstilsynets bekendtgørelse nr. 559/2004 (Arbejdstilsynet, 2004) om arbejdets udførelse er det en arbejdsgivers pligt at sikre et fuldt ud sikkert og sundt arbejdsmiljø for de ansatte, herunder også når rengøringspersonale anvender rengøringsmidler, og når personale i detailhandlen bliver eksponeret for parfumestoffer via duftmarketing.

Det fremgår af § 4 af Arbejdstilsynets bekendtgørelse om arbejdets udførelse (Arbejdstilsynet, 2004), at arbejdet i alle led skal planlægges og tilrettelægges således, at det kan udføres sikkerheds- og sundhedsmæssigt fuldt forsvarligt. Endvidere skal det sikres, at de samlede påvirkninger i arbejdsmiljøet på kort eller lang sigt ikke forringer de ansattes sikkerhed og sundhed.

I henhold til § 16 i samme bekendtgørelse skal unødigt påvirkning fra stoffer og materialer undgås, og påvirkningen fra stoffer og materialer under arbejdet skal derfor nedbringes så meget, som det er rimeligt under hensyntagen til den tekniske udvikling. Derudover skal særlig følsomme risikogrupper blandt ansatte beskyttes mod farer, som for dem er særlig alvorlige (bekendtgørelsens § 8, stk. 2).

Herudover er der angivet supplerende regler i Arbejdstilsynets bekendtgørelse nr. 292 af 26. april 2001 (Arbejdstilsynet, 2001) om arbejde med stoffer og materialer. Disse regler gælder arbejde, som er omfattet af Arbejdstilsynets farlighedsbegreb, herunder arbejde, som på grund af sin art eller de forhold, hvorunder det foregår, kan indebære en fare for sikkerhed og sundhed (§ 1, stk. 2). I denne bekendtgørelse defineres stoffer og materialer, som kan være farlige for eller i øvrigt forringe sikkerhed eller sundhed, bl.a. som "stoffer eller materialer, som på grund af deres fysisk-kemiske, kemiske eller toksikologiske egenskaber og den måde, hvorpå disse anvendes eller forekommer på arbejdspladsen, kan indebære en risiko for påvirkning fra stoffer og materialer" (i § 2, stk. 2, nr. 5).

I disse tilfælde skal der efter bekendtgørelsens kapitel 3 udarbejdes en særlig kemisk arbejdspladsvurdering, og påvirkning fra farlige stoffer og materialer, herunder allergifremkaldende stoffer, skal fjernes, erstattes eller begrænses til et minimum (substitution).

Reglerne om forebyggelse/substitution er desuden beskrevet i bekendtgørelsen om arbejde med stoffer og materialer (Arbejdstilsynet, 2001). Arbejdsgiveren skal sørge for, at farlige stoffer og materialer på arbejdspladsen fjernes, erstattes eller begrænses til et minimum (§ 11).

Foranstaltninger til dette skal foretages ved at erstatte et farligt stof eller materiale med et ufarligt, mindre farligt eller mindre generende stof eller materiale eller arbejdsproces (§ 12). Det skal herunder sikres, at stofferne og materialerne anvendes i den form, der medfører mindst risiko for påvirkning ved arbejdet. Erstatning/substitution skal foretages, uanset at påvirkningerne fra de

farlige stoffer og materialer er ubetydelige (§ 13, stk. 1). Såfremt brugen af et erstatningsstof eller -materiale vil medføre ikke uvæsentlige forskelle i tekniske egenskaber eller udgifter, skal der foretages en samlet afvejning af de tekniske og økonomiske konsekvenser over for de sikkerheds- og sundhedsmæssige hensyn (§ 13, stk. 2).

Parfumestoffer, inklusive de æteriske olier, kan medføre risiko for allergiske reaktioner, da mange parfumestoffer anses for at være allergifremkaldende (se afsnit 4.2.1.2 ”SCCS-opinion om parfumestoffer” (SCCS nr. 1459, 2011)).

Der kan således være tilfælde, hvor anvendelse af duftmarketing eller arbejde med parfumerede rengøringsmidler medfører unødigt påvirkning af de ansatte fra stoffer og materialer. Det vil dog altid afhænge af en konkret vurdering, hvori det f.eks. kan indgå, om stoffet er mærket som allergifremkaldende, i hvilket omfang og hvor hyppigt de ansatte udsættes for stoffet i arbejdslokaler, og om de ansatte eventuelt mærker gener på hud eller i næse og hals fra stoffet.

2.3 Miljømærkning af rengøringsmidler

Der forekommer ikke miljømærkekriterier for duftmarketingprodukter, men følgende miljømærkekriterier eksisterer per november 2015 for rengøringsmidler:

- Svanen: Rengøringsmidler (Nordisk Miljømærkning, 2014)
- Blomsten: Rengøringsmidler (Kommissionens afgørelse nr. 383, 2011)

Herudover eksisterer der miljømærkekriterier for rengørings- og affedtningsmidler til industrien (Svanen), men disse anses for at være uden for dette projekts fokusområde, som er de mere almindelige dagligdags rengøringsmidler.

De kriterier ovenstående kriteriedokumenter stiller til indholdet af parfumestoffer er sammenfattet i Tabel 1 nedenfor. Der er udelukkende fokuseret på kriterier for parfumestoffer eller kriterier, der omhandler krav til klassificering og mærkning af allergifremkaldende egenskaber.

Kriteriedokument	Rengøringsmidler (Svanen)	Rengøringsmidler (Blomsten)
Omfatter følgende produkter	Rengøringsmidler beregnet til indendørs, almindelig og normal rengøring af faste overflader, køkken og sanitetsinstallationer (toilet, bad, m.m.)	Universal- og sanitetsrengøringsmidler, der omfatter universalrengøringsmidler, vinduespudsemidler og sanitetsrengøringsmidler
Omfatter følgende typer af produkter	Professionelle (hvis mere end 80 % af salget er til det professionelle marked) og forbrugerprodukter	Produkter til både privat og professionel brug
Krav til klassificering	Produktet må ikke være klassificeret med: Skin Sens. 1, 1A eller 1B med H317 Skin Resp. 1, 1A eller 1B med H334 Eller med advarslen ”Indeholder (navn på det allergifremkaldende stof). Kan forårsage en allergisk reaktion”. Dog er der specielle undtagelser for parfumestoffer (100 ppm grænse)	Hverken produktet eller indholdsstoffer må være klassificeret med: H334 (Kan forårsage allergi- eller astmasymptomer eller åndedrætsbesvær ved indånding) eller H317 (Kan forårsage allergisk hudreaktion). Parfumestoffer kan også udelukkes, hvis det har andre uønskede klassificeringer, såsom miljøskadeligt eller CMR, dog må stoffer med disse klassificeringer også indgå i

	Herudover begrænser kravene til minimalt indhold af miljøskadelige stoffer i praksis art og mængde af parfumestoffer	mængder op til 0,01% (100 ppm)
Generelle krav til parfumestoffer	<p>Parfumestoffer, der indeholder nitromoskusforbindelser eller polycykliske moskusforbindelser må ikke anvendes.</p> <p>IFRA² standarder skal følges for parfumestoffer.</p> <p>For de 26 deklarationspligtige parfumestoffer må koncentrationen per stof ikke overstige 100 ppm.</p> <p>Parfumestoffer med ovenstående klassificeringer (H317 og H334) må ikke tilsættes i koncentrationer over 100 ppm.</p>	
Særlige krav til særlige produkttyper	<p>Ovenstående gælder <u>ikke</u> for sprayprodukter og refillere til sprayprodukter. Her gælder i stedet:</p> <p><u>Sprayprodukter til forbrugere:</u></p> <p>Parfumestoffer må være tilsat sprayprodukter, men den max tilladte koncentration af parfumestoffer med H317 eller H334 klassificering eller de 26 deklarationspligtige parfumestoffer er 50 ppm.</p> <p><u>Sprayprodukter til det professionelle marked:</u></p> <p>Parfumestoffer må ikke være tilsat sprayprodukter.</p>	

TABEL 1
OVERSIGT OVER KRAV TIL INDHOLD AF PARFUMESTOFFER I MILJØMÆRKEKRITERIER FOR RENGØRINGSMIDLER

Som det fremgår af miljømærkekravene til parfumestoffer for rengøringsmidler, må der generelt ikke være allergifremkaldende parfumestoffer i miljømærkede produkter (både Blomsten og Svanen) i koncentrationer over 100 ppm per parfumestof. Blomsten stiller skrapere krav for udelukkelse af bestemte klassificeringer, da også enkelte indholdsstoffer kan udelukkes, hvis de har bestemte klassificeringer, såsom f.eks. CMR eller miljøfarlig. Da visse parfumestoffer har klassificeringer som miljøfarlige kan dette krav således udelukke indhold af parfumestoffer pga. dette kriterium. Svanen sætter kun et overordnet krav til at udelukke visse klassificeringer for det samlede rengøringsmiddel. Til gengæld stiller Svanen skrapere krav til rengøringsmidler på sprayform, der ikke må indeholde parfumestoffer, hvis der er tale om professionelle rengøringsmidler og kun den halve mængde parfumestoffer for rengøringsmidler til private forbrugere.

² International Fragrance Association, der sætter standarder for, hvilke parfumestoffer som f.eks. ikke må anvendes, eller i hvilke koncentrationer de må anvendes (Nordisk Miljømærkning, 2014)

3. Registerundersøgelser

Som en del af kortlægningen er der foretaget et udtræk af relevante oplysninger om parfumestoffer i både Erhvervssygdomsregisteret og Produktregisteret.

3.1 Erhvervssygdomsregisteret

Arbejdstilsynet udgiver hvert år en oversigt over erhvervssygdomme, der er anmeldt til Arbejdstilsynets og Arbejdsskadestyrelsens fælles register over erhvervssygdomme – også kaldet Erhvervssygdomsregisteret.

Læger og tandlæger, der gennem deres erhverv konstaterer eller får mistanke om, at en person har pådraget sig en erhvervssygdom eller på anden måde har været udsat for skadelige påvirkninger på sin arbejdsplads, skal anmelde dette til Arbejdstilsynet og Arbejdsskadestyrelsen (Arbejdstilsynet, 2014a). Dette er beskrevet i Bekendtgørelse nr. 605 af 27. maj 2010 om lægers og tandlægers pligt til at anmelde erhvervssygdomme til Arbejdstilsynet og Arbejdsskadestyrelsen (BEK nr. 605, 2010). Ud over læger og tandlæger kan andre såsom fagforeninger, arbejdsgivere og skadelidte selv indgive anmeldelser, men ca. 90 % af anmeldelserne kommer fra læger.

Der er ifølge Arbejdstilsynet en generel underrapportering af anmeldelser af erhvervssygdomme. Det faktum, at der fra et år til et andet er anmeldt flere erhvervssygdomme kan bl.a. skyldes en større fokus på lægers anmeldelsespligt end på en reel stigning i erhvervssygdomme. Andre forhold kan også påvirke antallet af anmeldelser, som f.eks. bedre udsigt til anerkendelse af en sygdom som arbejdsrelateret i Arbejdsskadestyrelsen, og det faktum, at nogle erhvervssygdomme kan være år om at udvikle sig. Arbejdstilsynet skriver i årsrapporten om erhvervssygdomme (Arbejdstilsynet, 2014a) bl.a. følgende omkring underrapportering: *”Stigningen i antallet af anmeldelser fra 2011 til 2013 er usikker at tolke; dels fordi ikke alle tilfælde anmeldes og dels på grund af de forskellige påvirkningsperioder, de anmeldte tilfælde repræsenterer. En del påvirkningsperioder er af ældre dato, da nogle sygdomme som fx kræftsygdomme er længere tid om at udvikle sig, hvorfor anmeldelserne ikke kun afspejler nutidens arbejdsmiljø. Opgørelsen kan derfor ikke i sig selv anvendes til at vurdere udviklingstendenser i arbejdsmiljøet, men kan sammen med andre datakilder, som fx spørgeskemaundersøgelser om arbejdsmiljø og helbred, bidrage til at tegne et billede af skadelige påvirkninger i arbejdsmiljøet og de deraf forårsagede sygdomme. Det vurderes at en del af stigningen skyldes øget opmærksomhed på lægers anmeldepligt i 2012 og 2013”*.

Et dansk forskningsprojekt viser, at en ud af tre allergier ikke opdages ved en rutinetest, dvs. de allergifremkaldende stoffer der er inkluderet i den europæiske 'basis-serie'. Langt flere allergier ville blive opdaget, hvis der blev foretaget en individuel test baseret på de allergifremkaldende stoffer, som individerne rent faktisk var eksponeret for på deres arbejde (Videncenter for Arbejdsmiljø, 2015). I den europæiske 'basis-serie' testes f.eks. kun for de parfumestoffer, der er inkluderet i de såkaldte 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II' (Videncenter for Allergi, 2015a). Disse to 'fragrance mix' dækker dog kun over 14 af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer (se diskussion i afsnit 4.2.2 "Brugen af parfume i rengøringsmidler").

Ved en anmeldelse til Erhvervssygdomsregisteret bliver følgende oplysninger anmeldt (Arbejdstilsynet, 2014a):

- Diagnose – lægelig angivelse af én diagnose ifølge WHO's diagnoseklassifikation.
- Påvirkninger – lægelig angivelse af op til 3 forskellige påvirkninger i henhold til fælles europæisk klassifikation.
- Påvirkningsperiode – dvs. hvornår den skadelige påvirkning i arbejdsmiljøet er begyndt og evt. afsluttet.
- Registreringsår – dvs. det år, hvor anmeldelsen er indgivet.
- Branchegruppe – dvs. den virksomhed, hvor den skadelidte var ansat, da påvirkningen fandt sted. Branchegruppen kategoriseres efter Dansk Branchekode 2007, som er en dansk udgave af EU's standardbrancheklassifikation (NACE).
- Stilling, dvs. hvilken stilling den skadelidte havde på påvirkningstidspunktet ifølge klassifikation udarbejdet af Arbejdsskadestyrelsen. Dette gælder for anmeldelser efter 1.6.2010, hvor der skete et skift i klassificeringen af anmeldelser.

Diagnosen bliver opdelt i en række sygdomsgrupper, hvoraf sygdomsgruppen "hudsygdomme" i 2013 stod for i alt 13 % af de 21.318 anmeldte erhvervssygdomme. Hudsygdommene, der blev anmeldt i 2013, var hovedsageligt allergisk- og toksisk hudeksem (Arbejdstilsynet, 2014a).

Ved en anmeldelse til Erhvervssygdomsregisteret kan lægerne for hver anmeldelse angive op til 3 **påvirkninger**, der vurderes at have forårsaget, forværret eller medvirket til den anmeldte erhvervssygdom, men i de fleste tilfælde angives kun én påvirkning. Gennemsnittet af antal påvirkninger per anmeldelse i 2013 var 1,5 (Arbejdstilsynet, 2014a). De anmeldte påvirkninger er sidestillede. Påvirkningerne inddeles i muskelskeletpåvirkninger, psykosociale arbejdsmiljøpåvirkninger, kemiske og industrielle påvirkninger og biologiske påvirkninger.

Ifølge Arbejdstilsynets opgørelse over erhvervssygdomme for 2013 er "muskelskeletpåvirkninger" den hovedgruppe af påvirkninger, hvor der bliver anmeldt flest påvirkninger (42 % af alle påvirkninger). Under hovedgruppen "kemiske og industrielle påvirkninger" blev der i 2013 anmeldt 14 % af samtlige anmeldte påvirkninger (Arbejdstilsynet, 2014a).

Eksempler på påvirkninger under "kemiske og industrielle påvirkninger" er "Svejsesøg og svejsegasser", "Kosmetiske produkter, hårpleje, hårfarve m.m.", "Farvestoffer", "Sæbevand, sæber, vaskemidler, rengøringsmidler", "Parfume og duftstoffer" m.m.. I alt kan der ved anmeldelsen vælges imellem mere end flere tusinde forskellige påvirkninger. Det er primært påvirkningen "Parfume og duftstoffer", der er relevant for de to brancher i dette projekt. Påvirkningen "Sæbevand, sæber, vaskemidler, rengøringsmidler" kan dække over langt mere end kun parfume og duftstoffer, såsom f.eks. allergiske reaktioner pga. konserveringsmidler eller vådt arbejde.

Ved anmeldelsen til Erhvervssygdomsregisteret angives desuden, hvilken **stilling** og hvilken **branche** erhvervssygdommen er opstået i. For brancherne er det svært at udlede nogle konkrete oplysninger, da der f.eks. kan være ansat rengøringsassistenter i mange forskellige brancher. Stillingen for den skadelidte giver derimod bedre information om, hvorvidt den skadelidte arbejder i en af de to brancher i fokus i dette projekt.

I tabellerne i afsnit 3.1.1 nedenfor er udtræk fra Erhvervssygdomsregisteret angivet.

3.1.1 Udtræk fra Erhvervssygdomsregisteret

Der er foretaget et udtræk for, hvor mange gange påvirkningen "parfume og duftstoffer" er blevet registreret i forbindelse med anmeldelser af erhvervssygdomme. Antallet af påvirkninger er angivet i Tabel 2 for de sidste 10 år. Herudover er der for de sidste to år angivet det totale antal påvirkninger anmeldt i alt, samt det totale antal anmeldelser i alt.

Det ses af Tabel 2, at påvirkningen "parfume og duftstoffer" angives i meget få tilfælde ud af samtlige anmeldte erhvervssygdomme. Dette kan skyldes, at anmeldelsen af erhvervssygdomme

sker, før den egentlige diagnose er stillet. Hvis der er tale om allergiske reaktioner pga. parfume, vil det først langt senere henne i sygdomsforløbet blive fastlagt, at den egentlige årsag til f.eks. eksem er en allergisk reaktion over for parfumestoffer. Videncenter for Allergi påpeger også, at f.eks. eksem over for parfume ofte tilskrives privat forbrug af kosmetiske produkter, hvorfor der kan forekomme en væsentlig underrapportering af påvirkninger, der skyldes parfume og duftstoffer.

Årstal	Antal påvirkninger		Antal anmeldelser
	Påvirkningen ”parfume og duftstoffer”	I alt (alle påvirkninger)	I alt (alle anmeldelser)
2004	15	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	13.210
2005	22	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	15.535
2006	21	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	17.238
2007	24	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	17.354
2008	13	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	16.895
2009	15	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	15.817
2010	8	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	15.090
2011	6	<i>Udtræk er ikke foretaget</i>	17.458
2012	6	27.336*	19.899
2013	7	30.815**	21.309

TABEL 2
ANTAL ANMELDELSER AF ERHVERVSSYGDOMME MED PÅVIRKNINGEN ”PARFUME OG DUFTSTOFFER” I PERIODEN FRA 2004-2013. BEMÆRK, AT EN ANMELDELSE KAN INDEHOLDE FLERE PÅVIRKNINGER, DER ER ANGIVET SOM ÅRSAG TIL ERHVERVSSYGDOMMEN.
(KILDER: ARBEJDSSTILSYNET (2015A), *ARBEJDSSTILSYNET (2013), **ARBEJDSSTILSYNET (2014))

Det skal bemærkes, at for påvirkningen ”sæbevand, sæber, vaskemidler, rengøringsmidler” er der tale om langt flere antal påvirkninger end for påvirkningen ”parfume og duftstoffer”, henholdsvis 772, 810 og 863 for årene 2011 til 2013. Der er således langt flere, der angiver rengøringsmidler m.m. end ”parfume og duftstoffer” som en påvirkning, der kan være årsag til deres erhvervssygdom. For disse anmeldelser gælder dog, at erhvervssygdommen kan skyldes andre indholdsstoffer i rengøringsmidlerne end blot parfumestoffer, f.eks. konserveringsmidler, eller at anmeldelserne kan skyldes reaktioner pga. vådt arbejde.

De listede anmeldelser, hvor påvirkningen ”parfume og duftstoffer” er angivet i forbindelse med erhvervssygdommen, kan fordeles på henholdsvis branche og stilling. Dette ses i de to tabeller nedenfor (Tabel 3 og Tabel 4). Det skal bemærkes, at der i tabellerne er medtaget samtlige brancher og samtlige stillinger, men at ikke alle data er relevante for dette projekt. Udtrækket for brancher angiver branchen for den skadelidte persons virksomhed, men angiver ikke den skadelidtes type af arbejdsopgaver. Der er udelukkende angivet data for de sidste 3 år, da der i 2010 blev ændret i rapporteringsmetoden således, at kategorierne ikke er sammenlignelige.

Branche	2011	2012	2013
101300 Produktion af kød- og fjerkrækødprodukter			1
464500 Engroshandel med parfumerivarer og kosmetik		1	
469000 Ikke-specialiseret engroshandel			1
471900 Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger		1	
475930 Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager mv.	1		
477500 Detailhandel med kosmetikvarer og produkter til personlig pleje	2	1	
561010 Restauranter		1	
841100 Generelle offentlige tjenester	1		
853200 Tekniske skoler og fagskoler	1		1
861000 Hospitaler		1	
869020 Fysio- og ergoterapeuter			1
871010 Plejehjem			1
889150 Aldersintegrerede institutioner			1
960210 Frisørsaloner	1		
999999 Uoplyst		1	
Ukendt			1
I alt	6	6	7

TABEL 3
OVERSIGT OVER HVILKE BRANCHER DEN SKADELIDTES VIRKSOMHED ER REGISTRERET I. DATA ER UDELUKKENDE FOR ANMELDELSER AF PÅVIRKNINGEN "PARFUME OG DUFTSTOFFER" (KILDE: ARBEJDSTILSYNET (2015A))

Som det ses af Tabel 3 er det usikkert, hvad de anmeldte påvirkninger under "parfume og duftstoffer" rent faktisk arbejder med. Dette fremgår tydeligere af Tabel 4, hvoraf det kan ses, at hovedparten af de anmeldte påvirkninger under "parfume og duftstoffer" kom fra stillinger inden for handel, service og detail som f.eks. ekspedient, frisør og personpleje i henholdsvis 2011 og 2012 og fra sundhed, pleje- og omsorg i 2013. Decideret rengøringsarbejde ser dog kun ud til at være årsag til den anmeldte påvirkning "duft og parfumestoffer" i et enkelt tilfælde i 2013. Tre ekspedienter har anmeldt påvirkningen "duft og parfumestoffer" som årsag til deres erhvervs sygdom i hhv. 2011 og 2012, men det fremgår ikke, om duftmarkedsføring kan være årsag til dette. Det vides ikke, om de tre ekspedienter f.eks. er ansat i et parfumeri, hvor kunder f.eks. kan spraye med parfume for at prøve produkterne, inden de køber dem.

Til sammenligning (med de 6-7 erhvervssygdomme angivet med pårkningen ”parfume og duftstoffer”) viser en undersøgelse af danske patienter med et arbejdsbetinget kontakteksem i Danmark, at der i 2010 alene hos ansatte, der arbejder med rengøring var 5 personer, der havde fået konstateret allergi overfor parfumestoffer. Dette svarede til 4,2 % af de rengøringsfolk, der i 2010 havde fået konstateret et arbejdsbetinget kontakteksem i Danmark (Korfitsen Carøe et al., 2013). Dette kunne tyde på, at årsagen til allergien først fastlægges langt senere end anmeldelsen til Erhvervssygdomsregisteret foretages, og kan forklare en evt. årsag til underrapportering i Erhvervssygdomsregisteret.

Stilling	2011	2012	2013
Handel, service og detail	5	5	1
Ekspedient	3	3	
Frisør	1	1	
Handel, service og detail (ikke specificeret)	1		
Personpleje		1	
Salgsarbejde (ikke ekspedient)			1
Restauration, køkken og rengøring			1
Rengøring og køkkenmedhjælp			1
Sundhed, pleje- og omsorg	1	1	4
Fysioterapeut og ergoterapeut			1
Laborantarbejde, assistentarbejde, i laboratorier, laboratorieteknikerarbejde		1	
Plejarbejde på institutioner	1		3
Undervisning, forskning og pædagogisk arbejde			1
Undervisning - gymnasier og erhvervsskoler			1
I alt	6	6	7

TABEL 4
OVERSIGT OVER HVILKEN STILLING DEN SKADESLIDTE HAVDE PÅ PÅVIRKNINGSTIDSPUNKTET. DATA ER UDELUKKENDE FOR ANMELDELSER AF PÅVIRKNINGEN ”PARFUME OG DUFTSTOFFER” (KILDE: ARBEJDSTILSYNET (2015A))

3.1.2 Opsamling

Baseret på udtræk fra Erhvervssygdomsregisteret er det ikke muligt at sige om anmeldelserne under påvirkningen ”parfume og duftstoffer” skyldes brug af parfumerede rengøringsmidler, brug af duftmarketing eller helt andre årsager. Udtræk fra Erhvervssygdomsregisteret viser, at der er få anmeldelser af erhvervssygdomme, hvor påvirkningen ”parfume og duftstoffer” er angivet som en af årsagerne til den anmeldte erhvervssygdom. Dette skyldes sandsynligvis flere faktorer såsom:

- Anmeldelsen sker før lægen ved, at en allergi f.eks. skyldes parfume. Det oplagte valg for lægen er derfor at vælge påvirkningen ”sæbevand, sæber, vaskemidler, rengøringsmidler” eller påvirkningen ”vådt arbejde”, hvis der er tale om en påvirkning pga. rengøringsmidler.
- Generelt forekommer der en høj grad af underrapportering af erhvervssygdomme (Arbejdstilsynet, 2014a).
- En evt. parfumeallergi vil først blive opdaget langt senere i sygdomsforløbet, hvorimod erhvervssygdomme anmeldes med det samme, når en sygdom er opstået og altså ikke, når der er viden om, hvad sygdommen skyldes.
- Hvis en parfumeallergi skulle blive konstateret, er der den generelle usikkerhed omkring, hvad årsagen til denne er: den private brug af parfume og andre kosmetiske produkter eller den arbejdsrelaterede brug af f.eks. rengøringsmidler med indhold af parfumestoffer. Ifølge Videncenter for Allergi er der en tendens til, at allergiske reaktioner tilskrives privat brug af parfume.
- Endelig kan en manglende fokus fra lægens side på parfume og duftstoffer som en erhvervsmæssig påvirkning, være årsag til, at denne påvirkning ikke angives til en af årsagerne til den anmeldte erhvervssygdom.

Af de 6 påvirkninger i 2011 og 2012 og de 7 påvirkninger i 2013, der er anmeldt til Erhvervssygdomsregisteret for de sidste tre år med påvirkningen ”parfume og duftstoffer” som årsag til erhvervssygdommen, er der for én påvirkning beskrevet, at den skadelidte havde en stilling som ”rengøring og køkkenmedhjælp”. Det fremgår ikke af Erhvervssygdomsregisteret, om nogen af de 3 angivne påvirkninger under stillingen ”ekspedient” skyldes duftmarketing eller andre årsager.

3.2 Produktregisteret

Produktregisteret er et fælles register over brugen af farlige stoffer og materialer administreret af Arbejdstilsynet og Miljøstyrelsen. Produktregisteret indeholder bl.a. oplysninger om stoffernes og materialernes handelsnavne, sammensætning, faremærkning, produceret/importeret mængde samt anvendelse såsom funktionstype og hvilke brancher, stofferne eller materialerne anvendes i (Arbejdstilsynet, 2015b).

Ifølge ”Bekendtgørelse nr. 559 af 4.7.2002 om særlige pligter for fremstillere, leverandører og importører mv. af stoffer og materialer efter lov om arbejdsmiljø” (BEK 559, 2002) skal virksomheder, der fremstiller eller importerer mere end 100 kg per år af farlige kemiske stoffer og materialer (kemiske blandinger) til erhvervsmæssig brug anmelde dette til Produktregisteret. Anmeldelsen gælder bl.a. for stoffer og materialer, der skal klassificeres som farlige, eller som indeholder 1 % eller derover af stoffer, der er klassificeret som farlige. Dvs. typisk vil alle former for rengøringsmidler skulle anmeldes til Produktregisteret, da de som regel indeholder mere end 1 % af et stof klassificeret som farligt.

Anmeldelsen skal indeholde oplysninger om anmelderfirmaet, om stoffet eller materialet (handelsnavn), om stoffets eller materialets sammensætning, om anvendelse (branche, teknisk funktion), mængder (fremstillet eller importeret), klassificering/mærkning, samt andre oplysninger (f.eks. fysisk kemiske oplysninger). Oplysningerne bruges blandt andet af Arbejdstilsynet og Miljøstyrelsen til at få overblik over de farlige kemikaliers udbredelse i Danmark.

Det er således muligt via Produktregisteret at få et overblik over mængden af anmeldte parfumestoffer, der anvendes til specifikke formål. Der er foretaget et udtræk i Produktregisteret baseret på følgende oplysninger:

- Specifikke parfumestoffer
- Specifikke branchekoder
- Specifikke funktionskoder

Udtrækket er foretaget for de **82 parfumestoffer**, der er listet i Tabel 20 i Bilag 1: "Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer", dvs. de 82 parfumestoffer, der ifølge SCCS anses for at være etablerede kontaktallergener for mennesker. Disse 82 parfumestoffer dækker over i alt 117 forskellige CAS-numre. Herudover er der foretaget et udtræk for parfume, der står uspecificeret som 'parfume' i Produktregisteret.

Branchekoderne, der anvendes i Produktregisteret, og som svarer til NACE-koder, der er EU's branchenomenklatur, blev gennemgået, og nedenstående branchekoder blev anset for relevante for rengøringsbranchen:

- N812000 – Renhold
- N812100 – Almindelig rengøring i bygninger
- N812200 – Anden rengøring af bygninger og rengøring af erhvervslokaler (herunder vinduespolering)
- N812900 – Andre rengøringsydelse

Produktregisteret opererer desuden med en række **funktionskoder** (ca. 800 forskellige), der dækker over, hvilken funktion det anmeldte stof eller kemiske blanding har. Disse funktionskoder blev gennemgået, og nedenstående funktionskoder blev anset for relevante for rengøringsmidler og dufte til duftmarketing. Angående dufte er der kun registreret tre koder i alt i Produktregisteret: "Industriparfume", "Deodoranter" og "Andre duftmidler". Der er i denne søgning kun medtaget funktionskoderne "Industriparfume" og "Andre duftmidler", der dækker over produkter, som på en eller anden måde bruges som duftmiddel, dvs. også over mange andre former for dufte end dufte anvendt til duftmarketing.

- R10150 – Almene rengøringsmidler (inkl. koncentrat)
- R10250 – Glas- og vinduesrens
- R10350 – Kalkfjernere
- R10400 – Opvaskemidler
- R10600 – Skumrengøringsmidler
- R10990 – Andre rengøringsmidler
- D20100 – Industriparfume
- D20300 – Andre duftmidler

3.2.1 Udtræk fra Produktregisteret

Produktregisteret har foretaget et udtræk for de totale registrerede importerede/producerede mængder for de 82 parfumestoffer og parfume, som står som 'uspecificeret' (nærmere bestemt som 'parfume uspecificeret' og 'parfume uspecificeret 1') i Produktregisteret (se Bilag 2: "Udtræk fra Produktregisteret på de 82 parfumestoffer"). Disse uspecificerede parfumestoffer dækker over parfumestoffer, hvor der ikke er opgivet et CAS-nummer. Der er foretaget et udtræk fra disse 'uspecificerede' angivelser af parfumestoffer også, da det ikke vides om disse 'uspecificerede' parfumestoffer f.eks. vil være et eller flere af de 82 etablerede kontaktallergener for mennesker. Dette udtræk dækker over den totale import/produktion af disse parfumestoffer og således ikke kun anvendelsen af parfumestoffer i rengøringsmidler.

Det samlede udtræk fra Produktregisteret (2015) er listet i Bilag 2: "Udtræk fra Produktregisteret på de 82 parfumestoffer". Her er samtlige 82 parfumestoffer (117 CAS-numre) listet (i CAS-nummer rækkefølge), men det er ikke alle parfumestoffer, der er registreret i Produktregisteret. Dette er i så fald angivet i tabellen (Tabel 21). Desuden er en del data fortrolige. Dette gælder for oplysninger, hvor mindre end tre virksomheder har indrapporteret oplysninger.

Det fremgår generelt af udtrækket fra Produktregisteret (2015), at

- Nogle parfumestoffer fremgår af Produktregisteret som værende 'uspecificeret', dvs. at der ikke er angivet, hvilket parfumestof der er anvendt, men blot at der er anvendt parfumestoffer.
- Af de 117 forskellige CAS-numre er der 59 af disse, der *ikke* er registreret i Produktregisteret.

- Af de 117 forskellige CAS-numre er der 27 af disse, hvor data er fortrolige, dvs. import/produktion af disse parfumestoffer er registreret af mindre end 3 virksomheder.
- Af de resterende 31 CAS-numre (117-59-27=31) er der 29 af disse parfumestoffer, der importeres/produceres i mængder over 1 kg per år (data er for årene 2011 eller 2012).
- Fire parfumestoffer importeres/produceres i mængder over 100 kg per år. nemlig (benzyl alcohol, hexyl cinnamal, amyl cinnamal, turpentine (oil)). Herudover er 'parfume uspecificeret' registreret i mængder over 100 kg/år.

3.2.1.1 Total import/produktion af parfumestoffer i Danmark

I Tabel 5 nedenfor er listet de producerede og/eller importerede mængder af de 82 parfumestoffer for hvilke der findes data. Dvs. de parfumestoffer, der er registreret i Produktregisteret og de parfumestoffer, hvor data ikke er fortrolige. Det skal bemærkes, at mængderne i tabellen dækker over samtlige anvendelser, dvs. mere end blot rengøringsmidler og duftmarketing. Der er angivet den øvre mængde, dvs. den øvre beregnede mængde importeret eller produceret, når der er taget højde for den øvre koncentration opgivet af virksomhederne. Herudover er der angivet, hvor mange produkter parfumestoffer er anvendt i og antallet af virksomheder, der har anmeldt parfumestoffet til Produktregisteret.

Det er muligt ud fra nedenstående tabel at fornemme vigtigheden af dem, dvs. hvilke der er hyppigst anvendt, ved at se på mængderne af de enkelte parfumestoffer og sammenholde dem med hinanden. I en sådan vurdering skal der dog ses bort fra 'benzyl alcohol' og 'turpentine (oil)', der har mange andre anvendelser end blot som parfumestof. Begge disse stoffer anvendes bl.a. som opløsningsmiddel i maling og lakker, samt er råmateriale for kemisk syntese af en lang række andre kemikalier. De parfumestoffer, der generelt er de hyppigst anvendte, kan således måske også antages at være de hyppigst anvendte inden for f.eks. andre områder, såsom til duftmarketing, selvom der her er yderst begrænset med data.

INCI navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
Parfume uspecificeret	-	52	24	290,7 (43,2) ⁴
BENZYL ALCOHOL	100-51-6	48	24	11.822 (59,5) ⁴
HEXYL CINNAMAL	101-86-0	22	6	136,4
CINNAMYL ALCOHOL	104-54-1	2	3	0,134
CINNAMAL	104-55-2	3	4	0,895
CITRONELLOL	106-22-9	25	9	15,97
GERANIOL	106-24-1	26	10	52,6
LINALYL ACETATE	115-95-7	6	6	1,1
BENZYL SALICYLATE	118-58-1	13	6	23,2
METHYL SALICYLATE	119-36-8	4	5	18,0
BENZYL BENZOATE	120-51-4	7	5	3,4
VANILLIN	121-33-5	3	3	0,5
HEXAMETHYLINDANOPYRAN	1222-05-5	16	6	18,2
AMYL CINNAMAL	122-40-7	12	8	113,5
alpha-ISOMETHYL IONONE	127-51-5	13	5	5,1
beta-PINENE	127-91-3	14	5	4,9
(DL)-LIMONENE	138-86-3	3	3	23,0
AMYL SALICYLATE	2050-08-0	8	4	61,1
HYDROXYISOHEXYL 3-CYCLOHEXENE CARBOXALDEHYDE (HICC)	31906-04-4	3	3	0,8
ACETYLCEDRENE	32388-55-9	4	3	5,9
CITRAL	5392-40-5	23	10	1,98
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	54464-57-2	12	8	4,95
Terpinolene	586-62-9	6	6	5,2
LINALOOL	78-70-6	27	10	68,2

INCI navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
CEDRUS ATLANTICA BARK OIL	8000-27-9	5	3	0,8
JUNIPERUS VIRGINIANA	8000-27-9	5	3	0,8
TERPINEOL (blanding af isomerer)	8000-41-7	15	10	6,3
EUCALYPTUS SPP. LEAF OIL	8000-48-4	5	4	24,7
TURPENTINE (oil)	8006-64-2	5	4	100.001,7 (60.000) ⁴
CITRUS SINENSIS (syn.: AURANTIUM DULCIS) PEEL OIL EXPRESSED	8028-48-6	12	11	36,8
BUTYLPHENYL METHYLPROPIONAL	80-54-6	27	7	92,3
alpha-PINENE	80-56-8	16	8	1,1
COUMARIN	91-64-5	11	7	13,6
EUGENOL	97-53-0	18	7	71,2
ISOEUGENOL	97-54-1	3	3	0,2
alpha-TERPINEOL	98-55-5	18	8	38,4
Sum		162	55	113.050,6 (60.107,1)⁴

TABEL 5

MÆNGDER I KILO PRODUCERET I ELLER IMPORTERET TIL DANMARK I 2011 ELLER 2012 FOR DE 82 PARFUMESTOFFER. IKKE ALLE PARFUMESTOFFER ANVENDES I DANMARK ELLER ER REGISTRERET I PRODUKTREGISTERET (PRODUKTREGISTERET, 2015)

1. DÆKKER OVER ANTALLET AF PRODUKTER, SOM PARFUMESTOFFET ER REGISTRERET I.
2. DÆKKER OVER ANTALLET AF VIRKSOMHEDER, DER HAR ANMELDT EN IMPORT ELLER PRODUKTION AF PARFUMESTOFFET.
3. DER ER ANGIVET DEN ØVRE MÆNGDE, DVS. DEN ØVRE BEREKNEDNE MÆNGDE IMPORTERET ELLER PRODUCERET, NÅR DER ER TAGET HØJDE FOR DEN ØVRE KONCENTRATION OPGIVET AF VIRKSOMHEDERNE.
4. TALLENE I PARENTES VISER EKSPORTEN. DVS. DEN REELLE BRUG I DANMARK ER IMPORTEN/PRODUKTIONEN FRATRUKKET EKSPORTEN.

3.2.1.2 Import/produktion af parfumestoffer til rengøringsbranchen i Danmark

I Tabel 6 nedenfor er listet summen af de producerede og/eller importerede mængder for de 82 parfumestoffer for de relevante branchekoder for rengøringsmidler. Der er angivet den øvre mængde, dvs. den øvre beregnede mængde importeret eller produceret, når der er taget højde for den øvre koncentration opgivet af virksomhederne. Der er ingen eksport registreret, dvs. den producerede/importerede mængde svarer til det årlige forbrug i disse brancher i Danmark.

Det ses, at den samlede importerede/producerede mængde af parfumestoffer anvendt til forskellige typer af rengøringsmidler er 4650 kg på et år. Parfumestofferne forekommer generelt i en koncentration på mellem 0 og 0,5 %, men helt op til 17 % i et enkelt produkt. Dette virker som en meget høj koncentration for almindelige rengøringsmidler, men der er tre produkter, der er angivet med høje koncentrationer af parfume i Produktregisteret. Der er imidlertid ikke adgang til information om, hvilke specifikke produkttyper det drejer sig om.

Ifølge Produktregisteret blev der registreret i alt 20.677 tons rengøringsmidler i Produktregisteret i 2012 (Arbejdstilsynet, 2014b). Sammenholdes dette med den totale mængde parfumestoffer registreret svarer det til en gennemsnitlig koncentration af parfume (de 82 allergifremkaldende parfumestoffer samt parfume 'uspecificeret') i rengøringsmidler på 0,02 %, hvis samtlige rengøringsmidler indeholder parfume.

Branchekode	Antal parfumestoffer registreret for den pågældende kode ¹	Koncentration min. (%)	Koncentration max. (%)	Produceret/ importeret mængde – angivet som mængde af rent parfumestof ² (kg)
N8120 Renhold	34	0,00001	0,40	67,94
N8121 Almindelig rengøring i bygninger	24	0*	12,00	4469,28
N8122 Anden rengøring i bygninger og rengøring af erhvervslokaler	20	0*	0,25	70,89
N8129 Andre rengøringsydelse	3	0,50	17,00	42,00
Sum				4650,11 kg

TABEL 6

MÆNGDER I KILO PRODUCERET I ELLER IMPORTERET TIL DANMARK I 2011 ELLER 2012 FOR DE 82 PARFUMESTOFFER. IKKE ALLE PARFUMESTOFFER ANVENDES I DANMARK I DEN ANGIVNE BRANCHEKODER ELLER ER REGISTRERET I PRODUKTREGISTERET (PRODUKTREGISTERET, 2015)

1. DATA DÆKKER OVER BÅDE DE INDIVIDUELLE PARFUMESTOFFER OG DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER. DET FREMGÅR IKKE AF DATA FRA PRODUKTREGISTERET HVOR DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER ANVENDES HENNE. DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER REGNES FOR ÉT PARFUMESTOF I TABELLEN.

2. DER ER UDELUKKENDE ANGIVET DEN SAMLEDE MÆNGDE AF PARFUMESTOFFER I PRODUKTERNE OG IKKE DEN SAMLEDE MÆNGDE AF F.EKS. RENGØRINGSMIDLERNE.

* HER ER MINIMUM KONCENTRATIONEN FOR INDHOLD AF PARFUMESTOFFER OPGIVET TIL AT VÆRE 0,000000 I PRODUKTREGISTERET ELLER I PRINCIPPET SVARENDE TIL < 0,000001.

Der er set nærmere på, hvilke af de 82 parfumestoffer, der primært anvendes de ovenfor angivne branchekoder, der vedrører rengøring. Generelt er der tale om fortrolige data, da de fleste parfumestoffer kun er registreret for enkelte virksomheder. Det generelle billede er dog, at benzyl alkohol står for mere end 90 % af ovenstående totale sum, når der ses på forbruget til rengøringsmidler. For rengøringsmidler er turpentine ikke specielt anvendt (dette gælder udelukkende for kemiske produkter i Produktregisteret som helhed (Tabel 5)). Benzyl alkohol har imidlertid mange andre funktioner end som blot parfumestof. Hvis benzyl alkohol trækkes ud af billedet, er der følgende fordeling mellem de deklarationspligtige og ikke deklarationspligtige parfumestoffer i udtrækket på rengøringsbranchekoderne fra Produktregisteret i 2012:

- 51 % af den samlede import af parfumestoffer er de deklarationspligtige parfumestoffer (benzyl alkohol undtaget)
- 35 % af den samlede import af parfumestoffer er en del af de 82 allergifremkaldende parfumestoffer, men er ikke-deklarationspligtige

- 14 % af den samlede import af parfumestoffer er angivet som uspecificeret (dvs. kan være deklareringspligtige, ikke-deklareringspligtige eller andre end de 82 allergifremkaldende parfumestoffer).

3.2.1.3 Import/produktion af parfumestoffer i rengøringsmidler og industriparfume i Danmark

I Tabel 7 nedenfor er listet summen af de producerede og/eller importerede mængder for de 82 parfumestoffer for de relevante funktionskoder for rengøringsmidler og eventuelle duftstoffer anvendt til duftmarketing. Der er angivet den øvre mængde, dvs. den øvre beregnede mængde importeret eller produceret, når der er taget højde for den øvre koncentration opgivet af virksomhederne. Der er registreret en begrænset eksport for nogle parfumestoffer. I disse tilfælde er eksporten angivet i en parentes ved siden af den importerede/producerede mængde. I de fleste tilfælde svarer den producerede/importerede mængde til det årlige forbrug i Danmark.

Funktionskoden 'Industriparfume' anvendes til produkter, der typisk er anmeldt sammen med branchekoder inden for f.eks. fremstilling af sæbe, rengørings- og rensemidler eller parfume, hårshampoo, tandpasta m.v. Det er ikke muligt via Produktregistret at se, om et produkt anvendes til duftmarketing, medmindre det specifikt fremgår af handelsnavnet, som ikke har været undersøgt nærmere i dette projekt. Funktionskoden 'Industriparfume' dækker således over andet end blot parfumestoffer anvendt til evt. duftmarketing.

Funktionskode	Antal parfumestoffer registreret for den pågældende kode ¹	Koncentration min. (%)	Koncentration max. (%)	Produceret/ importeret mængde – angivet som mængde af rent parfumestof ² (kg)
D20100 Industriparfume	3	1,70	3,70	15,00
R10100 Affedtningsmidler	20	0,000030	4,50	18,53
R10130 Afløbsrensemidler³	3	0,0146	0,17	0,27
R10150 Almene rengøringsmidler⁵ (inkl. Koncentrater)	26	0*	12,00	4523,21 (0,18) ⁴
R10250 Glas- og vinduesrens	13	0*	0,10	1,05
R10350 Kalkfjernere	5	0,09	0,45	3,06
R10370 Maskinopvaskemidler	2	<i>Fortroligt</i>		
R10400 Opvaskemidler	1	<i>Fortroligt</i>		

Funktionskode	Antal parfumestoffer registreret for den pågældende kode ¹	Koncentration min. (%)	Koncentration max. (%)	Produceret/ importeret mængde – angivet som mængde af rent parfumestof ² (kg)
R10600 Skumrengøringsmidler	10	0,000550	0,10	0,61
R10800 Tæpperensmidler	6	0,001740	0,048	5,29
R10970 Vaskemidler til tekstil	18	0,000000	0,20	218,84 (0,40) ³
R10990 Andre rengøringsmidler	26	0,000010	13,503	97,19
Sum Rengøring (R) / Industriparfume (D)				4887,58 / 15,00

TABEL 7

MÆNGDER I KILO PRODUCERET I ELLER IMPORTERET TIL DANMARK I 2011 ELLER 2012 FOR DE 82 PARFUMESTOFFER. IKKE ALLE PARFUMESTOFFER ANVENDES I DANMARK FOR DEN ANGIVNE FUNKTIONSKODE ELLER ER REGISTRERET I PRODUKTREGISTERET (PRODUKTREGISTERET, 2015).

1. DATA DÆKKER OVER BÅDE DE INDIVIDUELLE PARFUMESTOFFER OG DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER. DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER REGNES FOR ÉT ELLER TO PARFUMESTOFFER I TABELLEN. DE USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER INDGÅR SOM REGEL SOM ET ENKELT PARFUMESTOF FOR FLERE AF FUNKTIONSKODERNE, UNDTAGEN FOR R10130 (2 USPECIFICEREDE) OG R10150 (9 USPECIFICEREDE).

2. DER ER UDELUKKENDE ANGIVET DEN SAMLEDE MÆNGDE AF PARFUMESTOFFER I PRODUKTERNE OG IKKE DEN SAMLEDE MÆNGDE AF F.EKS. RENGØRINGSMIDLERNE.

3. HER INDGÅR BLANDT ANDET 2 USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER.

4. TALLET I PARENTES VISER EKSPORTEN. DVS. DEN REELLE BRUG I DANMARK ER IMPORTEN/PRODUKTIONEN FRATRUKKET EKSPORTEN.

5. HER INDGÅR BLANDT ANDET 9 USPECIFICEREDE PARFUMESTOFFER.

* HER ER MINIMUM KONCENTRATIONEN FOR INDHOLD AF PARFUMESTOFFER OPGIVET TIL AT VÆRE 0,000000 I PRODUKTREGISTERET ELLER I PRINCIPPET SVARENDE TIL < 0,000001.

Det ses, at den samlede importerede/producerede mængde af parfumestoffer anvendt til forskellige funktioner inden for rengøringsydelse er 4.888 kg på et år, hvorimod der er registreret en årlig import/produktion under funktionen 'Industriparfume' på 15 kg på et år. For funktionen 'Andre duftmidler' er der ikke registreret et brug af parfumestoffer i Produktregisteret. Parfumestofferne forekommer i en koncentration på op til 13,5 % (se Tabel 8).

Som det ses af Tabel 6 og Tabel 7 er der forskel på den samlede import/produktion af parfumestoffer afhængig af, om mængden opgøres via branchekoder (4650,11 kg) eller funktionskoder (4887,58 kg). Produktregisteret oplyser, at grunden til, at der kan være forskel på importerede/producerede mængder for branchekoder og funktionskoder, er, at disse ikke er direkte koblede. En virksomhed, der benytter en branchekode, kan vælge mellem alle tilgængelige funktionskoder, og ikke blot dem, som er valgt ud til dette projekt. Når mængderne så alligevel ligger ret tæt på hinanden (4650 kg / 4888 kg), viser det, at der i projektet har været fokus på de vigtigste funktionskoder.

Da funktionen 'Industriparfume' dækker over andet end kun duftmarketing, ser det således ud til, at der er et yderst begrænset brug af parfumestoffer importeret til duftmarketing. Dette kan der være flere årsager til:

- Brugen af parfumestoffer i duftmarketing i Danmark er begrænset (ikke særlig udbredt)
- Branchen kan generelt være uvidende om, at importen af parfumestoffer til duftmarketing skal anmeldes til Produktregisteret. Kosmetiske produkter skal ikke anmeldes til Produktregisteret, og der kan være nogle, der betragter dette som et kosmetisk produkt.
- Endelig kan det være, at de enkelte virksomheder importerer under 100 kg per år per blanding per virksomhed, som er grænsen for, hvornår der skal anmeldes til Produktregisteret.

3.2.1.4 Vigtigste parfumestoffer i rengøringsmidler og industriparfume i Danmark

De detaljerede data fra udtrækket fra Produktregisteret (2015), dvs. importen/produktionen af de enkelte 82 parfumestoffer fordelt på de forskellige branchekoder eller funktionskoder, er fortrolige, da der i de fleste tilfælde udelukkende er indrapporteringer fra en eller to virksomheder. Følgende generelle forhold er observeret:

- Parfumestoffet benzyl alkohol (CAS 100-51-6) står for mere end 90 % af importen/produktionen af den samlede mængde af parfumestoffer for funktionskoden 'Almene rengøringsmidler (inkl. Koncentrater)'. Det skal bemærkes, at benzyl alkohol ud over sin parfumerende funktion også er et konserveringsmiddel.
- Parfumestoffet benzyl alkohol (CAS 100-51-6) står for mere end 90 % af importen/produktionen af den samlede mængde af parfumestoffer for branchekoden 'Almindelig rengøring i bygninger'.
- Parfumestofferne benzyl alkohol (CAS 100-51-6), benzyl benzoate (CAS 120-51-4) og citrus sinensis peel oil expressed (CAS 8028-48-6) står for ca. 80 % af importen/produktionen af den samlede mængde af parfumestoffer for funktionskoden 'Andre rengøringsmidler'. Benzyl alkohol og benzyl benzoate er blandt de 26 deklarationspligtige parfumestoffer.
- 'Parfume uspecificeret' og 'Parfume uspecificeret 1' står for i alt 190,9 kg (eller ca. 4 %) af den samlede mængde af parfumestoffer, der er importeret/produceret per år fordelt på alle funktionskoderne, der har med rengøringsmidler at gøre.

3.2.2 Opsamling

- Udtræk fra Produktregisteret viser, at det er 58 af 117 forskellige CAS-numre (der dækker over 82 parfumestoffer), der er registreret til en eller anden specifik brug (ud over brug i rengøringsmidler og duftmarketing, som er fokus for dette projekt) i Produktregisteret. Resten af parfumestofferne er ikke registreret. Hertil kommer, at en del parfumestoffer ikke bliver registreret ved det enkelte specifikke parfumestof, men som 'parfume uspecificeret'. 29 af de ved CAS-nummer specificerede parfumestoffer importeres/produceres i mængder over 1 kg per år (data er for årene 2011 eller 2012). Fire parfumestoffer importeres/produceres i mængder over 100 kg per år. Herudover er 'parfume uspecificeret' registreret i mængder over 100 kg/år.

Fra de detaljerede data for de forskellige relevante branchekoder og funktionskoder, der har med rengøring eller industriparfume at gøre, er følgende observeret:

- Der importeres/produceres i alt 4.650 kg og 4.888 kg parfumestoffer per år for henholdsvis de branchekoder og funktionskoder, der har med rengøring at gøre.
- Der importeres/produceres i alt 15 kg parfumestoffer per år under funktionskoden 'Industriparfume'. Bemærk, at denne funktionskode dækker over andet end blot parfumestoffer anvendt til duftmarketing.
- Parfume, der står angivet som uspecificeret står for i alt 190,9 kg af den samlede mængde af parfumestoffer, der er importeret/produceret per år fordelt på alle funktionskoderne, der har med rengøringsmidler at gøre. Parfume, der står angivet som uspecificeret indgår i i alt 54 forskellige produkter ud af de i alt 162 produkter registreret i Produktregisteret med indhold af de 82 parfumestoffer (og uspecificeret parfume).

- Parfumestoffet benzyl alkohol (CAS 100-51-6) står generelt for mere end 90 % af importen/produktionen af den samlede mængde af parfumestoffer for funktionskoden 'Almene rengøringsmidler (inkl. Koncentrater)' og for branchekoden 'Almindelig rengøring i bygninger'. Det skal dog bemærkes, at benzyl alkohol ud over sin parfumerende funktion også er et konserveringsmiddel.
- Tre parfumestoffer (benzyl alkohol (CAS 100-51-6), benzyl benzoate (CAS 120-51-4) og citrus sinensis peel oil expressed (CAS 8028-48-6)) står for ca. 80 % af importen/produktionen af den samlede mængde af parfumestoffer for funktionskoden 'Andre rengøringsmidler'. Benzyl alkohol og benzyl benzoate er blandt de 26 deklarationspligtige parfumestoffer.
- De deklarationspligtige parfumestoffer står for 51 % af den samlede import af parfumestoffer (benzyl alkohol undtaget), og 35 % af den samlede import af parfumestoffer stammer fra de 82 allergifremkaldende ikke-deklarationspligtige parfumestoffer. De resterende 14 % udgøres af 'uspecificerede' parfumestoffer.

Koncentrationen af parfume i rengøringsmidlerne varierer fra meget små mængder (promiller) til generelt omkring 0,5 %, men er helt op til 17 % i et enkelt produkt, hvorimod koncentrationen af parfume i 'Industriparfume' varierer mellem 1,7 og 3,7 %.

4. Kortlægning af parfume i rengøringsmidler

I dette kapitel beskrives fremgangsmåde og resultater for kortlægningen af brugen af parfumestoffer i rengøringsbranchen i Danmark.

4.1 Fremgangsmåde

Kortlægningen er gennemført ved brug af følgende metoder, der er beskrevet nærmere nedenfor:

- Litteratursøgning
- Kontakt til og beskrivelse af udvalgte kommunale rammeaftaler for rengøringsmidler
- Kontakt til producenter/distributører af rengøringsmidler – primært via SPT
- Gennemførelse af kort spørgeskemaundersøgelse hos producenter/distributører af rengøringsmidler
- Udtræk af relevante data fra Produktregisteret (se kapitel 3.2.).

4.2 Litteratursøgning

Indledningsvist i projektet blev der foretaget en litteratursøgning om parfumestoffer i rengøringsmidler. En del litteratur om parfumestoffer og deres allergifremkaldende egenskaber eksisterer, men specielt litteratur om brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler er sparsom.

Litteratursøgningen er foretaget via en generel søgning på internettet, samt via en søgning i bl.a. PubMed og Web of Science. Der blev anvendt søgeord som f.eks. "cleaning agents", "detergents" eller "wet work" i kombination med f.eks. "perfume" eller "fragrance" i kombination med f.eks. "work place", "work", "occupation" eller "occupational exposure". Resultatet af søgningen fremgår nedenfor, hvor de mest interessante artikler er refereret.

4.2.1 SCCS-opinions vedrørende parfumestoffer

Den Videnskabelige Komite for forbrugersikkerhed (Scientific Committee on Consumer Safety - SCCS) har udfærdiget en række opinions vedrørende brugen af parfumestoffer i kosmetiske produkter og andre forbrugerprodukter. Konklusionerne fra disse opinions er beskrevet kort nedenfor.

4.2.1.1 SCCS-udtalelse vedrørende parfumestoffer i vaskemidler og andre husholdningsprodukter

Den Videnskabelige Komite for forbrugersikkerhed (SCCNFP nr. 0588, 2002) har i en ældre kort udtalelse vedrørende parfumestoffer i vaskemidler og andre husholdningsprodukter beskrevet, at det er vigtigt, at forbrugeren har adgang til information om parfumestoffer i husholdningsprodukter. SCCS vurderer desuden, at brugen af parfumestoffer i vaskemidler og andre husholdningsprodukter skal betragtes på samme måde som brugen af parfumestoffer i kosmetiske produkter, dvs. at parfumestoffer skal anses som en vigtig årsag til udvikling af

kontaktallergi (24 parfumestoffer var på dette tidspunkt identificeret som de mest vigtige allergener ved hudkontakt), og at brugen af disse parfumestoffer bør være deklareret på produkter til forbrugerne (SCCNFP nr. 0017, 1999).

4.2.1.2 SCCS-opinion om parfumestoffer

Den Videnskabelige Komite for forbrugersikkerhed har i 2011 udfærdiget en større opinion (SCCS/1459/11) om parfumestoffer i kosmetiske produkter, der opdaterer den tidligere opinion om parfumestoffer fra 2002. I denne opinion beskrives, at det er 16 % af eksempatienter i Europa, der er allergiske over for parfumestoffer. Det estimeres, at 1-3 % af hele den europæiske befolkning, er allergiske over for parfumestoffer. Det konkluderes, at det har været et godt tiltag for allergipatienter, at de 26 særligt allergifremkaldende parfumestoffer blev deklarationspligtige, men at der i dag er langt flere parfumestoffer, der kan vurderes som værende allergifremkaldende – i alt er 82 parfumestoffer vurderet som etablerede kontaktallergener for mennesker ved hudkontakt alene baseret på kliniske data, dvs. at der i mindst to eller flere uafhængige kliniske studier er fundet tilstrækkelige humane beviser på, at stofferne er allergifremkaldende (SCCS nr. 1459, 2011). Herudover viser data fra dyreforsøg, at endnu flere parfumestoffer kan forventes at være kontaktallergener i mennesker, selvom der på nuværende tidspunkt ikke findes humane data, der kan bekræfte dette.

SCCS undersøgte tilgængelige eliciterings-dosis-respons-data (dvs. niveauer der fremkalder en allergisk reaktion i individer, som allerede er sensibiliseret) for at vurdere, om der kan fastsættes et sikkert niveau for de forskellige parfumestoffer. SCCS vurderer, at en grænseværdi baseret på eliciteringsniveauer vil være tilstrækkelig lav til at beskytte størstedelen af allerede sensibiliserede individer, men også til at beskytte ikke-sensibiliserede individer fra at udvikle kontaktallergi (dvs. blive sensibiliseret). Data vedrørende eliciteringsniveauer er imidlertid begrænset, men indikerer, at et generelt eksponeringsniveau på under 0,8 µg/cm² eller 0,01 % i kosmetiske produkter vil være nok til at forebygge elicitering (dvs. fremkaldelse af en allergisk reaktion i individer, der allerede er sensibiliseret), medmindre der findes eksperimentelle eller kliniske stofspecifikke data, der viser andre eliciteringsniveauer (SCCS nr. 1459, 2011).

I betragtning af SCCS's tidligere udtalelser omkring brugen af parfumestoffer i vaskemidler og andre husholdningsprodukter vurderes ovenstående udtalelser også være gældende for rengøringsmidler og ikke kun kosmetiske produkter, (der dækker over både 'leave-on' og 'rinse-off' produkter).

4.2.2 Brugen af parfume i rengøringsmidler

Nedenstående relevante rapporter og undersøgelser er identificeret vedrørende brugen af parfume i rengøringsmidler. De vigtigste resultater er beskrevet kort.

4.2.2.1 Risiko ved rengøring: kemisk og fysisk eksponering

Wolkoff et al. (1998) beskriver, at der er rapporteret helbredsproblemer såsom astma og allergi blandt rengøringsassistenter, men at der kun er beskrevet få undersøgelser af rengøringsmidler. Artiklen gennemgår forskellige former for rengøringsmidler og beskriver, at den type af rengøringsmidler, der indeholder de farligste kemiske stoffer, er desinfektionsmidler, hvor 75 % af de gennemgåede produkter er klassificeret som farlige. For universal rengøringsmidler var 13 % af de undersøgte produkter klassificeret som farlige. Artiklen angiver, at mange rengøringsmidler frigiver en række VOC (flygtige organiske stoffer). Mængden og antallet af VOC afhænger af brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne, da parfumestofferne bidrager væsentligt til det samlede antal og mængde af VOC, der frigives fra rengøringsmidler. Det typiske indhold af parfumestoffer i rengøringsmidler varierer fra 0,002 til 1 %.

4.2.2.2 Indholdet af udvalgte duftstoffer i rengøringsprodukter

I en ældre kortlægningsrapport fra Miljøstyrelsen (Rastogi, 2002) blev en række forbrugerprodukter undersøgt for de 24 parfumestoffer, der dengang (i 2002) blev anset som problematiske i forhold til allergi. De 24 parfumestoffer, der blev analyseret for, er i dag alle en del af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer i kosmetiske produkter og rengøringsmidler. Ud af 43 forskellige forbrugerprodukter blev der analyseret for indhold af parfumestoffer i 7 forskellige rengøringsmidler på det private marked. De 11 forskellige parfumestoffer, der blev identificeret, var som angivet i Tabel 8.

Parfumestof	I antal rengøringsprodukter ud af 7	Målte koncentrationer
Benzyl alkohol	2	0,087 - 0,2354 %
Benzyl salicylat	1	0,0089 %
Citral (Fragrance mix II)	3	0,0092 - 0,0160 %
Coumarin (Fragrance mix II)	2	0,0051 - 0,0270 %
Geraniol (Fragrance mix I)	1	0,0843 %
Benzyl benzoate	2	0,0062 - 0,0071 %
Citronellol (Fragrance mix II)	1	0,0091 %
Butylphenyl methylpropional	1	0,0053 %
Limonene	7	0,0044 - 0,7639 %
Linalool	1	0,0092 %
Alpa-isomethyl ionone	1	0,1586 %

TABEL 8

IDENTIFICEREDE PARFUMESTOFFER I 7 RENGØRINGSMIDLER (RASTOGI, 2002).
DER ER INDSAT HVILKE AF PARFUMESTOFFERNE SOM INDGÅR I HHV. FRAGRANCE MIX I OG II, SOM
TYPISK ANVENDES TIL TEST FOR ALLERGI OVERFOR PARFUMESTOFFER I EUROPA.

De syv undersøgte rengøringsmidler indeholdt typisk tre forskellige af de 24 parfumestoffer, men det varierede mellem to og fem forskellige parfumestoffer. Den maksimale sammenlagte koncentration af de undersøgte parfumestoffer var ca. 1,0 %, men varierede mellem 0,01 og 1 %. Denne undersøgelse dækker rengøringsprodukter til det private marked og altså ikke det professionelle marked. Desuden er undersøgelsen mere end 10 år gammel og er derfor ikke nødvendigvis er repræsentativ for professionelle rengøringsmidler i Danmark i dag.

4.2.2.3 Parfumestoffer i husholdningsprodukter i UK

I en undersøgelse (Buckley, 2007) af brugen af parfumestoffer i husholdningsprodukter (herunder rengøringsprodukter) i England angives, at de nedenstående parfumestoffer, blev identificeret. Undersøgelsen er baseret på 57 forskellige husholdningsprodukter og de nedenstående tal angiver i hvor mange procent af produkterne de forskellige parfumestoffer er observeret:

- Limonene (29 %)
- Hexyl cinnamal (22 %)
- Citronellol (21 %)
- Butylphenyl methylpropional (21 %)

- Linalool (17 %)
- Geraniol (15 %)
- Benzyl salicylate (10 %)
- Coumarin (8 %)
- Alpha-isomethyl ionone (7 %)
- Citral (6 %)
- Eugenol (4 %)
- Lyril (3 %)
- Benzyl benzoate (3 %)
- Amyl cinnamal (3 %)

4.2.2.4 Kontaktallergener og irriterende stoffer i rengøringsprodukter til husholdningen i Italien

I en italiensk undersøgelse af Magnano et al. (2009) blev 47 spray-rengøringsprodukter og 77 rengøringsprodukter til hårde overflader undersøgt for deres indhold af bl.a. parfumestoffer. Undersøgelsen blev baseret på deklarerationer på produkterne. Alle produkter var markedsført i Italien og var rengøringsprodukter til husholdningen. Cirka halvdelen af sprayprodukterne indeholdt parfumestoffer og de hyppigst anvendte parfumestoffer var limonene (i 34 %), hexyl cinnamal (i 13 %), butylphenyl methylpropional (i 11 %), geraniol (i 9 %) og linalool (6 %). For rengøringsprodukterne til hårde overflader var det 74 % af produkterne, der indeholdt parfumestoffer, og de hyppigst anvendte parfumestoffer var limonene (i 49 %), linalool (i 34 %), hexyl cinnamal (i 31 %), butylphenyl methylpropional (i 26 %) og geraniol (i 14 %), (Magnano et al., 2009). Denne undersøgelse dækker rengøringsprodukter til det private marked og ikke det professionelle marked. Desuden er undersøgelsen nogle år gammel og den dækker det italienske marked. Den er derfor ikke nødvendigvis repræsentativ for rengøringsmidler til erhvervmæssig brug i Danmark i dag. Det skal bemærkes, at det kun er hexyl cinnamal og geraniol af de nævnte hyppigt anvendte parfumestoffer, som indgår i hhv. 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II', der typisk anvendes til test for allergi over for parfumestoffer. De parfumestoffer, der indgår i hhv. 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II', er listet i Bilag 1: "Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer".

4.2.2.5 Allergisk kontakteksem over for parfumestoffer i Spanien

Arribas et al. (2012) beskriver de hyppigste årsager til parfumeallergi for den spanske befolkning. Det angives, at parfumeallergi er den anden mest hyppige årsag til allergisk kontakteksem i Spanien. Det angives i artiklen, at de fleste husholdningsprodukter såsom vaskemidler, tekstilskyllemidler, luftfriskere, rengøringsmidler og pudsemidler også indeholder parfumestoffer. Allergi over for parfumestoffer i disse produkttyper ses ofte som håndeksem. Limonene er det parfumestof, der hyppigst ses i denne type af husholdningsprodukter, hvorimod eugenol og hydroxycitronellal slet ikke er så udbredt i denne type produkter som i kosmetiske produkter (Arribas et al., 2012).

4.2.2.6 Farlige indholdsstoffer i rengøringsprodukter til professionelt brug

Gerster et al. (2014) beskriver en undersøgelse af 105 rengøringsprodukter, der blev hyppigst anvendt blandt 1476 professionelle rengøringsfirmaer i Schweiz. Sikkerhedsdatablade for produkter blev gennemgået og indholdsstofferne blev listet. Undersøgelsen viste, at 27 % af de 105 rengøringsprodukter til det professionelle rengøringsmarked indeholdt parfumestoffer. Parfumestofferne fandtes i koncentrationer mellem 0,01 – 5 % i produkterne. Det påpeges dog, at ikke alle parfumestoffer nødvendigvis bliver listet på sikkerhedsdatabladet, f.eks. hvis indholdskoncentrationen er lille eller hvis parfumestofferne ikke er deklareringspligtige. De parfumestoffer, der hyppigst blev identificeret var linalool (i 20 % af produkterne), butylphenyl methylpropional (16 %), hexyl cinnamal, (15 %), limonene (14 %), amyl cinnamal (9-10 %), benzyl salicylate (9-10 %), citronellol (9-10 %), hydroxycitronellol (9-10 %) samt parfumestofferne alpha-

isomethyl ionone, benzyl alcohol, benzyl benzoate, cinnamal, citral, coumarin, eugenol og geraniol alle i mindre end 7 % af produkterne (Gerster et al., 2014).

Det skal bemærkes, at det er hexyl cinnamal, amyl cinnamal, citronellol, hydroxycitronellol, cinnamal, citral, coumarin, eugenol og geraniol af de nævnte hyppigt anvendte parfumestoffer, som indgår i hhv. 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II', der typisk anvendes til test for allergi over for parfumestoffer. Nogle af de hyppigst anvendte parfumestoffer linalool, butylphenyl methylpropional og limonene indgår ikke i disse 'standard'-tests, pga. mulighed for reaktionsprodukter og stabilitetsproblemer i forhold til testen og de indeholdte stoffer. De resterende deklarationspligtige parfumestoffer kan dog testes vha. en ekstra testserie, hvis der er mistanke om parfumeallergi.

4.2.3 Allergi og brugen af parfumestoffer

Nedenstående relevante rapporter og undersøgelser er identificeret vedrørende allergi og brugen af parfumestoffer. De vigtigste resultater er beskrevet kort.

4.2.3.1 Sammenhæng mellem beskæftigelse og allergi over for parfumestoffer

Uter et al. (2001) beskriver sammenhængen mellem beskæftigelse og allergi over for 'fragrance mix I' bestående af 1 % af hvert af de otte parfumestoffer oak moss, isoeugenol, eugenol, cinnamal, geraniol, hydroxycitronellal, cinnamyl alcohol og amyl cinnamal. Der var indsamlet data over alle eksemptanter, som fik foretaget en lappetest over for 'fragrance mix I' i Tyskland i perioden januar 1992 til december 1998. Resultaterne viste, at ud af de i alt 37.592 personer, der deltog i undersøgelsen, var 1.152 personer angivet med en beskæftigelse som rengøringsassistent. Af disse havde 9,5 % af eksemptanterne 'mindst en svag positiv reaktion', og 3,0 % havde 'mindst en positiv reaktion' over for 'fragrance mix I'. Blandt alle undersøgte beskæftigelsesgrupper lå hyppigheden af reaktionerne mellem 2,5 og 17,4 % (for gruppen med 'mindst en svag positiv reaktion' og mellem 0 og 8,6 % (for gruppen med 'mindst en positiv reaktion'). Artiklen angiver, at gruppen af rengøringsassistenter havde en reaktion over for 'Fragrance mix I', der var under gennemsnittet (Uter et al., 2001). Dette kan skyldes, at det ikke nødvendigvis er de parfumestoffer, der anvendes i rengøringsmidler, som indgår i 'Fragrance mix I' (se eksemplerne fra tidligere afsnit).

4.2.3.2 Test for parfumeallergi

Cheng & Zug (2014) beskriver i en oversigtsartikel hvordan der testes for kontakteksem overfor parfumestoffer i dag (2014) og sammenholder det med den eksisterende viden om parfumestoffers allergifremkaldende egenskaber. De pointerer, at de 26 parfumestoffer, der skal deklareres for kosmetiske produkter og rengøringsmidler i dag, blev besluttet via en opinion fra SCCS i 1999, men at der har været uenighed om, hvorvidt alle disse 26 parfumestoffer er allergifremkaldende. Forfatterne angiver, at der for nogle af de 26 parfumestoffer er sjældne forekomster af allergiske reaktioner (dette er dog i modstrid med resultaterne fra den seneste opinion fra SCCS (SCCS nr. 1459, 2011)). Forfatterne pointerer, at der er et mismatch mellem de parfumestoffer, der hyppigt giver allergiske reaktioner og de 'Fragrance Mix' (I og II), som der er en del af standard testprogrammet, når der testes for allergi overfor parfumestoffer (se blandt andet afsnit 4.2.2.6 "Farlige indholdsstoffer i rengøringsprodukter til professionelt brug"). Forfatterne pointerer, at der derfor bør indgå andre parfumestoffer i 'Fragrance Mix' (I og II) end, der gør i dag, for bedre at reflektere de parfumestoffer, som de fleste reagerer overfor, som f.eks. limonene, linalool eller nogle af parfumestofferne på oxideret form, som ser ud til at være mere allergifremkaldende end selve parfumestoffet (Cheng & Zug, 2014). (Se også afsnit 4.2.2.6.)

4.2.3.3 Sammenhæng mellem beskæftigelse og allergi over for parfumestoffer

I Buckley et al. (2002) beskrives en engelsk undersøgelse tilsvarende den tyske beskrevet ovenfor. I alt blev 24.046 eksemptanter i UK i perioden 1984 til 1998 undersøgt for allergi over for 'fragrance mix I' (bestående af de samme otte parfumestoffer, som listet ovenfor). Rengøringsassistenter er ikke specifikt angivet i undersøgelsen, men beskæftigelsen 'hjemmegående

husmor' er. Fra denne gruppe var 8,9 % af de kvindelige hjemmegående husmødre og 4,3 % af de mandlige hjemmegående allergiske over for 'fragrance mix I'. I gennemsnit var 8,5 % af de kvindelige og 6,4 % af de mandlige eksempatienter allergiske over for 'fragrance mix I' (Buckley et al., 2002). Det vil sige, at de hjemmegående kvinder havde en overhyppighed af allergi over for 'fragrance mix I', men ikke de hjemmegående mænd.

4.2.3.4 Arbejdsbetingede risikofaktorer for hånddermatitis blandt rengøringspersonale i Spanien

Mirabelli et al. (2012) beskriver et studie, hvor der blev udsendt et spørgeskema til 818 ansatte i 37 forskellige virksomheder i rengøringsbranchen i Spanien. Hånddermatitis blev rapporteret for 28 % af de nuværende rengøringsansatte sammenholdt med 18 % i den almindelige befolkning (sammenligningsgrundlag). Forekomsten (Prevalence Ratio (PR)) blev beregnet til 1,96 for parfumerede produkter. Dvs. at der er næsten dobbelt så stor sandsynlighed for at udvikle hånddermatitis ved brug af parfumerede produkter sammenlignet med den almindelige befolkning. Sandsynligheden steg jo oftere personerne anvendte parfumerede produkter (PR = 1,48 ved anvendelse af parfumerede produkter < 1 dag/uge og PR = 1,96 ved anvendelse af parfumerede produkter i mere end 4 dage/uge), (Mirabelli et al., 2012).

4.2.3.5 Undersøgelse af eksponering relateret til arbejdsbetinget kontakteksem i Danmark

Korfitsen Carøe et al. (2013) beskriver en dansk undersøgelse, hvor alle patienter med et anerkendt arbejdsbetinget kontakteksem i Danmark i 2010 (i alt 1504 patienter) blev undersøgt nærmere mht. beskæftigelse og årsag til kontakteskemet. Af disse 1504 patienter var der 118, der havde rengøring som deres arbejde. Af de 118 personer havde 100 (eller 85 %) fået konstateret arbejdsbetinget irriterende eksem, 7 personer (eller 5,9 %) et arbejdsbetinget allergisk kontakteksem og 8 personer havde fået konstateret begge dele. Undersøgelsen viste, at 5 personer havde fået konstateret allergi overfor parfumestoffer, svarende til 4,2 % af de rengøringsfolk, der i 2010 havde fået konstateret et arbejdsbetinget kontakteksem i Danmark (Korfitsen Carøe et al., 2013).

4.2.3.6 Kortlægning af allergifremkaldende stoffer på danske arbejdspladser

I et dansk forskningsprojekt (Videncenter for Allergi, 2015b) blev der brugt en anderledes fremgangsmåde i forbindelse med at kortlægge årsager til patienters arbejdsbetinget eksem. Den gængse fremgangsmåde har bestået i at teste for 28 forskellige allergifremkaldende stoffer, der er del af den europæiske 'basis-serie' for allergener. Projektet viser imidlertid, at mange af de undersøgte 228 patienter er allergiske over for andre stoffer end de 28 fra den europæiske 'basis-serie'. Blandt de undersøgte patienter var malere, frisører, kokke, rengøringsassistenter og metalarbejdere. Ved at foretage en individuel vurdering af patienterne og sætte fokus på de allergifremkaldende stoffer, som patienterne rent faktisk var eksponeret for på deres arbejde, medførte det en forøget påvisning af relevante allergier hos 36 % af patienterne. I alt blev der identificeret 103 forskellige ekstra allergener ud over den europæiske 'basis-serie', som de 228 patienter i alt var allergiske overfor. I den europæiske 'basis-serie' testes f.eks. kun for de parfumestoffer, der er inkluderet i de såkaldte 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II' (Videncenter for Allergi, 2015a). Disse to 'fragrance mix' dækker dog kun over 14 af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer, og parfumestofferne linalool, limonene og evernia furfuracea extract (treemoss) var blandt top 5 af de 103 ekstra allergener, der blev testet for, da disse ikke indgår i de såkaldte 'Fragrance mix'.

4.2.4 Allergi, astma og brugen af rengøringsmidler

Nedenstående relevante artikler og rapporter er identificeret vedrørende allergi, astma og brugen af rengøringsmidler. De vigtigste resultater er beskrevet kort.

4.2.4.1 Rengøringsmidler og astma

En artikel af Quirce & Barranco (2010) beskriver, at epidemiologiske studier har vist, at der er en sammenhæng mellem rengøringsarbejde og astma, men at det er usikkert, hvilke faktorer der er med til at øge risikoen eller har en betydning for den påviste sammenhæng. Rengøringsprodukter er blandinger af kemiske stoffer, der kan påvirke arbejderens helbred via indånding og via huden. Det vides, at rengøringsprodukter indeholder allergifremkaldende stoffer såsom amin-forbindelser, benzalkoniumchlorid, desinfektionsmidler og parfumestoffer samt stærke luftvejsirriterende stoffer. Eksponeringen afhænger dog af både produktformuleringen (hvilke stoffer der er i produkterne) og anvendelsen af produktet (f.eks. på sprayform eller som væske).

Vizcaya et al. (2015) beskriver ligeledes sammenhængen mellem rengøringsmidler og astma. I et studie af 21 kvindelige rengøringsassistenter med astmaproblemer blev data omkring deres brug af rengøringsmidler indsamlet. Studiet konkluderer, at der kan være en sammenhæng mellem brugen af specifikke typer af rengøringsmidler (irritative rengøringsmidler og sprayprodukter) og en forværring af deres astmasymptomer. Forfatterne konkluderer, at deres undersøgelse har vist at udsættelse for rengøringsmidler påvirker det respiratoriske helbred. Forfatterne angiver dog, at der er behov for lignende studier for at bekræfte, at undersøgelsens resultater kan gentages (Vizcaya et al., 2015).

4.2.4.2 Allergisk kontakteksem og de væsentligste allergener i Frankrig

En fransk undersøgelse (Bensefa-Colas et al., 2014) samler op på alle arbejdsbetingede tilfælde af allergisk kontakteksem i perioden 2001 og 2010. Af de i alt 3738 registrerede tilfælde af arbejdsrelateret allergisk kontakteksem viser undersøgelsen, at 4 % af disse skyldes rengøringsmidler.

4.2.5 Arbejdsmiljø og –sikkerhed for rengøringspersonale

Nedenstående relevante rapporter er identificeret vedrørende arbejdsmiljø og –sikkerhed for rengøringspersonale. De vigtigste resultater er beskrevet kort.

4.2.5.1 Sikkerhed og arbejdsmiljø for rengøringspersonale

I en rapport fra European Agency for Safety and Health at Work (EU-OSHA, 2009) er der foretaget en opsamling af de sikkerhedsmæssige og arbejdsmiljømæssige problemstillinger for rengøringspersonale i Europa. I rapporten beskrives, at der i EU i 2006 var beskæftiget mindst 3,6 mio. personer inden for rengøring. Tallet forventes at være en del højere, da der er et højt tal af ikke-registreret arbejdskraft i denne branche. I EU arbejder 70 % af rengøringspersonalet på deltid, og 77 % af rengøringspersonalet i EU i 2003 var kvinder.

Rapporten gennemgår bl.a. fysiske, biologiske, psykiske og kemiske risici ved rengøringsarbejde og beskriver arbejdsulykker og erhvervssygdomme relateret til faget. Herunder gennemgås udelukkende de kemiske risici og de kemisk relaterede erhvervssygdomme. Rapporten har undersøgt indberetninger af erhvervssygdomme for rengøringspersonale i Belgien, Danmark, Finland, Tyskland, Norge, Portugal, Spanien, Sverige og UK og konkluderer, at de mest hyppige erhvervssygdomme for rengøringspersonale i Europa er sygdomme i bevægeapparatet, luftvejssygdomme og hudsygdomme. Der rapporteres data fra en tysk undersøgelse, der viser, at hovedparten af diagnoserne inden for hudsygdomme var allergisk kontakteksem (40,5 % af tilfældene) og irritativt eksem (21 % af tilfældene). Det var primært hænderne, der var angrebet (52,6 % af tilfældene). Rapporten angiver desuden, at udbredelsen af hudproblemer (især eksem) er høj i rengøringsbranchen, og at rengøringspersonalet, der tilbringer mest tid med våde hænder, har de fleste hudproblemer (EU-OSHA, 2009).

Rengøringspersonale kan udsættes for mange forskellige kemiske stoffer, såsom VOC (flygtige organiske forbindelser), overfladeaktive stoffer, kompleksbindere, syrer, baser, biocider og additiver såsom farvestoffer og parfumestoffer, men de udsættes også for støv og snavs og andre påvirkninger

i det miljø, de gør rent i. Undersøgelser viser, at forekomsten af VOC øges ved brug af rengøringsmidler, og at parfumestoffer bl.a. er med til at øge den totale afdampning af VOC. Parfumestoffer kan desuden reagere med eksisterende stoffer i indeklimaet, som f.eks. ozon og danne en række andre kemiske stoffer, som f.eks. formaldehyd og hydroxyl radikaler, som er meget reaktive og igen kan reagere med andre kemikalier i indeklimaet (EU-OSHA, 2009).

4.3 Udvalgte offentlige udbud og rammeaftaler for rengøringsmidler

Der er undersøgt udvalgte offentlige udbud og rammetale for rengøringsmidler ved at tage kontakt til udvalgte kommuner (Statens og Kommunernes Indkøbs Service A/S), regioner, samt statens indkøb. Informationer herfra er beskrevet nærmere nedenfor.

4.3.1 Kommunalt indkøb

Der er taget kontakt til SKI (Statens og Kommunernes Indkøbs Service A/S), Københavns Kommune, der er landets største kommune samt KomUdbud for at få informationer omkring brugen af parfumestoffer i de rengøringsmidler de anvender.

Ved udbud af SKI-rammeaftaler på varer, samt ved udbud af visse serviceydelser (f.eks. rengøring og catering) fastsætter SKI en række miljømæssige mindstekrav, der gælder for alle varer/ydelser på rammeaftalen. Derudover fastsættes mindstekrav på varelinjeniveau, dvs. krav der kun gælder for den pågældende varelinje. F.eks. er det et krav på rammeaftalen for rengøringsmidler, at produkterne er fri for indhold af farve og parfume samtidig med, at der er opsat yderligere krav til de enkelte varelinjer – f.eks. at universalrengøringsmidler skal overholde kravene i miljømærkerne Blomsten og/eller Svanen.

Den nuværende rammeaftale på rengøringsmidler³ fra SKI bliver brugt af 37 af landets kommuner og en professionshøjskole. 37 kommuner køber således rengøringsprodukter, der overholder SKIs miljømæssige krav.

Københavns Kommune benytter ikke SKIs aftale, men oplyser, at de har følgende krav i deres udbud af rengøringsmidler: ”Produkterne skal være fri for parfume og farvestoffer. Dette gælder også produkter, som lever op til kriterierne for EU’s miljømærke Blomsten eller det nordiske miljømærke Svanen eller tilsvarende, selvom kriterierne giver mulighed for at benytte visse parfumer og farvestoffer. Parfume tillades dog i produkterne tæpperensmidler, urinalfrisker i kurv, samt i imprægneret engangsklud til rengøring og mopdug med olie til gulvrengøring jf. krav for disse produkter.”

Ligeledes oplyser KomUdbud, at deres forpligtende rammeaftale, som 12 jyske kommuner skal indkøbe rengøringsmidler igennem, også indeholder krav omkring, at produkterne skal være fri for parfume. KomUdbud oplyser dog, ligesom Københavns Kommune, at der i deres udbud, kan være enkelte produktgrupper, hvor der gives lov til indhold af parfumestoffer, fordi dette ikke kan undgås. F.eks. må urinalkugler indeholde 5 % parfume.

Ovenstående informationer bekræfter således, at minimum 51 % af de danske kommuner benytter rengøringsmidler uden parfume, og 100 % af de undersøgte udbud indeholder krav om, at produkterne skal være fri for parfumestoffer. Dog viser ovenstående informationer fra Københavns Kommune og KomUdbud, at det har været nødvendigt at gøre undtagelser for enkelte produktgrupper, fordi disse ikke kunne leveres uden parfume.

³ Rammeaftale 50.23 Rengøringsmidler, -rekvisitter, -vogne og doseringsanlæg

Denne undersøgelse dækker udelukkende de kommunale rammeaftaler for rengøringsmidler. Hertil kommer så de rengøringsmidler, der anvendes i kommuner, regioner og stat uden for rammeaftalerne, samt de rengøringsmidler, der anvendes til erhvervsrengøring. Derfor blev der i projektet også taget kontakt til producenter og distributører af rengøringsmidler (se nedenfor).

4.3.2 Regionale indkøb

Der er taget kontakt til de fem regioner i Danmark for at få informationer omkring brugen af parfumestoffer i de rengøringsmidler, de anvender f.eks. på landets hospitaler.

Alle fem regioners indkøbsafdelinger er kontaktet pr. telefon. Alle fem regioner har samme politik på området. De stiller alle krav om, at rengøringsprodukter, der anvendes, ikke må indeholde parfumestoffer. Dette gælder både de udbud for rengøringservice, hvor eksterne virksomheder gør rent på hospitalerne, men det gælder også udbud omhandlende indkøb af egne rengøringsprodukter.

Region Hovedstaden har dog en undtagelse skrevet ind i deres politik på området omkring indhold af parfumestoffer. Rengøringsprodukterne må ikke indeholde parfumestoffer, medmindre disse tjener et for Region Hovedstaden væsentligt formål. Region Hovedstaden har dog ikke benyttet denne undtagelse til at godkende nogle rengøringsprodukter med indhold af parfumestoffer.

Region Sjælland har desuden den undtagelse skrevet ind i deres politik, at produkterne som hovedregel ikke må indeholde parfumestoffer. Anvendes parfumestoffer skal disse dog være produceret og anvendt i overensstemmelse med "Code of practice" udarbejdet af IFRA (International Fragrance Association) og stofferne må ikke være anført på Miljøstyrelsens liste over uønskede stoffer eller være fareklassificerede.

4.3.3 Statens Indkøb

Der blev taget kontakt til Statens Indkøb (Moderniseringsstyrelsen) for at høre om deres krav til indhold af parfume i anvendte rengøringsmidler inden for Staten. Moderniseringsstyrelsen oplyste følgende:

" Når Statens Indkøb laver udbud stilles der en række miljømæssige mindstekrav. På rammeaftalerne for rengøringsydelser og indkøb af rengørings- og forbrugsartikler stilles der derudover krav til, at flere af rengøringsmidlerne skal leve op til en række kriterier fra mærkerne Blomsten og Svanen. På rengøringsaftalen er der bl.a. stillet krav om, at universalrengøringsmidler skal leve op til flere af kriterierne for miljømærket Svanen herunder, at universalrengøringsmidler ikke må indeholde parfume. Efter kundens eget ønske skal der dog kunne blive gjort rent med parfume. På rengørings- og forbrugsartikelaftalen skal produkterne være fri for parfume dog med enkelte undtagelser. Kravet om, at produkterne skal være parfumefrie gælder også produkter, som lever op til kriterierne for EU's miljømærke Blomsten eller det nordiske miljømærke Svanen, selv om kriterierne giver mulighed for at benytte visse parfumer".

4.4 Udvalgte private firmaers anvendelse af rengøringsmidler

Ovenstående undersøgelse dækker udelukkende de offentlige udbud og rammeaftaler for rengøringsmidler. Hertil kommer de rengøringsmidler, der anvendes i kommuner og stat uden for rammeaftalerne, samt de rengøringsmidler der anvendes til erhvervsrengøring. Derfor blev der i projektet også taget kontakt til rengøringsvirksomheder og producenter/distributører af rengøringsmidler.

4.4.1 Rengøringsvirksomheder

Der er taget kontakt til Danmarks største private rengøringsvirksomheder. Erhvervsdatabasen Navne & Numre® Erhverv på hjemmesiden NN Markedsdata (www.nnmarkedsdata.dk) blev

benyttes til at finde rengøringsvirksomheder i Danmark. Branchekoden for 'Almindelig rengøring i bygninger' (812100) blev benyttet ved søgningen. I søgningen dukkede nogle kommunale rengøringsafdelinger op, hvilke blev frasorteret, da de er dækket af ovenstående kortlægning af kommunale indkøb. Rengøringsvirksomhederne blev sorteret efter antal ansatte, og de 14 største er blevet kontaktet pr. telefon.

Rengøringsvirksomhederne blev spurgt om deres politik omkring indhold af parfumestoffer i de rengøringsprodukter, deres ansatte benytter. Hvis virksomhederne ikke havde politik på området, hvilket betyder, at rengøringsprodukterne derfor muligvis indeholder parfumestoffer, blev virksomheden spurgt, om de kunne fremskaffe informationer omkring hvilke parfumestoffer, rengøringsprodukterne indeholdt. Ingen af de adspurgte virksomheder ønskede at finde disse relevante oplysninger om et evt. indhold af parfumestoffer.

Nedenstående Tabel 9 viser svar fra de adspurgte virksomheder angående deres politik om indhold af parfumestoffer i de rengøringsprodukter, de anvender i deres rengøringsfirmaer.

Rengørings-virksomhed	Antal ansatte	Brug af parfumestoffer
Virksomhed 1	200-499	Virksomheden benytter næsten udelukkende svanemærkede rengøringsprodukter. I specialtilfælde, eksempelvis trappeopgange hvor der er urineret, benyttes rengøringsprodukter, som er tilsat parfume. Kan ikke oplyse, hvilke parfumestoffer disse produkter indeholder.
Virksomhed 2	200-499	Virksomheden har ikke meldt tilbage.
Virksomhed 3	100-199	Virksomheden bruger Ecolabel-produkter (mærket med EU-blomsten) til alt daglig rengøring. Der er naturlige æteriske olier i nogle af produkterne specielt til sanitetsrengøring.
Virksomhed 4	100-199	Alle virksomhedens produkter er svanemærkede og indeholder ikke parfume.
Virksomhed 5	100-199	Alle virksomhedernes produkter er svanemærkede og indeholder ikke parfume.
Virksomhed 6	100-199	Ønsker ikke at svare på spørgsmålet
Virksomhed 7	50-99	Ønsker ikke at svare på spørgsmålet
Virksomhed 8	50-99	Virksomheden forsøger kun at bruge Svanamærkede produkter uden parfume. Nogle specialtilfælde kræver parfume eksempelvis fjernelse af kraftig urinluft, dødsboer eller kunder, der kræver parfume i rengøringsprodukterne. De vurderer, at det kun drejer sig om, at 2-3 % af deres rengøringsprodukter indeholder parfume. De ved ikke, hvilke parfumestoffer disse indeholder.
Virksomhed 9	50-99	Virksomheden bruger mest svanemærkede produkter, men ønsker ikke at udtale sig yderligere.
Virksomhed 10	50-99	Alle virksomhedens produkter er svanemærkede og indeholder ikke parfume.
Virksomhed 11	50-99	Virksomheden gør hoteller rent. De bruger i de fleste tilfælde ikke svanemærkede produkter. Hotellerne ønsker ikke, at der lugter af parfume efter rengøring, så de forsøger at undgå rengøringsmidler med parfume, men det er ikke et krav.

Rengørings-virksomhed	Antal ansatte	Brug af parfumestoffer
Virksomhed 12	50-99	Virksomheden benytter mindst muligt af rengøringsprodukter, der indeholder parfumestoffer. De benytter svanemærkede produkter, når kunderne efterspørger dette. De kan ikke oplyse, hvilke parfumestoffer deres rengøringsprodukter indeholder
Virksomhed 13	50-99	Ønsker ikke at svare på spørgsmålet
Virksomhed 14	50-99	Virksomheden har ikke meldt tilbage.

TABEL 9
DE STØRSTE DANSKE RENGØRINGSVIRKSOMHEDERS BRUG AF PARFUMESTOFFER I DERES ANVENDTE RENGØRINGSMIDLER

Ovenstående Tabel 9 viser, at 3 af de 14 virksomheder udelukkende anvender svanemærkede rengøringsmidler uden parfumestoffer. Yderligere 5 af de 14 virksomheder anvender svanemærkede rengøringsmidler eller rengøringsmidler uden parfumestoffer i størst muligt omfang, men der kan være tilfælde, hvor rengøringsmidler med parfumestoffer anvendes. Endelig angiver 1 af de 14 virksomheder, at de anvender Blomstmærkede rengøringsmidler med indhold af æteriske olier. De resterende 5 virksomheder ønskede ikke at udtale sig omkring deres politik omkring indhold af parfumestoffer eller nåede ikke at udtale sig i projektperioden for dette projekt.

4.5 Kontakt til producenter og distributører af rengøringsmidler

Brancheforeningen SPT var en del af følgegruppen for projektet, og indledningsvist i projektet blev det besluttet i følgegruppen, at der skulle foretages en mindre spørgeskemaundersøgelse angående indholdet af parfumestoffer i rengøringsmidler blandt SPT's medlemmer inden for vaske- og rengøringsmidler erhverv. Denne spørgeskemaundersøgelse er beskrevet nærmere i kapitel 6 "Spørgeskemaundersøgelser".

SPT har ifølge deres hjemmeside 13 medlemmer inden for 'vaske- og rengøringsmidler – erhverv'. Der er ikke taget telefonisk kontakt til producenterne/distributørerne af rengøringsmidler individuelt, idet der er spurgt ind til deres brug af parfumestoffer via det tilsendte spørgeskema (se kapitel 6 "Spørgeskemaundersøgelser").

4.6 Tidligere spørgeskemaundersøgelser

FOA, der er Danmarks tredjestørste fagforbund med ca. 189.000 medlemmer⁴ fra primært kommuner og regioner, men også privatansatte, har tidligere foretaget spørgeskemaundersøgelser angående kemikalier på arbejdspladsen (i 2014) og angående duftstoffer på arbejdspladsen (i 2012). De væsentligste resultater (i forhold til dette projekt) gengives nedenfor.

4.6.1 Spørgeskemaundersøgelse om kemikalier på arbejdspladsen

FOA gennemførte i perioden 21. til 31. marts 2014 en undersøgelse om kemikalier på arbejdspladsen blandt samtlige medlemmer med en emailadresse i forbundets Kost- og Servicesektor – dog ikke medlemmer i faggrupperne rengøringsledere, servicechefer og øvrige (primært au pair). Ifølge FOAs hjemmeside⁵ dækker Kost- og Servicesektoren over ansatte i staten, køkkenpersonale, ledergrupper – rengøring, rengøringspersonale, serviceassistenter, kantineledere,

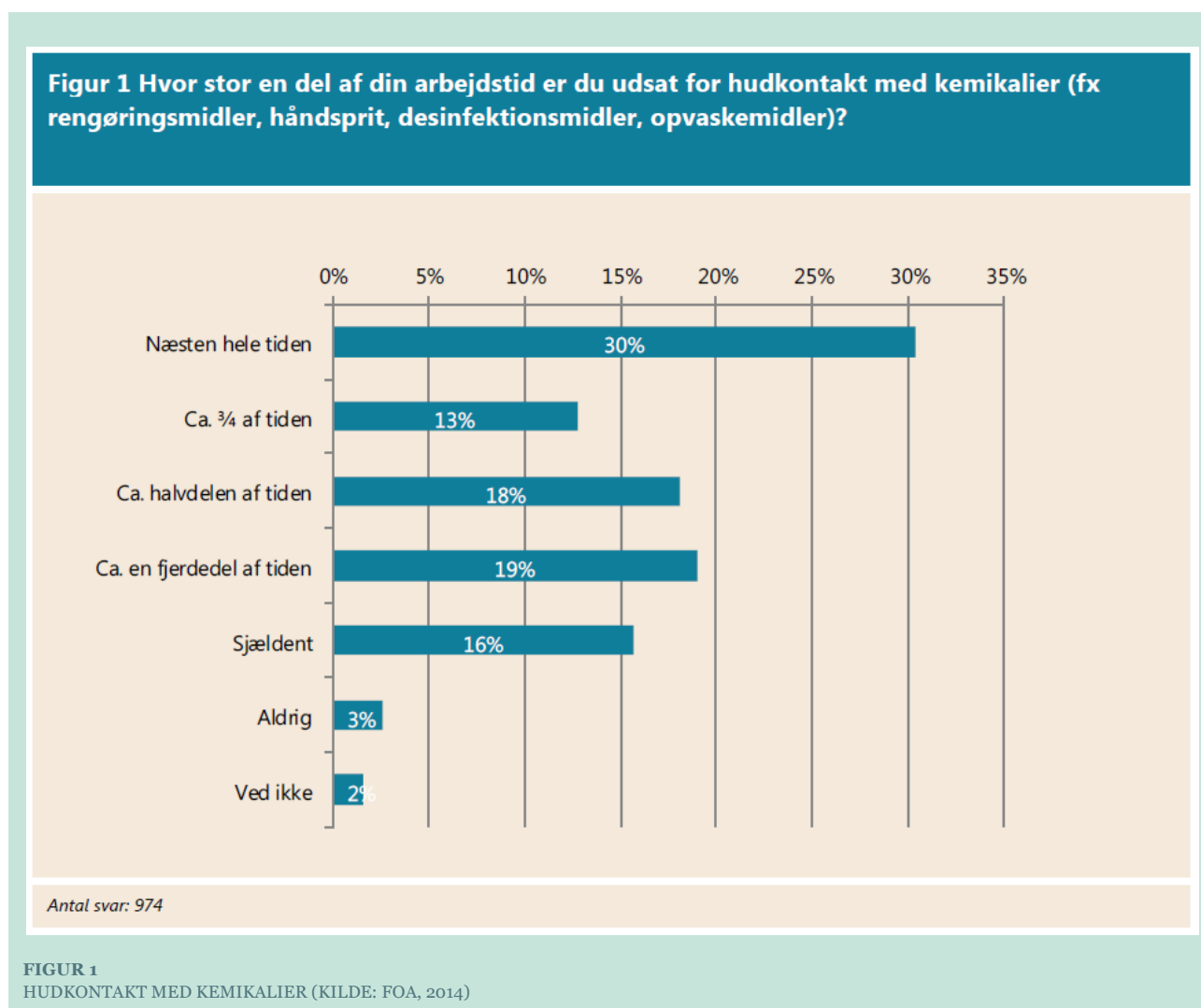
⁴ <http://www.foa.dk/Forbund/Om-FOA>

⁵ <http://www.foa.dk/Kost-Service>

personale ved højskoler og private kantiner, servicechefer, vaskeripersonale og au pair. Undersøgelsen dækker således generelt for en større gruppe af FOAs medlemmer, men også over medlemmer med rengøringsarbejde. I alt medvirkede 1.113 medlemmer ud af 4.650 inviterede med en samlet svarprocent på 24 % (FOA, 2014).

De vigtigste resultater er gengivet nedenfor ved et udpluk af de grafer, der er præsenteret fra resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen.

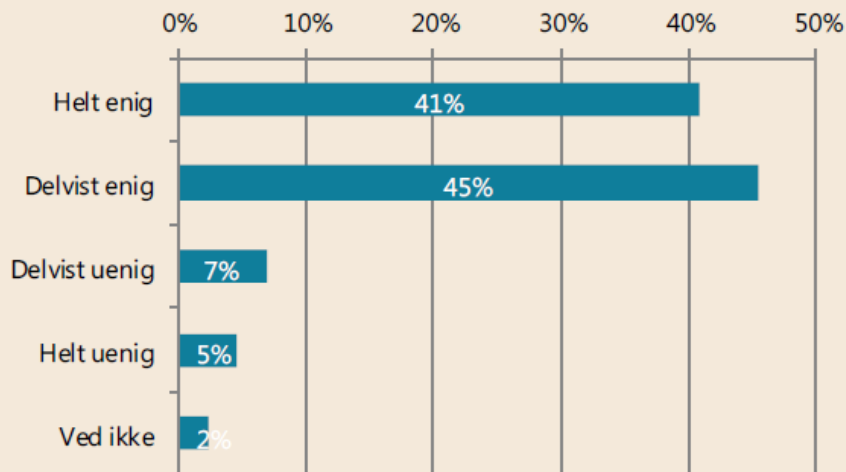
Af Figur 1 fremgår det, at stort set alle de deltagende medlemmer (95 %) fra Kost- og Servicesektoren er udsat for hudkontakt med kemikalier (f.eks. rengøringsmidler, håndsprit, desinfektionsmidler, opvaskemidler) i en del af deres arbejdstid. 30 % angiver, at de er udsat for hudkontakt med kemikalier næsten hele tiden. FOA angiver, at der er mange af deres medlemmer, som anvender håndsprit, og at dette trækker andelen op.



Af de arbejdsmiljørepræsentanter, der enten selv arbejder med færemærkede produkter, eller hvis kolleger gør, er størstedelen (86 %) helt eller delvist enige i, at deres rengøringsmidler er allergivenlige (se Figur 2). Flere af de deltagende medlemmer skriver også i de afsluttende kommentarer, at de kun bruger miljøvenlige og svanemærkede produkter.

For de samme 44 arbejdsmiljørepræsentanter, der enten selv eller hvis kollegaer arbejder med færemærkede produkter, er størstedelen (89 %) helt enige i, at de har de nødvendige værnemidler (f.eks. de rigtige handsker) til deres arbejde. Syv procent er enten helt eller delvist uenige i dette.

Figur 6 Hvor enig eller uenig er du i følgende? - Vores rengøringsmidler mv. er allergivenlige (fx Svanemærkede)

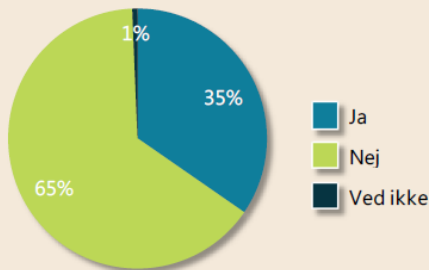


Antal svar: 44

Kun arbejdsmiljørepræsentanter, der har svaret, at de selv eller deres kollegaer arbejder med færemærkede produkter (jf. figur 2), har fået spørgsmålet.

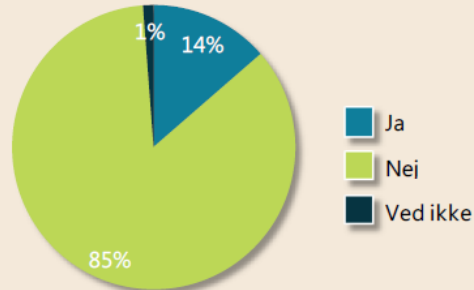
FIGUR 2
BRUG AF ALLERGIVENLIGE PRODUKTER (KILDE: FOA, 2014)

Figur 15 Har du inden for det sidste år oplevet noget af følgende? - Hudproblemer på hænder, håndled eller underarme (kløe, røde knopper, røde plamager, tør og revnet hud og/eller små vandblærer)



Antal svar: 923
Kun medlemmer, der har svaret, at de arbejder med færemærkede produkter (jf. figur 2), eller har svaret, at de i en større eller mindre del af deres arbejdstid er udsat for hudkontakt med kemikalier (jf. figur 1), har fået spørgsmålet.

Figur 18 Har du inden for det sidste år oplevet noget af følgende? - Eksem (på hænder, håndled eller underarme)



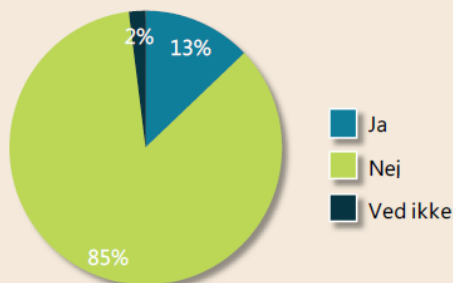
Antal svar: 920
Kun medlemmer, der har svaret, at de arbejder med færemærkede produkter (jf. figur 2), eller har svaret, at de i en større eller mindre del af deres arbejdstid er udsat for hudkontakt med kemikalier (jf. figur 1), har fået spørgsmålet.

FIGUR 3
GENER I FORM AF HUDPROBLEMER ELLER EKSEM (KILDE: FOA, 2014)

Det ses af Figur 3 (venstre billede), at over en tredjedel (35 %) har oplevet hudproblemer på hænder, håndled eller underarme inden for det sidste år, fra spørgeskemaundersøgelsen fandt sted. Af de 319 medlemmer, der svarede, at de havde oplevet hudproblemer, mente 28 %, at det i høj grad og 45 % at det i nogen grad (efter deres mening) skyldtes deres arbejde med rengøringsmidler, desinfektionsmidler mv. Kun 5 % svarede, at de ikke mente, at det skyldes deres arbejde. Over halvdelen (55 %) af medlemmerne svarede ”ja, som regel”, og 33 % svarede ”ja, nogle gange” til, at deres hudproblemer blev bedre, når de holder fri fra deres sædvanlige arbejde (f.eks. i weekender, ferier eller i længere perioder). 8 % svarede ”nej” til dette.

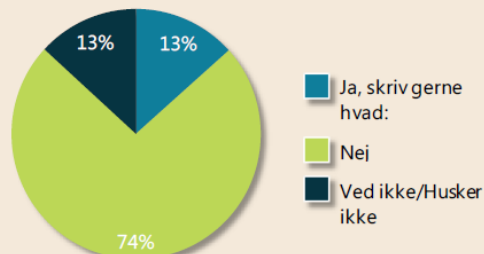
Af Figur 3 (højre billede) ses det, at 14 % af medlemmerne, der arbejder med færemærkede produkter, og/eller i en større eller mindre del af deres arbejdstid er udsat for hudkontakt med kemikalier, har oplevet at have eksem på hænder, håndled eller underarme inden for det sidste år (fra spørgeskemaundersøgelsen fandt sted). Af de 124 medlemmer, der svarede, at de havde haft eksem inden for det sidste år, tror en tredjedel (36 %), at det i høj grad og 37 %, at det i nogen grad skyldes deres arbejde med rengøringsmidler, desinfektionsmidler mv. Kun 9 % svarede, at de ikke mente, at det skyldes deres arbejde. Lidt under halvdelen (48 %) af medlemmerne svarede ”ja, som regel”, og 36 % svarede ”ja, nogle gange” til, at deres eksem blev bedre, når de holder fri fra deres sædvanlige arbejde (f.eks. i weekender, ferier eller i længere perioder). 11 % svarede ”nej” til dette.

Figur 21 Har du inden for det sidste år oplevet noget af følgende? - Problemer med åndedrættet (hoste, astma og lignende)



Antal svar: 919
Kun medlemmer, der har svaret, at de arbejder med færemærkede produkter (jf. figur 2), eller har svaret, at de i en større eller mindre del af deres arbejdstid er udsat for hudkontakt med kemikalier (jf. figur 1), har fået spørgsmålet.

Figur 27 Har du inden for de seneste 2 år været i kontakt med produkter, redskaber eller lignende på din nuværende arbejdsplads, som du var overfølsom over for? Det kan være rengøringsmidler, klude, handsker eller lignende.



Antal svar: 916
Kun medlemmer, der har svaret, at de arbejder med færemærkede produkter (jf. figur 2), eller har svaret, at de i en større eller mindre del af deres arbejdstid er udsat for hudkontakt med kemikalier (jf. figur 1), har fået spørgsmålet.

FIGUR 4
GENER I FORM AF PROBLEMER MED ÅNDEDRÆTTET ELLER OVERFØLSOMHED (KILDE: FOA, 2014)

Figur 4 (venstre billede) viser, at 13 % af de medlemmer, der arbejder med færemærkede produkter, har oplevet problemer med åndedrættet inden for det sidste år, fra spørgeskemaundersøgelsen fandt sted. Af de 118 medlemmer, der svarede, at de havde oplevet problemer med åndedrættet, mente 17 %, at det i høj grad og 29 %, at det i nogen grad (efter deres mening) skyldes deres arbejde med rengøringsmidler, desinfektionsmidler mv. 19 % svarede, at de ikke mente, at det skyldes deres arbejde. Cirka en fjerdedel (28 %) af medlemmerne svarede "ja, som regel", og 33 % svarede "ja, nogle gange" til, at deres åndedrætsproblemer blev bedre, når de holder fri fra deres sædvanlige arbejde (f.eks. i weekender, ferier eller i længere perioder). 27 % svarede "nej" til dette.

Af Figur 4 (højre billede) ses det, at 13 % af FOAs medlemmer inden for de sidste to år havde været i kontakt med produkter, redskaber eller lignende, som de var overfølsomme over for. 35 % af disse svarer, at det var handskerne, som de var overfølsomme overfor. Der er ikke i rapporteringen af undersøgelsen angivet, om nogle af medlemmerne har skrevet, om de var overfølsomme over for de rengøringsmidler, de anvendte.

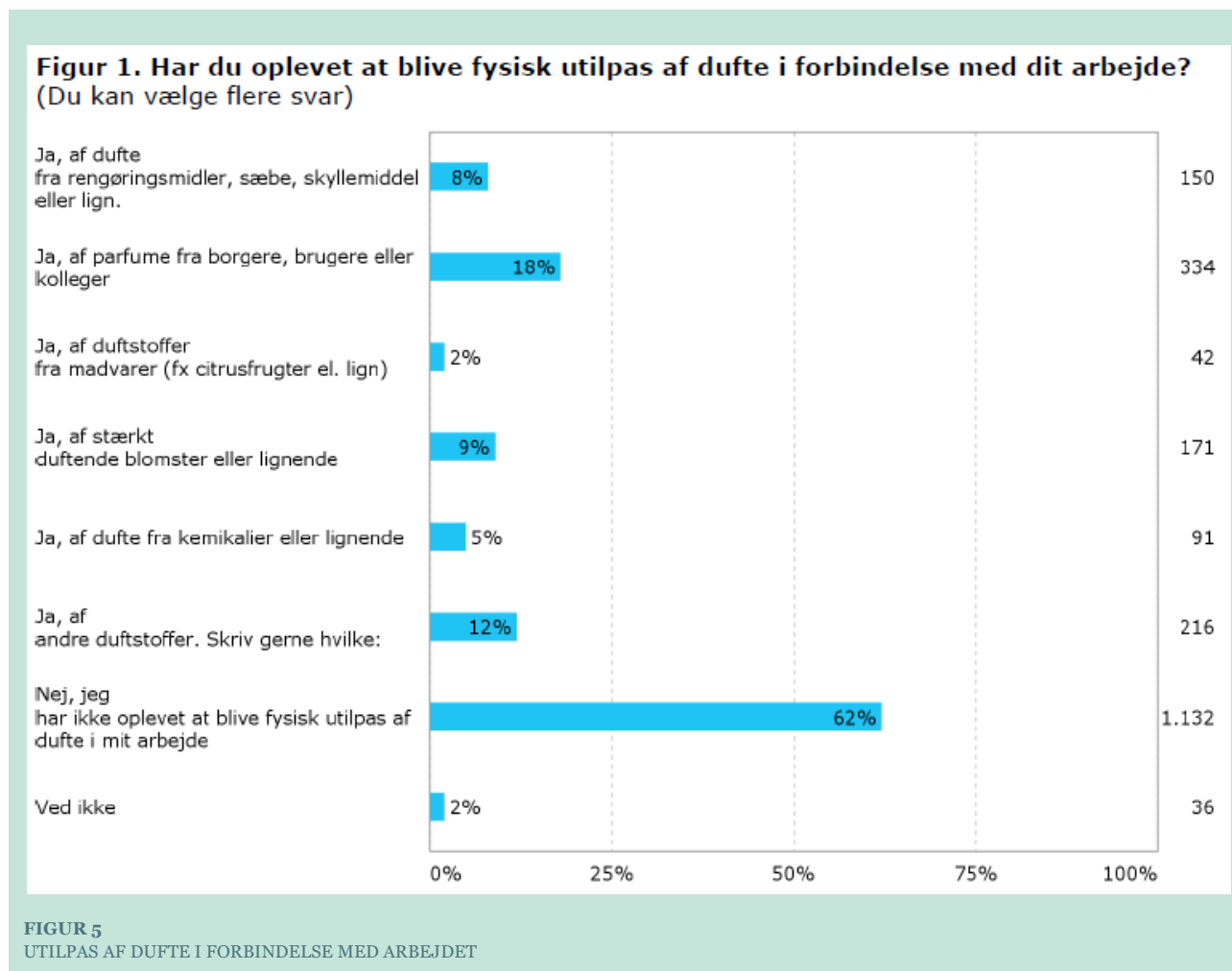
4.6.2 Spørgeskemaundersøgelse om duftstoffer på arbejdspladsen

FOA gennemførte i perioden 12. til 22. marts 2012 en undersøgelse om erfaringer med duftstoffer på arbejdspladsen blandt FOAs fire sektorer: Kost- og Servicesektoren, Pædagogisk Sektor, Social- og Sundhedssektoren og Teknik- og Servicesektoren. Spørgeskemaundersøgelsen dækker således bredt for FOAs medlemmer og ikke kun rengøringspersonale. I alt medvirkede 1.674 medlemmer i undersøgelsen om dufte på arbejdspladsen (FOA, 2012).

De vigtigste resultater er gengivet ved et udpluk af de grafer, der er præsenteret fra resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen.

Det ses af Figur 5, at 8 % af de adspurgte angav, at de havde oplevet at være fysisk utilpas af dufte i forbindelse med deres arbejde. Det angives i rapporten, at disse 8 % har angivet, at årsagen var indhold af parfumestoffer i rengøringsmidlerne, sæben, skyllemidlet eller lignende. 32 % af de

medlemmer, der svarede ”ja” til spørgsmålet om at blive fysisk utilpas af dufte i forbindelse med deres arbejde, svarede, at de mindst én gang om ugen bliver fysisk utilpas af duftstoffer i deres arbejde.



4.7 Opsamling

Der eksisterer store mængder af litteratur, der dokumenterer, at udsættelse for parfumestoffer kan give allergi, og at der i dag findes mange forskellige parfumestoffer, som er dokumenteret allergifremkaldende i mennesker. Ligeledes eksisterer der en del litteratur, der beskriver, at rengøring (dels pga. vådt arbejde og dels pga. udsættelse for indholdsstoffer i rengøringsprodukterne) kan give allergi, kontakteksem og astma.

Allergi, parfumestoffer og rengøringsarbejde

Den Videnskabelige Komite for Forbrugersikkerhed (SCCS) har i 2011 udfærdiget en opinion (SCCS/1459/11) om parfumestoffer i kosmetiske produkter. Ifølge denne opinion er 16 % af eksempelpatienterne i Europa allergiske over for parfumestoffer, og det estimeres, at 1-3 % af hele den europæiske befolkning er allergiske over for parfumestoffer. SCCS konkluderer, at 82 parfumestoffer i dag kan vurderes som etablerede kontaktallergener for mennesker, dvs. at der i mindst to eller flere uafhængige kliniske studier er fundet tilstrækkelige humane beviser på, at stofferne er allergifremkaldende. Det ser således ikke ud til at være tilstrækkeligt, at der for kosmetiske produkter og for rengøringsmidler er deklarationspligt for 26 parfumestoffer. Som tidligere beskrevet kan det forventes, at der vil komme en eller anden form for deklarationskrav for de 82 parfumestoffer i fremtiden.

En større tysk undersøgelse, der har indsamlet data fra 1992 til 1998, viser, at ud af de ca. 1.150 personer med en beskæftigelse som rengøringsassistent, der deltog i undersøgelsen, havde 9,5 % af eksempatienterne mindst 'en svag positiv reaktion' og 3,0 % 'mindst en positiv reaktion' over for parfumestofferne i 'Fragrance Mix I'. Artiklen angiver, at denne gruppe af rengøringsassistenter havde en reaktion over for 'Fragrance Mix I', der var under gennemsnittet (Uter et al., 2001). Dette kan dog skyldes, at det ikke nødvendigvis er de parfumestoffer, som anvendes i rengøringsmidler, der indgår i 'Fragrance Mix I'. Et dansk forskningsprojekt (Videncenter for Arbejdsmiljø, 2015) har vist, at mange af de eksempatienter, der undersøges i dag, er allergiske over for andre stoffer end de 28 stoffer, som indgår i den europæiske 'basis-serie' ved test for allergi. I den europæiske 'basis-serie' indgår bl.a. 14 parfumestoffer, der indgår i 'Fragrance Mix I' og 'Fragrance Mix II'. Det påpeges også af (Cheng & Zug, 2014), at der er et mismatch mellem de parfumestoffer, der testes for i 'Fragrance Mix' (I og II), og de parfumestoffer, som er de mest allergifremkaldende. Det er dog muligt, at teste for andre af de deklarationspligtige parfumestoffer via andre testserier, hvis der er mistanke om parfumeallergi. Disse andre parfumestoffer indgår dog ikke nødvendigvis, som standard i 'basis-serien'.

I en dansk undersøgelse fra 2010 blev alle patienter med en anerkendt arbejdsbetinget kontaktesem undersøgt nærmere. Af de i alt 1.504 patienter var der 118, der havde rengøring som deres arbejde. 85 % af disse havde fået konstateret arbejdsbetinget irriterende eksem og 6 % en arbejdsbetinget allergisk kontaktesem. 4 % af de 118 patienter havde fået konstateret allergi over for parfumestoffer (Korfitsen Carøe et al., 2013).

I et spansk studie af 818 medarbejdere i rengøringsbranchen i 2012 blev der rapporteret om hånddermatitis hos 28 % af disse sammenholdt med 18 % for den almindelige befolkning. Undersøgelsen konkluderer, at der er næsten dobbelt så stor sandsynlighed for at udvikle hånddermatitis ved brug af parfumerede produkter sammenlignet med den almindelige befolkning, og sandsynligheden steg jo oftere personerne anvendte parfumerede produkter (Mirabelli et al., 2012).

Flere undersøgelser indikerer desuden, at der er en sammenhæng mellem brugen af visse rengøringsmidler (f.eks. sprayprodukter) og udviklingen af astma eller forværring af astmasymptomer hos rengøringspersonale.

Hvilke parfumestoffer anvendes i rengøringsmidler?

Der eksisterer enkelte undersøgelser, der direkte angiver udbredelsen af parfumestoffer, og hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidler. Flere af undersøgelserne dækker dog udelukkende rengøringsmidler til det private marked og ikke det professionelle marked. Oplysningerne i den undersøgte litteratur tyder dog på, at der generelt anvendes de samme parfumestoffer som i kosmetiske produkter, bl.a. er limonene, citral, linalool, citronellol, geraniol og en del af de andre 26 deklarationspligtige parfumestoffer identificeret i rengøringsmidler. En nyere Schweizisk undersøgelse (fra 2014) af rengøringsprodukter brugt til professionel rengøring, viser, at cirka en fjerdedel af rengøringsprodukterne indeholdt parfumestoffer i en koncentration på mellem 0,01 og 5 %, og at en del af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer anvendes i produkterne.

Anvendelsen af parfumestoffer i rengøringsmidler til professionelt brug i Danmark

I kortlægningen er der taget kontakt til SKI, KomUdbud og Københavns Kommune, de fem regioner samt Statens Indkøb (Moderniseringsstyrelsen) for at spørge ind til deres krav til brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler. Undersøgelsen viser, at det offentlige stiller krav til at rengøringsmidler skal være uden parfume. Dog er der enkelte produkter (f.eks. urinalkugler), hvor der godt må være parfume i, da produkterne ikke findes parfumefri. De kommuner, der følger rammeaftalerne under SKI og KomUdbud, dækker 51 % af landets kommuner.

Der er i kortlægningen ligeledes taget kontakt til de største private rengøringsvirksomheder. Det fremgår, at der i private rengøringsvirksomheder i meget høj grad benyttes rengøringsprodukter,

der er svanemærkede eller overholder Svanemærkningens kriterier og/eller ikke indeholder parfume. Enkelte af de kontaktede virksomheder benytter rengøringsprodukter med parfume ved specialopgaver, hvor der eksempelvis kræves parfume for at fjerne lugtgener, eller hvor kunden specielt har ønske om, at der bruges parfume i rengøringsprodukterne. Nogle af de kontaktede private rengøringsvirksomheder ønskede ikke at svare på spørgsmålet omkring indhold af parfumestoffer i deres rengøringsmidler. Ingen af de kontaktede rengøringsvirksomheder, som benyttede rengøringsprodukter med parfume, kunne eller ønskede at oplyse, hvilke konkrete parfumestoffer deres rengøringsprodukter indeholder.

5. Kortlægning af duftmarketing

I dette kapitel beskrives fremgangsmåde og resultater for kortlægningen af brugen af duftmarketing i detailhandlen i Danmark.

5.1 Fremgangsmåde for kortlægningen

Kortlægningen er gennemført ved brug af følgende virkemidler, der er beskrevet nærmere nedenfor:

- Litteratursøgning
- Internetsøgning efter sælgere og brugere af duftmarketing
- Kontakt til identificerede sælgere af duftmarketing
- Kontakt til udenlandske leverandører af duftmarketingsprodukter
- Kontakt til virksomheder i detailhandlen, der gør brug af duftmarketing
- Udtræk af relevante data fra Produktregisteret (er beskrevet i kapitel 3.2 "Produktregisteret").

5.2 Hvad er duftmarketing?

Duftmarketing er som beskrevet i indledningen i dette projekt defineret som en bevidst aktiv udsendelse af duftstoffer/parfumer, dvs. enten manuelt eller mekanisk med det formål at udsende en bestemt duft i butikken og dermed skabe en bestemt stemning i butikken.

Forbrugerombudsmanden har i en ældre sag fra 1996 udtalt sig om brugen af duftmarketing, og udtaler følgende: *"Duftmarketing er betænkelig, såfremt duftpåvirkningerne anvendes til at vildlede forbrugerne. Brug af dufte, der understreger eller illustrerer et produkts egenskaber kan imidlertid ikke generelt siges at være i strid med god markedsføringsskik"*. F.eks. vil brug af appelsindufte i en frugtafdeling ikke være i strid med god markedsføringsskik. (Forbrugerombudsmanden, 2004).

Forbrugerombudsmanden udtaler desuden, at *"efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er det, i lighed med andre markedsføringsteknikker der påvirker forbrugernes underbevidsthed, i strid med god markedsføringsskik, såfremt forbrugerne ikke er klar over, at de udsættes for denne påvirkning"*. *"Såfremt forretninger anvender udsendelse af dufte som led i markedsføringen, finder Forbrugerombudsmanden det rimeligt, at forbrugerne oplyses herom ved skiltning i forretningen"*. (Forbrugerombudsmanden, 2004).

5.3 Udstyr og metoder anvendt til duftmarketing

I de efterfølgende afsnit beskrives forskellige metoder til at få duftstoffer frigivet ved duftmarketing. De forskellige metoder er beskrevet ud fra interviews fra brugere af duftmarketing, ud fra beskrivelser fra producenter/leverandører af duftmarketing samt informationer tilgængelige på leverandørers hjemmesider.

5.3.1 Metode 1: Våd diffusion

Denne metode er baseret på dyser, hvorfra der forstøves væske tilsat duftstoffer ud i rummet. Denne metode er også udbredt i private hjem ofte på toiletter og er ofte betegnet "luftfriskere". Teknologien benyttes i meget små produkter, der kan drives af batterier eller ved manuelt tryk, og den kan benyttes i meget store produkter, der bliver censorstyret automatisk og er tilsluttet en strømkilde. Produkter med denne teknologi kan være beregnet til rum på få kvadratmeter og op til 30.000-50.000 kvadratmeter. Der findes produkter af forskellig kvalitet, hvor nogle forstøver væske med højt vandindhold, og andre kan forstøve væsken finere og kan derved benytte mere rene duftstoffer (Air-Aroma, 2015).

5.3.2 Metode 2: Tør diffusion

Ved tør-luft-diffusionsmetoden afgives meget små duftmolekyler til luften fra det inaktive tørre materiale (små keramik-kugler), som er infuseret med den aktuelle duftolie. Duften afgives, når duftapparatet aktiveres ved bevægelse, via tidsintervaller eller lignende. Ved hjælp af trykluft presses luften igennem en pose med det tørre materiale infuseret med duft. Denne teknologi minder om kold luft-diffusion beskrevet nedenfor og fordelene er, at luftfugtigheden ikke øges som i våd diffusion, hvilket gør, at duften spredes bedre i rummet, og der skal benyttes mindre duftstof (Interview med producent, 2015; Kulturstyrelsen, 2014).

5.3.3 Metode 3: Kold luft diffusion gennem ventilationssystem

Duftapparatet er tilsluttet bygningens HVAC⁶ kanaler. Den duftende olie bliver, ved højt tryk af filtreret kold luft, spredt i en tør tåge af små dråber/duftmolekyler inde i duftapparatet. Alternativt kan den duftende olie forstøves af en elektronisk vibrerende membran. Denne tørre tåge med duftstoffet bliver så frigivet i HVAC-kanaler og sender derved en konsekvent duft til de ønskede områder i bygningen (Air-arama, 2015; Scentair, 2015; Emsenhuber, 2009).

5.3.4 Metode 4: Kold fordampning

Væsken eller olien med duftstoffet opbevares i en beholder, og den fordamper langsomt og spredes i rummet, hvilket medfører dufte. Nogle produkter af denne type benytter emner til at øge fordampningen ved eksempelvis, at produktet er tilsluttet en strømkilde, og der kører en justerbar blæser, som øger fordampningen. Nogle produkter med denne metode benytter et filtersystem, således at den luft, der går ind i produktet, bliver rensat. Andre produkter af denne type består af en flaske/skål (en såkaldt diffusor) med duftvæsken, hvor der står nogle træpinde i. Væsken trækkes op i pindene og afgives derved hurtigere til luften omkring (Ambient Idea, 2015; Kulturstyrelsen, 2014; Emsenhuber, 2009).

5.3.5 Metode 5: Varm fordampning herunder duftlys og olielamper

En meget udbredt metode, især i private hjem, men også benyttet i detailhandlen, er brugen af duftlys eller olielamper. Duftlys fungerer ved, at stearinlyset indeholder duftstoffer, som bliver frigivet, når stearinen opvarmes og fordamper. Olielamper fungerer ved, at et stearinlys opvarmer en beholder, hvori der er en væske med duftstoffet. Væsken fordamper, og duftstoffet frigives til omgivelserne (Interview med virksomhed fra detailhandlen, 2015; Emsenhuber, 2009).

5.3.6 Metode 6: Ovn

Der bages hjemmebag f.eks. kanelsnegle i en almindelig ovn. Denne metode er set anvendt i køkkenforretninger, men er også anvendt hos bagere (kanelsnegle og andet bagværk ligger i åbne montre) (Interview med virksomhed fra detailhandlen, 2015). Desuden er det et velkendt 'trick' i forbindelse med ejendomssalg. Metoden er dog udenfor definitionen af duftmarketingsbegrebet i dette projekt, da der ikke indgår parfumestoffer.

⁶ HVAC er samlet betegnelse for alle varme-, ventilations- og kølingssystemer i bygninger

5.4 Litteratursøgning

Indledningsvist i projektet blev der foretaget en litteratursøgning om parfumestoffer i duftmarketing. En del litteratur om parfumestoffer og deres allergifremkaldende egenskaber eksisterer, men specielt litteratur om brugen af parfumestoffer i duftmarketing er sparsom.

Litteratursøgningen er foretaget via en generel søgning på internettet, samt via en søgning i bl.a. PubMed og Web of Science. Der blev anvendt søgeord som f.eks. "sensory shopping" eller "scent marketing" i kombination med f.eks. "perfume", "fragrance" eller "odour" i kombination med f.eks. "work place" eller "occupational exposure". Resultatet af søgningen fremgår nedenfor, hvor de mest interessante artikler er refereret.

Søgningen viser, at viden omkring duftmarketing i Danmark er begrænset, og der findes kun sparsomt med litteratur på området. Det eksisterende litteratur er især populærlitteratur, der primært angiver, hvilke butikker der anvender duftmarketing.

5.4.1 Parfume og effekter ved inhalation

Direkte hudkontakt med parfumestoffer synes at være hovedeksponeringskilden, når det kommer til parfumeallergi. Eksponering via indånding, som ved f.eks. brug af duftmarketing, synes af mindre betydning, men viden om stoffernes respiratoriske sensibiliseringspotentiale er for de fleste parfumestoffers vedkommende begrænset. Parfumestoffer i indeklimaet kan virke som irritanter, bl.a. hos MSC-patienter (personer med duft- og kemikalieoverfølsomhed). Dog er grundene til MSC ikke blevet fuldt undersøgt, og kendskabet er derfor begrænset (Andersen et al., 2015).

5.4.2 Populærlitteratur

Den danske avis, Politiken, havde over nogle måneder en række artikler om en amerikansk tøjkæde, Abercrombie & Fitch, hvor duftmarketing blev anvendt i høj grad. En af avisens artikler (Politiken, 2012a) beskriver, hvorledes Abercrombie & Fitch blev påbudt af Arbejdstilsynet til at beskytte de ansatte mod de store mængder parfume, som virksomheden anvender som en del af markedsføringen. Parfumen indeholder citronellol, som er allergifremkaldende ved hudkontakt⁷, og det blev sprøjtet ud af flere maskiner hver halve time. Efter andet påbud blev brugen af maskiner erstattet ved at de ansatte iført handsker sprøjtede parfumen direkte på tøjet. Både ansatte og kunder er dog stadig udsat for det allergifremkaldende stof trods den nye metode.

To af artiklerne angiver den store konkurrence pga. stigende salg via internettet, som en mulig årsag til, at butikker må tiltrække kunder på nye måder (Politiken, 2011 og Politiken, 2012b). Artiklen henviser til en undersøgelse af Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi og Erhvervs- og Byggestyrelsen, "Vækst via Oplevelser 2011", hvor 47 % af de adspurgte virksomheder svarer, at de anvender oplevelser som en del af markedsføringen. Det er en stigning på 13 % fra en tidligere undersøgelse i 2008. Til trods for den ene artikels (Politiken, 2012b) påstand om, at duftmarketing er blevet mere udbredt i Danmark med henvisning til førnævnte artikel, er dette ikke angivet i den undersøgelse, som artiklen henviser til. Duftmarketing vil formentlig ligge under kategorien "oplevelser i marketing", men det er ikke udspecificeret i undersøgelsen. Til gengæld nævnes "storytelling, events, vareprøver, konkurrencer, og kendte personer i reklamer" som eksempler på "oplevelser i marketing". Artiklernes henvisning til rapporten kan således benyttes til at underbygge påstanden om, at butikker har brugt nye kanaler til markedsføring, men ikke i hvor høj grad duftmarkedsføring har vundet indpas i de danske detailbutikker.

Kommunikationsforum bragte i 2005 en artikel om duftmarketing (Kommunikationsforum, 2005). Artiklen er blandt andet et interview med forfatteren Joel Leonard til bogen "Lugten af penge – om duftmarketing". I artiklen beskrives, at der er flere eksempler på, at produkter gør brug af

⁷ Hudkontakt kan være relevant for duftmarketing, når parfumestofferne i luften lægger sig på bar hud.

duftmarkedsføring. Nike har blandt andet lavet en undersøgelse, hvor de sammenligner salg af produkter med og uden dufte. Deres undersøgelse viser, at produkter, der var tilsat dufte solgte 24 % mere og endda til en højere pris. Det angives også, at alle de store mærker inden for cowboybukser har deres egen duft, som de sprøjter deres produkter med. Målet er ubevidst at blive påvirket til at købe et bestemt mærke. Joel Leonard beskriver, at forbrugerne har set duftmarkedsføring som en manipulation og en hemmeligholdelse af strategierne for markedsføringen. Derfor har virksomhederne ikke turde afsløre at de brugte dufte i deres produkter. Joel Leonard mener, at ”alt markedsføring er en form for manipulation til at købe en vare, så duften skal ikke forstås som en større manipulation. Det er bare en ny og anderledes måde at markedsføre sig på” (Kommunikationsforum, 2005).

Ingeniøren bragte i april 2015 en artikel om duftmarketing med titlen ”Dufte sælger – men de skal helst gøre det diskret”, hvor det angives, at duftmarkedsføring blev set som det ”store dyr i åbenbaringen” til at hive butikkerne ud af den økonomiske krise, idet flere undersøgelser pegede på et stort potentiale. Artiklen beskriver, at ingen ved, hvor mange butikker der i dag bruger dufte i deres markedsføring, men det vurderes, at flere gør det, selvom de ikke siger det højt. Kritik fra bl.a. Astma-Allergi Danmark har f.eks. medført, at der er kommet en stemning af, at brug af dufte var at ’snyde kunderne’. Artiklen påpeger, at der er flere branchefolk, som udtaler, at det især er hotelkæder, der benytter sig af duftmarketing. ”Udfordringen er at undgå, at det ender med signalforvirring. Duftene skal passe ind i en historiefortælling eller et budskab, som også synsindtryk og lyde skal støtte op omkring, ellers bliver det bare forstyrrende”. Artiklen beskriver desuden, at det er svært at dokumentere, hvor effektive dufte i markedsføringen er, og den eksisterende forskning er sparsom. Både hjerneforskning og test af forsøgspersoner viser, at dufte påvirker vores beslutninger, hukommelse og tidsfornemmelse (Ingeniøren, 2015).

5.4.3 Videnskabelige artikler og rapporter

Det er få artikler, der er identificeret omkring duftmarketing, og de, der er identificeret, i højere grad handler om duftmarketing som salgsparemeter, end at de beskriver, hvilke parfumestoffer der anvendes.

5.4.3.1 Duftmarketing: Subliminale reklamebeskeder

Emsenhuber (2009) forklarer og beskriver generelt, hvad duftmarketing er. I artiklen angives, at en psykolog allerede i midten af 1990’erne undersøgte effekten af dufte på vores indkøbsadfærd og fik bekræftet, at parfumerede salgslokaler medvirkede til et øget salg. Netop af denne årsag anvendes duftmarketing i dag. Formålet er at skabe en behagelig atmosfære for kunderne, så de bliver i forretningen så længe som muligt, nyder atmosfæren/stemningen og derved køber flere produkter eller øger forbruget. Ved duftmarketing udnytter man det faktum, at en duft næsten altid skaber en eller anden følelsesmæssig reaktion hos mennesket. Dog er fortolkningen af dufte subjektiv og er relateret til individuelle følelser (Emsenhuber, 2009).

5.4.3.2 Duftmarketing: Hvad er effekten på forretninger i Umeå?

Et svensk kandidatspeciale fra 2009 undersøgte effekten af duftmarketing i butikker i Umeå, Sverige (Blondeau og Tran, 2009). Det blev kortlagt ved spørgeskemaer sendt til 88 butikker, hvoraf 57 besvarede spørgeskemaet. 15 (svarende til 26 %) af de butikker i Umeå, der udfyldte spørgeskemaet, svarede, at de anvendte lugte eller parfume i deres butikker i 2009. Heriblandt var butikkerne The Store, Carisma, Indiska, Pentik, Tehönan, Kicks, Make up Store og The Body Shop. Forfatteren beskriver dog, at de i deres undersøgelse gik dybere ned i brugen af duftmarketing, og det viste sig, at ud af de 15 butikker, der sagde, at de anvendte dufte eller parfumer, var det reelt kun 5 af butikkerne, der decideret anvendte duftmarketing, dvs. at de aktivt brugte dufte som en del af deres markedsføring. Disse 5 butikker var inden for områderne tøj (2), bolig (1) og skønhed (2). De resterende butikker havde blot anført, at de anvendte dufte eller parfumer, fordi de solgte produkter, der duftede i sig selv. (Blondeau & Tran, 2009).

5.4.3.3 Musik og aroma har indflydelse på køberes adfærd og tilfredshed

Morrison et al. (2011) beskriver et studie, hvor unges (18-25 år) købevaner og butiksoplevelse blev vurderet. Der blev foretaget forsøg med og uden brugen af høj eller lav musik og vaniljearoma. Alle kombinationer blev testet, og i alt 263 kunder blev efterfølgende interviewet. Konklusionen var klart, at kombinationen af høj musik og tilstedeværelsen af vaniljearoma havde en direkte positiv effekt på den tid, der blev brugt i butikken, og at både kundernes glæde/fornøjelse og opstemthed ved indkøbssituationen blev markant forøget. Dette blev målt via et spørgeskema, når kunderne kom ud af butikken (Morrison et al., 2011).

5.4.3.4 Effekter af omgivende duft og musik i detailhandlen

Et tidligere studie beskrevet af Spangenberg et al. (2005) kom frem til lignende observationer. Her blev købsoplevelsen for i alt 130 kunder mellem 20 og 55 år undersøgt via spørgeskemaer efter butiksbesøget. Der blev foretaget alle kombinationer af med/uden duften af jul, med/uden julemusik, og med/uden musik (der ikke var julemusik). Resultaterne viste, at musik alene eller duft alene ikke gav kunderne en bedre købsoplevelse, men at kombinationen af duften af jul i butikken samt julemusik i butikken havde en positiv indflydelse på vurderingen af oplevelsen i butikken. En ekstra observation var, at når musikken (ikke julemusik) ikke passede til duftoplevelsen (duft af jul), havde det en negativ indflydelse på oplevelsen i butikken. Forfatterne påpeger dog, at effekten af julemusik og duft af jul bliver forstærket at, at det rent faktisk var juletid, da forsøgene blev gennemført, og stiller selv spørgsmålet, om lignende effekt kunne observeres ved andre højtider (Spangenberg et al., 2005).

Der er således flere studier (bl.a. Spangenberg et al. (1996) og Spangenberg et al. (2006)), der viser, at der er en sammenhæng mellem oplevelsen af en forbedret købsoplevelse og anvendelsen af duft i butikkerne. Resultaterne viser, bl.a. at brugen af dufte kan ændre på kundernes tidfornemmelse i butikken, dvs. de reelt bruger længere tid i butikken end deres opfattelse af tiden (Spangenberg et al. (1996)).

5.5 Internetsøgning efter sælgere og brugere af duftmarketing

Der er foretaget en søgning på internettet efter virksomheder, der sælger duftmarketing til andre virksomheder i Danmark, og efter virksomheder, der anvender duftmarketing som en del af deres markedsføring af deres butik/virksomhed.

5.5.1 Sælgere af duftmarketing på det danske marked

Denne søgning efter virksomheder, der sælger duftmarketing i Danmark, og kontakt til disse virksomhederne viser, at det i dag (sommeren 2015) er nedenstående virksomheder, der opererer eller tidligere har opereret på det danske marked:

- Mood Media (<http://www.moodmedia.dk/>)
- iSense (<http://www.isense.dk/>)
- Ambient Idea (<http://ambientidea.dk/>)
- YouSenseIt (<http://www.yousenseitagency.com/>)
- Duftmarketing.dk (<http://duftmarketing.dk/>)
- Air aroma (har ikke kontor i Danmark, men anvender typisk danske distributører, der er dog p.t. (sommer 2015) ingen danske distributører) (<http://www.air-aroma.dk/>)
- Vision Aroma (virksomheden er lukket og hjemmeside lukket ned)
- Scanscent (virksomheden er lukket og hjemmeside lukket ned)

Kontakten til ovenstående sælgere af duftmarketing og en generel søgning på internettet viser, at der internationalt blandt andet findes følgende nedenstående producenter og leverandører af udstyr og dufte til duftmarketing, dvs. disse virksomheder er i praksis (eller kan være) leverandører af udstyr og dufte til de danske virksomheder, der sælger duftmarketing i Danmark:

- Scent Air (USA) (<http://www.scentair.com/>)
- Scent Events (USA) (<https://www.scentevents.com/>)
- Ambius (USA) (<http://www.ambius.com/scenting/ambient-scenting/index.html>)
- AirQ (USA) (<http://airq.com/>)
- AromaSys (USA) (<http://www.aromasys.com/>)
- The Mood Factory (USA) (<http://themoodfactory.com/>)
- Demeter Fragrance Library (USA) (<http://www.demeterfragrance.com/>)
- Air Aroma (USA) (<http://www.air-aroma.com/>)
- Aromatechsystem (Canada) (<http://aromatechsystems.com/>)
- Vapo d'or Innovation GmbH (DE) (<http://www.vapodor.com/>)
- DryDiffusion (DE) (<http://www.drydiffusion.de/>)

5.5.2 Brugere af duftmarketing på det danske marked

Der er foretaget en søgning på internettet efter virksomheder, der anvender duftmarketing som en del af deres markedsføring. De identificerede sælgere af duftmarketing blev også spurgt, hvem deres kunder var, men navne på kunder blev ikke afsløret – udelukkende hvilke typer af virksomheder der anvender duftmarketing.

Mange sælgere af duftmarketing har dog oplistet deres kunder på deres hjemmesider. 17 udvalgte butikker, der ifølge en søgning på internettet anvender duftmarketing blev identificeret inden for brancherne 'sko, tøj og smykker', 'bolig' og 'skønhed' (Søgning duftmarketing, 2015).

5.6 Kontakt til sælgere af duftmarketing

Ovennævnte virksomheder og leverandører blev kontaktet med henblik på oplysninger, der kunne afdække brugen af parfumestoffer i duftmarketing i detailhandlen i Danmark. Fælles for de kontaktede virksomheder var, at de ikke ville oplyse, hvilke butikker/virksomheder, de havde som kunder. Oplysningerne modtaget fra de kontaktede virksomheder er angivet nedenfor i anonymiseret form.

5.6.1 Virksomhed 1 – sælger af duftmarketing

Denne virksomhed har i en årrække (13-14 år) solgt duftmarketing til virksomheder i Danmark, herunder maskiner/systemer der foretager selve beduftningen (spredningen af parfumestofferne) i lokalerne. Ejeren af virksomheden er dog ved at lukke forretningen ned, pga. manglende succes, og har nu i dag kun få kunder tilbage, som udelukkende er spabade i fitnesscentre. Tidligere har virksomheden solgt duftmarketing til detailkæder og hoteller (receptioner).

Ejeren vil lukke sin virksomhed, da duftmarketing aldrig rigtig har slået an i Danmark. Ejeren mener, at folk i Danmark generelt er skeptiske over for parfumestoffer, og han har derfor svært ved at forestille sig, at området vil få fodfæste i Danmark.

Virksomheden har haft tyske leverandører til at levere parfumestofferne. Ejeren har forsøgt at få fat i parfumestoffer uden de 26 deklarationspligtige parfumestoffer fra kosmetiklovgivningen, men det har været svært, da disse 26 parfumestoffer er basis i mange af de anvendte parfumblandinger. Generelt anvendes små koncentrationer af parfumestoffer til duftmarketing ifølge virksomheden.

5.6.2 Virksomhed 2 – sælger af duftmarketing

Denne virksomhed sælger duftmarketing til virksomheder i Danmark, herunder maskiner og systemer der foretager selve beduftningen i lokalerne. Virksomheden har dog primært en kunde i detailhandlen (en møbelkæde) og køber udstyr og parfumestoffer fra en leverandør i USA.

Ifølge virksomheden tales der langt mere om duftmarketing, end der bliver handlet på det. Det skal forstås således, at mange er interesseret i duftmarketing, men der er ikke den store handel i det for nuværende. Virksomheden er overbevist om, at området vil vinde indpas i Danmark, præcist som det er i dag i Sydeuropa og USA.

Ifølge virksomheden sælges duftmarketing hovedsageligt i detailhandlen (non-food) i Danmark i dag.

5.6.3 Virksomhed 3 – sælger af duftmarketing

Denne virksomhed har i en årrække solgt duftmarketing til danske virksomheder og gør det stadig. Virksomheden sælger apparater af tørdiffusionsmetoden, som ifølge virksomheden anvender en mindre mængde parfumestoffer i forhold til våddiffusion. Virksomheden sælger sensorstyrede apparater, så der udelukkende spredes duft, når der er personer, som går forbi sensorerne.

Ifølge denne virksomhed er duftmarketing kun udbredt i Danmark i ringe udstrækning, hvis man sammenligner med USA, hvor fænomenet er udbredt⁸.

Ifølge virksomheden bliver duftmarketing anvendt i hele detailhandlen, men det er mest udbredt i tøjbranchen og i tax-free butikker. Duftmarketing i dagligvarebranchen er på vej frem, men her er det primært på testbasis i øjeblikket. Duftmarketing er også set anvendt i møbelbutikker og i indkøbscentre. Virksomheden har en håndfuld kunder inden for hvert område. Virksomheden mener dog, at det klart er et område, der er på vej frem. Dette skyldes den stærke konkurrence fra online butikkerne. De fysiske butikker er derfor tvunget til at bruge andre midler, såsom duft og lyd til at gøre shopping oplevelsen mere nærværende og på denne måde skabe sig en fordel frem for online butikker.

Specialbutikker har arbejdet strategisk med dufte i mange år, hvor duftende produkter aktivt placeres strategiske steder i butikken, f.eks. nymalet kaffe ved indgangen. Dufte anvendes f.eks. også ved specielle udstillinger i museer ved at skabe en duft af den ældre tid, der måske er på udstilling. Det er ofte viden fra aromaterapien, der anvendes i duftmarketing, dvs. bestemte dufte kan anvendes til at afstresse og berolige og dermed skabe en bedre indkøbsoplevelse eller museumsoplevelse.

Virksomheden forklarer, at i USA, hvor duftmarketing er langt mere udbredt, er der en helt anden holdning til dufte og parfumer. I USA bliver dufte anvendt i langt større mængder end i Danmark. Denne forskel kan ses i den megen negative omtale, som tøjbutikken Abercrombie & Fitch har fået i Danmark. Ejeren er af den holdning, at i Danmark bør duftmarketing handle om ”antydningens kunst”. Hvis det anvendes forkert, f.eks. i for store mængder, eller hvis det påvirker medarbejderne negativt, vil det ikke slå an i Danmark.

Duftmarketing kan anvendes som våddiffusion eller som tørdiffusion. Ved våddiffusion, som er den mest udbredte metode, spredes damp og parfumevæske i lokalet. Ved tørdiffusion anvendes tør luft, og der anvendes forskellige teknikker bl.a. keramiske kugler eller patroner, hvori den tørre luft presses igennem for at opnå duften af parfumestofferne. Virksomheden sælger apparater af tørdiffusionsmetoden, som anvender en mindre mængde parfumestoffer i forhold til våddiffusion. Virksomheden sælger sensorstyrede apparater, så der udelukkende spredes duft, når der er personer, som går forbi sensorerne.

⁸ Det skal bemærkes, at litteratursøgningen, der er foretaget bredt og også på det amerikanske marked, ikke har vist litteratur, der beskriver effekterne ved udsættelse for parfumestoffer via duftmarketing.

5.6.4 Virksomhed 4 – sælger af duftmarketing

Virksomheden arbejder ikke så meget mere med duftmarketing. I dag arbejder virksomheden i stedet med salg af duftprodukter, dvs. duftlys og karafler med parfume (diffusorer).

5.6.5 Virksomhed 5 – tidligere sælger af duftmarketing

Virksomheden har stadig deres hjemmeside omkring duftmarketing, men har ingen kunder på området i dag, og deres virksomhed koncentrerer sig om salg af helt andre produkter i dag. Da de startede op på duftmarketingsområdet i starten af 2000-tallet, viste det sig, at de var alt for tidligt ude. De brugte en masse tid og penge på området, men fik aldrig gang i noget salg inden for duftmarketing.

5.7 Kontakt til udenlandske producenter/leverandører af duftmarkingsprodukter

Ved kontakten til de identificerede sælgere af duftmarketing i Danmark blev der oplyst, at der blev anvendt to amerikanske leverandører af duftmarketingsprodukter. Disse amerikanske virksomheder blev kontaktet for bl.a. information om brugen af parfumestoffer.

Begge de amerikanske virksomheder har været kontaktet, men på trods af telefonisk kontakt og email-korrespondance blev der ikke modtaget andre informationer end et enkelt sikkerhedsdatablad som et eksempel på en af deres dufte. Sikkerhedsdatabladet indeholder dog ingen oplysninger om indholdsstoffer, idet det angives, at der er tale om fortrolige oplysninger.

På en af de amerikanske leverandørers hjemmesider er virksomhedens sikkerhedspolitik angående deres produkter angivet. Ifølge denne sikkerhedspolitik køber den amerikanske leverandør udelukkende parfumestoffer fra leverandører, der er medlem af IFRA North America (International Fragrance Association). IFRA stiller krav om, at parfumestoffer skal fremstilles i overensstemmelse med IFRA-standarder, der er baseret på en objektiv sikkerhedsvurdering af de individuelle duftstoffer udført af et uafhængigt panel af eksperter. Ekspertpanelets konklusioner anvendes til at sætte sikre niveauer for brug af duftstofferne (IFRA, 2015a). Blandt andet sættes der grænser for det kvantitative indhold af de deklarationspligtige parfumestoffer (IFRA, 2015b). SCCS har tidligere vurderet IFRAs sikkerhedsvurderingsmodel, og har ikke fundet tillid til de niveauer, der fastsættes af IFRA (SCCP/1153/08). Sidenhen er der udarbejdet en opdateret version af modellen, som SCCS ikke har vurderet.

Herudover har der været taget kontakt til en producent/leverandør af duftmarketingsprodukter, der også opererer på det europæiske marked. Denne virksomhed angiver, at de har få kunder i Danmark, men at de er overbevist om, at markedet er voksende – også i Danmark. Flere fysiske butikker indser, at det er nødvendigt at anvende andre faktorer i deres butikker, bl.a. via dufte, for at kunne konkurrere med internethandel, idet flere undersøgelser viser gode resultater mht. at få kunderne til at blive længere i butikken, når duft 'tilsættes' som en ekstra del af butiksoplevelsen. Denne sælger af duftmarketing angiver, at Europa generelt er bagud på dette område i forhold til USA og Asien, hvor duftmarketing anvendes i langt større stil. Der sker en stor vækst på duftmarketingsområdet over hele Europa i øjeblikket. Virksomheden angiver, at de sælger forskellige teknologier til duftmarketing, bl.a. både tør og våd diffusion. Virksomheden er medlem af IFRA, så alle deres duftstoffer er certificeret af IFRA og overholder IFRA standarder. Virksomheden angiver, at der ved automatiske systemer typisk anvendes 0,3-0,4 ml koncentreret duftstof per time til at skabe den nødvendige duft i en butik på f.eks. 300 m³.

5.8 Kontakt til virksomheder i detailhandlen, der gør brug af duftmarketing

Butikker, der ifølge en søgning på internettet anvender duftmarketing, er beskrevet i tabellerne (Tabel 10 til Tabel 13) nedenfor. Herudover er der taget kontakt til enkelte virksomheder, som projektgruppen selv mente, evt. kunne gøre brug af duftmarketing. Der er foretaget telefoninterviews med virksomhederne, hvor der blev spurgt ind til deres brug af duftmarketing. Mange af de adspurgte benyttede ikke duftmarketing eller ville ikke udtale sig. Nedenstående tabeller (Tabel 10 til Tabel 13) sammenfatter resultatet af disse telefoninterviews.

5.8.1.1 Sko-, tøj- og smykkebutikker

Ud af 10 kontaktede sko-, tøj- og smykkebutikker er der kun en tøjkæde, der i dag stadig anvender duftmarketing. To butikker har tidligere haft anvendt duftmarketing, men anvender det ikke længere. En af disse butikker angiver, at det gav en medarbejder hovedpine, og derfor stoppede de med det. En enkelt butik sprayer parfumestoffer på deres visitkort, men det er udelukkende som reklame for deres egne parfumer, de også sælger i butikken.

Branche	Anvender eller har anvendt duftmarketing	Uddybning af brugen	Teknologi og parfumestof
Virksomhed 1: Tøjkæde	Ja	Ønsker ikke at udtale sig yderligere.	Ingen oplysninger.
Virksomhed 2: Tøjkæde	Nej	Virksomheden bruger ifølge deres spanske hovedkontor ikke duftmarketing i nogle butikker herunder de danske og har aldrig benyttet det.	-
Virksomhed 3: Tøjkæde	Nej	-	-
Virksomhed 4: Skokæde	Nej, men de har brugt/testet det i en længere periode for et halvt år siden.	En ekspedient udtaler, at de fik det for ca. to år siden, men måtte slå det fra for et halvt år siden, fordi de ansatte i butikken fik hovedpine.	De benyttede en maskine, der passivt afgav duft. Butikken er ca. 150m ² . Ekspedienten vidste ikke, i hvor store mængder duftmidlet blev benyttet.
Virksomhed 5: Undertøjskæde	Nej	-	-
Virksomhed 6: Undertøjskæde	Nej	-	-
Virksomhed 7: Smykkekæde	Nej, men de har muligvis tidligere testet det, dog uden at fortsætte med det.	Ingen yderligere kommentarer.	Ingen oplysninger.
Virksomhed 8: Tøjbutik	Ja (begrænset)	Butikken sprayer nogle gange deres egne parfumer, som sælges i butikken, på visitkort/kort til fordelsklub. Dette gøres for at gøre kunder opmærksom på deres egne parfumer.	Almindelig parfumeflaske.

Branche	Anvender eller har anvendt duftmarketing	Uddybning af brugen	Teknologi og parfumestof
Virksomhed 9: Tøjkæde	Nej, men har for tre år siden anvendt duftmarketing i alle deres butikker i Danmark	De stoppede med duftmarketing pga. tvivl i forhold til, hvordan det påvirkede arbejdsmiljøet for de ansatte i butikkerne. Der sidder muligvis stadig maskiner i butikkerne, men de bliver ikke brugt.	Maskiner der sprayer duft ud. Mængder og parfumestof er ukendt.
Virksomhed 10: Tøjkæde	Nej (baseret på interview med medarbejdere i to af kædens butikker).	-	-

TABEL 10
RESULTAT AF TELEFONINTERVIEWS MED 10 UDVALGTE VIRKSOMHEDER INDEN FOR TØJ-, SKO- OG SMYKKER, DER IFØLGE EN INTERNETSØGNING ANVENDTE DUFTMARKETING

5.8.1.2 Boligbutikker

Ud af de tre kontaktede boligbutikker er der en af butikkerne, der anvender decideret duftmarketing, hvor der bevidst bliver sprayet parfumestoffer ud i butikkerne. Denne butik har anvendt det de sidste fem år i alle deres butikker. Herudover angiver en køkkenforretning, at de bager kanelsnegle i de ovne, der er i de køkkener, de sælger.

Branche	Anvender eller har anvendt duftmarketing	Uddybning af brugen	Teknologi og parfumestof
Virksomhed 1: Møbelkæde	Ja, har anvendt duftmarketing i alle butikker i fem år.	Det er en maskine, der automatisk sprayer duftstoffer ud. Maskinen er placeret ved butikernes indgang. Det er de enkelte butikker selv, der justerer, hvor meget der skal sprayes med duftstoffer.	Desuden oplyser de, at der står på beholderen, at der er følgende indholdsstoffer: propanal, linalool, limonene, citral.
Virksomhed 2: Køkkener	Ja	De bager kanelsnegle i de ovne, der er i køkkenerne, de sælger.	Naturlige dufte fra de kanelsnegle der bages
Virksomhed 3: Service og design til hjemmet	Nej	-	-

TABEL 11
RESULTAT AF TELEFONINTERVIEWS MED 3 UDVALGTE BOLIGBUTIKKER, DER IFØLGE EN INTERNETSØGNING ANVENDTE DUFTMARKETING

5.8.1.3 Skønhedsbutikker

Ud af de to kontaktede skønhedsbutikker er der en butik, der anvender duftmarketing. Formålet er dog primært for at gøre opmærksom på nye duftolieprodukter, som de selv sælger.

Branche	Anvender eller har anvendt duftmarketing	Uddybning af brugen	Teknologi og parfumestof
Virksomhed 1: Personlig pleje	Ja	Dette har ikke til formål at øge salget generelt, men det er for at gøre opmærksom på de duftolieprodukter, de selv sælger. De vurderer, at de i deres butikker anvender duftmarketing en gang om måneden, når f.eks. de har fået en ny duft, der skal afprøves.	Butikkerne benytter olielamper, som får duftolier til at fordampe. Deres butikkers størrelse varierer meget, og mængden af duftolier, der benyttes, er forskellige fra butik til butik.
Virksomhed 2: Personlig pleje	Nej	-	-

TABEL 12
RESULTAT AF TELEFONINTERVIEWS MED 2 UDVALGTE SKØNHEDSBUTIKKER, DER IFØLGE EN INTERNETSØGNING ANVENDTE DUFTMARKETING

5.8.1.4 Butikscentre

Ud af de to kontaktede butikscentre er der et af butikscentrene, der angiver, at de anvender duftmarketing i butikscenteret i dag. Automatiske duftgivere er opstillet ved alle indgange til centeret.

Virksomhed/ Branche	Anvender eller har anvendt duftmarketing	Uddybning af brugen	Teknologi, parfumestof
Virksomhed 1: Butikscener	Ja	Der benyttes duftmarketing i butikscenteret. Der er placeret automatiske duftgivere ved hver indgang. Centret ønsker ikke at udtale sig yderligere omkring deres duftmarketing.	Ingen information
Virksomhed 2: Butikscener	Nej	-	-

TABEL 13
RESULTAT AF TELEFONINTERVIEWS MED 2 UDVALGTE BUTIKSCENTRE, DER IFØLGE EN INTERNETSØGNING ANVENDTE DUFTMARKETING

5.9 Opsamling

Det er begrænset, hvad der findes af litteratur på området vedrørende duftmarketing. Hovedparten af litteraturen på området handler om, hvordan salget og købsoplevelsen forbedres ved brug af dufte. Der er flere undersøgelser, der viser, at brugen af dufte på selve produkterne øger salget, og at brug af dufte i butikker får kunder til at blive længere i butikken og giver dem en bedre oplevelse. Undersøgelser viser også, at duft alene ikke nødvendigvis øger salget, men at duft i kombination med andre sanser, som f.eks. musik, har en mere positiv effekt på købsoplevelsen. Brugen af dufte

er således en måde for butikker, at give kunden en bedre butiksoplevelse, så de fysiske butikker kan konkurrere med internethandlen i dag. Det øgede salg og den bedre kundeoplevelse/butiksoplevelse er således den primære årsag til, at duftmarketing i dag er udbredt især i USA, Asien og Sydeuropa.

Kortlægningen udført i dette projekt viser, at der primært er to virksomheder i Danmark, som sælger duftmarketingsprodukter, hvor der anvendes automatisk apparatur til spredning af parfumestoffer. En virksomhed sælger f.eks. diffusorer (glas med parfumevæske i), der kan bruges til at afgive duft til et rum. Generelt er der ikke modtaget oplysninger om, hvilke parfumestoffer der anvendes, men det er angivet af en sælger, at der typisk anvendes parfumestoffer med et indhold af et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer.

Oplysninger i litteraturen tyder på, at selvom butikker måske ikke anvender dufte i deres butik, så kan produkterne de sælger godt være påført dufte. Der er givet eksempler på cowboybukser og Nike sko, som produkter, hvor der bevidst er tilsat en duft til produktet for at få det til at sælge bedre.

Kortlægningen viser, at anvendelsen af duftmarketing, dvs. hvor der bevidst spredes duftstoffer i butikslokalerne, ikke er specielt udbredt i Danmark. Fænomenet anvendes primært inden for tøj-, sko- og smykkebutikker og boligbutikker (møbler), hvor der ser ud til at være en håndfuld virksomheder (kæder), der anvender duftmarketing. Kortlægningen viser også, at der er enkelte sælgere af duftmarketing, der er overbevist om, at området er på vej frem, og at brugen af duftmarketing vil blive langt mere omfattende end det er i dag. Andre er af den modsatte overbevisning og har lukket deres firmaer ned, fordi der ikke har været salg i det de sidste par år i Danmark.

Af kontakten til butikkerne, der anvender eller har anvendt parfumestoffer, fremgår det, at en enkelt butik stoppede med brugen af duftmarketing, da enkelte af de ansatte fik hovedpine.

6. Spørgeskemaundersøgelser

Som en del af projektet skulle der udarbejdes spørgeskemaundersøgelser til rengøringspersonale i rengøringsbranchen og til butiksansatte i detailhandlen for at undersøge udbredelsen og anvendelsen af parfumestoffer i hhv. rengøringsmidler og i forbindelse med brug af duftmarketing.

6.1 Fremgangsmåde

Fremgangsmåden for disse spørgeskemaundersøgelser blandt rengøringspersonale i rengøringsbranchen og butiksansatte i detailhandlen blev diskuteret på det indledende møde i projektet med følgegruppen, hvor bl.a. repræsentanter fra 3F, FOA, HK Handel og SPT deltog eller blev inviteret. Følgende muligheder for at hverve rengøringspersonale og butiksansatte til at svare på spørgeskema om brug af parfumestoffer blev diskuteret:

1. Ved en rundringning til udvalgte virksomheder skaffes accept af at udsende spørgeskema til både arbejdsgiver og arbejdstager i udvalgte virksomheder i de to brancher.
2. Producenter/distributører af rengøringsmidler og virksomheder, der sælger produkter til duftmarketing, kontaktes, og de virksomheder, der accepterer, får tilsendt et spørgeskema.
3. Der udsendes spørgeskemaer via de deltagende fagforeningers (3F, FOA og HK Handel) medlemmer.

I samarbejde med følgegruppen blev det besluttet at anvende en kombination af de to sidste metoder, idet SPT, 3F, FOA og HK Handel indvilgede i at sende et link med et spørgeskema ud til deres medlemmer. Projektgruppen kontaktede desuden telefonisk sælgere/distributører af duftmarketing og fik ad denne vej oplysninger om anvendelsen af duftmarketing i Danmark. Dette er beskrevet i afsnit 5.6 "Kontakt til sælgere af duftmarketing".

Ved at vælge denne fremgangsmåde er det muligt at nå ud med et spørgeskema til langt flere ansatte i rengøringsbranchen og detailhandlen, og oplysningerne suppleres med information modtaget direkte fra producenter/distributører af rengøringsmidler, samt distributører/sælgere af duftmarketing. Endelig er der også kontaktet udvalgte butikker i detailhandlen for at høre om deres eventuelle brug af duftmarketing, og der er kontaktet de største rengøringsvirksomheder i Danmark for at høre om deres brug af parfumestoffer i rengøringsmidler (se hhv. kapitel 4 "Kortlægning af parfume i rengøringsmidler" og kapitel 5 "Kortlægning af duftmarketing").

6.2 Udarbejdelse af spørgeskemaer

I samarbejde med følgegruppen blev der udarbejdet tre elektroniske spørgeskemaer, som blev sat op i Rambølls program SurveyXact. Der blev udarbejdet et spørgeskema specifikt til rengøringsansatte (3F og FOA), specifikt til butiksansatte (HK Handel) og specifikt til producenter og distributører af rengøringsmidler (SPT).

For 3F og HK Handel blev der udsendt det fulde spørgeskema, som blev udarbejdet i samarbejde med følgegruppen. Da spørgeskemaundersøgelsen for dette projekt faldt sammen med en større spørgeskemaundersøgelse blandt FOAs medlemmer, var det ikke muligt samtidigt at få gennemført den fulde spørgeskemaundersøgelse gennem FOA. Derfor blev udvalgte spørgsmål fra det udarbejdede spørgeskema i dette projekt inddraget i FOAs egen større spørgeskemaundersøgelse.

I håb om at øge svarprocenten blev der reklameret med, at der blev udloddet 10 gavekort á 500 kr. blandt de udfyldte besvarelser. For at kunne vinde et gavekort skulle der udfyldes oplysninger om navn og adresse. Dette galdt både spørgeskemaundersøgelsen for HK Handel og 3F, men ikke for FOA-undersøgelsen, da de selv stod for denne spørgeskemaundersøgelse.

De udarbejdede spørgeskemaer blev udsendt af fagforeningerne selv. Da FOA var i gang med egen medlemsundersøgelse, stod de selv for oprettelse og udsendelse af denne (inklusive udvalgte spørgsmål relevant for dette projekt). For spørgeskemaundersøgelsen blandt 3Fs og HK Handels medlemmer udarbejdede projektgruppen selv spørgeskemaet i samarbejde med følgegruppen, der blev sat op i SurveyXact. Da de deltagende fagforeninger alle har en politik om ikke at udlevere medlemmers emailadresser, blev der oprettet et generelt link til et spørgeskema, som af de respektive fagforeninger blev sendt ud til relevante medlemmer.

Det vil sige, at for spørgeskemaundersøgelserne til 3Fs og HK Handels medlemmer blev der udsendt samme link til spørgeskemaet til alle udvalgte medlemmer. Dette betød i teorien, at samme person vil kunne svare på spørgeskemaet flere gange. Det blev dog anset for usandsynligt, at det ville ske, og idet personer, der ville deltage i konkurrencen om gavekort, skulle udfylde oplysninger om navn og adresse, ville det være muligt at sortere evt. gentagne besvarelser fra.

3F og HK Handel valgte ikke at udsende mails med påmindelse om besvarelse af spørgeskemaet for ikke at forstyrre deres medlemmer unødigt. Det var nemlig ikke muligt med den valgte metode (samme link til spørgeskema til alle udvalgte medlemmer) at sortere de personer fra, som allerede havde svaret på spørgeskemaet.

FOA (der selv satte spørgeskema op og styrede deres medlemsundersøgelse) udsendte link per email til de relevante medlemmer og udsendte én påmindelse i indsamlingsperioden.

For SPTs medlemmer, hvor det relevante deltagerantal (antal producenter og distributører af rengøringsmidler) var forholdsvis lille, blev der oprettet et individuelt link til spørgeskemaet per virksomhed, således at SPT havde mulighed for at udsende påmindelser til de medlemmer, der ikke havde svaret. Alle mails angående spørgeskemaet og eventuelle rykkere blev sendt ud af SPT.

6.2.1 Spørgeskema til rengøringspersonale (3F)

Der blev i samarbejde med følgegruppen udarbejdet et spørgeskema til rengøringspersonale, som var medlem hos 3F. Spørgeskemaet (inklusive de indkomne svar) kan ses af Bilag 3: "Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (3F)". Spørgeskemaet indeholdt i alt 21 spørgsmål inden for følgende emner:

- Arbejdssituation
 - Fuldtid/deltidsarbejde
 - Hvor stor en del af tiden, der arbejdes med rengøringsarbejde?
 - Brug af handsker
 - Ansættelsesforhold, såsom typen af arbejdsplads og længden på ansættelse
- Rengøringsmidler
 - Hvilke rengøringsmidler, der anvendes?
 - Om de anvendte rengøringsmidler indeholder parfume?
- Eventuelle påvirkninger fra rengøringsmidlerne
 - Om der har været gener, der forbindes med parfume i rengøringsmidlerne?
 - Og i så fald, hvilke typer af gener?
- Baggrundsspørgsmål om
 - Køn
 - Alder
 - Geografisk ansættelsessted

Spørgeskemaet til rengøringspersonale medlem af 3F blev oversat til engelsk, så også engelsksprogede havde muligheden for at besvare spørgeskemaet. Dette var der også enkelte der gjorde, men resultaterne er samlet i Bilag 3: ”Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (3F)” med udelukkende danske svar.

3F udsendte den 25. september 2015 i alt 2.642 mails til medlemmer, der hos dem er registreret som havende rengøringsopgaver. Idet 151 emailadresser viste sig at være ugyldige blev der i alt sendt 2.491 mails ud til medlemmer. Spørgeskemaundersøgelsen blev lukket den 9. oktober 2015. Der blev ikke udsendt en påmindelse i perioden. I alt indkom der 77 besvarelser (heraf 75 fulde besvarelser), svarende til en svarprocent på 3,1 %.

Der er således tale om forholdsvis få besvarelser, hvilket gør det svært at konkludere noget håndfast ud fra det tilgængelige datamateriale for 3F alene. Der er dog foretaget en sammenligning af baggrundsdata (køn og alder) for samtlige medlemmer med baggrundsdata for de medlemmer, der har svaret på spørgeskemaet. Sammenligningen ses af Tabel 14 og Tabel 15 nedenfor. Det skal bemærkes, at sammenligningen er foretaget for 2.663 medlemmer, da der er sket en tilgang af 21 medlemmer siden udsendelsen af spørgeskemaet. Det var ikke muligt at foretage en sammenligning på fordeling på arbejdssted (region), da disse oplysninger ikke var umiddelbart tilgængelige for alle medlemmer.

Sammenligning af køn	Fordeling for samtlige 2.663 medlemmer	Fordeling for de 75 fulde besvarelser
Kvinde	1.994 (75 %)	58 (77 %)
Mand	669 (25 %)	17 (23 %)
I alt	2.663 (100 %)	75 (100 %)

TABEL 14
SAMMENLIGNING AF FORDELING AF KØN PÅ SAMTLIGE 3F-MEDLEMMER, DER FIK TILSENDT SPØRGESKEMA OG PÅ DE 75 MEDLEMMER, DER BESVAREDE HELE SPØRGESKEMAET.

Det ses af Tabel 14 ovenfor, at der ikke er den store forskel i fordelingen af køn på de indkomne besvarelser og på de relevante medlemmer, der fik tilsendt spørgeskemaet.

Sammenligning af alder	Fordeling for samtlige 2.663 medlemmer	Fordeling for de 75 fulde besvarelser
Under 20 år	11 (0 %)	0 (0 %)
20 – 29 år	292 (11 %)	7 (9 %)
30 – 39 år	664 (25 %)	12 (16 %)
40 – 49 år	808 (30 %)	28 (37 %)
50 – 59 år	743 (28 %)	27 (36 %)
60 år og derover	145 (5 %)	1 (1 %)
I alt	2.663 (100 %)	75 (100 %)

TABEL 15
SAMMENLIGNING AF FORDELING AF ALDER PÅ SAMTLIGE 3F MEDLEMMER, DER FIK TILSENDT SPØRGESKEMA OG PÅ DE 75 MEDLEMMER, DER BESVAREDE HELE SPØRGESKEMAET.

Af Tabel 15 ses det, at der er en overvægt af de 40 til 60-årige, der har svaret på spørgeskemaet i forhold til aldersfordelingen på alle, der fik spørgeskemaet tilsendt.

6.2.2 Spørgeskema til rengøringspersonale (FOA)

Der blev i samarbejde med Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet udvalgt de ca. 10 spørgsmål (ud over baggrundsspørgsmålene), som FOA kunne have med i deres medlemsundersøgelse. Enkelte spørgsmål blev omformuleret, så der ikke var tale om flere spørgsmål i ét. Bl.a. blev spørgsmålet om parfumestoffer i rengøringsmidlerne til et mere generelt spørgsmål end et spørgsmål for hvert af de enkelte typer af rengøringsmidler.

Spørgsmålene (og de indkomne svar), der indgik i FOAs medlemsundersøgelse, fremgår af Bilag 5: "Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (FOA)". FOA har i deres medlemsundersøgelse udsendt spørgeskema per mail til deres såkaldte 'medlemspanel'. Dette panel er sammensat af medlemmer, der har tilmeldt sig panelet via deres hjemmeside eller efter opfordring i andre medlemsundersøgelser. Det er således frivillige, der har meldt sig, hvorfor det også må forventes, at svarprocenten fra denne medlemsundersøgelse vil være langt højere end for undersøgelsen blandt 3Fs medlemmer, der blev udsendt til samtlige af deres medlemmer inden for rengøringsbranchen.

FOA udsendte mails med spørgeskema den 2. november 2015 og afsluttede undersøgelsen den 10. november 2015. Der blev udsendt én påmindelse i perioden.

Spørgsmålene fra dette projekt om rengøringsmidler og parfume var en del af en større medlemsundersøgelse fra FOAs side. Disse spørgsmål om rengøringsmidler og parfume indeholdt et indgangsspørgsmål omkring, i hvor stor en del af ens arbejdstid der bliver udført rengøringsopgaver. Her var der mulighed for at svare "Jeg udfører slet ikke rengøringsopgaver". De personer, der svarede "ja" til dette spørgsmål, fik således ikke de resterende spørgsmål om emnet. Spørgsmålene om rengøringsmidler og parfume blev desuden kun stilet til følgende medlemmer af medlemspanelet:

- Medlemmer af Teknik- og Servicesektoren og medlemmer af Kost- og Servicesektoren – bortset fra medlemmer, der tidligere i undersøgelsen havde svaret, at de ikke er i arbejde for tiden.
- Medlemmer, der tidligere i undersøgelsen havde svaret, at de arbejder i hjemmeplejen (social- og sundhedshjælpere, social- og sundhedsassistenter mv.)

I alt 1.639 medlemmer fik det nævnte indledende spørgsmål om rengøringsopgaver. Af disse svarede 507, at de slet ikke udfører rengøringsopgaver, og 40 medlemmer svarede "Ved ikke". Disse 547 medlemmer fik ikke yderligere spørgsmål om rengøring og rengøringsmidler. De resterende 1.092 personer er således personer, der har en eller anden form for rengøringsopgaver i løbet af deres arbejdsdag. I alt besvarede 1.092 FOA medlemmer således spørgsmålene om rengøringsmidler og parfume.

For hele FOAs samlede undersøgelse var der i alt en svarprocent på 51 %, hvor 48 % gennemførte undersøgelsen fuldt ud, mens 3 % afgav nogle svar.

6.2.3 Spørgeskema til producenter og distributører af rengøringsmidler – erhverv (SPT)

Der blev i samarbejde med følgegruppen udarbejdet et spørgeskema til SPTs medlemmer, der markedsfører vaske- og rengøringsmidler på det danske marked, dvs. danske producenter og distributører af rengøringsmidler. Spørgeskemaet (inklusive de indkomne svar) kan ses af Bilag 7: ”Spørgeskemaundersøgelse blandt producenter og distributører af rengøringsmidler (SPT)”. Spørgeskemaet indeholdt i alt 8 spørgsmål inden for følgende emner:

- Rengøringsmidler
 - Hvilke rengøringsmidler, sælges der?
 - Indeholder de solgte rengøringsmidler parfumestoffer?
 - Indeholder de solgte rengøringsmidler de 26 deklarationspligtige parfumestoffer?
 - Hvor stor en (skønnet) procentdel af deres solgte typer af rengøringsmidler, der indeholder parfumestoffer?
- Markedsandele
 - Hvor stor en (skønnet) samlet andel af deres produkter, der indeholder parfume?
 - Hvor stor en (skønnet) andel af det danske marked for rengøringsmidler de dækker?

Der blev ikke spurgt ind til præcist hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidlerne, samt de anvendte koncentrationer, da følgegruppen mente, at disse spørgsmål kunne være tidskrævende at svare på for virksomhederne og dermed afskrække virksomheder fra at svare på spørgeskemaet.

SPT udsendte den 1. oktober 2015 et link til det elektroniske spørgeskema til de i alt 13 medlemmer, der producerer/distribuerer rengøringsmidler i Danmark. Spørgeskemaet blev lukket den 26. oktober, og der blev udsendt to påmindelser i perioden til de medlemmer, som ikke havde udfyldt spørgeskemaet. Der indkom i alt 8 besvarelser ud af de 13, dvs. en svarprocent på ca. 62 %.

6.2.4 Spørgeskema til detailhandlen (HK Handel)

Der blev i samarbejde med følgegruppen udarbejdet et spørgeskema til butikspersonale, der var medlem hos HK Handel. Spørgeskemaet (inklusive de indkomne svar) kan ses af Bilag 8: ”Spørgeskemaundersøgelse i detailhandlen (HK Handel)”. Spørgeskemaet indeholdt i alt 20 spørgsmål inden for følgende emner:

- Arbejdssituation
 - Hvilke type af butik vedkommende er ansat i?
 - Fuldtid/deltidsarbejde
 - Ansættelsesforhold, såsom typen af arbejdsplads, længden på ansættelse og funktion i butikken
- Parfumestoffer / duftmarketing
 - Anvendes der eller er der planer om at anvende dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken?
 - Hvis ja, hvor anvendes dufte/parfumestoffer (metode)?
 - Hvis ja, i hvor lang tid har dufte/parfumestoffer været anvendt?
- Eventuelle påvirkninger fra parfumestoffer
 - Har der været gener, der forbindes med brug af parfumestoffer i butikken?
 - Hvis ja, hvilke typer af gener?
- Baggrundsspørgsmål om
 - Køn
 - Alder
 - Geografisk ansættelsessted

HK Handel udsendte den 29. september 2015 i alt 3.346 mails til medlemmer, der hos dem er registreret værende ansat i enten en tøjbutik eller møbelbutik. Baseret på oplysninger fra

kortlægningen (se kapitel 5 ”Kortlægning af duftmarketing”) blev det besluttet at fokusere indsatsen på hhv. tøj- og møbelbutikkerne, da disse butikstyper så ud til at være dem, hvor der havde været mest omtale af eller så ud til primært at blive anvendt duftmarketing.

Spørgeskemaundersøgelsen blev lukket den 9. oktober 2015. Der blev ikke udsendt en påmindelse i perioden. Der indkom i alt 62 besvarelser (heraf 59 fulde besvarelser), svarende til en svarprocent på 1,9 %.

Der er således tale om forholdsvis få besvarelser, hvilket gør det svært at konkludere noget håndfast ud fra det tilgængelige datamateriale for HK Handel alene. Der er dog foretaget en sammenligning af baggrundsdata (køn, alder og ansættelsessted) for samtlige medlemmer med baggrundsdata for de medlemmer, der har svaret på spørgeskemaet. Sammenligningen ses af Tabel 16 til Tabel 18 nedenfor. Det skal bemærkes, at sammenligningen er foretaget for 3.076 medlemmer, da der er sket et frafald af medlemmer og skift af arbejdspladser siden udsendelsen af spørgeskemaet. Sammenligningen på fordelingen af arbejdssted (regioner) er foretaget, selvom den ikke er helt sammenlignelig, da HK Handel opererer med lidt andre opdelinger end de egentlige regioner.

Sammenligning af køn	Fordeling for samtlige 3.076 medlemmer	Fordeling for de 59 fulde besvarelser
Kvinde	2240 (73 %)	47 (80 %)
Mand	836 (27 %)	12 (20 %)
I alt	3.076 (100 %)	59 (100 %)

TABEL 16
SAMMENLIGNING AF FORDELING AF KØN PÅ SAMTLIGE HK HANDELS MEDLEMMER, DER FIK TILSENDT SPØRGESKEMA OG PÅ DE 59 MEDLEMMER, DER BESVAREDE HELE SPØRGESKEMAET.

Det ses af Tabel 16 ovenfor, at der er en lille overvægt af kvinder, som har svaret på spørgeskemaet i forhold til den aktuelle fordeling i tøj- og møbelbutikkerne blandt HK Handel ansatte.

Sammenligning af alder	Fordeling for samtlige 3.076 medlemmer	Fordeling for de 59 fulde besvarelser
Under 20 år	226 (7 %)	1 (2 %)
20 – 29 år	1568 (51 %)	23 (39 %)
30 – 39 år	396 (13 %)	9 (15 %)
40 – 49 år	372 (12 %)	15 (25 %)
50 – 59 år	343 (11 %)	8 (14 %)
60 år og derover	171 (6 %)	3 (5 %)
I alt	3.076 (100 %)	59 (100 %)

TABEL 17
SAMMENLIGNING AF FORDELING AF ALDER PÅ SAMTLIGE HK HANDELS MEDLEMMER, DER FIK TILSENDT SPØRGESKEMA OG PÅ DE 59 MEDLEMMER, DER BESVAREDE HELE SPØRGESKEMAET.

Af Tabel 17 ses det, at der er en overvægt af de 40 til 50-årige, som har svaret på spørgeskemaet i forhold til aldersfordelingen på alle, der fik spørgeskemaet tilsendt.

Sammenligning af alder	Fordeling for samtlige 3.076 medlemmer	Fordeling for de 59 fulde besvarelser
Region Nordjylland (HK Handel/Nordjylland)	353 (11 %)	4 (7 %)
Region Midtjylland (HK Handel/Midt, HK Handel/Midtvest og HK Handel/Østjylland)	969 (32 %)	13 (22 %)
Region Syddanmark (HK Handel/Syddanmark)	332 (11 %)	10 (17 %)
Region Hovedstaden (HK Handel/Hovedstaden)	1007 (33 %)	22 (37 %)
Region Sjælland (HK Handel/Sjælland)	415 (13 %)	19 (32 %)
I alt	3.076 (100 %)	59 (100 %)

TABEL 18
SAMMENLIGNING AF FORDELING AF ARBEJDSSTED PÅ SAMTLIGE HK HANDELS MEDLEMMER, DER FIK TILSENDT SPØRGESKEMA OG PÅ DE 59 MEDLEMMER, DER BESVAREDE HELE SPØRGESKEMAET.

Af Tabel 18 ses det, at der er en overvægt af personer fra Region Sjælland (HK Handel/Sjælland) og Region Syddanmark (HK Handel/Syddanmark), som har svaret på spørgeskemaet.

7. Resultater af spørgeskemaundersøgelsen – rengøring

I dette kapitel præsenteres de vigtigste resultater fra spørgeskemaundersøgelsen blandt medlemmer hos 3F og FOA. Når der i dette afsnit refereres til medlemmer hos 3F og FOA henvises der til de medlemmer, som har deltaget i de to spørgeskemaundersøgelser og altså ikke til det generelle medlemsbillede hos de to organisationer.

Alle resultater fra de to undersøgelser kan ses af hhv. Bilag 3: til Bilag 6:. Som beskrevet i forrige kapitel (kapitel 6 ”Spørgeskemaundersøgelser”) er der stor forskel på antallet af besvarelser fra de to organisationers medlemmer, hvilket skyldes, at spørgeskemaundersøgelsen hos FOA blev en del af deres egen medlemsundersøgelse, som blev sendt ud til medlemmer, der på forhånd havde tilkendegivet en interesse i at besvare medlemsundersøgelser.

7.1 Spørgeskema til rengøringspersonale (3F og FOA)

Resultaterne for spørgeskemaundersøgelsen blandt rengøringspersonale, som er medlem hos hhv. 3F og FOA, præsenteres samlet her. Dog er resultaterne adskilt, så data fra de to undersøgelser præsenteres hver for sig ved siden af hinanden. Det skal bemærkes, at det kun er ca. 13 (inklusive baggrundsspørgsmål) af de i alt 21 spørgsmål fra 3F-undersøgelsen, som blev stillet til FOAs medlemmer. Desuden blev enkelte af disse spørgsmål omformuleret. Dette skyldes, at det ikke var muligt at få alle spørgsmål med i FOAs allerede planlagte medlemsundersøgelse.

7.1.1 Baggrundsdata for de deltagende

Der indkom i alt 77 besvarelser fra undersøgelsen blandt 3Fs medlemmer (svarprocent på 3,1 %) og i alt 1.092 besvarelser blandt FOAs medlemmer (svarprocent på 51 %). Langt de fleste af disse er kvinder (hhv. 77 % af 3Fs medlemmer og 81 % af FOAs medlemmer). Dette stemmer godt overens med medlemsfordelingen i det hele taget hos 3F blandt rengøringspersonale og FOA⁹.

Størstedelen af medlemmerne, der har deltaget i undersøgelsen, er mellem 40 og 59 år, 73 % blandt 3Fs medlemmer og 72 % for FOAs medlemmer. For 3Fs medlemmer gælder, at der er en overvægt af de 40 til 60-årige, der har svaret på spørgeskemaet i forhold til aldersfordelingen på alle, der fik spørgeskemaet tilsendt. Denne information er ikke tilgængelig med hensyn til FOAs medlemmer, men der er til gengæld en høj svarprocent blandt FOAs medlemmer.

Det er medlemmer fra hele landet, der deltog i begge undersøgelser, dvs. undersøgelserne giver et forholdsvist bredt billede af forholdene i Danmark. For 3Fs medlemmer gælder, at 33 % af medlemmerne, der har besvaret spørgsmålene, er fra Region Midtjylland, 25 % fra Region Hovedstaden og 23 % fra Region Syddanmark. For FOAs medlemmer gælder, at 27 % af medlemmerne, der har besvaret spørgsmålene, er fra Region Syddanmark, 23 % fra Region Midtjylland og 22 % fra Region Hovedstaden.

⁹ <http://www.foa.dk/Forbund/Om-FOA/Medlemmer-i-tal/Koernaldersfordeling>

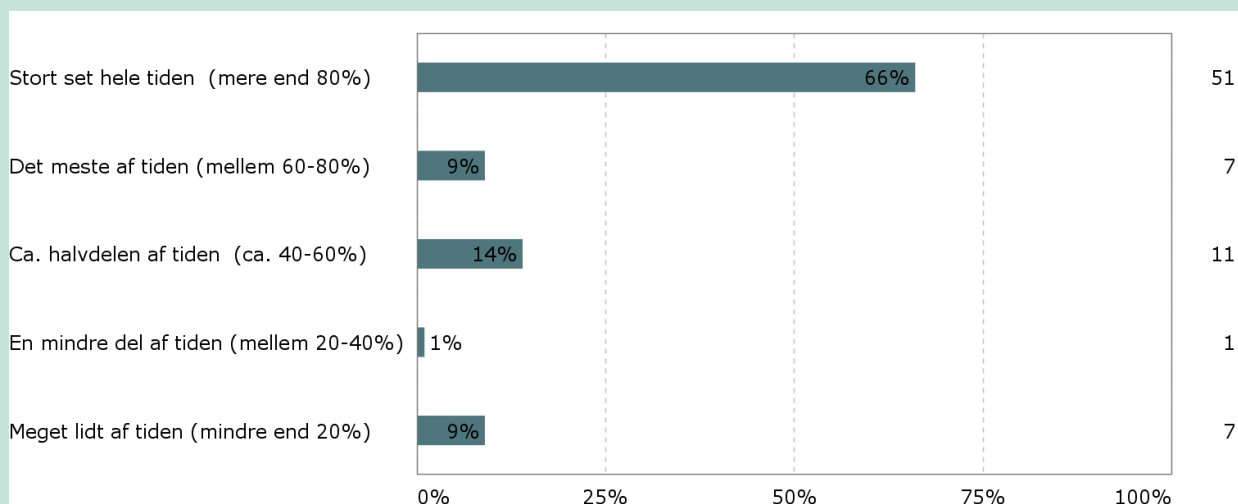
Langt de fleste (87 %) af 3Fs medlemmer er ansat i det private, hvorimod det kun gælder for 5 % af FOAs medlemmer. Omvendt er de fleste (95 %) af FOAs medlemmer ansat ved det offentlige – heraf primært (86 %) kommunalt ansatte.

7.1.2 Beskrivelse af arbejdssituation

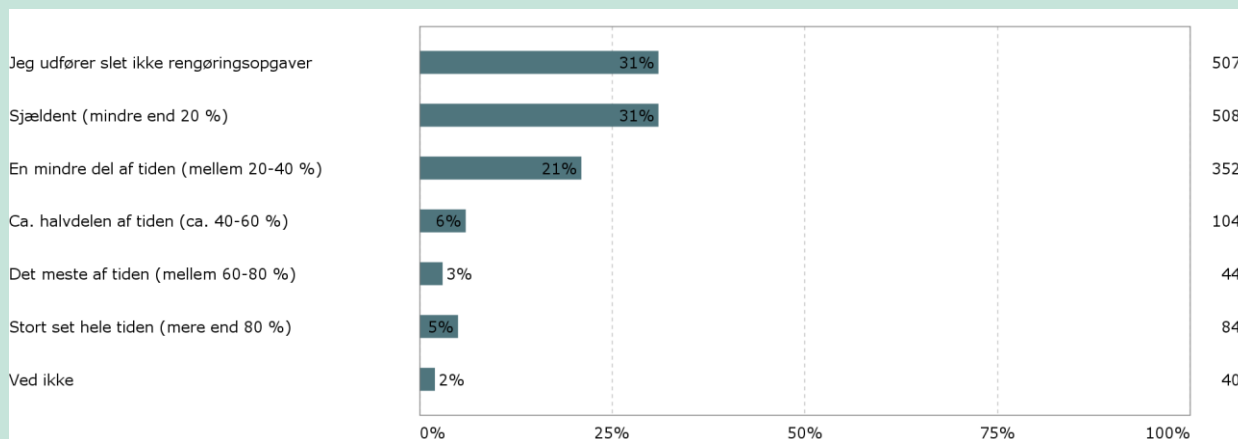
I og med at de fleste af 3Fs medlemmer er ansat i det private, betyder dette også, at de fleste af de adspurgte arbejder på kontor, i erhverv eller en eller anden form for industri. For FOA gælder, at over halvdelen (64 %) af de adspurgte arbejder i hjemmeplejen. Herudover arbejder en del af FOAs medlemmer på skoler, hospitaler eller plejehjem.

Alle besvarelser, der er beskrevet i denne rapport, er for personer, som har en eller anden form for rengøringsopgaver i forbindelse med deres arbejde. Personer, der har svaret, at de ikke arbejder med rengøring, er blevet sorteret fra i afrapporteringen af begge undersøgelser. Resultaterne fra indgangsspørgsmålet, der har været anvendt i FOAs medlemsundersøgelse, er angivet i Figur 6 nedenfor sammen med de tilsvarende resultater fra 3F-undersøgelsen. Det skal bemærkes, at grafen fra FOA her dækker over samtlige 1.637 besvarelser, men at de 545 besvarelser på ”Jeg udfører slet ikke rengøringsopgaver” og ”Ved ikke” ikke indgår i de efterfølgende behandlinger af data.

3F spg 7: Hvor stor del af din arbejdsdag består af rengøringsopgaver?



FOA spg 1: Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver?



Bemærk, at det er udelukkende de personer, der har svaret, at de har en eller anden form for rengøringsopgaver, der har fået de resterende spørgsmål. Dvs. personer, der har svaret "Jeg udfører slet ikke rengøringsopgaver" eller "Ved ikke" ikke indgår i det resterende spørgeskema.

FIGUR 6
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL OM TYPISK ARBEJDSDAG

Det ses af Figur 6, at der er stor forskel på en typisk arbejdsdag mht. rengøring for 3Fs medlemmer og FOAs medlemmer. For 3Fs medlemmer arbejder 66 % af de adspurgte med rengøringsopgaver det meste af dagen, hvorimod dette tal kun er 5 % for FOAs medlemmer (dog ca. 30 % for de FOA respondenter, der ikke arbejder i hjemmeplejen). Dette hænger sammen med, at størstedelen af FOAs medlemmer arbejder i hjemmeplejen, hvor rengøringsfunktionen ikke er den primære arbejdsfunktion.

Generelt for undersøgelsen i både 3F og FOA gælder, at størstedelen af de adspurgte (hhv. 57 og 71 %) har været ansat i mere end 3 år i deres nuværende job. For 3Fs medlemmer er størstedelen (71 %) fuldtidsansatte, hvorimod 36 % af FOAs medlemmer er fuldtidsansatte.

7.1.3 Brug af rengøringsmidler

Langt de fleste af de adspurgte medlemmer hos 3F og FOA anvender universalrengøringsmidler og toiletrengøringsmidler i forbindelse med deres arbejde. Mindre udbredt er rengøringsmidlerne ovennævnte, tæpperensmidler og afløbsrens. Kalkfjerner og gulvvaskemiddel ser ud til at blive mere anvendt blandt 3F-medlemmerne i forhold til FOA-medlemmerne. Både blandt 3F- og FOA-medlemmer er der respondenter, som angiver brugen af diverse specialrengøringsmidler, såsom produkter til at fjerne graffiti eller harpiks, eller chlorholdige produkter.

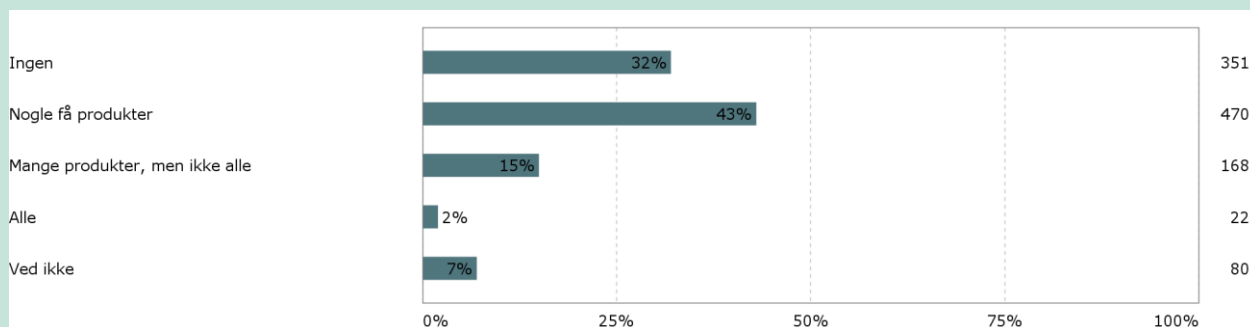
7.1.4 Indhold af parfumestoffer i rengøringsmidlerne

FOAs medlemmer blev spurgt, om de rengøringsmidler, de arbejder med, generelt har et indhold af parfume. Resultaterne er angivet i Figur 7 nedenfor. Af figuren fremgår det, at 17 % angiver, at 'alle' eller 'mange, men ikke alle' af de produkter, de arbejder med, indeholder parfume. 43 % angiver, at det kun er 'nogle få produkter', der indeholder parfume, hvorimod ca. en tredjedel (32 %) angiver, at 'ingen' af deres produkter indeholder parfume.

FOA spg. 8:

Hvor mange af de rengøringsmidler, du arbejder med, indeholder parfume?

Hvis du er i tvivl om, hvorvidt produkterne indeholder parfume, kan du prøve at tænke på, om de dufter af parfume, eller evt. se på etiketten.



FIGUR 7
SVARFORDELING PÅ FOA SPØRSMÅL NR. 8, OM HVILKE AF DE ANVENDTE RENGØRINGSMIDLER DER INDEHOLDER ELLER DUFTER AF PARFUME – BASERET PÅ I ALT 1,091 BESVARELSER

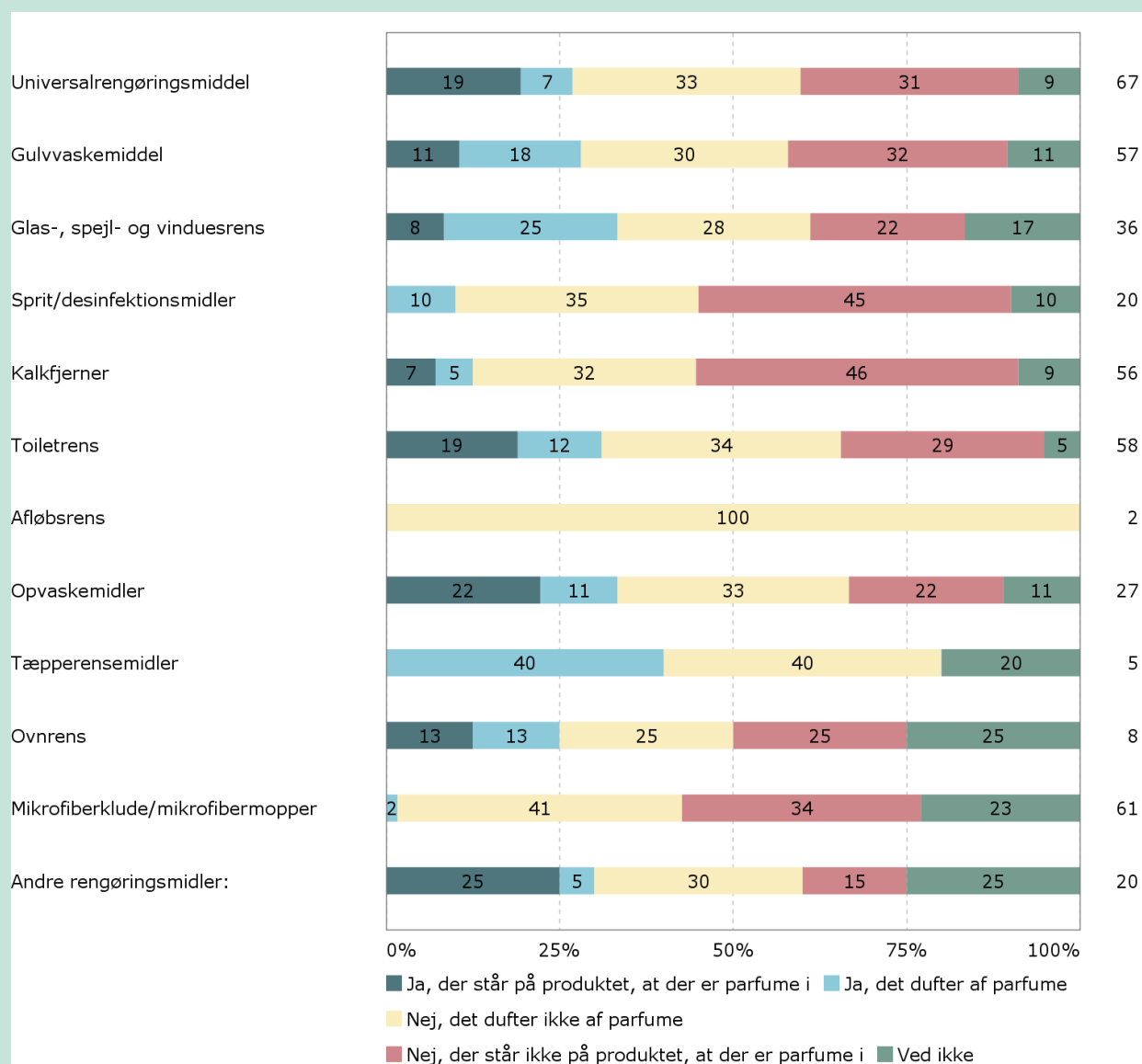
Af de mange bemærkninger fra de adspurgte til brugen af parfume i rengøringsmidler (se Figur 60 i Bilag 5: ”Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (FOA)”) fremgår det, at de mange medlemmer ansat i hjemmeplejen er påvirket af følgende forhold:

1. Der er mange, der anvender borgernes egne rengøringsmidler – dvs. de er afhængige af, hvad borgerne køber (men mange medlemmer og kommunen prøver at påvirke i retning af parfumefrie produkter).
2. Der er en del medlemmer, som skriver, at de synes, det er nødvendigt, at rengøringsmidlerne indeholder parfume, så det kan overdøve de ubehagelige dufte af sved, tis, afføring m.m., som de kan være udsat for hos borgerne.
3. Nogle medlemmer påpeger, at selv om kommunen måske har en holdning om, at de ansatte ikke må gøre rent med parfumeholdige rengøringsmidler, gør de det alligevel, da de synes, det er synd for borgerne at skulle droppe en evt. rengøring. Mange skriver dog, at de så i stedet anvender almindeligt opvaskemiddel (som dog også kan indeholde parfume).
4. Endelig påpeger en del medlemmer, at borgerne selv udtrykker ønske om, at der anvendes parfumeholdige rengøringsprodukter, så der dufter rent – og nogle medlemmer påpeger endda, at de selv ønsker at kunne bruge parfumeholdige rengøringsprodukter, så borgerne kan dufte, at der har været nogle at gøre rent hos dem.

De FOA-medlemmer, der arbejder andre steder end i hjemmeplejen (og som typisk har en højere grad af rengøringsopgaver), påpeger at der heller ikke her nødvendigvis er mulighed for selv at vælge rengøringsmidlerne, da dette ofte er bestemt via indkøbsaftaler, at der skal anvendes parfumefri rengøringsmidler.

3Fs medlemmer blev spurgt, om de enkelte typer af rengøringsmidler, de anvender, indeholder parfumestoffer. Resultaterne er angivet i Figur 8 nedenfor. Af figuren fremgår det, at det er mellem 26 og 31 % af de typisk anvendte rengøringsmidler (universalrengøringsmidler, gulvvaskemiddel og toilettrens), der efter de adspurgtes mening indeholder parfumestoffer, dvs. at der enten står på produkterne, at der er parfume i, eller at de adspurgte mener, at de dufter af parfume.

3F spg. 10: Arbejder du med rengøringsmidler, der indeholder parfume og/eller har en parfumeret duft? Væg den svarmulighed, der passer dig bedst for de enkelte rengøringsprodukter, du arbejder med.



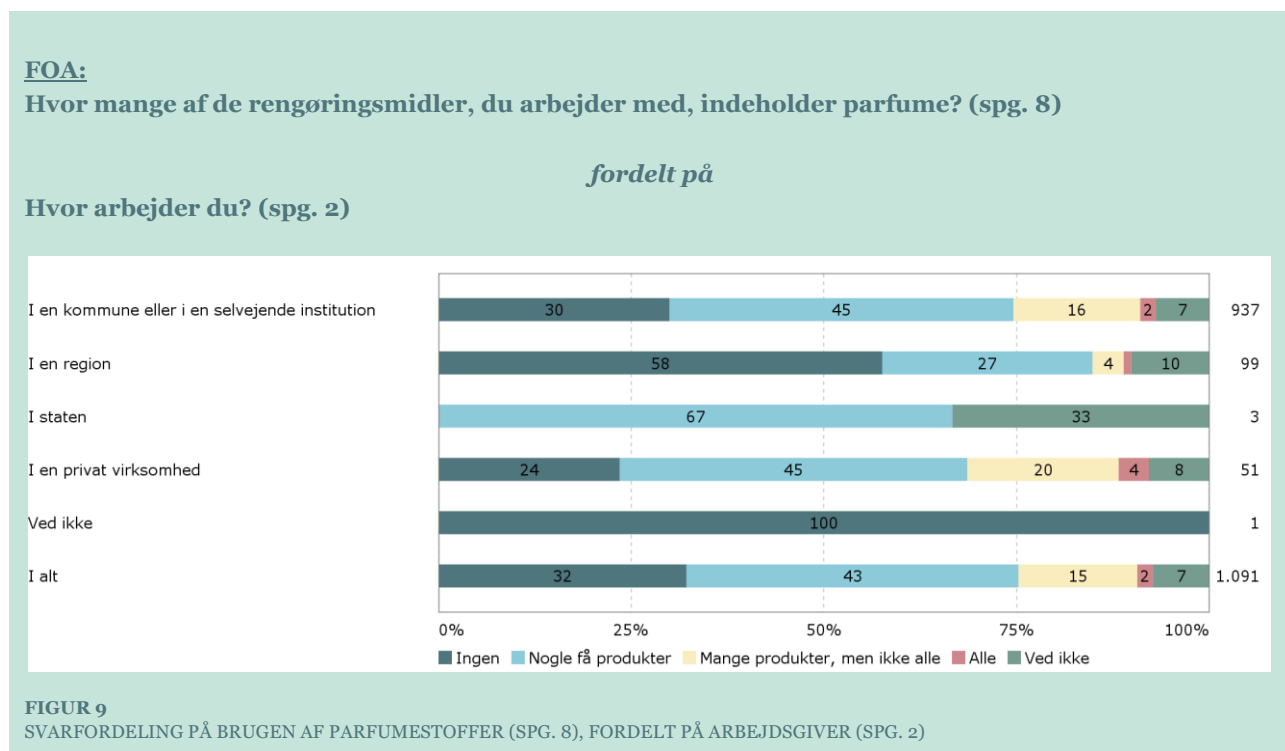
Tallet yderst til højre i figuren står for antallet af respondenter, dvs. brugere af det pågældende rengøringsmiddel.

FIGUR 8

SVARFORDELING PÅ 3F SPØRGSMÅL NR. 10 OM, HVILKE AF DE ANVENDTE RENGØRINGSMIDLER DER INDEHOLDER ELLER DUFTER AF PARFUME – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

Foretager man en sammenligning af svarene på indhold af parfumestoffer i rengøringsmidler fordelt på, hvor medlemmerne arbejder (privat eller offentligt), ses det, at der generelt for FOA-undersøgelsen ser ud til at være en lille overvægt mod, at der er flere, som anvender parfumeholdige rengøringsmidler i det private end i det offentlige. For FOA-medlemmerne er der 24 % af de privat ansatte, der svarer, at enten 'alle' eller 'mange' produkter, men ikke 'alle' indeholder parfumestoffer, hvorimod tallet er 18 % for kommunalt ansatte og 5 % for ansatte i regioner. Der er for få af respondenterne, der er statsansatte, til at kunne foretage en sammenligning her.

Det tilsvarende billede for 3F-undersøgelsen er noget mere blandet (se Bilag 4: ”Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (3F) – besvarelser fordelt på andre besvarelser”, Figur 38). Der tegner sig ikke et entydigt billede, men der er typisk kun få besvarelser (2-9 stk. afhængig af typen af rengøringsmiddel) i kategorien af de offentlige ansatte, så det er svært at konkludere noget.



Lidt under halvdelen (47 %) af de adspurgte 3F-medlemmer angiver, at de har diskuteret brugen af parfumerede rengøringsmidler med deres kollegaer eller chef/leder. Dette spørgsmål var ikke en del af FOAs medlemsundersøgelse, men det fremgår tydeligt af de mange kommentarer, at det er et emne, der bliver diskuteret både mellem kollegaer og med ledere. Flere medlemmer kommenterer bl.a. på, at kommunen overordnet set har foretaget en udmelding omkring, at parfumerede rengøringsmidler er uønskede, også hjemme hos borgerne i hjemmeplejen.

Cirka halvdelen (49 %) af de adspurgte 3F-medlemmer angiver, at de ikke har muligheden for at vælge mellem parfumerede eller uparfumerede rengøringsmidler. 32 % angiver, at de har muligheden for at vælge. Af de indkomne kommentarer er det ikke nødvendigvis negativt, at der ikke er mulighed for at vælge, idet en respondent har skrevet en bemærkning om, at vedkommende ikke har muligheden for at vælge, da personens arbejdsplads udelukkende anvender uparfumerede rengøringsmidler. Dette spørgsmål var ikke en del af FOAs medlemsundersøgelse, men det fremgår tydeligt af de mange kommentarer, at der ikke umiddelbart er mulighed for at vælge mellem uparfumerede og parfumerede rengøringsmidler. Enten anvendes de produkter, som kommunen stiller til rådighed (og flere angiver, at disse er uparfumerede og/eller miljømærkede), eller også skal medlemmerne anvende de rengøringsmidler, som borgerne selv indkøber.

Størstedelen (77 %) af de adspurgte 3F-medlemmer angiver, at de ville foretrække rengøringsmidler uden parfumestoffer, hvis de havde muligheden for selv at vælge. Dette spørgsmål var ikke en del af FOAs medlemsundersøgelse, men det fremgår af de mange kommentarer, at der er mange (det er opfattelsen, uden at der er sat tal på, at det er over halvdelen), der ønsker parfumefri rengøringsmidler. Det er dog slående, at der er personer, som i den modsatte grøft direkte ønsker parfumeholdige rengøringsmidler, hvilket primært har to formål: Enten for at skjule/maskere

dårlige lugte hos borgerne (kunderne), eller for at det skal være mere tydeligt overfor borgerne, at der rent faktisk er blevet gjort rent hos dem.

Blandt 3F-medlemmerne er der generelt en stor viden om, at parfumestoffer kan give allergi. 96 % af de adspurgte svarer "ja" til, at de vidste, at parfumestoffer kan give allergi. Dette spørgsmål var ikke en del af FOAs medlemsundersøgelse.

7.1.5 Brug af handsker

Af Figur 10 fremgår det, at ca. halvdelen (53 %) af de adspurgte 3F-medlemmer anvender handsker 'næsten hele tiden' i forbindelse med deres rengøringsarbejde, og dette er uanset, om deres arbejde udelukkende består af rengøring, eller om de også har andre arbejdsopgaver end rengøring. For de adspurgte FOA-medlemmer ligger denne andel noget lavere. 43 % af de adspurgte anvender handsker 'stort set hele tiden' i forbindelse med rengøring. Også for FOA-medlemmerne er der ikke den store forskel på, om de udelukkende har rengøringsarbejde eller også har andre arbejdsopgaver.

Blandt både 3F- og FOA-medlemmer er det 19 % af de adspurgte, der aldrig eller sjældent anvender handsker i forbindelse med deres rengøringsopgaver.

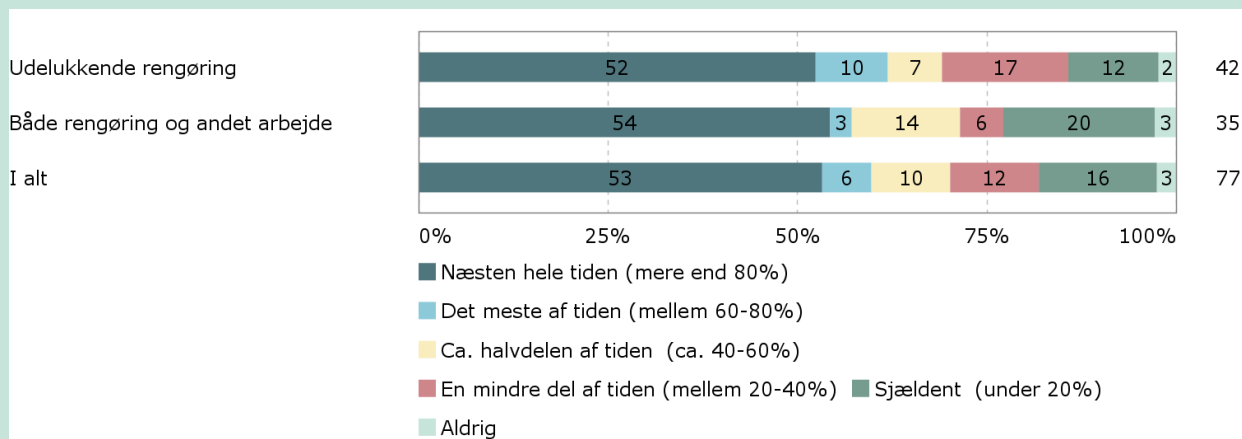
Målet for denne undersøgelse har været at se på brugen af parfumestoffer og evt. gener fra disse. En evt. sammenhæng mellem gener og brug af handsker er ikke undersøgt nærmere.

3F:

Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde? (spg. 8)

fordelt på

Hvilken type arbejde har du? (spg. 3)

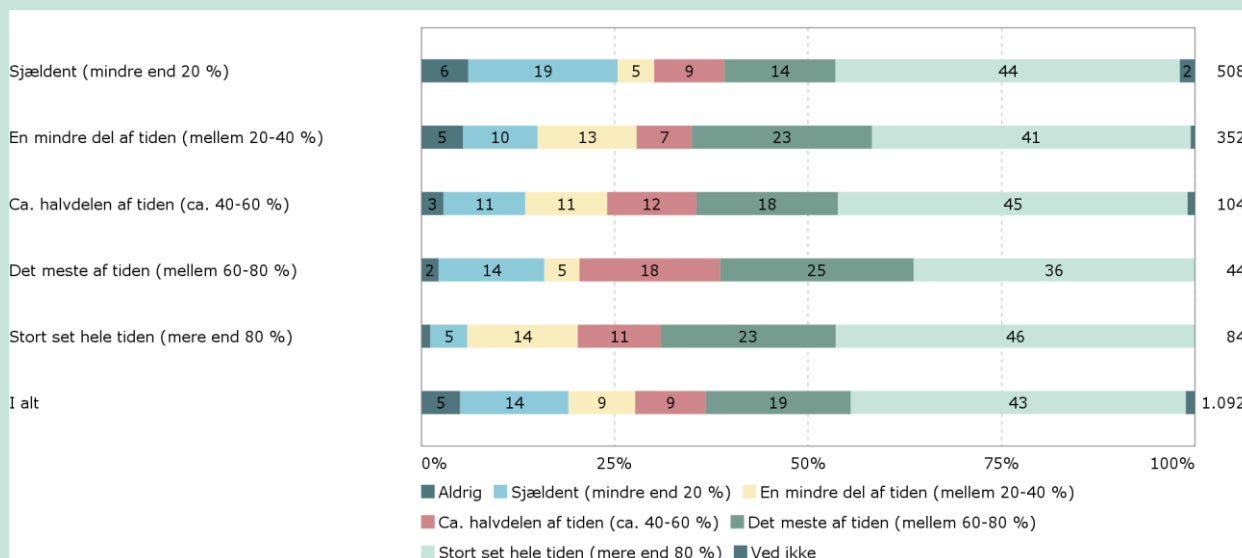


FOA:

Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde? (spg. 6)

fordelt på

Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver? (spg. 1)



Det skal bemærkes, at for begge figurer er brugen af handsker illustreret ved de 5-7 farver under figuren, og mængden af arbejdsopgaver er beskrevet til venstre i figuren.

FIGUR 10
SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF HANDSKER FORDELTE PÅ TYPEN AF ARBEJDE

7.1.6 Gener i forbindelse med parfumestoffer

Både 3F- og FOA-medlemmer blev spurgt, om de har oplevet gener på deres nuværende arbejdsplads, som de forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler. Gener blev i spørgeskemaet defineret som f.eks. eksem, udslæt, allergi, kløende/sviende øjne, irriteret vejrtrækning, hovedpine, ubehag eller lignende. Blandt 3F-medlemmerne var der 31 % (23 personer), der kunne svare ”ja” til dette, og det tilsvarende tal fra FOA var 15 % (97 personer). Kun de personer, der svarede ”ja” til at have oplevet gener skulle angive, hvilke gener de havde oplevet. Det var muligt at notere flere typer af gener for hver person. Alle generne var repræsenteret i både 3F- og FOA-undersøgelsen. Den procentvise angivelse af gener i de to spørgeskemaundersøgelser er angivet i Tabel 19 nedenfor.

Det skal bemærkes, at der her er tale om såkaldte ’selvdiagnostiserede’ gener, dvs. det er udelukkende respondenternes egen vurdering af, om generne kan skyldes en eventuelt udsættelse for parfumestoffer fra de rengøringsmidler, de anvender. Det er ikke muligt på baggrund af denne udtalelse fra respondenterne at påvise, at deres gener skyldes brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler.

Gener	3F Procentvis fordeling blandt 23 besvarelser ('ja' til gener)	FOA Procentvis fordeling blandt 97 besvarelser ('ja' til gener)
Rødme eller udslæt på huden	13 %	49 %
Huden klør	57 %	56 %
Kløende eller sviende øjne	43 %	25 %
Røde øjne	30 %	16%
Løbende øjne	17 %	10 %
Løbende næse	30 %	34 %
Nys	39 %	28 %
Irriteret vejrtrækning	17 %	32 %
Hoste	26 %	19 %
Hovedpine	39 %	45 %
Træthed	13 %	20 %
Ubehag	26 %	23 %
Andet (respondenters egne beskrivelser)	Tørre hænder Klump i halsen	Tør hud Uro i kroppen Dårlig smag i munden

TABEL 19
OVERSIGT OVER HVOR MANGE PROCENT AF DE ADSPURGTE RESPONDENTER FRA HHV. 3F- OG FOA-UNDERSØGELSEN, DER HAR ANGIVET, AT DE HAR OPLEVET DE LISTEDE GENER, SOM DE FORBINDER MED BRUGEN AF PARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER.

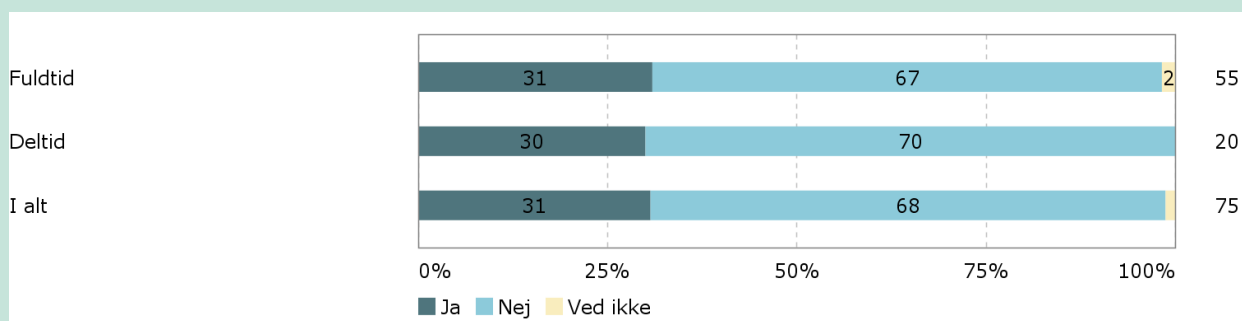
Der ser ud til at være flere, der har oplevet gener blandt de personer (3F-medlemmer), som har arbejdet med rengøring i mere end 3 år (32 % ud af 59 respondenter) sammenlignet med de personer, der har arbejdet med rengøring i mindre end 3 år (25 % ud af 16 respondenter) (se Figur 39 i Bilag 4: ”Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (3F) – besvarelser fordelt på andre besvarelser”). Forskellen er dog ikke stor, og der er ikke det store datamateriale (baseret på 75 besvarelser) til at kunne konkludere noget endeligt. Samme konklusion er ikke muligt via FOA-medlemsundersøgelsen, da spørgsmålet om, hvor længe personerne har arbejdet med rengøring, ikke indgik i denne undersøgelse.

3F:

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

fordelt på

Er du fuldtids- eller deltidsansat? (spg. 6)

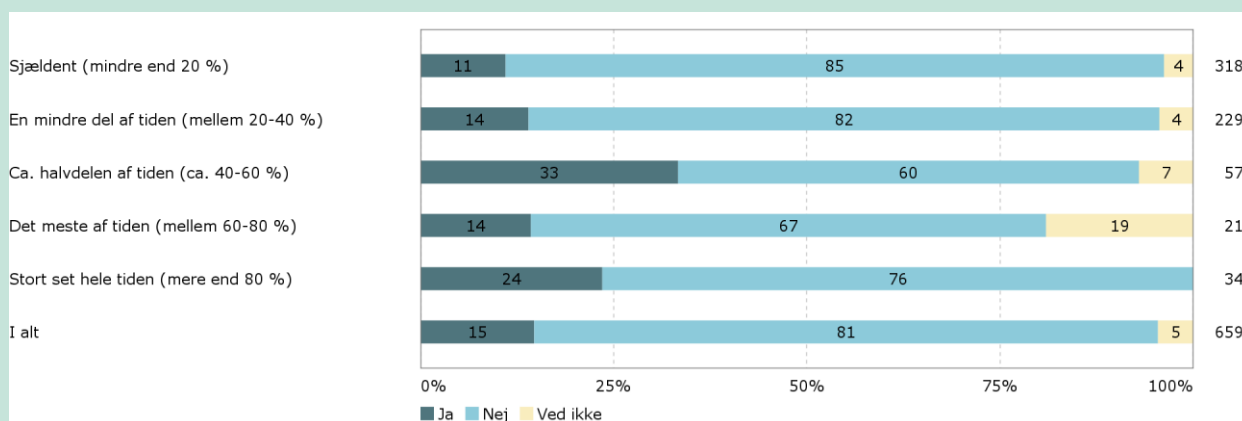


FOA:

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)

fordelt på

Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver? (spg. 1)



FIGUR 11

SVARFORDDELING PÅ GENER (SPG. 9), FORDEL PÅ HVOR STOR EN DEL AF ARBEJDSSTIDEN, DER UDFØRES RENGØRINGSOPGAVER (SPG. 1)

Der ser til gengæld ikke ud til at være den store forskel på, om man oplever gener, hvad enten man er fuldtids- eller deltidsansat i 3F-undersøgelsen (hhv. 31 og 30 % oplever gener), hvor de fleste havde rengøringsopgaver, som de primære opgaver. Blandt FOAs medlemmer er der ikke nogen

umiddelbar sammenhæng at læse ud af tallene med hensyn til, om man oplever gener, og hvor ofte man udfører rengøringsopgaver. Blandt de, der 'sjældent' udfører rengøringsopgaver, er der 11 %, der oplever gener. Blandt de personer, der 'cirka halvdelen af tiden' har rengøringsopgaver, er der 33 %, der oplever gener. Endelige er der 24 %, der oplever gener blandt dem, der udfører rengøringsopgaver 'stort set hele tiden' (se Figur 11).

Da medlemmerne af 3F har vurderet, om de enkelte rengøringsmidler, de anvender, indeholder parfumestoffer, er det for denne gruppe muligt at se på sammenhængen mellem de enkelte rengøringsmidlers vurderede indhold af parfumestoffer og angivelsen af, om man har oplevet gener. Denne sammenhæng er illustreret for de tre hyppigst anvendte rengøringsmidler nedenfor i Figur 12. Af figuren ses det for universalrengøringsmiddel, at 39 % oplever gener, hvis midlet indeholder parfumestoffer, mens 23 % ikke oplever gener, selv om produkterne indeholder parfumestoffer. Tilsvarende tal for gulvvaskemiddel og toilettrens er hhv. 44 % / 23 % og 50 % / 25 %.

Tilsvarende billede gør sig gældende i FOA-undersøgelsen, hvor der dog er svaret generelt for rengøringsmidler og ikke for de enkelte typer af rengøringsmidler. Her angiver i alt 40 % af de adspurgte, at enten 'alle' eller 'mange produkter, men ikke alle' af rengøringsmidlerne indeholder parfume, når de har svaret 'ja' til, at de oplever gener, men blot 25 %, når de har svaret 'nej' til at de oplever gener.

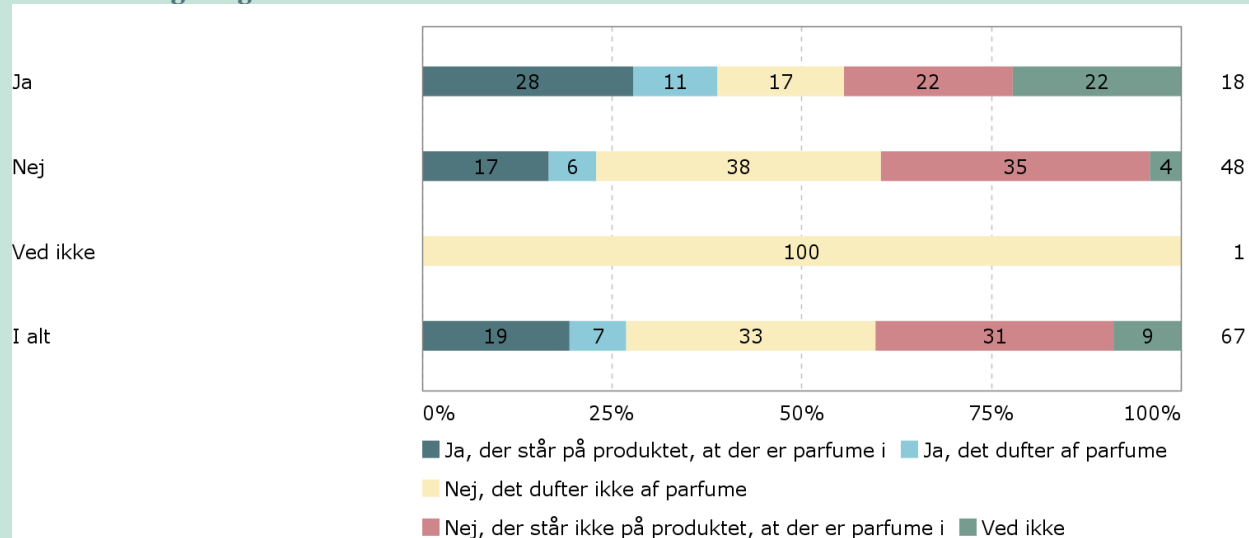
3F:

Arbejder du med rengøringsmidler, der indeholder parfume og/eller har en parfumeret duft? (spg. 10)

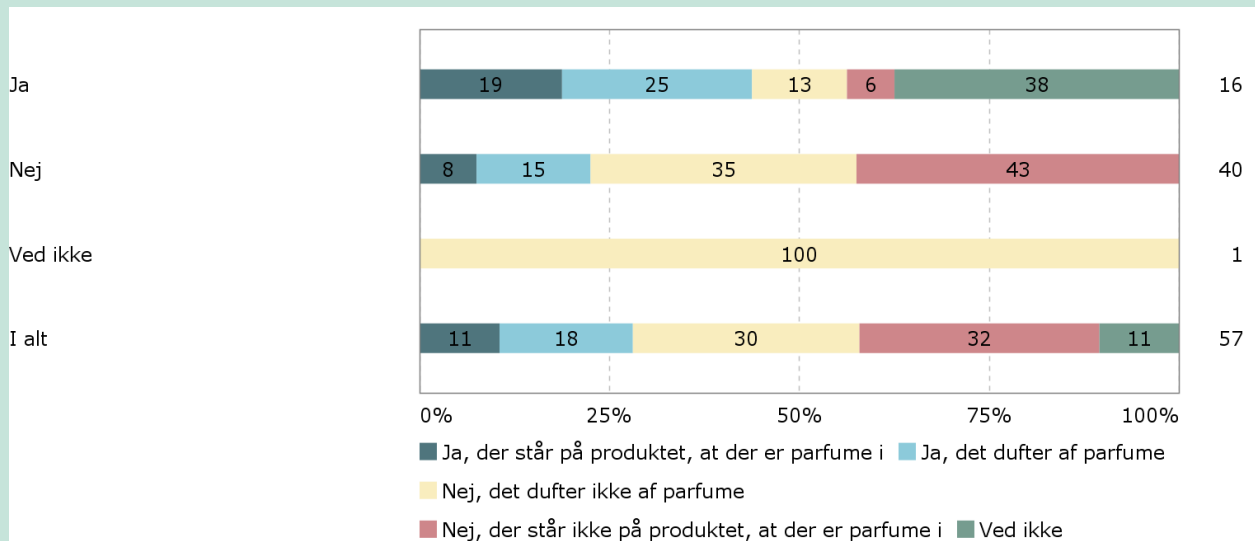
fordelt på

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

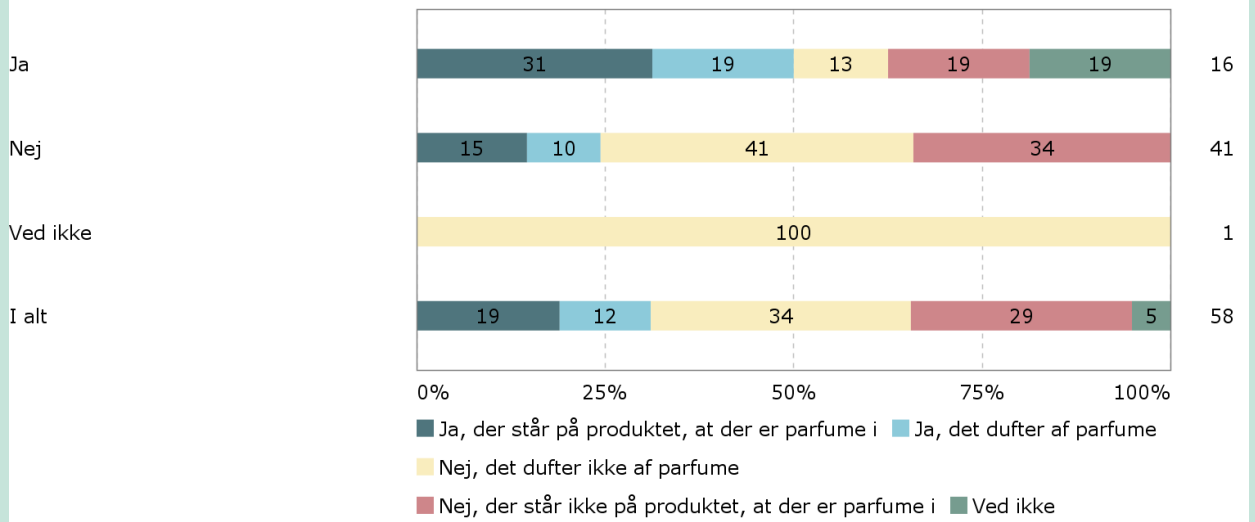
Universalrengøringsmiddel:



Gulvvaskemiddel:



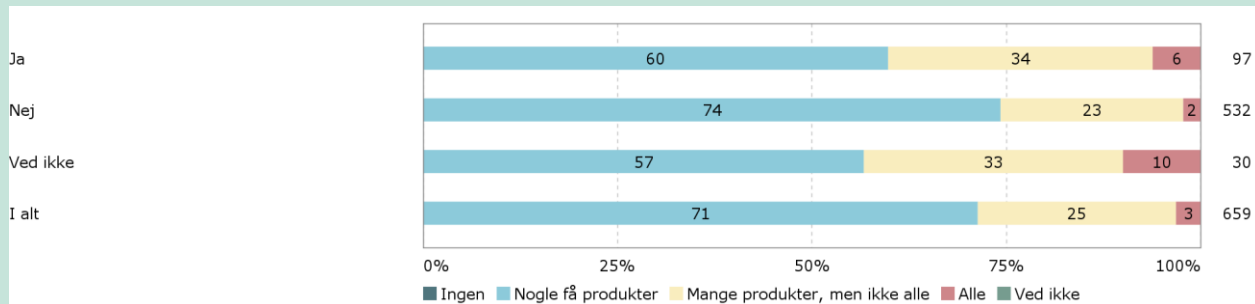
Toilettrens:



FOA:

Hvor mange af de rengøringsmidler, du arbejder med, indeholder parfume? (spg. 8)
fordelt på

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)



FIGUR 12
SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF PARFUMESTOFFER I RENGØRINGSMIDLER FORDELT PÅ GENER

7.2 Spørgeskema til producenter og distributører af rengøringsmidler – erhverv (SPT)

Resultaterne for spørgeskemaundersøgelsen blandt virksomheder, der producerer (eller markedsfører) rengøringsmidler i Danmark, dvs. blandt SPTs medlemmer, præsenteres her samlet for de medlemmer, der har svaret. I alt var der 8 ud af 13 relevante SPT-medlemmer, der svarede på spørgeskemaet bestående af i alt 8 spørgsmål.

7.2.1 Oplysninger om typen af rengøringsmidler

Syv af de otte virksomheder producerer eller markedsfører udelukkende rengøringsmidler til professionelt brug, mens en enkelt virksomhed producerer eller markedsfører til både privat og professionelt brug.

Generelt producerer de fleste af de 8 virksomheder alle former for de listede rengøringsmidler. Universalrengøringsmidler produceres eller markedsføres af alle 8 virksomheder, kalkfjerner og toilettrens af 7 virksomheder og de resterende typer rengøringsmidler af 6 af virksomhederne.

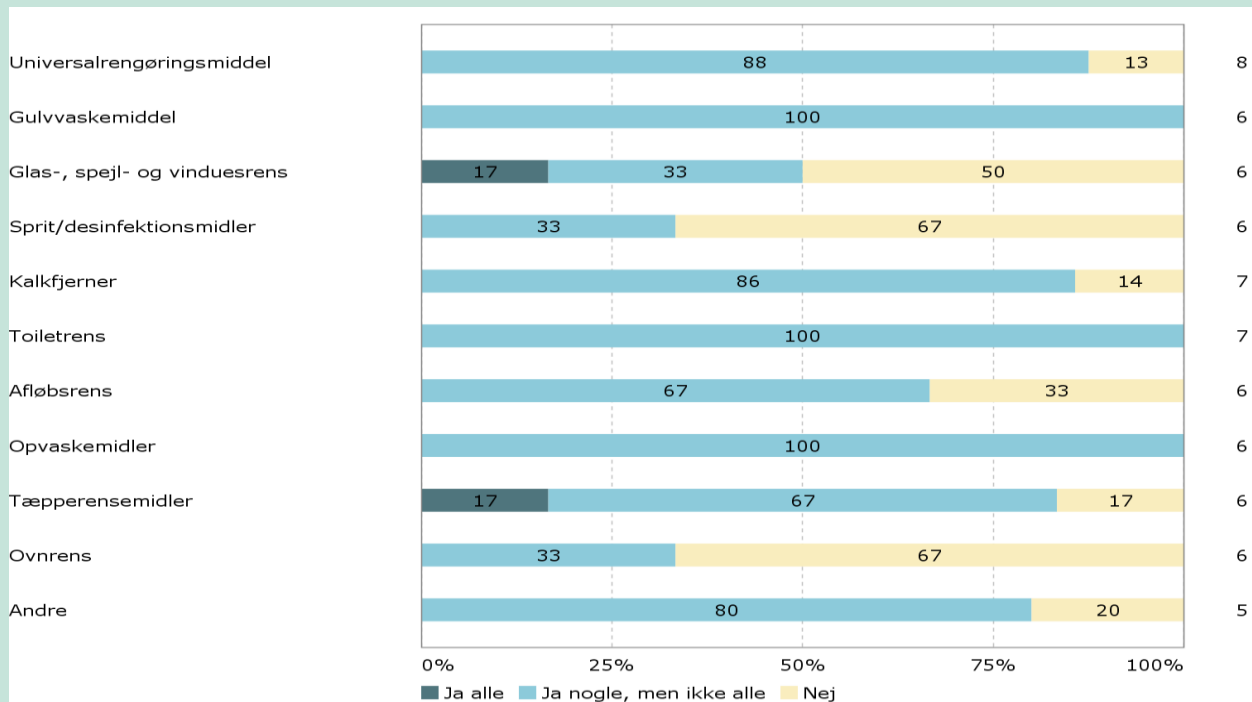
7.2.2 Oplysninger om brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne

Alle virksomheder har i deres sortiment mindst et produkt, der ikke indeholder parfumestoffer. Flere virksomheder har nogle typer af rengøringsmidler, der slet ikke indeholder parfumestoffer. Kun en virksomhed angiver, at alle deres glas-, spejl- og vinduesrensprodukter udelukkende sælges med indhold af parfumestoffer. Tilsvarende er der kun en virksomhed, der angiver, at alle deres tæpperensmidler udelukkende findes med indhold af parfumestoffer.

Virksomhederne blev bedt om at angive en cirka procentdel af de forskellige rengøringsmidler, der indeholdt parfumestoffer. Svarene lå mellem 0 og 100 %, men med store variationer inden for de forskellige typer af rengøringsmidler. F.eks. ser det ud til, at det er meget få sprit/desinfektionsmidler, der indeholder parfumestoffer (fire virksomheder angiver intet indhold af parfume, og to virksomheder angiver, at det er 2 % af produkterne af denne type, der indeholder parfumestoffer), hvorimod tæpperensmidler ser ud til at være den type rengøringsmiddel, der oftest er tilsat parfume. Universalrengøringsmidler og gulvvaskemidler ser desuden ud til at være typer af rengøringsmidler, hvor der ofte forekommer et indhold af parfumestoffer.

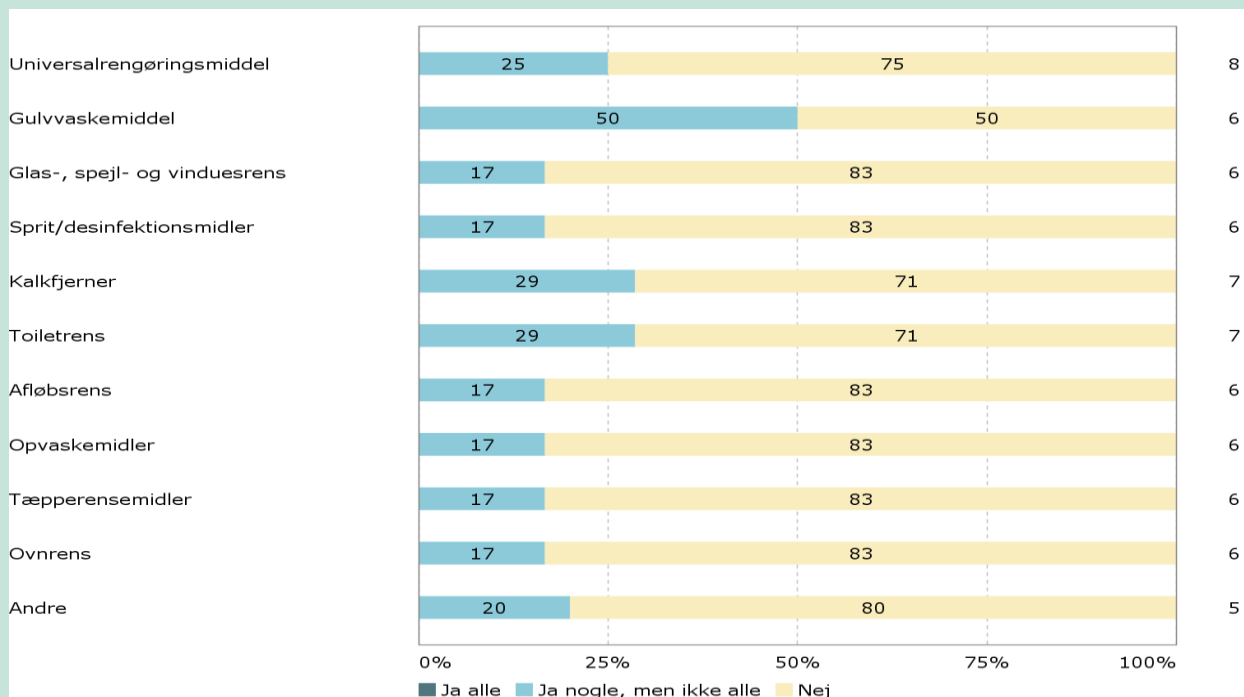
SPT spg. 3:

Indeholder nedenstående af jeres produkter parfumestoffer?



SPT spg. 4:

Indholder nedenstående af jeres produkttyper et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer?



De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 13
SVARFORDELING PÅ SPT SPØRGSMÅL OM INDHOLD AF PARFUMESTOFFER OG DEKLARATIONSPLIGTIGE PARFUMESTOFFER I RENGØRINGSMIDLERNE

Virksomhederne blev stillet spørgsmål om både indhold af parfumestoffer generelt og indhold af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer. Forskellene i svarene på de to spørgsmål viser tydeligt, at en del af virksomhederne undgår de deklarationspligtige parfumestoffer, men kan anvende andre ikke-deklarationspligtige parfumestoffer i stedet. F.eks. angiver 13 % af virksomhederne, at de sælger universalrengøringsmidler uden parfumestoffer i det hele taget, mens 75 % angiver, at de sælger universalrengøringsmidler uden de deklarationspligtige parfumestoffer.

7.2.3 Markedsandele

Virksomhederne blev bedt om at skønne, hvor stor en andel af det danske marked for rengøringsmidler de dækker (som cirka procenttal baseret på mængden de sælger). Af de 8 indkomne besvarelser blev virksomhedernes markedsandel skønnet til generelt at ligge på mellem 1 og 40 %. En enkelt virksomhed angiver dog en markedsandel på 0,00001 %, hvilket vil sige stort set intet salg i Danmark. Det skal bemærkes, at det er tal angivet af virksomhederne selv. Hvis man lægger de skønnede markedsandele sammen for de 8 virksomheder, giver det i alt ca. 127 % af det danske marked. Hertil kommer, at der er 5 af SPTs medlemsvirksomheder, der ikke svarede på undersøgelsen, og at der kan være andre virksomheder i Danmark, der sælger rengøringsmidler i Danmark, som ikke er medlem af SPT. Virksomhederne, der har deltaget i undersøgelsen, har således overvurderet deres reelle markedsandel. De fleste har dog angivet markedsandelen i runde tal og har dermed måske rundet op.

7.2.4 Beregnet andel af rengøringsmidler på det danske marked, der indeholder parfumestoffer

Virksomhederne blev desuden bedt om at skønne, hvor stor en samlet andel af deres rengøringsmidler, som indeholder parfumestoffer (som cirka procenttal baseret på mængden de sælger). Af de 8 indkomne besvarelser blev virksomhedernes samlede andel af rengøringsmidler, der indeholder parfumestoffer, angivet til at ligge mellem 0 og 70 %. Dvs. der er virksomheder, som slet ikke anvender parfume i deres rengøringsmidler, og der er virksomheder, hvor 70 % af de solgte rengøringsmidler indeholder parfumestoffer.

Hvis der foretages en beregning baseret på disse skønnede værdier fra de 8 virksomheder, og hvis det antages, at disse 8 virksomheder tilsammen dækker 100 % af det danske marked for rengøringsmidler i Danmark, vil det være i alt ca. 26 % af alle rengøringsmidler, der sælges i Danmark (og hovedsageligt til det professionelle marked), som vil indeholde parfumestoffer af en eller anden slags. Dette vægtede gennemsnit er imidlertid et meget groft estimat, der kun kan anvendes til at give en indikation af det danske marked for professionelle rengøringsmidler, da det ikke er alle virksomheder, der sælger rengøringsmidler i Danmark, som har deltaget i undersøgelsen, og da beregningen udelukkende er baseret på skønnede værdier.

7.3 Diskussion og opsamling af resultater fra kortlægning og spørgeskemaer

I dette afsnit opsamles og diskuteres resultaterne fra spørgeskemaundersøgelserne fra 3F, FOA og SPT, samt de indtryk kortlægningen har givet.

7.3.1 Parfumestoffer i rengøringsmidler

Overordnet viser de angivne kommentarer fra 3F- og FOA-undersøgelserne, at der er mange medlemmer, der anvender miljømærkede rengøringsmidler. Miljømærkekriterierne kan medvirke til at udelukke og begrænse visse parfumestoffer, men som det ses af Tabel 1 i afsnit 2.3 "Miljømærkning af rengøringsmidler", så er det faktum, at rengøringsmidlerne er miljømærkede (både Blomsten og Svanen), ikke en garanti for, at rengøringsmidler er helt fri for parfumestoffer, idet parfumestoffer må anvendes i miljømærkede produkter. Koncentrationen af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer og andre parfumestoffer klassificeret som allergifremkaldende

må dog ikke overstige 100 ppm per stof. Det var således et bevidst valg i denne undersøgelse ikke at spørge ind til, om de anvendte rengøringsmidler var miljømærkede eller ej.

I en ældre kortlægning af parfumestoffer i rengøringsmidler (Rastogi, 2002), som er beskrevet i afsnit 4.2.2.2 "Indholdet af udvalgte duftstoffer i rengøringsprodukter" ses det, at 8 ud af de i alt 11 parfumestoffer, der blev identificeret i rengøringsmidler dengang, blev identificeret i koncentrationer lige under 100 ppm (svarende til 0,01 %). Der blev dog også målt koncentrationer af f.eks. limonene på op til over 7000 ppm. Tilsvarende viste en nyere schweizisk undersøgelse (Gerster et al., 2014), at ca. en fjerdedel af omkring 100 undersøgte rengøringsmidler til det professionelle rengøringsmarked indeholdt parfumestoffer. Koncentrationen af parfumestoffer i produkterne lå på mellem 0,01 – 5 %, dvs. 100 ppm til 50.000 ppm.

Dette viser, at der findes rengøringsmidler med indhold af parfumestoffer under 100 ppm, og at 100 ppm-grænsen for parfumestoffer i miljømærkede produkter ikke er ensbetydende med, at de miljømærkede produkter er fri for parfumestoffer. Den fastsatte grænseværdi på 100 ppm for allergifremkaldende parfumestoffer betyder dog, at koncentrationen af de tilsatte parfumestoffer vil være så lav, at den Videnskabelige Komité for Forbrugersikkerhed (SCCS) vurderer, at det vil være nok til at forebygge elicitering, dvs. fremkaldelse af en allergisk reaktion i individer, der allerede er sensibiliseret (SCCS nr. 1459, 2011). Dette er dog en generel tærskelværdi, der er sat for parfumestoffer. Der kan være parfumestoffer, hvor denne eliciteringsgrænse kan være lavere. Hertil kommer, at det ikke er alle parfumestoffer, der nødvendigvis har en harmoniseret klassificering som allergifremkaldende (H317), selvom SCCS vurderer de pågældende parfumestoffer til at være allergifremkaldende.

7.3.2 Hvilke parfumestoffer anvendes i rengøringsmidler?

Der er ikke den store viden om, hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidler, og denne kortlægning har heller ikke kunnet påvise præcist, hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidler på det danske marked. Der blev ikke spurgt ind til, hvilke parfumestoffer der anvendes i rengøringsmidlerne i spørgeskemaet til producenter/distributører af rengøringsmidler, da følgegruppen mente, at disse spørgsmål kunne være svære at svare på for virksomhederne, og dermed afskrække dem fra at svare på spørgeskemaet.

Der er imidlertid flere litteraturstudier (bl.a. Gerster et al. (2014)), som viser, at der anvendes en del af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer. Det skal dog også pointeres, at det er disse 26 parfumestoffer, der normalt analyseres efter (og ikke andre parfumestoffer), idet de er deklarationspligtige, og der er udviklet analysemetoder for disse stoffer. Der har ikke været så meget fokus på andre parfumestoffer, hvorfor der normalt ikke analyseres efter andre. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen foretaget hos SPT viser imidlertid tydeligt, at der ser ud til at blive anvendt andre parfumestoffer end de 26 deklarationspligtige parfumestoffer. Udtrækket fra Produktregisteret viser, at ca. halvdelen af de registrerede parfumestoffer er de deklarationspligtige, og at i hvert fald 35 % af den totale mængde af parfumestoffer udgøres af de 82 allergifremkaldende parfumestoffer, der ikke er deklarationspligtige. 14 % af parfumestofferne angives som 'uspecificerede', dvs. det vides ikke, hvilke parfumestoffer, der er tale om. Som tidligere beskrevet kan det forventes, at der i fremtiden vil komme en eller anden form for krav til deklaration for de 82 parfumestoffer, som SCCS har vurderet som værende allergifremkaldende. Det vides dog ikke, i hvor høj grad de ikke-deklarationspligtige parfumestoffer, som anvendes i dag, er blandt de 82 parfumestoffer, som SCCS nu har vurderet som værende allergifremkaldende. Dette kan således være et relevant fremtidigt fokusområde.

7.3.3 Hvor udbredt er brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler?

Spørgeskemaundersøgelsen fra 3F viser, at der for de mest anvendte rengøringsmidler, dvs. grundrengøringsmiddel, toilettrens, gulvvaskemiddel og kalkfjerner er hhv. 19 %, 19 %, 11 % og 7 %, der har svaret, at det anvendte rengøringsmiddel indeholder parfumestoffer (har svaret "ja, der står

på produktet, at der er parfume i"). Tillægges de respondenter, der har svaret "ja, det dufter af parfume", er der i alt hhv. 26 % (grundrengøringsmiddel), 31 % (toiletrens), 29 % (gulvvaskemiddel) og 12 % (kalkfjerner), der har svaret "ja" til, at de rengøringsmidler, de anvender, enten indeholder eller dufter af parfume.

FOAs medlemmer blev stillet spørgsmålet om parfumestoffer i rengøringsmidler på et mere generelt plan. Ifølge FOA-undersøgelsen angiver 2 %, at 'alle' deres rengøringsprodukter indeholder parfume og i alt 17 %, at 'alle' eller 'mange produkter, men ikke alle' indeholder parfume. Yderligere 43 % angiver, at 'nogle få produkter' indeholder parfume. De resterende 32 % angiver, at ingen af deres produkter indeholder parfume.

Det gælder for begge undersøgelser (3F og FOA), at respondenterne sandsynligvis ikke har haft adgang til deres rengøringsmidler, når de har svaret på undersøgelsen, da der er sendt link til spørgeskemaundersøgelsen via deres private mail. Der er således flere usikkerhedsmomenter i de indkomne svar, f.eks. om respondenterne er opmærksomme på, om deres rengøringsmidler indeholder parfume, og om de kan huske, hvilke af deres rengøringsmidler der indeholder parfume.

Til sammenligning viser den nyere schweiziske undersøgelse (Gerster et al., 2014), at 27 % af rengøringsmidlerne anvendt af professionelle rengøringsvirksomheder i Schweiz indeholder parfumestoffer, og oplysningerne fra spørgeskemaundersøgelsen for SPT viser, at ca. 26 % af rengøringsmidlerne til det professionelle danske marked indeholder parfumestoffer. De 26 % er dog et meget groft estimat baseret på 8 ud af 13 producenter/distributørers skøn over, hvor mange af deres produkter der indeholder parfumestoffer, og hvor stor en markedsandel de dækker. De 8 respondenter antages at være repræsentative for hele det danske marked.

I kortlægningen blev der kontaktet kommuner og regioner i Danmark. Denne rundringning bekræfter billedet af, at de fleste kommuner og regionerne har en politik om, at der ikke må anvendes parfumestoffer i rengøringsmidler. Tilsvarende blev de 14 største rengøringsvirksomheder i Danmark kontaktet. Fem af disse virksomheder ønskede ikke at udtale sig eller svarede ikke tilbage, men blandt de virksomheder, der svarede, anvender de fleste virksomheder rengøringsmidler uden parfumestoffer. Fem virksomheder angiver dog, at der kan være tilfælde, hvor rengøringsmidler med parfume anvendes.

Oplysningerne fra både private rengøringsvirksomheder og fra kommuner og regioner bekræfter således billedet af, at de fleste rengøringsmidler ikke indeholder parfume. Det er derfor nok ikke helt forkert, når medlemmerne af 3F angiver, at det er mellem 26-31 % af de mest anvendte rengøringsmidler (grundrengøringsmiddel, toiletrens og gulvvaskemiddel), der indeholder parfume – selvom denne undersøgelse er baseret på få besvarelser (75). Disse tal stemmer meget godt overens med den nyere schweiziske undersøgelse og beregningen baseret på tilbagemeldinger fra SPT, dvs. fra producenter/distributører af rengøringsmidler.

FOA-undersøgelsen, hvor mange af respondenterne arbejder i hjemmeplejen, viser, at medlemmerne her ofte kan være i et dilemma, da de skal gøre rent med de rengøringsmidler, som borgerne køber. Selvom både kommunen og hjemmeplejen forsøger at påvirke borgerne til at anvende parfumefrie rengøringsmidler, kan der være et ønske fra borgernes side om, at der skal være parfume i rengøringsmidlerne, så der kommer til at dufte rent. Det skal bemærkes, at når det er rengøringsmidler, borgerne køber, er der tale om rengøringsmidler til privat brug/detailhandlen og ikke rengøringsmidler til professionelt brug, som dette projekt har undersøgt.

Foretager man en sammenligning af svarene på indhold af parfumestoffer i rengøringsmidler fordelt på, hvor medlemmerne arbejder (privat eller offentligt), ses det, at der generelt for FOA-undersøgelsen ser ud til at være en tendens til, at der er flere der anvender parfumeholdige rengøringsmidler i det private end i det offentlige. For FOA medlemmerne er der 24 % af de privat

ansatte, der svarer, at enten 'alle' eller 'mange produkter, men ikke alle' indeholder parfumestoffer, hvorimod tallet er 18 % for kommunalt ansatte og 5 % for ansatte i regioner. Der er for få af respondenterne, der er statsansatte til at kunne foretage en sammenligning her. Det tilsvarende billede for 3F-undersøgelsen er noget mere blandet. Der tegner sig ikke et entydigt billede, men der er typisk også få besvarelser (2-9 personer afhængig af typen af rengøringsmiddel) i kategorien af de offentlige ansatte, så det er svært at konkludere noget endeligt her.

7.3.4 Parfumefrie rengøringsmidler ønskes

Spørgeskemaundersøgelserne viser, at der generelt er et ønske om at anvende parfumefri rengøringsmidler. Blandt 3Fs medlemmer ønsker 77 % at anvende parfumefri rengøringsmidler, hvis de selv havde muligheden for at vælge. FOAs medlemmer blev ikke stillet dette spørgsmål, men det fremgår af de mange kommentarer, at der også her er et gennemgående ønske om parfumefrie rengøringsmidler. Mange af FOAs medlemmer, der arbejder i hjemmeplejen, har dog ikke selv muligheden for selv at vælge rengøringsmidler, da mange skal anvende det borgerne selv køber. Det er dog væsentligt at påpege, at der er enkelte af FOAs medlemmer, der ønsker at anvende parfumeholdige rengøringsmidler for at kunne overdøve stærke ubehagelige dufte, der kan forekomme hos borgerne. De FOA-medlemmer, der arbejder andre steder end i hjemmeplejen (og som typisk har en højere grad af rengøringsopgaver), påpeger at der heller ikke her nødvendigvis er mulighed for selv at vælge rengøringsmidlerne, da dette ofte er bestemt via indkøbsaftaler, at der skal anvendes parfumefri rengøringsmidler.

Spørgeskemaundersøgelserne viser desuden, at der generelt er en høj bevidsthed omkring parfumestoffer og evt. allergi hos mange af medlemmerne. Cirka halvdelen af 3F-medlemmerne har diskuteret brugen af parfumestoffer med deres kollegaer eller chef.

7.3.5 Brug af handsker

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at det er næsten halvdelen af medlemmerne, der anvender handsker 'næsten hele tiden' i forbindelse med deres rengøringsarbejde (53 % af 3F medlemmerne og 43 % af FOA medlemmerne). Dette gælder, uanset om deres arbejde udelukkende består af rengøring, eller om de også har andre opgaver end rengøring.

Blandt både 3F- og FOA-medlemmer er det 19 % af de adspurgte, der aldrig eller sjældent anvender handsker i forbindelse med deres rengøringsopgaver.

Målet for denne undersøgelse har været at se på brugen af parfumestoffer og evt. gener fra disse. En evt. sammenhæng mellem gener og brug af handsker er ikke undersøgt nærmere.

7.3.6 Gener i forbindelse med parfumestoffer

Både 3F- og FOA-medlemmerne blev spurgt, om de har oplevet gener på deres nuværende arbejdsplads, som de forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler. Gener blev i spørgeskemaet defineret som rødme eller udslæt på huden, huden klør, kløende/sviende øjne, løbende øjne eller næse, nys, irriteret vejrtrækning, hoste, hovedpine, træthed, ubehag eller andet. Blandt 3F-medlemmerne var der 31 % (23 personer), der kunne svare "ja" til dette, og det tilsvarende tal fra FOA var 15 % (97 personer). Alle generne blev noteret af én eller flere personer, og der blev også af enkelte personer angivet tør hud som en gene. De hyppigste gener, dvs. gener angivet af flest personer var: huden klør, hovedpine, nys, løbende næse og irriteret vejrtrækning.

Det skal bemærkes, at der her er tale om såkaldte 'selvdiagnostiserede' gener, dvs. det er udelukkende respondenternes egen vurdering af, om generne kan skyldes en eventuelt udsættelse for de rengøringsmidler med indhold af parfumestoffer, de anvender. Det er ikke muligt på baggrund af denne udtalelse fra respondenterne at påvise, at deres gener skyldes brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler. Vi ved heller ikke på baggrund af denne undersøgelse, hvor

alvorlige generne er, dvs. om respondenterne evt. er forhindret i at arbejde på grund af deres gener, eller om der er tale om kortvarige gener.

Der er en væsentlig større procentdel af 3Fs medlemmer (31 %), der oplevet gener end blandt FOAs medlemmer (15 %). Om dette skyldes, at det primært er personer, der har oplevet gener, der vælger at svare på spørgeskemaet blandt 3F-medlemmerne vides ikke. FOA-medlemmerne, der har svaret på spørgeskemaet, havde på forhånd tilmeldt sig til et medlemspanel og sagt ja til at deltage i spørgeskemaundersøgelser. En anden mulighed kan være, at der er stor forskel på, hvor stor del af tiden 3F- og FOA-medlemmerne arbejder med rengøring. Hovedparten af 3F-medlemmerne (66 %) arbejder med rengøringsopgaver stort set hele tiden i løbet af en arbejdsdag, hvorimod dette tal kun er 5 % for FOAs medlemmer. 62 % af FOAs medlemmer udfører rengøringsopgaver sjældent eller en mindre del af tiden. 3Fs medlemmer, har således flere daglige rengøringsopgaver i forhold til FOAs medlemmer, hvilket også kan forklare, hvorfor der er procentvis flere af 3Fs medlemmer, der oplever gener, som tilskrives brugen af parfumerede rengøringsmidler.

Der ser til gengæld ikke ud til at være den store forskel på, om man oplever gener, hvad enten man er fuldtids- eller deltidsansat i 3F-undersøgelsen (hhv. 31 og 30 % oplever gener), hvor de fleste havde rengøringsopgaver som de primære opgaver. Blandt FOAs medlemmer er der ikke nogen umiddelbar sammenhæng at læse ud af tallene med hensyn til, om man oplever gener, og hvor ofte man udfører rengøringsopgaver.

Der ser ud til at være flere, der har oplevet gener blandt de personer (3F-medlemmer), som har arbejdet med rengøring i mere end 3 år (32 %) sammenlignet med de personer, der har arbejdet med rengøring i mindre end 3 år (25 %). Forskellen er dog ikke stor, og der er ikke det store datamateriale (baseret på 75 besvarelser) til at kunne konkludere noget endeligt. Samme konklusion er ikke muligt via FOA-medlemsundersøgelsen, da spørgsmålet om, hvor længe personerne har arbejdet med rengøring, ikke indgik i denne undersøgelse.

Det er værd at bemærke, at både respondenter i 3F- og FOA-spørgeskemaundersøgelsen angiver, at de oplever gener, som de forbinder med brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne, og at disse gener også ser ud til at skyldes brugen af andre parfumestoffer end de 26 deklarationspligtige parfumestoffer, jf. svarene fra SPT-spørgeskemaundersøgelsen.

8. Resultater af spørgeskemaundersøgelsen – detailhandlen

I dette kapitel præsenteres de vigtigste resultater fra spørgeskemaundersøgelsen blandt medlemmer hos HK Handel. Når der i dette afsnit refereres til respondenter henvises der til de medlemmer hos HK Handel, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen og altså ikke til det generelle medlemsbillede hos organisationen. Alle resultater fra spørgeskemaundersøgelsen kan ses af Bilag 8: "Spørgeskemaundersøgelse i detailhandlen (HK Handel)".

8.1 Spørgeskema til detailhandlen

Resultaterne præsenteret her fra spørgeskemaundersøgelsen er baseret på de i alt 62 besvarelser fra HK Handels medlemmer i tøj- og møbelbranchen.

8.1.1 Baggrundsdata for de deltagende

Der indkom i alt 62 besvarelser fra undersøgelsen blandt HK Handels medlemmer (svarprocent på 1,9 %). Langt de fleste af disse er kvinder (80 %). Dette stemmer godt overens med medlemsfordelingen i det hele taget hos HK Handel (inden for tøj- og møbelbranchen), som er 73 %.

Størstedelen af respondenterne, der har deltaget i undersøgelsen, er mellem 20 og 39 år (54 %). 39 % af respondenterne er mellem 20 og 29 år. Generelt er halvdelen af respondenterne af HK Handel inden for tøj- og møbelbranchen mellem 20 og 29 år, dvs. at der er en overvægt af de 40 til 50-årige, som har svaret på spørgeskemaet i forhold til aldersfordelingen på alle, der fik spørgeskemaet tilsendt.

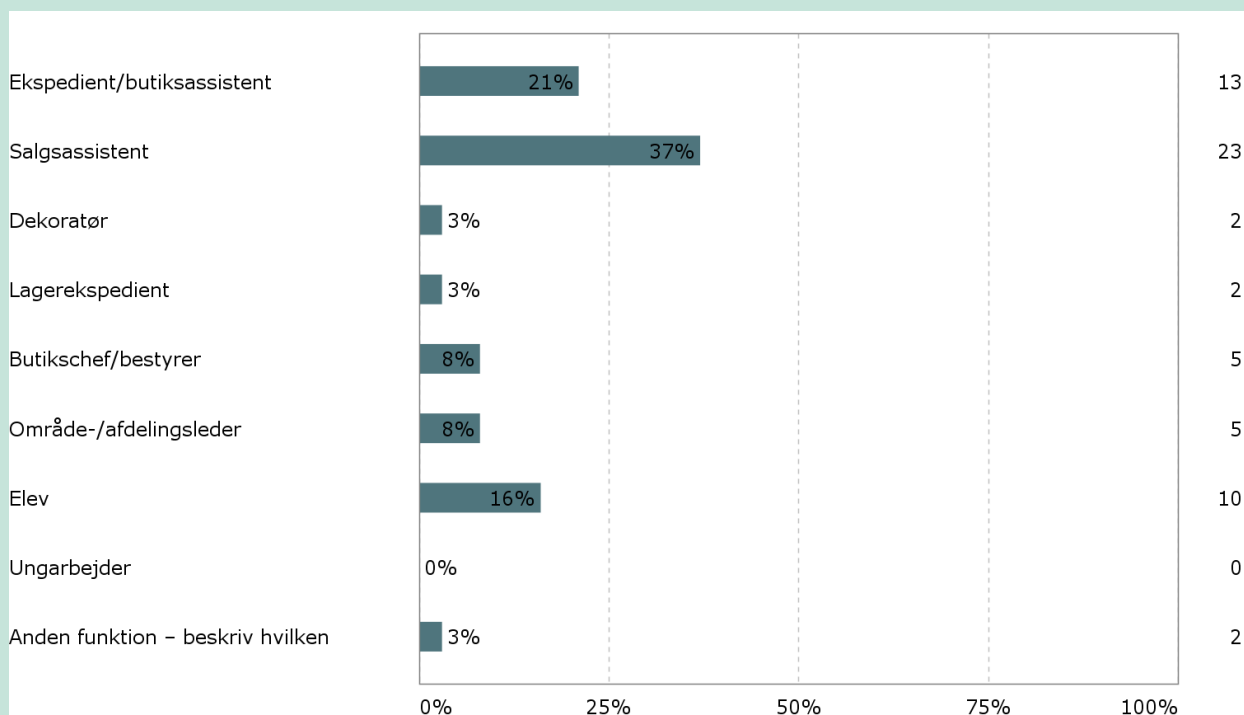
Det er respondenterne fra hele landet, der har deltaget i undersøgelsen, dvs. undersøgelsen giver et forholdsvist bredt billede af forholdene i Danmark. 37 % af respondenterne, der har besvaret spørgsmålene, er fra Region Hovedstaden, 22 % fra Region Midtjylland, 17 % fra både Region Syddanmark og Region Sjælland og de resterende 7 % fra Region Nordjylland. I forhold til det generelle billede af HK Handels medlemmer, der fik spørgeskemaet tilsendt, er der en overvægt af personer fra Region Sjælland og Region Syddanmark, som har svaret på spørgeskemaet.

8.1.2 Beskrivelse af arbejdssituation

Langt de fleste (68 %) af HK Handels medlemmer er ansat i tøjbutikker og 23 % i møbelbutikker. Der er 6 personer, der har svaret, at de arbejder i en anden type butik end tøj- og møbelbutik, men de har ikke angivet hvilken type butik.

Som angivet i Figur 14 er langt størstedelen af respondenterne ekspedienter/butiksassistenter eller salgsassistenter (58 %). Elever udgør 16 % af respondenterne.

HK Handel spg. 3: Hvad er din funktion i butikken? Vælg den funktion, der passer bedst.



De to besvarelser med ”anden funktion” blev besvaret med følgende:

- Bogholder i en tøjbutik
- Butiksansvarlig (i anden butik end tøj- og møbelbutik)

FIGUR 14

SVARFORDELING PÅ HK HANDEL SPØRGSMAÅL OM FUNKTION I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 62 BESVARELSER

Størstedelen af respondenterne (90 %) bruger hovedparten af deres arbejdsdag på at ekspedere kunder eller opholde sig i butikken. Fem respondenter (svarende til 8 %) bruger det meste af deres tid i baglokale, på lageret eller på kontoret.

Generelt for respondenterne gælder, at størstedelen af de adspurgte (55 %) har været ansat i mere end 3 år i deres nuværende job, og størstedelen (67 %) af de adspurgte er fuldtidsansatte. Størstedelen (69 %) af respondenterne arbejder i en butik beliggende ud til gade/vej, og de resterende 31 % arbejder i en butik beliggende i et storcenter.

8.1.3 Brug af duftmarketing

Hovedparten af respondenterne (87 %) har svaret ”nej” til, at der bevidst bliver anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i den butik, de arbejder i. Dvs. det reelt kun er 7 ud af de 61 besvarelser på dette spørgsmål, der har angivet, at der bevidst bliver anvendt en eller anden form for duftmarketing i deres butik. Af disse 7 positive besvarelser på brugen af en eller anden form for duftmarketing stammer 4 besvarelser fra tøjbutikker og 3 besvarelser fra møbelbutikker.

Yderligere 2 personer (svarende til 4 % af respondenterne) angiver, at der er planer om at anvende dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken, hvor de arbejder. Disse to personer arbejder begge i en tøjbutik.

Yderligere 7 personer (svarende til 13 % af respondenterne) angiver, at de på et eller andet tidspunkt har været ansat i en butik, hvor der blev anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning. To af disse besvarelser stammer dog fra personer, der har arbejdet i parfumeafdelinger i f.eks. Matas og Magasin.

Alt i alt er der således 14 personer (svarende til 23 % af respondenterne), der tidligere har arbejdet eller i dag arbejder i en butik, der bevidst gør brug af eller fremover har tænkt sig at gøre brug af dufte til at skabe en særlig stemning i butikken. I og med at der er få af HK Handel medlemmerne, som har svaret på spørgeskemaundersøgelsen (svarprocent på 1,9 %), og i og med at det ikke ud fra svarene er muligt at se, om nogle af respondenterne f.eks. arbejder i samme tøj- eller møbelkæde, er det svært at udtale sig om, hvor generelt dette billede er for tøj- og møbelbranchen i Danmark som helhed. Det er også en mulighed, at der er flere personer, der arbejder i en butik, som gør brug af duftmarketing, der kan finde på at svare på et spørgeskema omkring parfumestoffer i detailhandlen, end det generelt er tilfældet i branchen.

Tre af de 7 personer, der har svaret "ja" til, at der anvendes en eller anden form for duftmarketing, angiver, at deres butik har anvendt dufte i mindre end 1 år. Blot én person angiver, at de har anvendt en eller anden form for duftmarketing i mere end 3 år. Denne person beskriver dog, at den form for duftmarketing, de anvender, er ved brug af vaskepulver og skyllemiddel med duft i deres tøjbutik. Der er således noget, som tyder på, at duftmarketing er et forholdsvist nyt fænomen. Igen er det dog svært at konkludere noget endeligt på baggrund af de forholdsvist få besvarelser.

Af de 7 personer, der har svaret "ja" til, at der anvendes en eller anden form for duftmarketing, angiver tre, at deres butik er beliggende i et storcenter. De sidste fire personer angiver, at deres butik er beliggende ud til gade/vej.

8.1.4 Metode til at udsende dufte

De 7 personer, der har svaret "ja" til, at der anvendes en eller anden form for duftmarketing, har svaret på, hvilken metode der anvendes til at udsende duftstoffer i butikken (se Figur 15). Af dette fremgår det, at der reelt kun er 2 af de 7, som har svaret positivt på spørgsmålet omkring duftmarketing, der er ansat i butikker, hvor der rent faktisk bliver anvendt et apparat, som automatisk udsender duftstoffer i butikken. En person er ansat i en møbelbutik og en person i en tøjbutik. Ellers anvendes der duftlys (2 personer – en fra møbelbutik og en tøjbutik), eller butikspersonalet sprayer duft eller parfume i lokalet (1 person fra tøjbutik). De resterende to personer angiver, at der enten anvendes skyllemiddel og vaskepulver (i en tøjbutik) til at skabe dufte i butikken, eller der bages kanelsnegle omkring spisetiderne (i en møbelbutik).

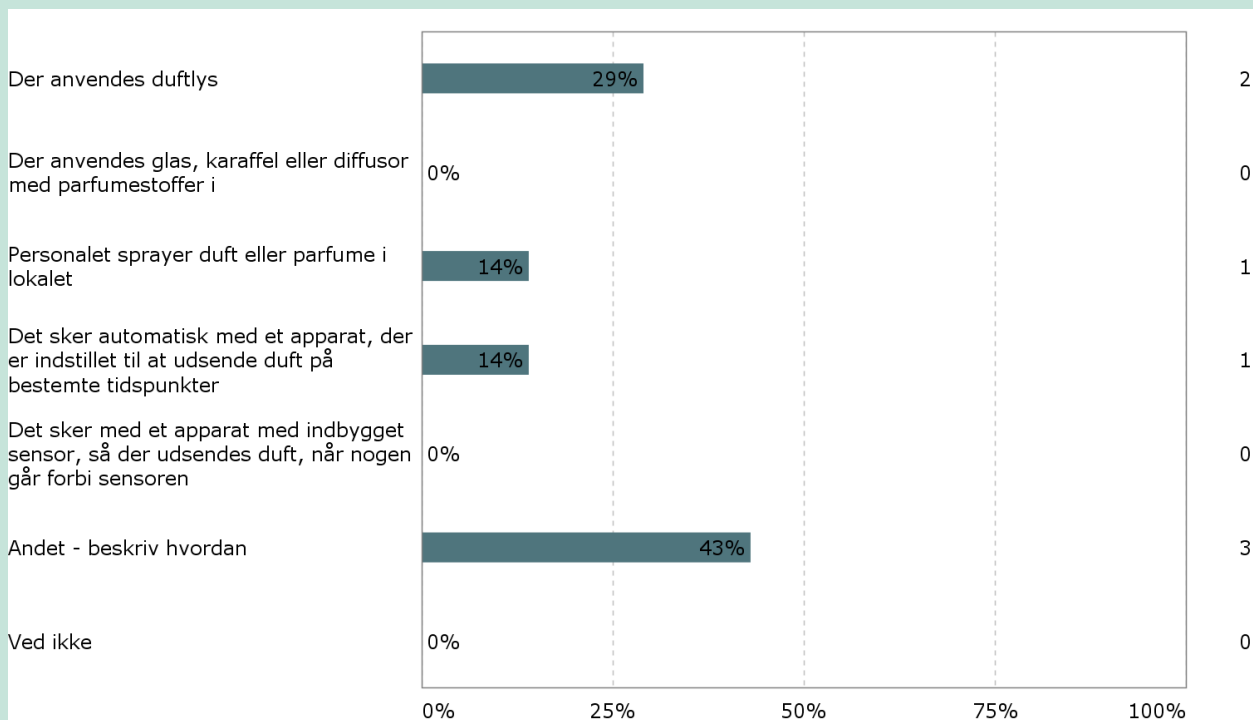
Når der anvendes duftlys eller deciderede apparater, der udsender dufte eller parfumestoffer, foregår udsendelsen af duftstofferne automatisk. Ellers svarer den ene respondent, der er ansat i butik, som anvender duftmarketing, at når personalet selv sprayer dufte ud i lokalet, sker dette mellem 1 og 10 gange i timen. Bagning af kanelsnegle sker kun omkring spisetiderne.

Af de i alt 11 kommentarer, der er givet af respondenterne i forbindelse med udfyldelse af spørgeskemaet, fremgår det, at en af virksomhederne tidligere havde et apparat, der automatisk udsendte dufte/parfumestoffer. Personen angiver, at maskinen løb tom, og at der "heldigvis ikke kom en ny op". I dag anvender butikken duftlys, men kun i de mørke timer på året.

En anden person beskriver, at de i den tøjbutik, hun arbejder i, opfordres til at spraye duft på det stykke silkepapir, som alle kunder får deres køb pakket ind i. Hun er ansat i en af de to butikker, der gør brug af et apparat, som automatisk udsender dufte/parfumestoffer.

De to personer, der arbejder i en butik, som anvender et apparat, der automatisk udsender dufte/parfumestoffer, angiver, at de henholdsvis arbejder i en butik beliggende i et storcenter og i en butik beliggende ud til gade/vej.

HK Handel spg. 12: Hvilken metode anvendes til at udsende duftstoffer i butikken? Vælg den svarmulighed, der passer bedst.



Det skal bemærkes, at det kun er de 7 personer, der svarede "ja" til spørgsmål nr. 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

De personer, der har svaret "andet", har angivet følgende forklaringer:

- Der bages kanelsnegle omkring spisetiderne (møbelbutik)
- Udsendes konstant fra apparat i loft (tøjbutik)
- Vaskepulver og skyllemiddel (tøjbutik)

FIGUR 15
SVARFORDDELING PÅ HK HANDEL SPØRGSMÅL OM METODEN, HVORVED DER ANVENDES DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 7 BESVARELSER

8.1.5 Viden om parfumestoffer

Generelt angiver stort set alle af respondenterne (98 %), at de på forhånd havde en viden om, at parfumestoffer kan give allergi. Tre af de 7 respondenter, der i dag gør brug af en eller anden form for duftmarketing i deres butik, har diskuteret brugen af parfumestoffer med deres kollegaer eller chef/leder.

De i alt 11 kommentarer, der er givet af HK Handel medlemmerne i forbindelse med udfyldelse af spørgeskemaet, viser, at der generelt er et ønske om at undgå brugen af parfumestoffer til at skabe en duft eller stemning i butikken. Alle kommentarerne kan ses af Figur 91 i Bilag 8: "Spørgeskemaundersøgelse i detailhandlen (HK Handel)".

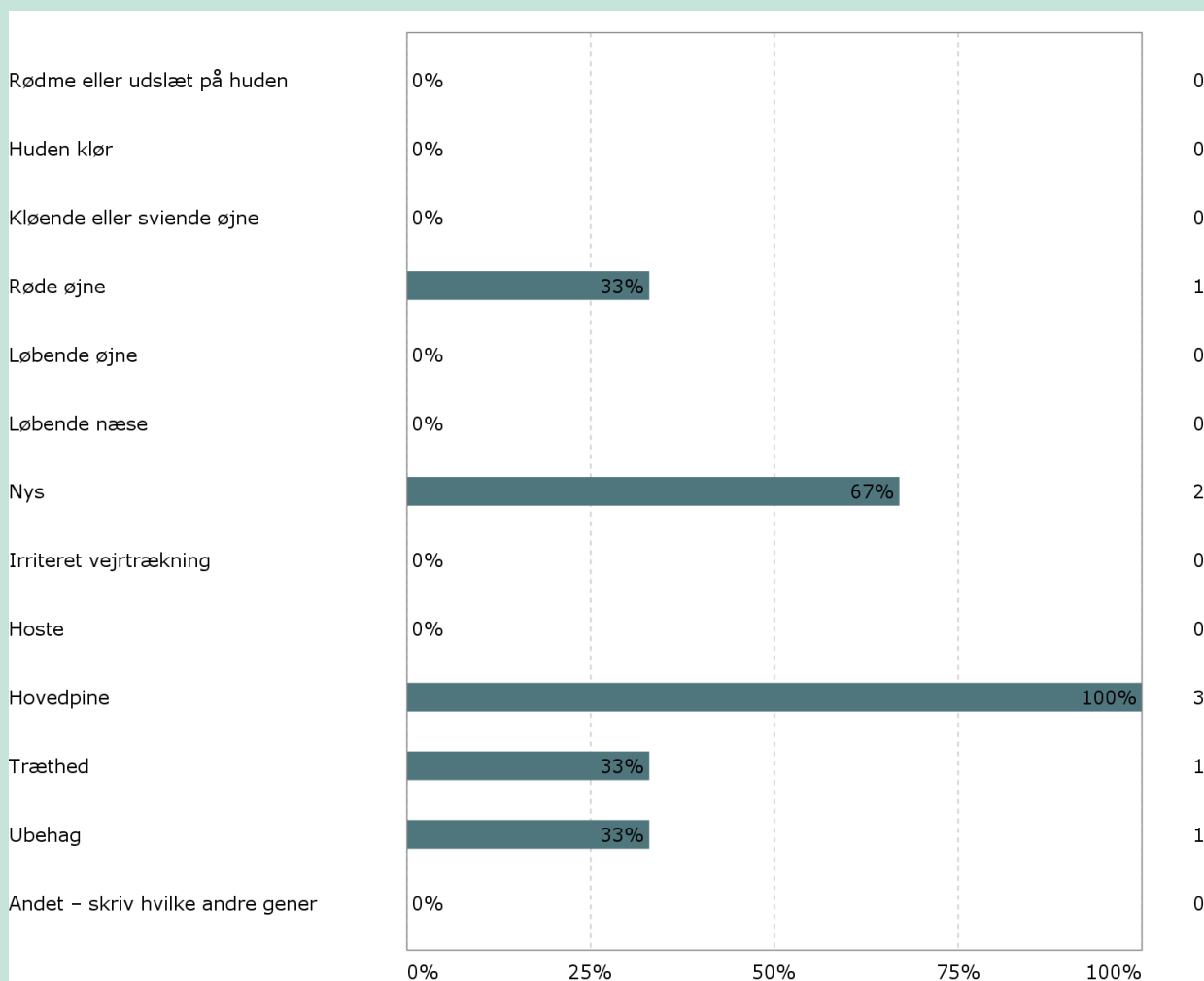
8.1.6 Gener i forbindelse med parfumestoffer

De 7 HK Handel medlemmer, der svarede positivt på, at de i deres butik anvender en eller anden form for duftmarketing, fik stillet spørgsmålet, om de har oplevet gener på deres nuværende arbejdsplads, som de forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken. Tre af dem svarede ”ja” og fire svarede, at de ikke har oplevet gener. Dvs. ca. halvdelen har oplevet gener, som de forbinder med brugen af parfumestoffer.

De gener, de tre personer har oplevet, er angivet i Figur 16 nedenfor. Der er udelukkende angivet gener i form af røde øjne (1 person), træthed (1 person), ubehag (1 person), nys (2 personer) og hovedpine (3 personer). Alle de tre personer, der har oplevet gener, har således oplevet gener i form af hovedpine.

HK Handel spg. 16: Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken?

Sæt gerne flere markeringer:



Det skal bemærkes, at det kun er de 3 personer, der svarede "ja" til spørgsmålet, om de har oplevet gener, som de forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål. Der har været mulighed for at angive flere gener for hver person.

FIGUR 16
SVARFORDDELING PÅ HK HANDEL SPØRGSMÅL OM EVENTUELLE GENER FRA BRUGEN AF DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 3 BESVARELSER

8.2 Diskussion og opsamling af resultater fra kortlægning og spørgeskemaer

I dette afsnit opsamles og diskuteres resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen fra HK Handel, samt de indtryk kortlægningen har givet.

8.2.1 Udbredelsen af duftmarketing

Kortlægningen af duftmarketingfænomenet viser, at det er begrænset, hvad der eksisterer af litteratur omkring duftmarketing. Langt hovedparten af litteraturen på området handler om, hvorfor butikker gør brug af duftmarketing – nemlig fordi salget og købsoplevelsen forbedres ved brug af dufte (og gerne i kombination med andre sanseoplevelser, såsom lys og lyd). Brugen af dufte (og andre sanseindtryk) er således en måde for butikker til at give kunden en bedre butiksoplevelse, så de fysiske butikker i dag har en mulighed for at konkurrere med den stigende internethandel. Oplysninger i litteraturen viser også, at selvom butikker måske ikke anvender duft i deres butik, kan produkterne, de sælger, godt være påført duft. F.eks. kan comboybukser eller sko bevidst være tilsat en duft for at få produktet til at sælge bedre. I dag er brugen af duftmarketing især udbredt i USA, Asien og Sydeuropa.

Kontakt til sælgere af duftmarketing i Danmark viser, at duftmarketing – hvor der bevidst og automatisk spredes duftstoffer i butikslokaler - ikke er specielt udbredt i Danmark. Fænomenet anvendes primært inden for tøj-, sko- og smykkebutikker samt boligbutikker (møbler), hvor der ser ud til at være en håndfuld virksomheder (kæder), som anvender duftmarketing. Der blev derfor valgt at foretage en spørgeskemaundersøgelse blandt HK Handels medlemmer inden for tøj- og møbelbranchen for at snævre området ind.

Denne undersøgelse – der dog gav et begrænset antal svar (62 i alt med en svarprocent på 1,9 %) – viser, at 11 % af respondenterne (7 personer) arbejder i en butik, hvor der bliver anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning. Tælles de 5 personer med, der tidligere har arbejdet i en butik, som anvendte en eller anden form for duftmarketing og de 2 personer, der arbejder i en butik, som overvejer at anvende en eller anden form for duftmarketing, er svarprocenten oppe på 23 % for tilkendegivelse af tidligere, nuværende eller fremtidig anvendelse af duftmarketing. Vi ved dog ikke, om det er personer fra samme butikskæder, der har svaret.

Det viser sig dog, at det blot er et fåtal af disse personer, der arbejder i en butik, som gør brug af duftmarketing i form af et apparat, der automatisk udsender dufte eller parfumestoffer i butikken. Ellers er der angivet metoder i form af baging af kanelsnegle omkring spisetiderne, brug af parfumerede vaskemidler og skyllemidler (i tøjbutik) samt brug af duftlys (dog primært i de måneder af året, hvor det er mørkt).

I forbindelse med kortlægningen blev der taget kontakt til i alt 15 virksomheder og to butikcentre, hvor en internetsøgning havde indikeret, at de eventuelt kunne gøre brug af duftmarketing. Rundringningen viste, at 5 af de 15 virksomheder i dag anvender duftmarketing, og ét af de kontaktede butikcentre. To af virksomhederne og det ene butikcenter anvender duftmarketing i form af apparater, som automatisk udsender dufte/parfumestoffer. En køkkenbutik anvender metoden med at bage kanelsnegle i ovne, og ellers er der tale om butikker, der gør reklame for de parfumer (i tøjbutik) eller olielamper med duftolier de sælger (butil for personlig pleje).

Kortlægningen viser også, at nogle sælgere af duftmarketing er overbeviste om, at området er på vej frem, og at brugen af duftmarketing vil blive langt mere omfattende, end det er i dag. Andre er dog af den modsatte overbevisning og har lukket deres firmaer ned, fordi der ikke har været salg i det sidste par år i Danmark.

8.2.2 Hvilke parfumestoffer anvendes?

Det har ikke været muligt at få ret mange oplysninger om, hvilke parfumestoffer der anvendes til duftmarketing. En af sælgerne af duftmarketing i Danmark angiver dog, at der typisk anvendes parfumestoffer med et indhold af et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer. Rundringningen til butikker bekræfter dette, idet den ene virksomhed, der kunne oplyse om de anvendte parfumestoffer, fortalte, at der anvendes parfumestofferne linalool, limonene og citral, som er blandt de 26 deklarationspligtige.

Flere udenlandske leverandører af parfumestoffer til duftmarketing blev kontaktet, men det var ikke muligt at få informationer fra dem med hensyn til de anvendte parfumestoffer.

8.2.3 Viden om parfumestoffer

Generelt angiver stort set alle af respondenterne (98 %), at de på forhånd havde en viden om, at parfumestoffer kan give allergi. Tre af de 7 respondenter, der i dag gør brug af en eller anden form for duftmarketing i deres butik, har diskuteret brugen af parfumestoffer med deres kollegaer eller chef/leder. De i alt 11 kommentarer, der er givet af HK Handel medlemmerne i forbindelse med udfyldelse af spørgeskemaet, tyder på, at der generelt er et ønske om at undgå brugen af parfumestoffer til at skabe en duft eller stemning i butikken. Det skal dog bemærkes, at det er få kommentarer og få besvarelser, der er indkommet i alt ved denne spørgeskemaundersøgelse, og det vides ikke, om der f.eks. er en overvægt af personer med modvilje mod brugen af parfumestoffer, som har valgt at svare på spørgeskemaet.

8.2.4 Gener i forbindelse med parfumestoffer

HK Handel medlemmerne blev spurgt, om de har oplevet gener på deres nuværende arbejdsplads, som de forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken. Gener blev i spørgeskemaet defineret som rødme eller udslæt på huden, huden klør, kløende/sviende øjne, løbende øjne eller næse, nys, irriteret vejrtrækning, hoste, hovedpine, træthed, ubehag eller andet. Af de 7 personer, der havde svaret "ja" til, at deres butik anvendte en eller anden form for duftmarketing, var der 3 personer (dvs. ca. halvdelen), som bekræftede, at de har oplevet gener på deres nuværende arbejdsplads. Generne der blev angivet var: Træthed (1 person), ubehag (1 person), røde øjne (1 person), nys (2 personer) og hovedpine (alle 3 personer).

Det er bemærkelsesværdigt, at alle de tre personer, der har angivet, at de har oplevet gener, har angivet genen 'hovedpine'. En af de kontaktede virksomheder beskrev også, at de netop havde droppet brugen af duftmarketing, da de ansatte havde beklaget sig over hovedpine.

Det skal bemærkes, at der her er tale om såkaldte 'selvdiagnostiserede' gener, dvs. det er udelukkende respondenternes egen vurdering af, om generne kan skyldes en eventuelt udsættelse for parfumestoffer i butikken. Det er ikke muligt på baggrund af udtalelser fra respondenterne at bevise, at deres gener skyldes brugen af parfumestoffer i butikken. Desuden er der tale om meget få respondenter, der har angivet gener.

Referencer

Air Aroma, 2015. Beskrivelser fra Air Aromas hjemmeside (sommer 2015). [http://www.air-
aroma.dk/hvorfor-dufte](http://www.air-
aroma.dk/hvorfor-dufte)

Ambient Idea, 2015. Beskrivelser fra Ambient Ideas hjemmeside (sommer 2015).
<http://ambientidea.dk/consulting/>; <http://ambientidea.dk/private-labels/>

Andersen et al., 2015. Survey of fragrance substances. Part of the LOUS review. Environmental project No. 1712, 2015 2014. Andersen DN, Slothuus T, Cohr K-H, Rasmussen D, Larsen PB, DHI.
<http://www2.mst.dk/Udgiv/publications/2015/05/978-87-93352-25-4.pdf>

Arbejdstilsynet, 2001. Bekendtgørelse om arbejde med stoffer og materialer. BEK nr 292 af 26. april, 2001 med senere ændringer. <https://www.retsinformation.dk/Forms/RO710.aspx?id=3665>

Arbejdstilsynet, 2002. Bekendtgørelse om særlige pligter for fremstillere, leverandører og importører mv. af stoffer og materialer efter lov om arbejdsmiljø. Arbejdstilsynets bekendtgørelse nr. 559 af 4. juli 2002 med senere ændringer – ikke autoriseret sammenskrivning.
<http://arbejdstilsynet.dk/da/regler/bekendtgorelser/s/sam-saerlige-pligter-fremstillere-559.aspx>

Arbejdstilsynet, 2004. Bekendtgørelse om arbejdets udførelse. BEK nr. 559 af 17. juni 2004 med senere ændringer.
<https://www.retsinformation.dk/Forms/RO710.aspx?id=30092>

Arbejdstilsynet, 2013. Anmeldte erhvervssygdomme 2012. Arbejdstilsynets årsopgørelse 2012 over anmeldte erhvervssygdomme og sundhedsskadelige påvirkninger i arbejdsmiljøet. Arbejdstilsynet, september 2013.
<http://arbejdstilsynet.dk/da/statistik/arbejdsskader/arbejdsskader-arsopgorelser.aspx>

Arbejdstilsynet, 2014a. Erhvervssygdomme. Arbejdstilsynets årsopgørelse 2013 over anmeldte erhvervssygdomme og sundhedsskadelige påvirkninger i arbejdsmiljøet. Arbejdstilsynet, juli 2014.
<http://arbejdstilsynet.dk/da/statistik/arbejdsskader/arbejdsskader-arsopgorelser.aspx>

Arbejdstilsynet, 2014b. Farlige kemikalier i Danmark. Opgørelse af anvendelsen i 2012. AT-rapport 1 - 2014, Arbejdstilsynet. <http://arbejdstilsynet.dk/da/selvbetjening/produktregistret/statistik.aspx>

Arbejdstilsynet, 2015a. Udtræk foretaget af Arbejdstilsynet i deres Erhvervssygdomsregister. Søgningen er foretaget juli 2015.

Arbejdstilsynet, 2015b. Beskrivelse af produktregisteret på Arbejdstilsynets hjemmeside. Søgningen foretaget august 2015. <http://arbejdstilsynet.dk/da/selvbetjening/produktregistret.aspx>

Arribas et al., 2012. Allergic Contact Dermatitis to Fragrances. Part 1. Arribas MP, Soro P, Silvestre JF. Actas Dermosifiliogr. 2012; 103:874-9. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22789469>

BEK 559, 2002. Bekendtgørelse nr. 559 af 4.7.2002 om særlige pligter for fremstillere, leverandører og importører mv. af stoffer og materialer efter lov om arbejdsmiljø.
<https://www.retsinformation.dk/Forms/RO710.aspx?id=29446>

BEK nr. 605, 2010. Bekendtgørelse nr. 605 af 27. maj 2010 om lægers og tandlægers pligt til at anmelde erhvervs sygdomme til Arbejdstilsynet og Arbejdsskadestyrelsen.

<https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=131235>

Bensefa-Colas et al., 2014. Occupational allergic contact dermatitis and major allergens in France: Temporal trends for the period 2001-2010. *British Journal of Dermatology* (2014), vol. 171, pp 1375-1385.

Blondeau M. og Tran A., 2009. Scent Marketing: What is the impact on stores in Umeå? Master Thesis in Marketing. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:224612/FULLTEXT01.pdf>

Buckley et al., 2002. Fragrance as an occupational allergen. Buckley DA, Rycroft RJG, White IR, McFadden JP. *Occup. Med.* Vol. 52. No. 1, pp. 13-16, 2002.

<http://ocmed.oxfordjournals.org/content/52/1/13.full.pdf+html>

Buckley, 2007. Fragrance ingredient labeling in products on sale in the U.K. Buckley DA. *Contact Dermatitis and Allergy. British Journal of Dermatology*, 2007, vol. 157, pp 295-300.

Cheng & Zug, 2014. Frangrance Allergic Contact Dermatitis. *Dermatitis*, Vol. 25, No. 5, September/October, 2014. Cheng J., Zug KA.

[http://journals.lww.com/dermatitis/Abstract/2014/09000/Fragrance Allergic Contact Dermatitis.3.aspx](http://journals.lww.com/dermatitis/Abstract/2014/09000/Fragrance_Allergic_Contact_Dermatitis.3.aspx)

De Vader, 2009. Fragrance in the workplace: what managers need to know. Christy De Vader. Loyola University of Maryland. *Journal of Management and Marketing Research*.

<http://www.aabri.com/manuscripts/09244.pdf>

Emsenhuber, 2009. Scent Marketing: Subliminal Advertising Messages. Emsenhuber B., 2009.

<http://www.pervasive.jku.at/Research/Publications/Documents/Scent%20Marketing%202009.pdf>

EU Forordning nr. 648, 2004. Europa-Parlamentets og Rådets Forordning (EF) nr. 648/2004 af 31. marts 2004 om vaske- og rengøringsmidler. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/HTML/?uri=CELEX:02004R0648-20150601&from=EN>

EU Forordning nr. 1907, 2006. Europa-Parlamentets og Rådets Forordning (EF) Nr. 1907/2006 af 18. december 2006 om registrering, vurdering og godkendelse af samt begrænsninger for kemikalier (REACH), om oprettelse af et europæisk kemikalieagentur. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/HTML/?uri=CELEX:02006R1907-20150925&qid=1446572162436&from=EN>

EU Forordning nr. 1272, 2008. Europa-Parlamentets og Rådets Forordning (EF) Nr. 1272/2008 af 16. december 2008

om klassificering, mærkning og emballering af stoffer og blandinger. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/PDF/?uri=CELEX:02008R1272-20150601&qid=1446571993062&from=EN>

EU-OSHA, 2009. The Occupational Safety and Health of Cleaning workers. European Agency for Safety and Health at Work. European Risk Observatory. Literature review.

https://osha.europa.eu/en/tools-and-publications/publications/literature_reviews/cleaning_workers_and_OSH

FOA, 2012. Det siger medlemmer af FOA om duftstoffer på arbejdspladsen. FOA Kampagne og Analyse, Maj 2012. <http://www.foa.dk/forbund/presse/rapporter-undersogelser/medlemmer/2012>

FOA, 2014. Kemikalier på arbejdspladsen. FOA Kampagne og Analyse, 6. maj 2014. <http://www.foa.dk/Forbund/Presse/Rapporter-undersogelser/Medlemmer/2014>

Forbrugerombudsmanden, 2004. Duftmarketing. Beskrivelse af sag nr. 1996-116/5-27 om brugen af duftmarketing. Siden er sidst opdateret 13. maj, 2004. http://www.forbrugerombudsmanden.dk/Sager-og-praksis/Markedsfoeringsloven/Sager-efter-markedsfoeringsloven/skjultreklame/duft?SC_itemid=0aafb5cc-9441-4605-aad8-f213f243ab1d

IFRA, 2015a. IFRA Code of Practice. Hentet på IFRAs hjemmeside september 2015. http://www.ifraorg.org/Upload/DownloadButtonDocuments/87df2bee-bbcf-4465-bf6d-01b9e30cod34/22157_GD_2014_11_25_IFRA_Code_of_Practice_Final_Nov_2014.pdf

IFRA, 2015b. Index of IFRA standards – 48th amendment. <http://www.ifraorg.org/en-us/standards#.VIH4HjNzPcs>

Ingeniøren, 2015. Dufte sælger – men de skal helst gøre det diskret. Artikel i Ingeniøren, 12. april 2015. <http://ing.dk/artikel/dufte-saelger-men-de-skal-helst-goere-det-diskret-175304>

Interview med producent, 2015. Oplysninger modtaget ved interview med en producent af duftmarketing. Augsut/september, 2015.

Interview med virksomhed fra detailhandlen, 2015. Oplysninger modtaget ved interview med en virksomhed fra detailhandlen. August/september, 2015.

Kommunikationsforum, 2005. Duften af penge. Af Kirsten Grumstrup. Kommunikationsforum, 9. februar 2005. <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/duften-af-penge>

Kommissionens afgørelse nr. 383, 2011. Kommissionens afgørelse af 28. juni 2011 om opstilling af miljøkriterier for tildeling af EU-miljømærket til universal- og sani- tetsrengøringsmidler. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:169:0052:0064:DA:PDF>

Korfitsen Carøe et al., 2013. A survey of exposures related to recognized occupational contact dermatitis in Denmark in 2010. Kortfisen Carøe T, Ebbenhøj N, Agner T. Contact Dermatitis 70, 56–62, 2013. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/cod.12134/abstract>

Kulturstyrelsen, 2014. Afrapportering af ”Ej her lugter bare totalt meget af mormor – dialogbaseret samarbejde mellem nyt og gammelt koncept om eksperimenterende duftoplevelser på museum”. http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/Fotos/KS/institutioner/Museer/Afrapportering_af_Ej_her_lugter_bare.pdf

Magnano et al., 2009. Contact allergens and irritants in household washing and cleaning products. Magnano M, Silvani S, Vincenzi C, Nino M, Tosti A. Contact Dermatitis. 2009 Dec; 61(6):337-41. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20059494>

Miljøstyrelsen, 2015. Strategi for risikohåndtering af visse parfumestoffer. Notat. 17. April 2015. Kemikalier. Miljøstyrelsen. <http://mst.dk/media/131454/31-strategi-parfume.pdf>

Mirabelli et al., 2012. Occupational risk factors for hand dermatitis among professional cleaners in Spain. Mirabelli MC, Vizcaya D, Magarit AM, Antó JM, Arjona L, Barreiro E, Orriols R, Gimenez-Arnou A, Zock J-P. Contact Dermatitis, 2012 Apr; 66(4):188-96.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22268785>

Mood Media, 2015. Beskrivelse fra Mood Medias hjemmeside (sommer 2015).

<http://www.moodmedia.dk/scent>

Morrison et al., 2011. In-store music and aroma influences on shopper behaviour and satisfaction. Morrison M, Gan S, Dubelaar C, Oppewal H. Journal of Business Research 64 (2011) 558–564.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296310001116>

Nordisk Miljømærkning, 2014. Nordic Ecolabelling of Cleaning products. Version 5.2, 13 March 2013 – 31 March 2017. 25 September 2014.

http://www.ecolabel.dk/kriteriedokumenter/026e_5_2_1.pdf

Politiken, 2011. Musik og duft lokker dig indenfor i butikkerne af Katrine Jo Andersen. Politiken, 17.12.2011. <http://politiken.dk/forbrugogliv/ECE1482541/musik-og-duft-lokker-dig-indenfor-i-butikkerne/>

Politiken, 2012a. Modebutik udsætter kunder og ansatte for farlige stoffer af Jens Anton Tingstrøm Klinken, Farzam Abolhosseini og Katrine Jo Andersen. Politiken, 10.01.2012.

<http://politiken.dk/forbrugogliv/sundhedogmotion/forbrugerkeremi/ECE1503197/modebutik-udsætter-kunder-og-ansatte-for-farlige-stoffer/>

Politiken, 2012b. Duftende butikker er farlige for ansattes og kunders helbred af Jens Anton Tingstrøm Klinken, Farzam Abolhosseini og Katrine Jo Andersen. Politiken, 13.01.2012.

<http://politiken.dk/forbrugogliv/sundhedogmotion/ECE1508035/duftende-butikker-er-farlige-for-ansattes-og-kunders-helbred/>

Produktregisteret, 2015. Udtræk fra Produktregisteret foretaget i august 2015. Udtrækket dækker over data for brugen af 82 udvalgte parfumestoffer. Data dækker over perioden 2011 eller 2012.

Quirce & Barranco, 2010. Cleaning Agents and Asthma. Quirce S and Barranco P. Allergy Department, Hospital La Paz Health Research Institute (IdiPAZ), Madrid, Spain. J Investig Allergol Clin Immunol 2010; Vol. 20(7): 542-550. <http://www.jiacci.org/issues/vol20issue7/1.pdf>

Rastogi, 2002. Indholdet af udvalgte duftstoffer i rengøringsprodukter og andre forbrugerprodukter. Kortlægning af kemiske stoffer i forbrugerprodukter nr. 8, 2002. Rastogi SR, Danmarks Miljøundersøgelser. Miljøstyrelsen, 2002.

http://www2.mst.dk/udgiv/publikationer/2002/Kortlaegning/008_Udvalgte_duftstoffer_i_rengoringsprodukter_og_andre_forbrugerprodukter.pdf

RIVM, 2008. Allergens in consumer products. RIVM, National Institute for Public Health and the Environment. Report 320025001/2008. S.W.P. Wijnhoven et al.

<http://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/320025001.pdf>

SCCNFP nr. 0017, 1999. Opinion concerning fragrance allergy in consumers. A review of the problem. Analysis of the need for appropriate consumer information and identification of consumer allergens. Adopted by the SCCNFP during the plenary session of 8 December 1999.

http://ec.europa.eu/health/archive/ph_risk/committees/sccp/documents/out98_en.pdf

SCCNFP nr. 0588, 2002. Position Statement concerning Fragrance Chemicals in Detergents and other Household Products. SCCNFP/0588/02, final.

http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/sccp/documents/out171_en.pdf

SCCS nr. 1459, 2011. Opinion on Fragrance allergens in cosmetic products. Adopted at 15th plenary meeting of 26-27 June 2012.

http://ec.europa.eu/health/scientific_committees/consumer_safety/docs/sccs_o_102.pdf

Scentair, 2015. Beskrivelser fra Scentair's hjemmeside (sommer 2015). <http://www.scentair.com/>

Spangenberg et al., 1996. Improving the store environment: Do Olfactory Cues Affect Evaluations and Behaviors? Spangenberg ER, Crowley AE, Hendersen PW. Journal of Marketing, Apr. 1, 1996, Vol. 60, 2 p. 67-80.

Spangenberg et al., 2005. It's beginning to smell (and sound) a lot like Christmas. The interactive effects of ambient scent and music in a retail setting. Spangenberg ER, Grohmann B, Sprott DE. Journal of Business Research, 58 (2005), 1583-1589.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296304002000>

Spangenberg et al., 2006. Gender-congruent ambient scent influences on approach and avoidance behaviours in a retail store. Spangenberg ER, Sprott DE, Grohmann B, Tracy DL. Journal of Business Research 59 (2006), 1281-1287.

Søgning duftmarketing, 2015. Der blev foretaget en søgning på hvilke butikker, der er blevet omtalt i forbindelse med duftmarketing. Disse omfatter følgende links:

- <http://www.retailnews.dk/article/view/213632/kendt-modebutik-far-kritik-for-arbejdsforhold#.VfrhkMtUDcs>
- <http://politiken.dk/forbrugogliv/sundhedogmotion/ECE1508035/duftende-butikker-er-farlige-for-ansattes-og-kunders-helbred/>
- <http://www.air-aroma.dk/hvem-bruger-dufte/detail>
- <http://ing.dk/artikel/dufte-saelger-men-de-skal-helst-goere-det-diskret-175304>
- <http://www.guldsmed.dk/filer/2008-7-6-duftsmarkedsforing.pdf>
- <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/something-air-138683>
- <http://samvirke.dk/forbrug/artikler/duft-markedsfoering-virker.html>
- <http://ing.dk/artikel/dufte-saelger-men-de-skal-helst-goere-det-diskret-175304>
- <http://www.scentcommunication.com/references/samsung-signature-scent.html>
- <http://www.guldsmed.dk/filer/2008-7-6-duftsmarkedsforing.pdf>
- <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:224612/FULLTEXT01.pdf>
- <http://www.scentworldevents.com/>

Uter et al., 2001. Association between occupation and contact allergy to the fragrance mix: a multifactorial analysis of national surveillance data. Uter W, Schnuch A, Geier J, Phalberg A, Gefeller O. Occup Environ Med 2001; 58:392-398.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1740144/pdf/v058p00392.pdf>

Videncenter for Allergi, 2015a. Tekster fra Videncenter for Allergis hjemmeside (sommer 2015).

<http://www.videncenterforallergi.dk/parfume.html>

[http://www.videncenterforallergi.dk/userfiles/files/Allergenserier/standardserien2015\(1\).pdf](http://www.videncenterforallergi.dk/userfiles/files/Allergenserier/standardserien2015(1).pdf)

Videncenter for Allergi, 2015b. En ud af tre allergier opdages ikke ved en rutinetest. Opdateret 24. april 2015. Undersøgelse udarbejdet af Videncenter for allergi.

<http://www.arbejdsmiljoviden.dk/Aktuelt/Forskning/En-ud-af-tre-allergier-opdages-ikke-ved-en-rutinetest>

Vizcaya et al., 2015. Cleaning products and short-term respiratory effects among female cleaners with asthma. Vizcaya D, Mirabelli MC, Gimeno D, Antó J-M, Delclos GL, Rivera M, Orriols R, Arjona L, Burgos F, Zock J-P. *Occup Environ Med* 2015;72:757-763.

Wolkoff et al., 1998. Risk in cleaning: chemical and physical exposure. Wolkoff P, Schneider T, Kildesø J, Degerth R, Jaroszewski M, Schunk H. *The Science of the Total Environment* 215 (1998), 135-156.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9599458>

Bilag 1: Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer

Til brug for kortlægningen blev det valgt i samarbejde med følgegruppen for projektet at fokusere på de 82 parfumestoffer, som Den Videnskabelige Komite for forbrugersikkerhed (Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS)) har vurderet til at være allergene for mennesker ved hudkontakt. Parfumestofferne findes i tabel 13-1 i en opinion SCCS (SCCS, 2011) har udfærdiget om parfumestoffer.

Ved test for allergi over for parfumestoffer testes i den europæiske 'basis-serie' typisk kun for de parfumestoffer, der er inkluderet i de såkaldte 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II' (Videncenter for Allergi, 2015a). Disse to 'fragrance mix' dækker dog kun over 14 af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer. I Tabel 20 nedenfor er angivet, hvilke af disse parfumestoffer der indgår i henholdsvis 'Fragrance mix I' og 'Fragrance mix II' (ifølge SCCS (2011)). De 26 deklarationspligtige parfumestoffer er desuden angivet med fed skrift.

INCI-navn	CAS-nummer
Enkeltstoffer	
ACETYLCEDRENE	32388-55-9
AMYL CINNAMAL (Fragrance mix I)	122-40-7
AMYL CINNAMYL ALCOHOL	101-85-9
AMYL SALICYLATE	2050-08-0
trans-ANETHOLE	4180-23-8
ANISE ALCOHOL	105-13-5
BENZALDEHYDE	100-52-7
BENZYL ALCOHOL	100-51-6
BENZYL BENZOATE	120-51-4
BENZYL CINNAMATE	103-41-3
BENZYL SALICYLATE	118-58-1
BUTYLPHENYL METHYLPROPIONAL	80-54-6
CAMPHOR	76-22-2 / 464-49-3
beta-CARYOPHYLLENE (ox.)	87-44-5
CARVONE	99-49-0 / 6485-40-1 / 2244-16-8
CINNAMAL (Fragrance mix I)	104-55-2
CINNAMYL ALCOHOL (Fragrance mix I)	104-54-1

INCI-navn	CAS-nummer
CITRAL (Fragrance mix II)	5392-40-5
CITRONELLOL (Fragrance mix II)	106-22-9 / 1117-61-9 / 7540-51-4
COUMARIN (Fragrance mix II)	91-64-5
(DAMASCENONE) ROSE KETONE-4	23696-85-7
alpha-DAMASCONE (TMCHB)	43052-87-5 / 23726-94-5
cis-beta-DAMASCONE	23726-92-3
delta-DAMASCONE	57378-68-4
DIMETHYLBENZYL CARBINYL ACETATE (DMBCA)	151-05-3
EUGENOL (Fragrance mix I)	97-53-0
FARNESOL (Fragrance mix II)	4602-84-0
GERANIOL (Fragrance mix I)	106-24-1
HEXADECANOLACTONE	109-29-5
HEXAMETHYLINDANOPYRAN	1222-05-5
HEXYL CINNAMAL (Fragrance mix II)	101-86-0
HYDROXYISOHEXYL 3-CYCLOHEXENE CARBOXALDEHYDE (HICC) (Fragrance mix II)	31906-04-4 / 51414-25-6
HYDROXYCITRONELLAL (Fragrance mix I)	107-75-5
ISOEUGENOL (Fragrance mix I)	97-54-1
alpha-ISOMETHYL IONONE	127-51-5
(DL)-LIMONENE	138-86-3
LINALOOL	78-70-6
LINALYL ACETATE	115-95-7
MENTHOL	1490-04-6 / 89-78-1 / 2216-51-5
6-METHYL COUMARIN	92-48-8
METHYL 2-OCTYNOATE	111-12-6
METHYL SALICYLATE	119-36-8
3-METHYL-5-(2,2,3-TRIMETHYL-3-CYCLOPENTENYL)PENT-4-	67801-20-1

INCI-navn	CAS-nummer
EN-2-OL	
alpha-PINENE og beta-PINENE	80-56-8 og 127-91-3
PROPYLIDENE PHTHALIDE	17369-59-4
SALICYLALDEHYDE	90-02-8
alpha-SANTALOL og beta-SANTALOL	115-71-9 og 77-42-9
SCLAREOL	515-03-7
TERPINEOL (blanding af isomerer)	8000-41-7
alpha-TERPINEOL	10482-56-1 / 98-55-5
Terpinolene	586-62-9
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	54464-57-2 / 54464-59-4 / 68155-66-8 / 68155-67-9
TRIMETHYL-BENZENEPROPANOL (Majantol)	103694-68-4
VANILLIN	121-33-5
Naturlige udtræk	
CANANGA ODORATA og Ylang-ylang oil	83863-30-3 / 8006-81-3
CEDRUS ATLANTICA BARK OIL	92201-55-3 / 8000-27-9
CINNAMOMUM CASSIA LEAF OIL CINNAMOMUM ZEYLANICUM BARK OIL	8007-80-5 / 84649-98-9
CITRUS AURANTIUM AMARA FLOWER / PEEL OIL	8016-38-4 / 72968-50-4
CITRUS BERGAMIA PEEL OIL EXPRESSED	89957-91-5
CITRUS LIMONUM PEEL OIL EXPRESSED	84929-31-7
CITRUS SINENSIS (syn.: AURANTIUM DULCIS) PEEL OIL EXPRESSED	97766-30-8 / 8028-48-6
CYMOPOGON CITRATUS / SCHOENANTHUS OILS	89998-14-1 / 8007-02-1 / 89998-16-3
EUCALYPTUS SPP. LEAF OIL	92502-70-0 / 8000-48-4
EUGENIA CARYOPHYLLUS LEAF / FLOWER OIL	8000-34-8
EVERNIA FURFURACEA EXTRACT	90028-67-4

INCI-navn	CAS-nummer
EVERNIA PRUNASTRI EXTRACT (Fragrance mix I)	90028-68-5
JASMINUM GRANDIFLORUM / OFFICINALE	84776-64-7 / 90045-94-6 / 8022-96-6
JUNIPERUS VIRGINIANA	8000-27-9 / 85085-41-2
LAURUS NOBILIS	8002-41-3 / 8007-48-5 / 84603-73-6
LAVANDULA HYBRIDA	91722-69-9
LAVANDULA OFFICINALIS	84776-65-8
MENTHA PIPERITA	8006-90-4 / 84082-70-2
MENTHA SPICATA	84696-51-5
MYROXYLON PEREIRAE	8007-00-9
NARCISSUS SPP.	68917-12-4
PELARGONIUM GRAVEOLENS	90082-51-2 / 8000-46-2
PINUS MUGO/PUMILA	90082-72-7 / 97676-05-6
POGOSTEMON CABLIN	8014-09-3 / 84238-39-1
ROSE FLOWER OIL (ROSA SPP.)	8007-01-0
SANTALUM ALBUM	84787-70-2 / 8006-87-9
TURPENTINE (oil)	8006-64-2 / 9005-90-7 / 8052-14-0
VERBENA ABSOLUTE	8024-12-02

TABEL 20
OVERSIGT OVER 82 PARFUMESTOFFER, SOM ER I FOKUS UNDER KORTLÆGNINGEN (SCCS, 2011, TABEL 13-1)

Bilag 2: Udtræk fra Produktregisteret på de 82 parfumestoffer

Produktregisteret har foretaget et udtræk for de 82 parfumestoffer, der er listet i Tabel 20 i Bilag 1: "Oversigt over 82 allergifremkaldende parfumestoffer", dvs. de 82 parfumestoffer, der ifølge SCCS kan anses for at være allergifremkaldende. Herudover er der foretaget et udtræk for parfume, der står uspecificeret som 'parfume' i Produktregisteret.

Udtrækket fra Produktregisteret er listet i dette bilag. Her er samtlige 82 parfumestoffer listet (i CAS-nummer rækkefølge), men det er ikke alle parfumestoffer, der er registreret i Produktregisteret. Dette er i så fald angivet i tabellen (Tabel 21).

Den samlede mængde af parfumestofferne, der er produceret i Danmark eller importeret til Danmark, er angivet i Tabel 21. Data er angivet som værende fortrolige, hvis mindre end 3 virksomheder producerer/importerer parfumestofferne. Det skal bemærkes, at mængderne i tabellen dækker over samtlige anvendelser, dvs. mere end blot rengøringsmidler. Der er angivet den øvre mængde, dvs. den øvre beregnede mængde importeret eller produceret, når der er taget højde for den øvre koncentration opgivet af virksomhederne. Herudover er der angivet, hvor mange produkter parfumestoffer er anvendt i og antallet af virksomheder, der har anmeldt parfumestoffet til Produktregisteret.

Eksporerten er generelt angivet til nul eller til at være minimalt, dog med undtagelse af tre parfumestoffer. Eksporerten er markeret i tabellen i parentes ud for den producerede/importerede mængde.

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
Parfume uspecificeret 1	-	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
Parfume uspecificeret	-	52	24	290,7 (43,2) ⁴
BENZYL ALCOHOL	100-51-6	48	24	11.822 (59,5) ⁴
BENZALDEHYDE	100-52-7	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
AMYL CINNAMYL ALCOHOL	101-85-9	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
HEXYL CINNAMAL	101-86-0	22	6	136,4
BENZYL CINNAMATE	103-41-3	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
TRIMETHYL-BENZENEPROPANOL (Majantol)	103694-68-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CINNAMYL ALCOHOL	104-54-1	2	3	0,134
CINNAMAL	104-55-2	3	4	0,895
alpha-TERPINEOL	10482-56-1	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
ANISE ALCOHOL	105-13-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
CITRONELLOL	106-22-9	25	9	15,97
GERANIOL	106-24-1	26	10	52,6
HYDROXYCITRONELLAL	107-75-5	<3	<3	Fortroligt
HEXADECANOLACTONE	109-29-5	Er ikke registreret i Produktregisteret		
METHYL 2-OCTYNOATE	111-12-6	<3	<3	Fortroligt
CITRONELLOL	1117-61-9	Er ikke registreret i Produktregisteret		
alpha-SANTALOL	115-71-9	Er ikke registreret i Produktregisteret		
LINALYL ACETATE	115-95-7	6	6	1,1
BENZYL SALICYLATE	118-58-1	13	6	23,2
METHYL SALICYLATE	119-36-8	4	5	18,0
BENZYL BENZOATE	120-51-4	7	5	3,4
VANILLIN	121-33-5	3	3	0,5
HEXAMETHYLINDANOPYRAN	1222-05-5	16	6	18,2
AMYL CINNAMAL	122-40-7	12	8	113,5
alpha-ISOMETHYL IONONE	127-51-5	13	5	5,1
beta-PINENE	127-91-3	14	5	4,9
(DL)-LIMONENE	138-86-3	3	3	23,0
MENTHOL	1490-04-6	Er ikke registreret i Produktregisteret		
DIMETHYLBENZYL CARBINYL ACETATE (DMBCA)	151-05-3	<3	<3	Fortroligt
PROPYLIDENE PHTHALIDE	17369-59-4	Er ikke registreret i Produktregisteret		
AMYL SALICYLATE	2050-08-0	8	4	61,1
MENTHOL	2216-51-5	<3	<3	Fortroligt
CARVONE	2244-16-8	Er ikke registreret i Produktregisteret		
(DAMASCENONE) ROSE KETONE-4	23696-85-7	Er ikke registreret i Produktregisteret		
cis-beta-DAMASCONE	23726-92-3	Er ikke registreret i Produktregisteret		

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
alpha-DAMASCONE (TMCHB)	23726-94-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
HYDROXYISOHEXYL 3-CYCLOHEXENE CARBOXALDEHYDE (HICC)	31906-04-4	3	3	0,8
ACETYLCEDRENE	32388-55-9	4	3	5,9
trans-ANETHOLE	4180-23-8	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
alpha-DAMASCONE (TMCHB)	43052-87-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
FARNESOL	4602-84-0	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CAMPHOR	464-49-3	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
HYDROXYISOHEXYL 3-CYCLOHEXENE CARBOXALDEHYDE (HICC)	51414-25-6	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
SCLAREOL	515-03-7	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CITRAL	5392-40-5	23	10	1,98
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	54464-57-2	12	8	4,95
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	54464-59-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
delta-DAMASCONE	57378-68-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
Terpinolene	586-62-9	6	6	5,2
CARVONE	6485-40-1	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
3-METHYL-5-(2,2,3-TRIMETHYL-3-CYCLOPENTENYL)PENT-4-EN-2-OL	67801-20-1	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	68155-66-8	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
TETRAMETHYL ACETYLOCTAHYDRONAPHTHALENES	68155-67-9	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
NARCISSUS SPP.	68917-12-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CITRUS AURANTIUM AMARA PEEL OIL	72968-50-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
CITRONELLOL	7540-51-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CAMPHOR	76-22-2	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
beta-SANTALOL	77-42-9	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
LINALOOL	78-70-6	27	10	68,2
CEDRUS ATLANTICA BARK OIL	8000-27-9	5	3	0,8
JUNIPERUS VIRGINIANA	8000-27-9	5	3	0,8
EUGENIA CARYOPHYLLUS LEAF / FLOWER OIL	8000-34-8	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
TERPINEOL (blanding af isomerer)	8000-41-7	15	10	6,3
PELARGONIUM GRAVEOLENS	8000-46-2	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
EUCALYPTUS SPP. LEAF OIL	8000-48-4	5	4	24,7
LAURUS NOBILIS	8002-41-3	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
TURPENTINE (oil)	8006-64-2	5	4	100.001,7 (60.000) ⁴
Ylang-ylang oil	8006-81-3	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
SANTALUM ALBUM	8006-87-9	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
MENTHA PIPERITA	8006-90-4	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
MYROXYLON PEREIRAE	8007-00-9	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
ROSE FLOWER OIL (ROSA SPP.)	8007-01-0	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CYMBOPOGON CITRATUS / SCHOENANTHUS OILS	8007-02-1	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
LAURUS NOBILIS	8007-48-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CINNAMOMUM CASSIA LEAF OIL	8007-80-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
POGOSTEMON CABLIN	8014-09-3	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CITRUS AURANTIUM AMARA FLOWER OIL	8016-38-4	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
JASMINUM GRANDIFLORUM / OFFICINALE	8022-96-6	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
VERBENA ABSOLUTE	8024-12-02	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
CITRUS SINENSIS (syn.: AURANTIUM DULCIS) PEEL OIL EXPRESSED	8028-48-6	12	11	36,8
TURPENTINE (oil)	8052-14-0	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
BUTYLPHENYL METHYLPROPIONAL	80-54-6	27	7	92,3
alpha-PINENE	80-56-8	16	8	1,1
CANANGA ODORATA	83863-30-3	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
MENTHA PIPERITA	84082-70-2	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
POGOSTEMON CABLIN	84238-39-1	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
LAURUS NOBILIS	84603-73-6	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CINNAMOMUM ZEYLANICUM BARK OIL	84649-98-9	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
MENTHA SPICATA	84696-51-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
JASMINUM GRANDIFLORUM / OFFICINALE	84776-64-7	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
LAVANDULA OFFICINALIS	84776-65-8	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
SANTALUM ALBUM	84787-70-2	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CITRUS LIMONUM PEEL OIL EXPRESSED	84929-31-7	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
JUNIPERUS VIRGINIANA	85085-41-2	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
beta-CARYOPHYLLENE (ox.)	87-44-5	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
MENTHOL	89-78-1	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
CITRUS BERGAMIA PEEL OIL EXPRESSED	89957-91-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CYBBOPOGON CITRATUS / SCHOENANTHUS OILS	89998-14-1	<3	<3	<i>Fortroligt</i>
CYBBOPOGON CITRATUS / SCHOENANTHUS OILS	89998-16-3	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
SALICYLALDEHYDE	90-02-8	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
EVERNIA FURFURACEA EXTRACT	90028-67-4	<3	<3	<i>Fortroligt</i>

INCI-navn	CAS-nummer	Antal prod. ¹	Antal virks. ²	Produceret/importeret mængde (kg) øvre ³
EVERNIA PRUNASTRI EXTRACT	90028-68-5	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
JASMINUM GRANDIFLORUM / OFFICINALE	90045-94-6	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
TURPENTINE (oil)	9005-90-7	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
PELARGONIUM GRAVEOLENS	90082-51-2	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
PINUS MUGO/PUMILA	90082-72-7	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
COUMARIN	91-64-5	11	7	13,6
LAVANDULA HYBRIDA	91722-69-9	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CEDRUS ATLANTICA BARK OIL	92201-55-3	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
6-METHYL COUMARIN	92-48-8	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
EUCALYPTUS SPP. LEAF OIL	92502-70-0	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
EUGENOL	97-53-0	18	7	71,2
ISOEUGENOL	97-54-1	3	3	0,2
PINUS MUGO/PUMILA	97676-05-6	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
CITRUS SINENSIS (syn.: AURANTIUM DULCIS) PEEL OIL EXPRESSED	97766-30-8	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
alpha-TERPINEOL	98-55-5	18	8	38,4
CARVONE	99-49-0	<i>Er ikke registreret i Produktregisteret</i>		
Sum		162	55	113.050,6 (60.107,1)⁴

TABEL 21

MÆNGDER I KILO PRODUCERET I ELLER IMPORTERET TIL DANMARK I 2011 ELLER 2012 FOR DE 82 PARFUMESTOFFER. IKKE ALLE PARFUMESTOFFER ANVENDES I DANMARK ELLER ER REGISTRERET I PRODUKTREGISTERET (PRODUKTREGISTERET, 2015)

1. DÆKKER OVER ANTALLET AF PRODUKTER, SOM PARFUMESTOFFET ER REGISTRERET I.
2. DÆKKER OVER ANTALLET AF VIRKSOMHEDER, DER HAR ANMELDT EN IMPORT ELLER PRODUKTION AF PARFUMESTOFFET.
3. DER ER ANGIVET DEN ØVRE MÆNGDE, DVS. DEN ØVRE BEREGNEDE MÆNGDE IMPORTERET ELLER PRODUCERET, NÅR DER ER TAGET HØJDE FOR DEN ØVRE KONCENTRATION OPGIVET AF VIRKSOMHEDERNE.
4. TALLENE I PARENTES VISER EKSPORTEN. DVS. DEN REELLE BRUG I DANMARK ER IMPORTEN/PRODUKTIONEN FRATRUKKET EKSPORTEN.

Bilag 3: Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (3F)

Der blev i samarbejde med følgegruppen for projektet udarbejdet et spørgeskema, der blev sendt til 3F's 2.491 medlemmer inden for rengøringsbranchen. Både spørgsmål, de lukkede og/eller åbne svarmuligheder, samt fordelingen af de indkomne svar er angivet nedenfor.

Af de indkomne svar (og kommentarer) fremgik det, at i alt 7 personer ikke arbejdede med rengøring (en af svarmulighederne til spørgsmål nr. 3). Et par af disse personer var langtidssygemeldt, og de resterende er enten offentligt eller privat ansatte, men arbejder ikke med rengøring. Spørgeskemaet var sat op således, at blev der svaret "ingen rengøring" til spørgsmålet om typen af arbejde, blev spørgeskemaet afsluttet. Formålet med spørgsmålet var således at sikre, at den rette målgruppe svarede på spørgsmålene. Disse 7 personers besvarelser er derfor trukket ud af undersøgelsen, da de falder uden for målgruppen, og indgår således ikke i rapporteringen præsenteret nedenfor.

Der var i alt 75 personer, der svarede på spørgeskemaet, og yderligere 2 personer, der startede på spørgeskemaet, men uden at gennemføre det. Det vil sige, at på de første spørgsmål er der i alt 77 besvarelser, og 75 besvarelser af de sidste spørgsmål.

Svarfordelingen er vist grafisk for alle spørgsmål, hvor bjælkerne viser den procentvise fordeling af svarene på de angivne svarmuligheder (nedad i rækker). Det faktiske antal besvarelser er angivet helt til højre ude for enden af hver række i graferne.

Indlende tekst til spørgeskemaet

Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet har brug for din hjælp til at samle viden om brugen af parfumeholdige rengøringsmidler på danske arbejdspladser. Vi samler viden om, hvor mange der i deres arbejde gør rent med parfumeholdige rengøringsmidler, og om det er til gene for de ansatte (dvs. dig), når der anvendes parfume på denne måde.

Hvis du er i tvivl, om der er parfume i de rengøringsmidler, du anvender, så kig evt. på etiketten på rengøringsmidlerne, inden du starter på spørgeskemaet.

Efter undersøgelsen trækker vi lod om 10 gavekort (fra gavekortet.dk) til en værdi af 500 kr. blandt de udfyldte besvarelser. Det eneste, du skal gøre for at deltage i konkurrencen, er at skrive din mailadresse til sidst i spørgeskemaet. Gør du det, har du en chance for at vinde én af de 10 præmier.

Vi håber, du vil bruge 6-9 minutter på at svare på spørgeskemaet inden den 9. oktober 2015. Din besvarelse vil være anonym, også hvis du deltager i konkurrencen.

Har du kommentarer til spørgeskemaet, kan du notere dem sidst i skemaet.

Spørgeskemaet er udviklet i samarbejde med bl.a. 3F, FOA, Dansk Erhverv, Miljøstyrelsen, Arbejdstilsynet og andre af branchens parter.

Hvis du har spørgsmål til spørgeskemaet, så kontakt venligst Pia Brunn Poulsen, FORCE Technology via mail.

Baggrund for spørgeskemaundersøgelsen og projektet

Spørgeskemaet er en del af et projekt kaldet "Kortlægning og anvendelsen af parfume i hhv. rengøringsbranchen og

detailhandlen”, som FORCE Technology og Rambøll udfører for Miljøstyrelsen. Projektets formål er at skabe et overblik over omfanget af anvendelsen af parfume i de to brancher.

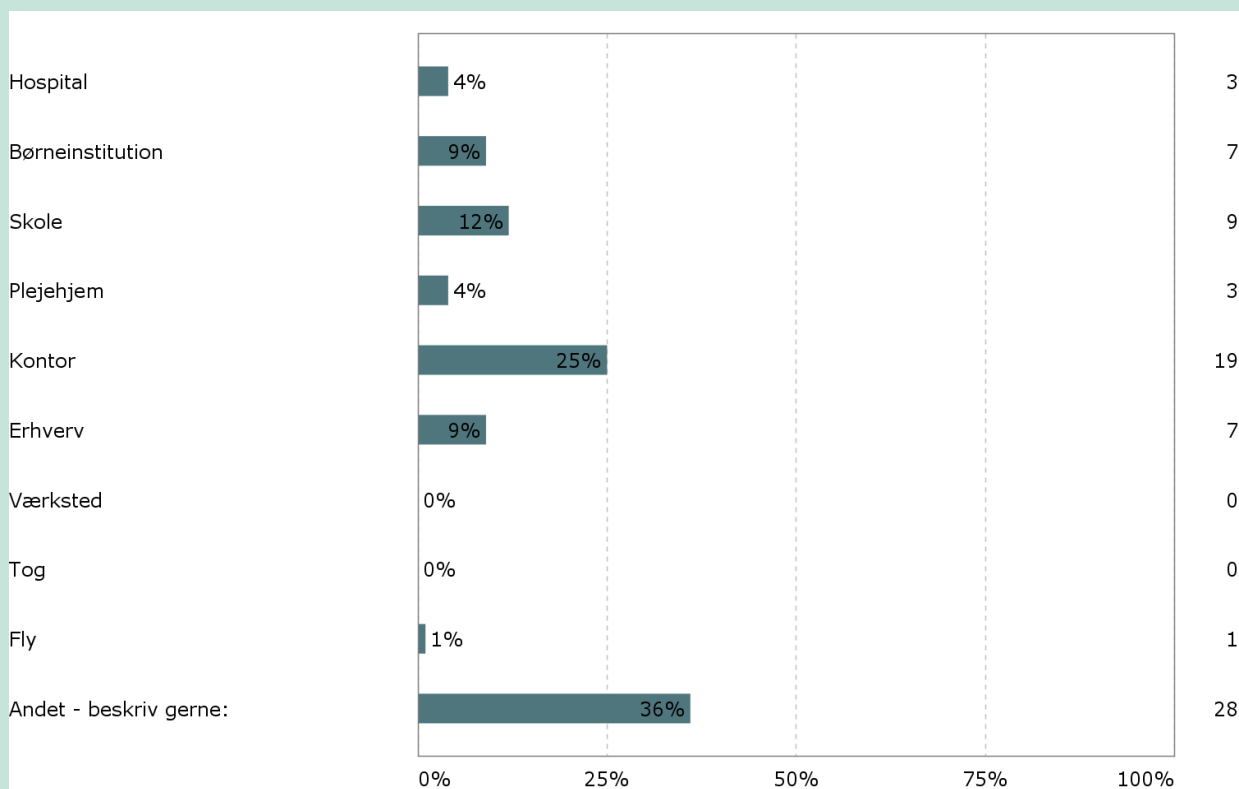
Parfumestoffer og allergi

Parfumestoffer (duftstoffer) findes i mange forskellige produkter, såsom deodoranter, cremer, sæber, hygiejnebind, stearinlys – og kan også findes i rengøringsmidler. Der findes ca. 2.500 forskellige duftstoffer, og ca. 100 af disse ved vi i dag er allergifremkaldende hos mennesker.

Parfume kan være årsag til udvikling af allergi ved kontakt med huden. Der er mindre risiko for at udvikle allergi overfor fx parfumestoffer i rengøringsmidler, hvis man bruger handsker. Parfume kan dog også give en overfølsomhed via indånding og udløse reaktioner i form af fx nys, hoste, øjenirritation eller besværet vejrtrækning.

Arbejdssituation

1. Hvilken type arbejdsplads arbejder du på? Vælg den svarmulighed, der passer bedst.



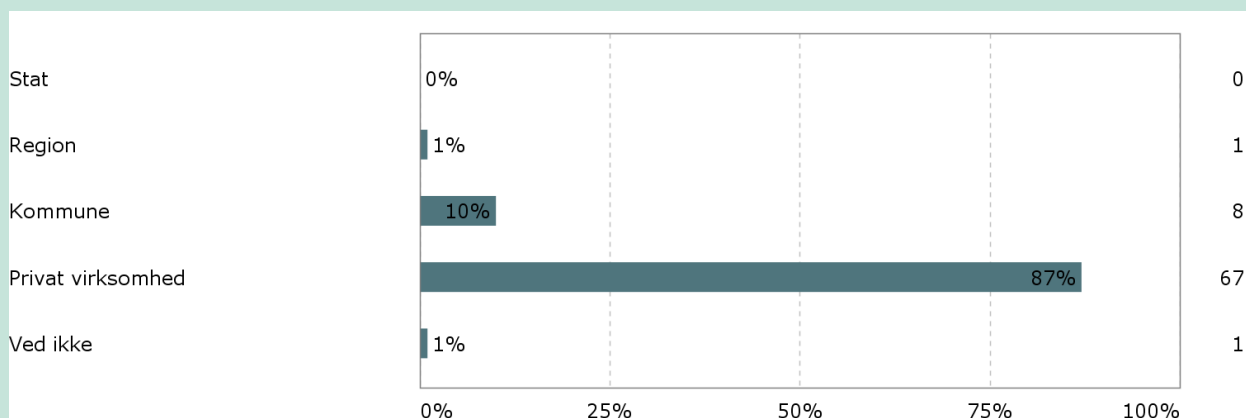
De 28 besvarelser under kategorien "andet" fordeler sig således – dog har ikke alle angivet, hvad "andet" er, og nogen har angivet flere af nedenstående kategorier:

- Offentlig toilet (1)
- Uddannelsesinstitution (1)
- Kursuscenter, hotel (3)
- Badeland (1)
- Fysiocenter, lægeklinik, fodklinik (3)
- Forretninger, kontor, bank (7)
- Industri, fabrik, virksomhed (3)
- Genbrugsplads (1)
- Teater (1)
- Kaserne (2)
- Idrætscenter (1)
- Trappevask (1)
- Privat hjem (3)
- Rengøring (1)

FIGUR 17

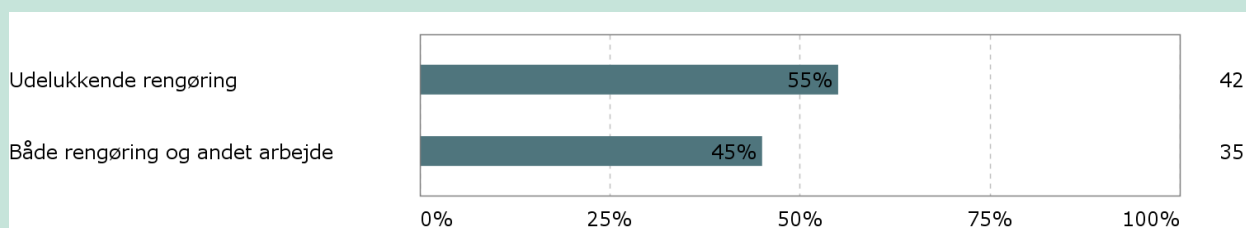
SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 1 OM TYPEN AF ARBEJDSPLADS – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

2. Hvem er din arbejdsgiver? Vælg den svarmulighed, der passer bedst.



FIGUR 18
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 2 OM ARBEJDSGIVEREN – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

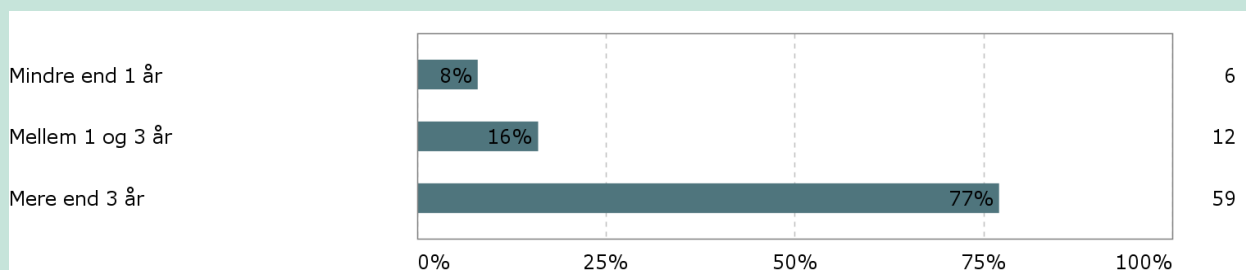
3. Hvilken type arbejde har du?



De 7 personer, der havde udfyldt spørgeskemaet med svarmuligheden ”ingen rengøring” til dette spørgsmål, blev taget ud af undersøgelsen og er således ikke rapporteret.

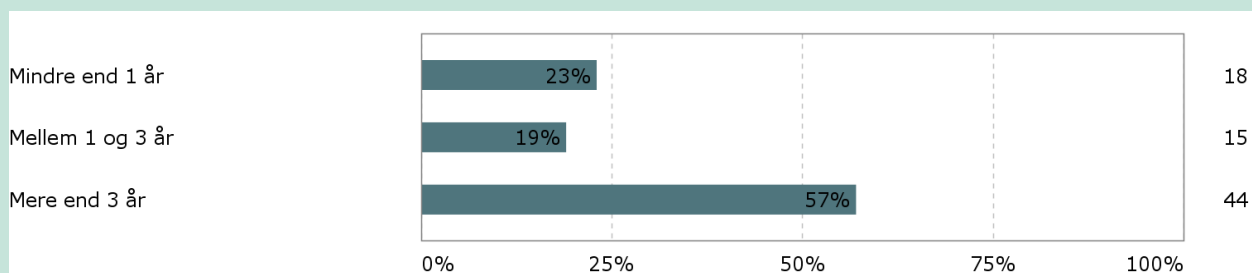
FIGUR 19
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 3 OM TYPEN AF ARBEJDE – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

4. Hvor længe har du arbejdet med rengøring?



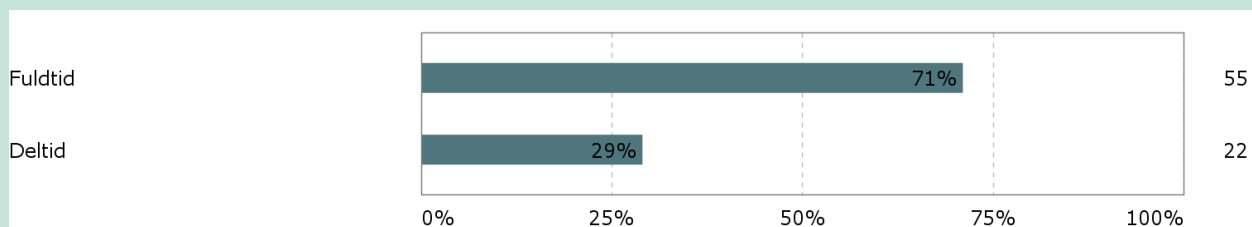
FIGUR 20
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 4 OM HVOR LÆNGE DE HAR ARBEJDET MED RENGØRING – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

5. Hvor længe har du været ansat på din nuværende arbejdsplads?



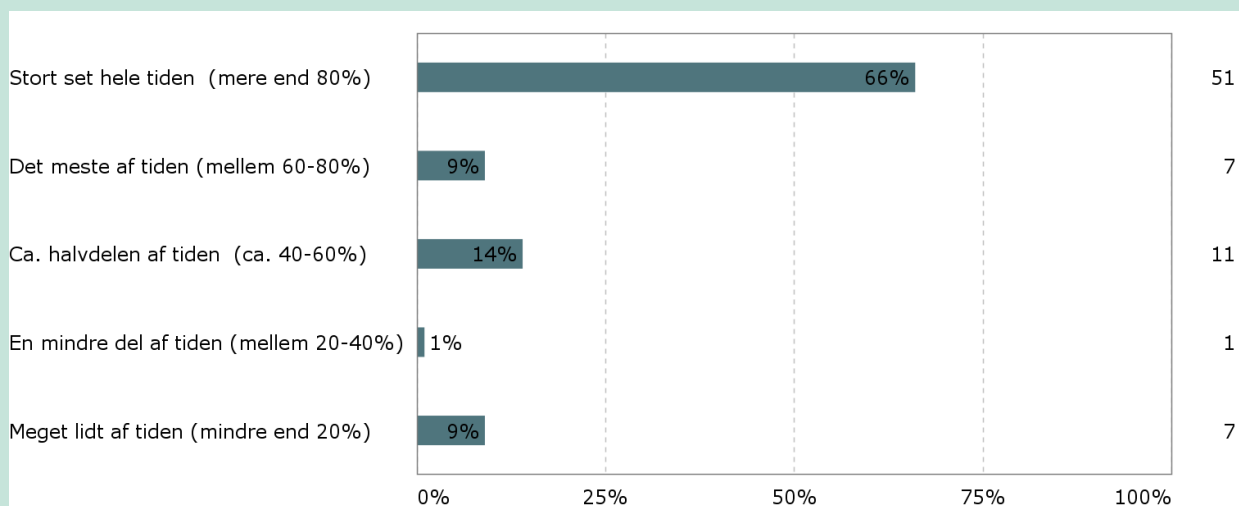
FIGUR 21
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 5 OM ANCINITET – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

6. Er du fuldtids- eller deltidsansat?



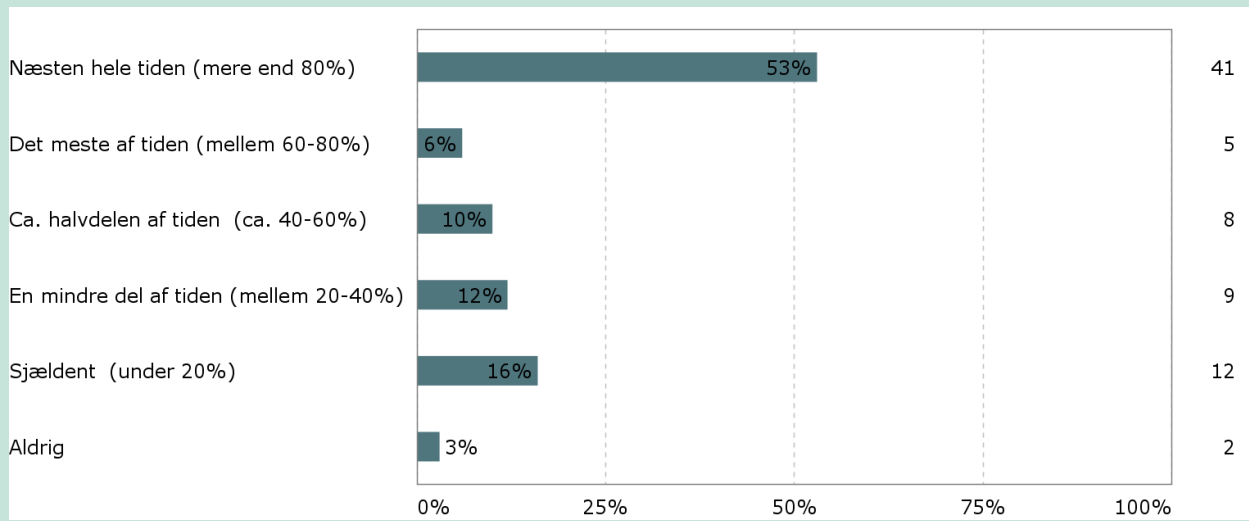
FIGUR 22
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 6 OM FULDTIDS- ELLER DELTIDSANSÆTTELSE – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

7. Hvor stor del af din arbejdsdag består af rengøringsopgaver?



FIGUR 23
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 7, OM HVOR LANG TID DER BRUGES PÅ RENGØRINGSOPGAVER – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

8. Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde?

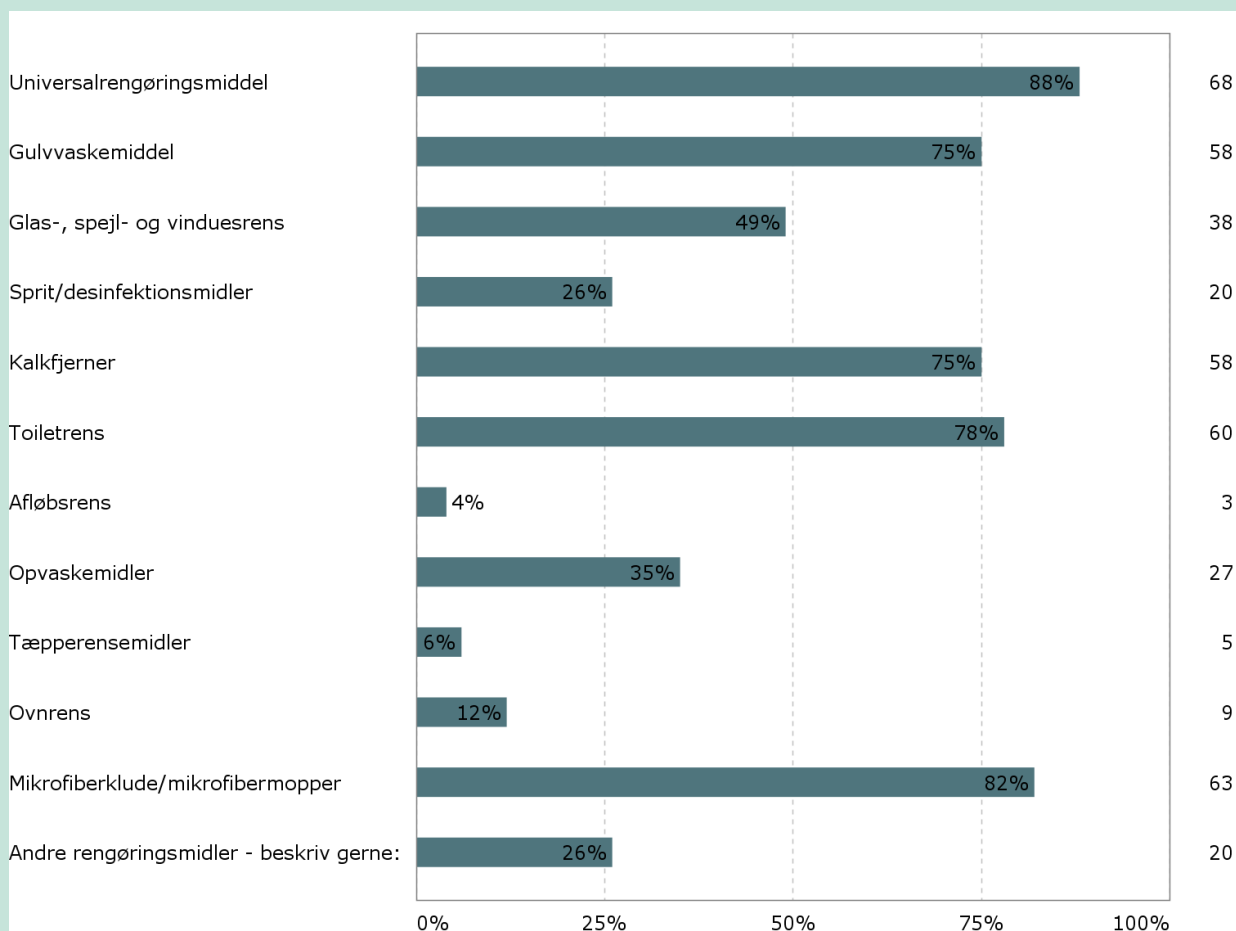


FIGUR 24

SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 8, OM HVOR STOR DEL AF ARBEJDSSTIDEN DER BLIVER ANVENDT HANDSKER – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

Rengøringsmidler

9. Angiv hvilke af følgende rengøringsmidler du anvender i dit arbejde. Sæt gerne flere markeringer:



Det skal bemærkes, at det var muligt at sætte flere markeringer for hver respondent.

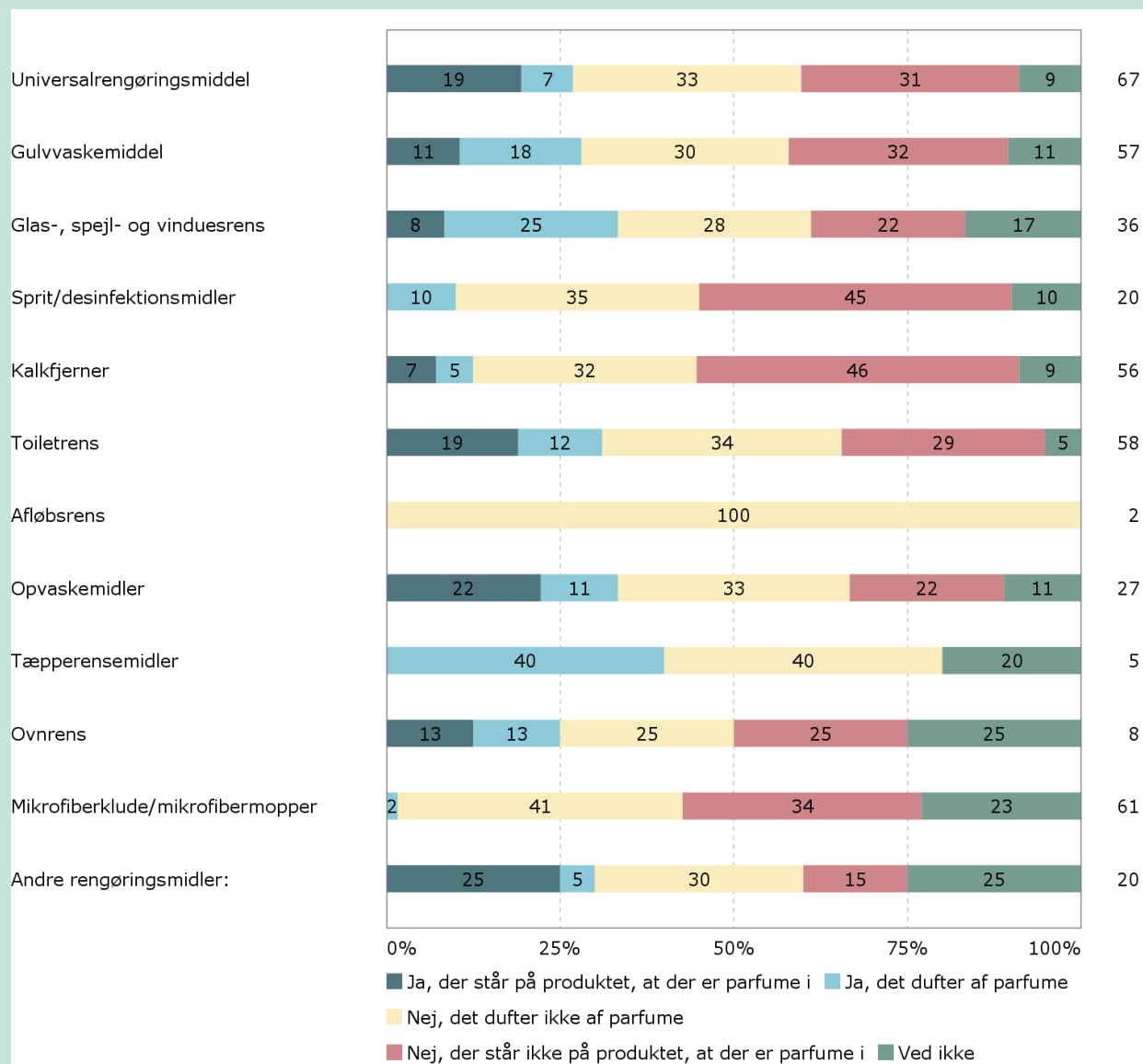
Af andre rengøringsmidler, der blev anvendt, blev følgende angivet følgende svar (nogle gav flere svar):

- Specialrengøringsmidler til behandling af overflade på håndvaske (1)
- Specialkemikaler til at fjerne alt levende (desinfektionsmidler?) (1)
- Produkter til at fjerne grafitti (1)
- Sanitetsrengøring (7)
- Alkalisk (1)
- Grundrens (1)
- Pletfjerner (1)
- Skumrengøring (1)
- Polishfjerner (1)
- Chlorholdige produkter (2)
- Trappesæbe med ekstra duft (1)
- Varmt vand (1)
- De specifikke navne på rengøringsmidlerne er angivet (4)

FIGUR 25

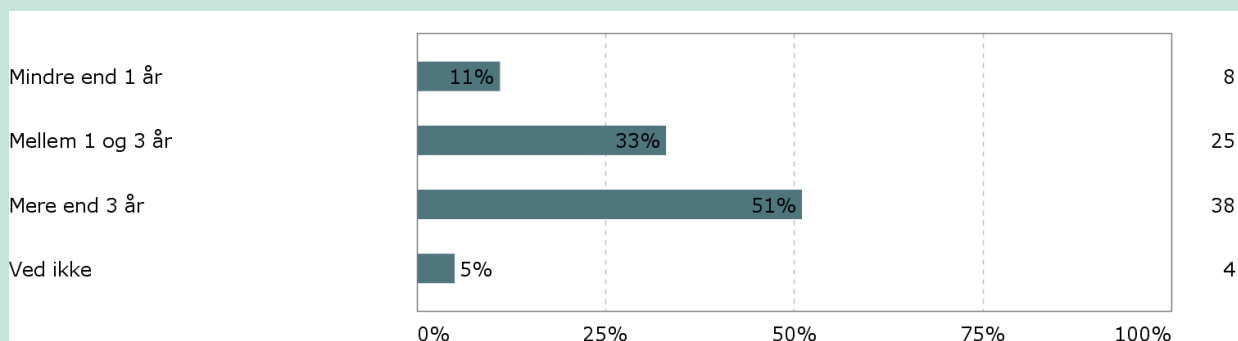
SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 9, OM HVILKE RENGØRINGSMIDLER DER ANVENDES – BASERET PÅ I ALT 77 BESVARELSER

10. Arbejder du med rengøringsmidler, der indeholder parfume og/eller har en parfumeret duft? Vælg den svarmulighed, der passer dig bedst for de enkelte rengøringsprodukter, du arbejder med. Her blev respondenterne kun præsenteret for de produkter, de havde angivet de anvendte i forrige spørgsmål (nr. 9).



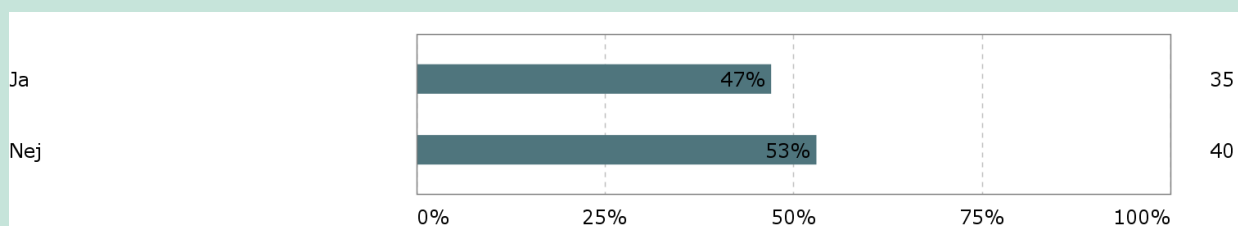
FIGUR 26
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 10, OM HVILKE AF DE ANVENDTE RENGØRINGSMIDLER DER INDEHOLDER ELLER DUFTER AF PARFUME – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

11. Hvor længe mener du, at du har anvendt de nuværende rengøringsmidler?



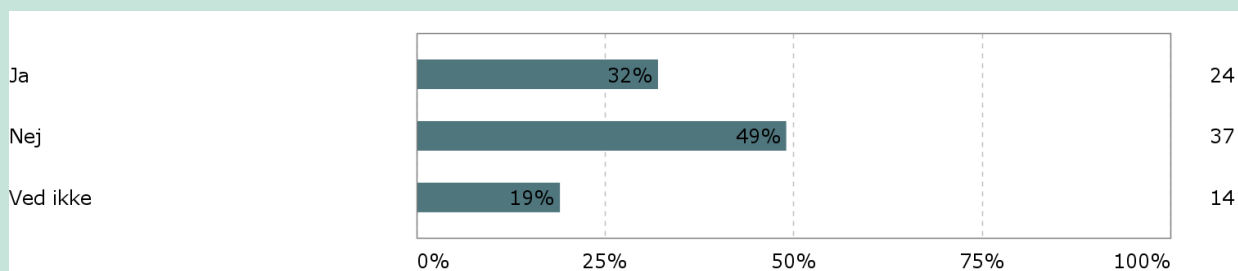
FIGUR 27
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 11, OM HVOR LÆNGE DE NUVÆRENDE RENGØRINGSMIDLER HAR VÆRET ANVENDT – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

12. Har du diskuteret brugen af parfumerede rengøringsmidler med dine kollegaer eller chef/leder?



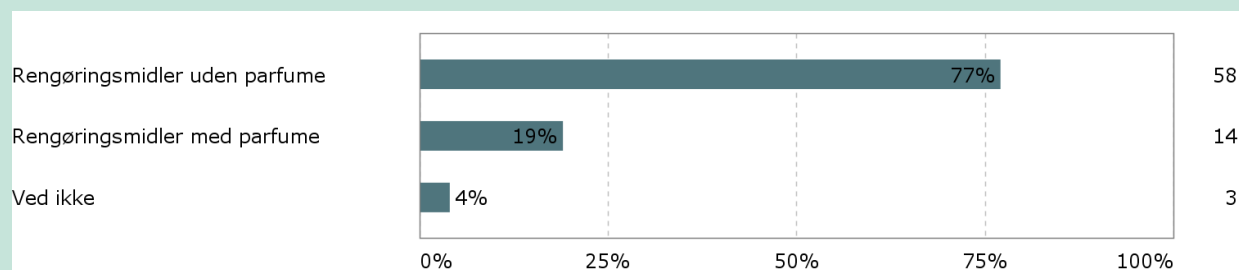
FIGUR 28
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 12 OM DISKUSSION AF BRUGEN AF PARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER MED KOLLEGAER ELLER CHEF – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

13. Kan du vælge mellem parfumerede og uparfumerede rengøringsmidler?



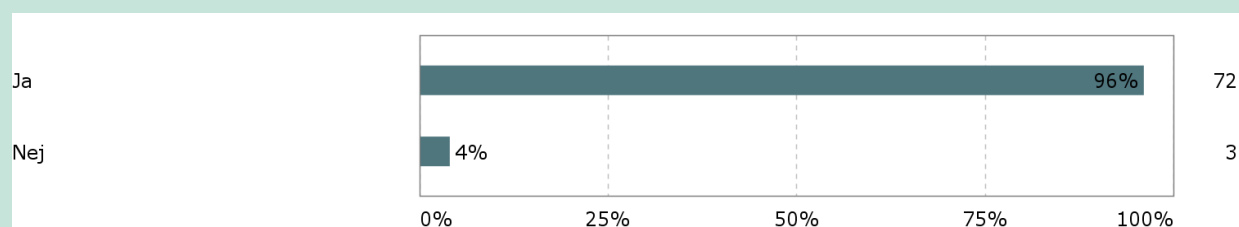
FIGUR 29
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 13 OM MULIGHEDEN FOR AT VÆLGE MELLEM PARFUMEREDE OG UPARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

14. Hvis du havde muligheden for at vælge, hvilken type rengøringsmidler ville du så foretrække?



FIGUR 30
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 14, OM DE VILLE FORETRÆKKE PARFUMEREDE ELLER UPARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

15. Vidste du at parfumestoffer kan give allergi?

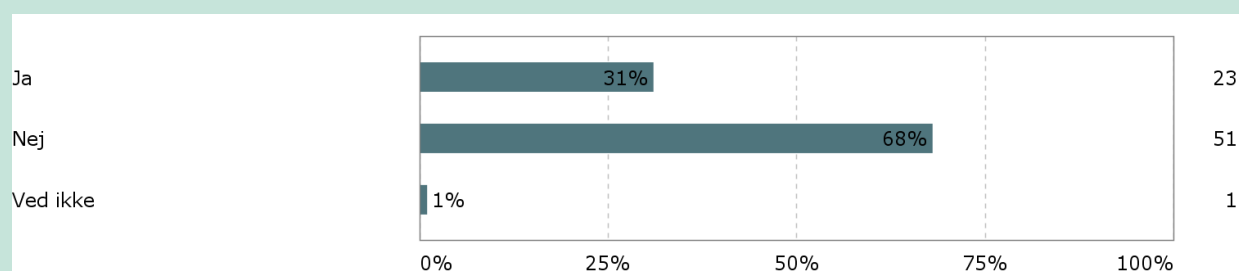


FIGUR 31
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 15 OM VIDEN OM PARFUMESTOFFER OG ALLERGI – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

Eventuelle påvirkninger fra rengøringsmidler

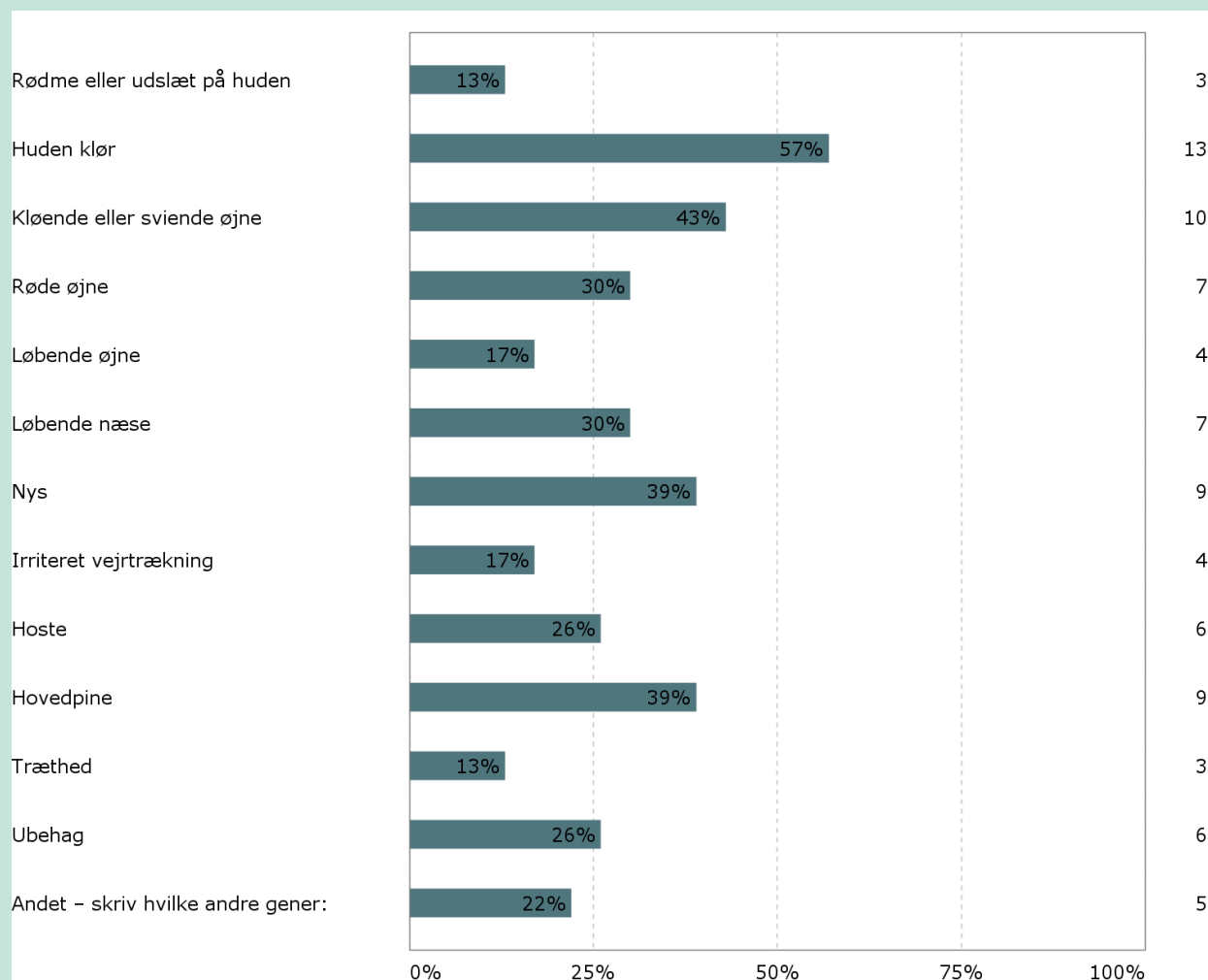
16. Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler?

Gener kan f.eks. være eksem, udslæt, allergi, kløende/sviende øjne, irriteret vejrtrækning, hovedpine, ubehag eller lignende.



FIGUR 32
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 16 OM PÅVIRKNINGER FRA RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

17. Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? Udfyld evt. kommentarfelt med yderligere forklaring. Sæt gerne flere markeringer:



Bemærk, at respondenterne har kunne sætte flere markeringer. Spørgsmålet er kun besvaret af de 23 personer, der havde oplevet gener, dvs. svaret ”ja” til spørgsmål nr. 16.

De ’andre’ gener, der er angivet, er følgende:

- Fået det i øjnene
- Hår fået kronisk allergi på hænderne. Pga. min allergi har jeg valgt at købe universal uden kemi og parfume til brug på min arbejdsplads, da det oftest er ved alm. aftørring, at handsker er til gene. Jeg bruger altid handsker ved surt og stærke rengøringsmidler. (Personen bruger handsker ’stort set hele tiden’).
- Tørre hænder
- Så vidt muligt holder jeg mig væk fra parfume. Det er ikke alle, der kan tåle parfume.
- Klump i halsen

FIGUR 33
SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 17 OM TYPEN AF GENER VED BRUG AF RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

18. Har du kommentarer til spørgeskemaet eller brugen af rengøringsmidlerne på din arbejdsplads, så skriv dem gerne her.

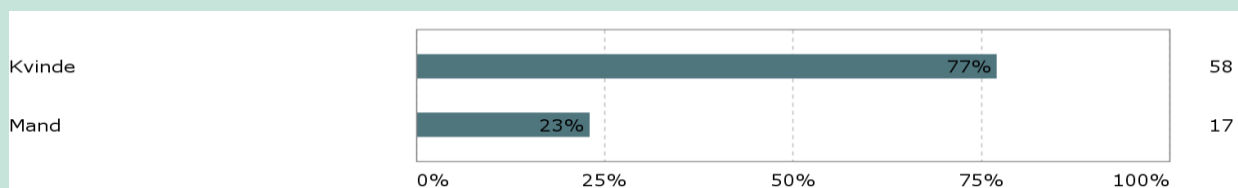
1. Vi har fravalgt at bruge luft-frisker i frygt for, at folk ikke kan tåle det.
2. Er ansat i et rengøringssselskab og arbejder hos en kunde. Kunden har i deres firmapolitik, at parfumerede rengøringsmidler ikke er ønsket. Og det retter mit ansættelsesfirma sig efter.
3. Heldig at arbejde, hvor arbejdsgiver har besluttet, at alle rengøringsmidler SKAL være uden parfume.
4. Ja vi bruger ikke parfumestoffer i vores produkter.
5. På toilettet er lugten af rengøringsmidler nogle gange vigtig.
6. Det eneste produkt, vi har med parfume, bliver primært brugt til gulvvask på offentlige toiletter, et alternativ fremfor duftdispensere. Øvrige produkter er svanemærkede og uden farve og parfume.
7. ja..
8. Er så heldig og kommer med på samråd, hvor min chef har den holdning, at det er mig der skal arbejde med det. :)
9. Har ingen indflydelse på hvad jeg får af midler. Det er bestemt højere fra.
10. På min arbejdsplads bruger vi rengøringsmidler uden parfume, og det står der også på midlerne. Ledelsen og medarbejderne går meget op i det, og kunderne er indforstået med det. Vi har krone og svanemærket.
11. Nej
12. Parfumerede rengøringsmidler bliver tit ønsket af kunden, da det lugter frisk.
13. Stort set alle rengøringsmidler på min arbejdsplads er parfumefri. "Jeg kan ikke vælge mellem parfumefri og ikke parfumefri" vil altså sige, at jeg ikke kan vælge produkter med parfume.
14. Det er mest sæbe til håndvask og creme, jeg er i kontakt med. Der bruger vi uden parfume.
15. Jeg har parfumeallergi og bruger handsker til rengøring.
16. Da det er levnedsmidler jeg arbejder med er det fra myndighederne og vores hygiejne afdeling, der bestemmer hvad der må bruges.
17. Kunne godt tænke mig, at brugerne var mere opmærksomme på, at rengøringsmidler/der hvor man gør rent behøves at lugte, for at der er rent et sted.
18. Generelt har der været en kolossal ændring i produkterne til det bedre sammenlignet med de første år, jeg gjorde rent.
19. Da vi er en miljøklassificeret arbejdsplads, må vi ikke have noget med farve eller parfume i.
20. Min arbejdsplads anvender kun svanemærkede produkter, og kunden ønsker kun svanemærkede produkter, hvorfor det kan være svært at få f. eks. desinfektionsmiddel udleveret til eksempelvis toiletter, hvor børn til tider tisser ved siden af - periodiske problemer.

FIGUR 34

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMAÅL NR. 18 OM KOMMENTARER TIL SPØRGESKEMAET ELLER BRUGEN AF RENGØRINGSMIDLER PÅ ARBEJDSPLADSEN – BASERET PÅ 1 ALT 20 BESVARELSER

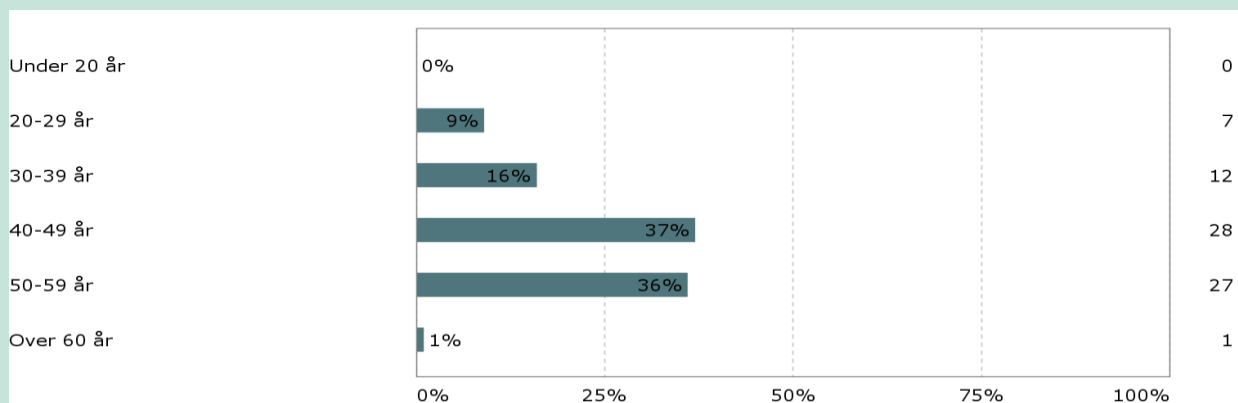
Baggrundsspørgsmål

19. Hvilket køn er du?



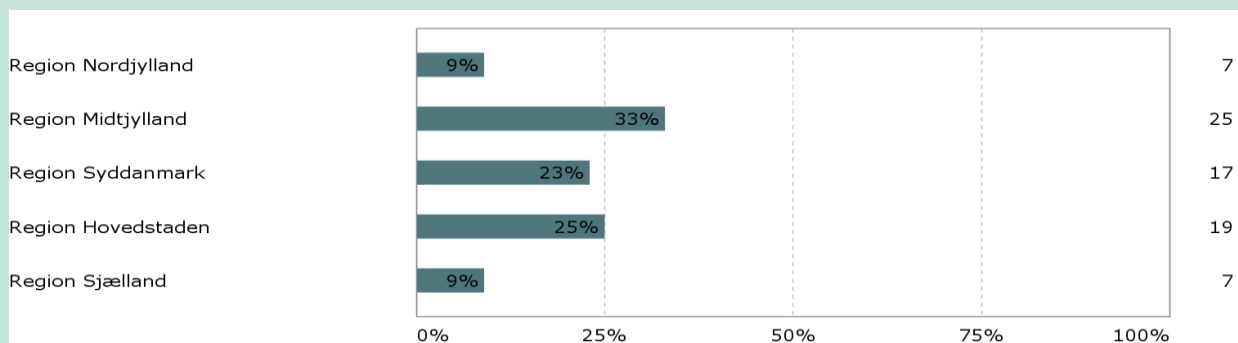
FIGUR 35
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 19 OM FORDELING AF KØN – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

20. Angiv din alder



FIGUR 36
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 20 OM ALDERSFORDELING – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

21. Angiv hvor dit arbejdssted ligger



FIGUR 37
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 21 OM LOKATION AF ARBEJDSSTED – BASERET PÅ I ALT 75 BESVARELSER

Bilag 4: Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (3F) – besvarelser fordelt på andre besvarelser

I dette bilag præsenteres besvarelserne fra rengøringsbranchen (3F) fordelt på forskellige andre spørgsmål. Det vil f.eks. sige, at der præsenteres fordelingen af, hvordan brugen af parfumerede rengøringsmidler fordeler sig på arbejdsgiver (privat og offentlig).

Følgende typer af besvarelser fordelt på andre besvarelser er foretaget:

- Brugen af parfumestoffer fordelt på arbejdsgiver
- Gener fordelt på hvor længe man har arbejdet med rengøring
- Brugen af parfumestoffer fordelt på gener
- Gener fordelt på om man er fuldtids- eller deltidsansat
- Gener fordelt på hvilke rengøringsmidler, der anvendes
- Brugen af handsker fordelt på typen af arbejde
- Diskussion med kollegaer/chef om brugen af parfumerede rengøringsmidler fordelt på muligheden for at vælge parfumerede eller uparfumerede rengøringsmidler

Graferne skal læses således, at første spørgsmål er angivet med de forskellige svarmuligheder i hver sin farve i grafen. For andet spørgsmål er svarmulighederne angivet i venstre side – nedad for hver svarmulighed.

Brugen af parfumestoffer fordelt på arbejdsgiver

Arbejder du med rengøringsmidler, der indeholder parfume og/eller har en parfumeret duft? (spg. 10)

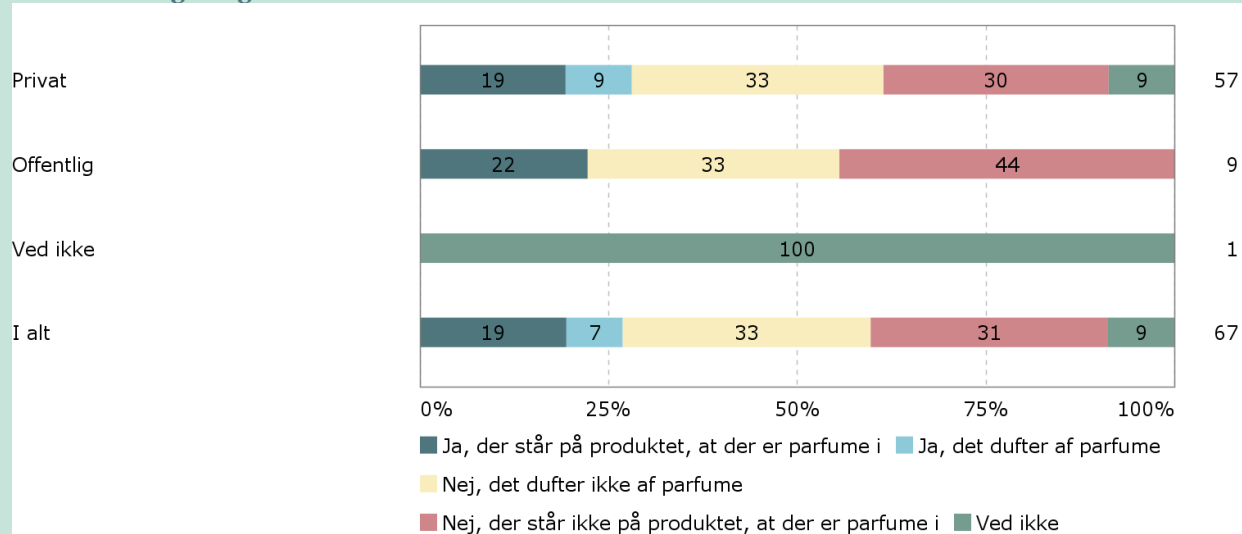
fordelt på

Hvem er din arbejdsgiver? (spg. 2)

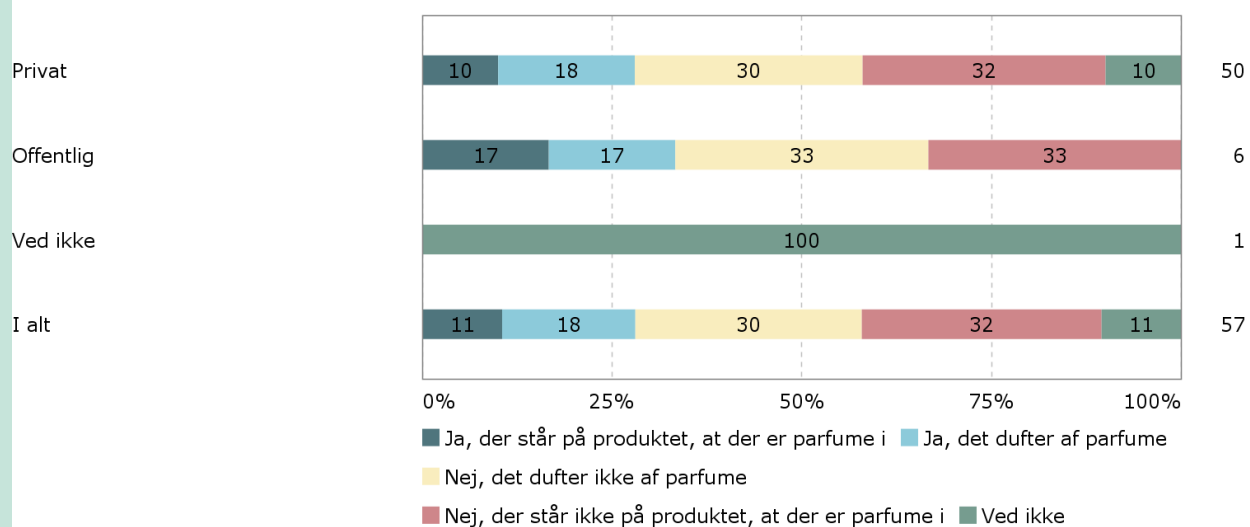
Kategorierne "Stat", "Region" og "Kommune" i spørgsmålet "Hvem er din arbejdsgiver" er alle samlet under kategorien "Offentlig".

Kategorien "Privat virksomhed" i spørgsmålet "Hvem er din arbejdsgiver" er samlet under kategorien "Privat".

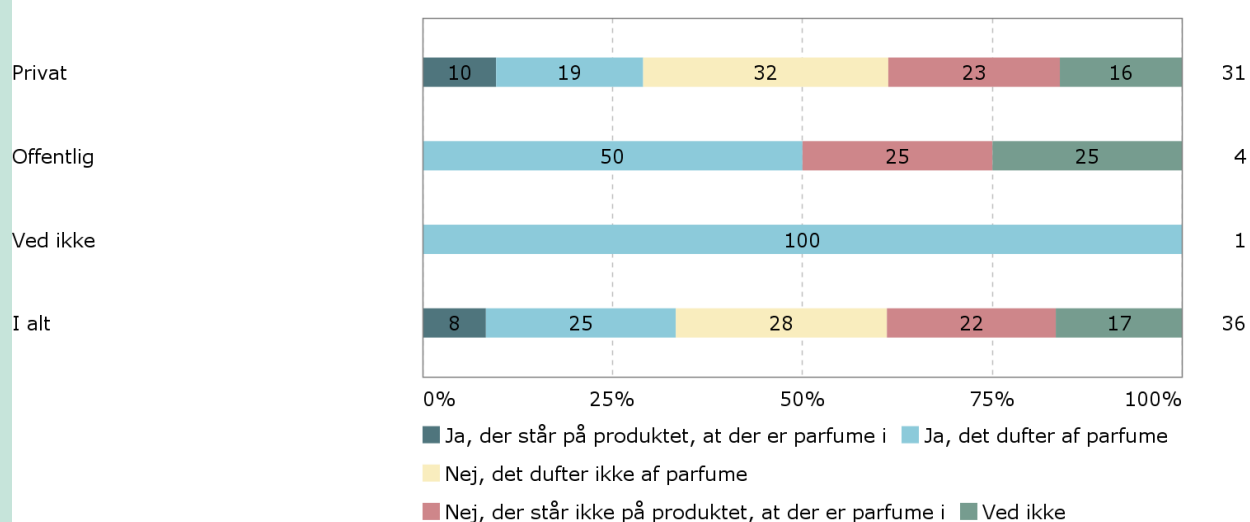
Universalrengøringsmiddel:



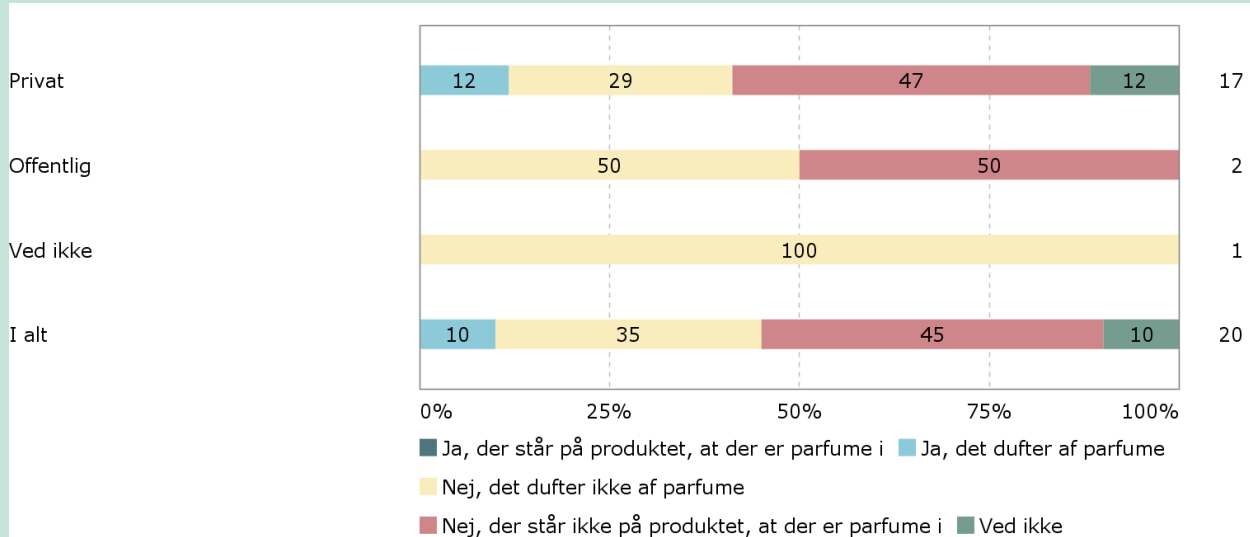
Gulvvaskemiddel:



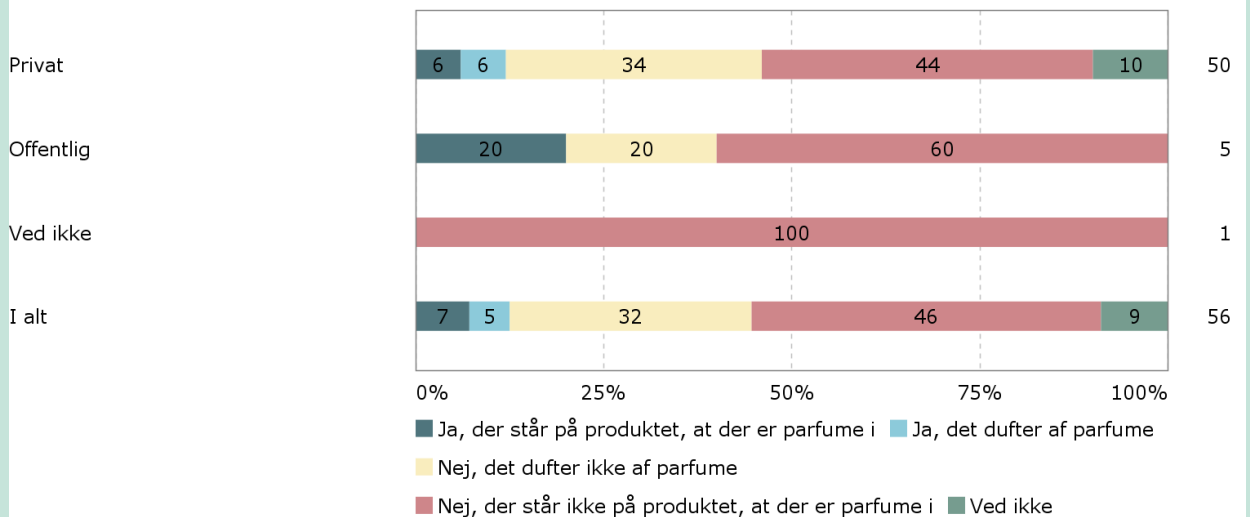
Glas-, spejl- og vinduesrens:



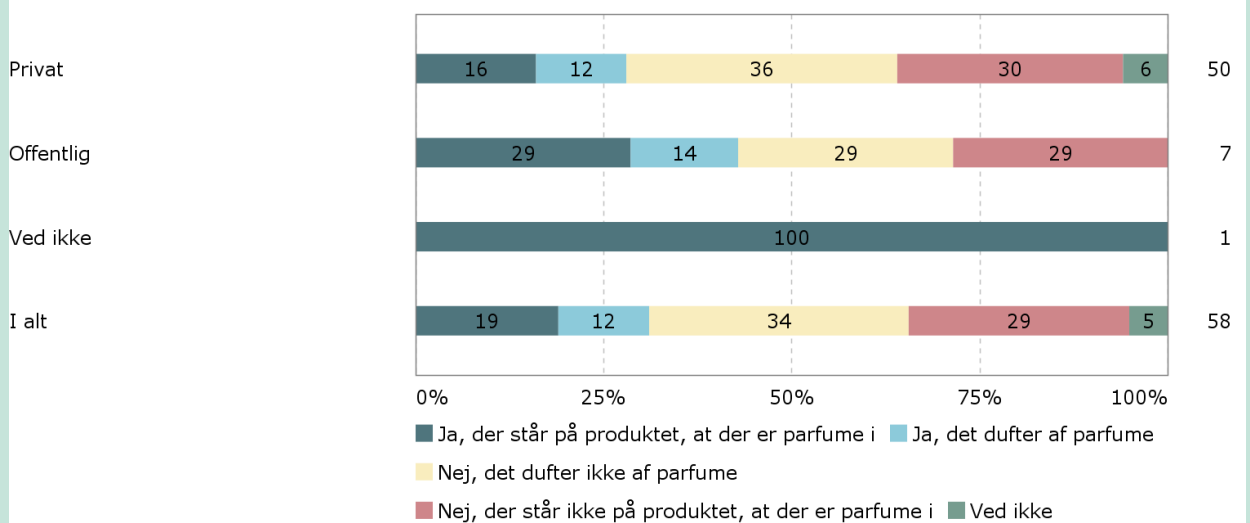
Sprit/desinfektionsmidler:



Kalkfjerner:



Toiletrens:



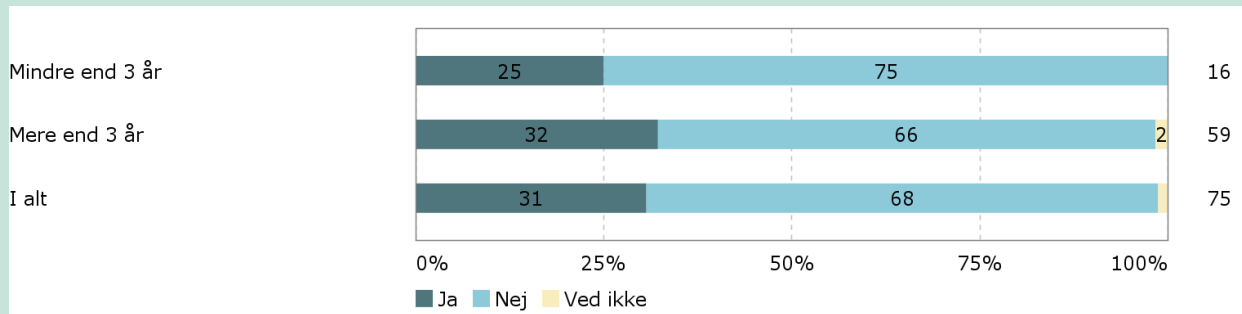
FIGUR 38

Gener fordelt på hvor længe man har arbejdet med rengøring

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

fordelt på

Hvor længe har du arbejdet med rengøring? (spg. 4)

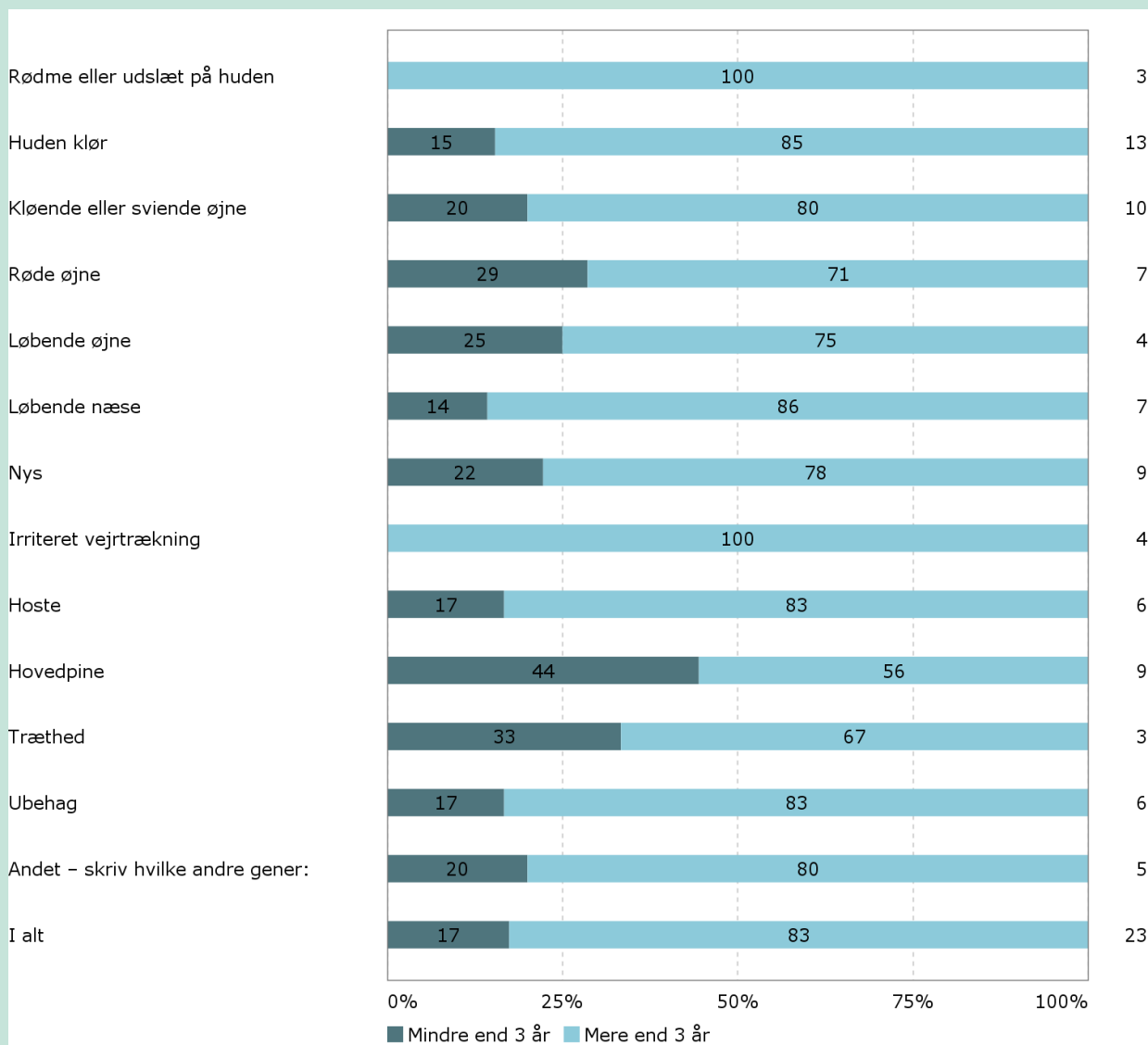


FIGUR 39
SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 16), FORDELTE PÅ ANSÆTTELSE (SPG. 4)

Hvor længe har du arbejdet med rengøring? (spg. 4)

fordelt på

Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 17)



FIGUR 40
SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 16), FORDELT PÅ ANGINITET (SPG. 4)

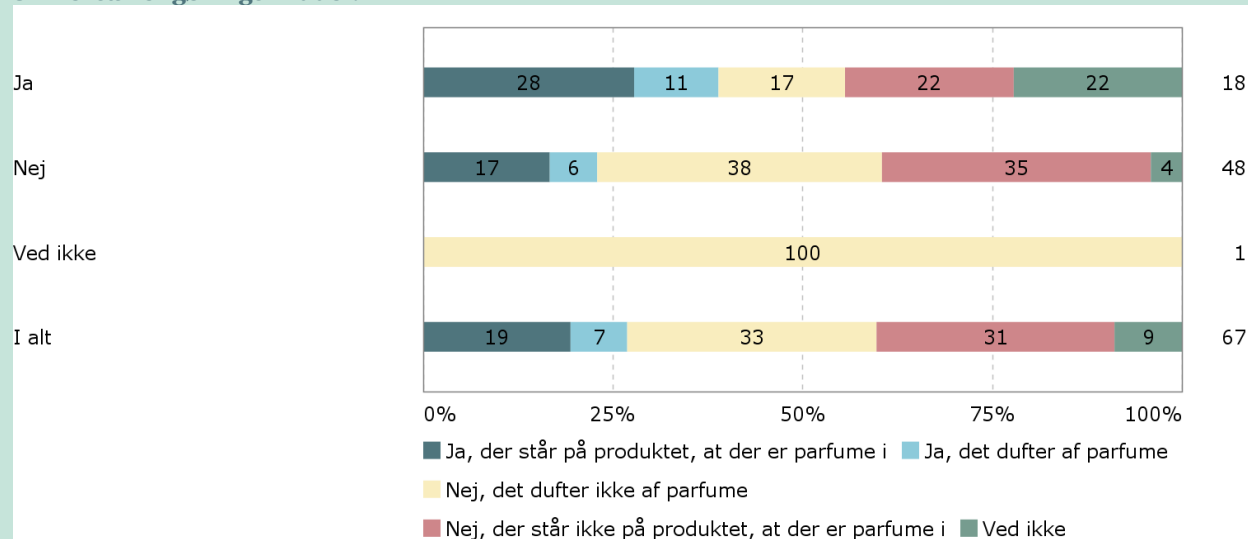
Brugen af parfumestoffer fordelt på gener

Arbejder du med rengøringsmidler, der indeholder parfume og/eller har en parfumeret duft? (spg. 10)

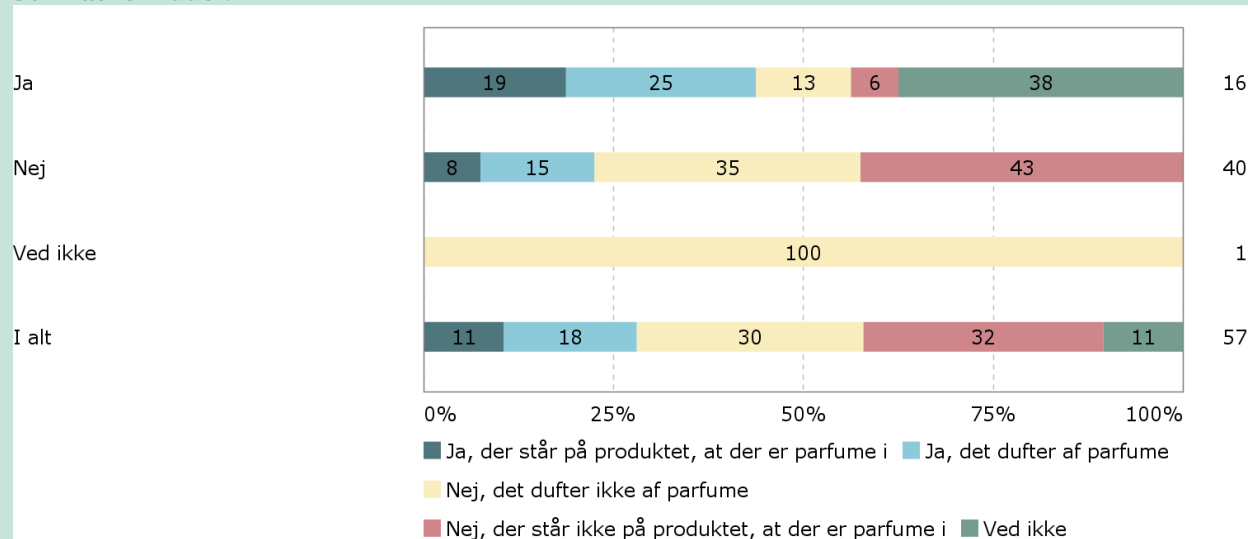
fordelt på

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

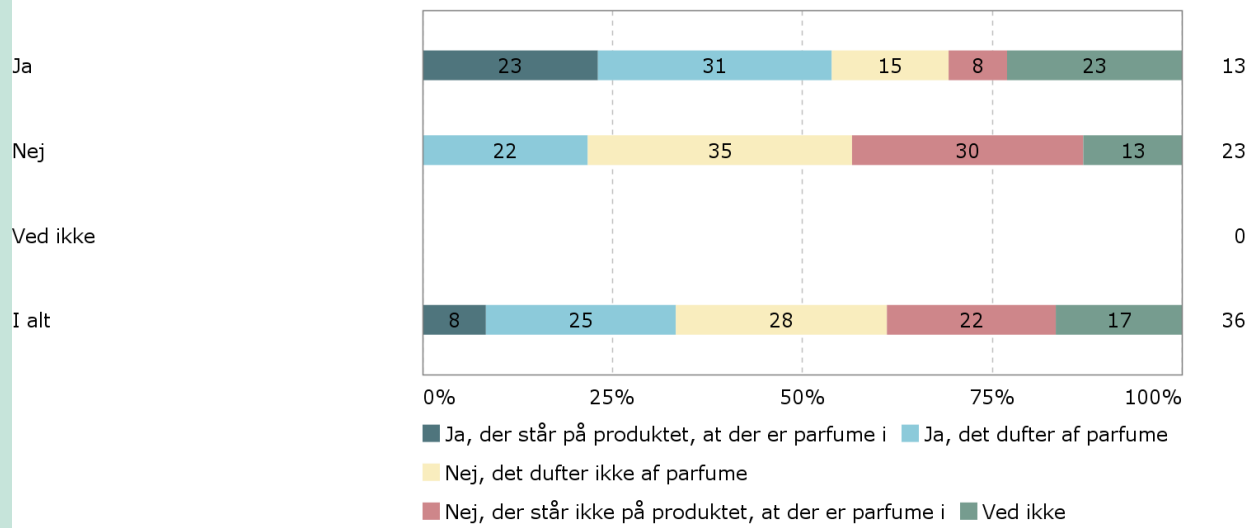
Universalrengøringsmiddel:



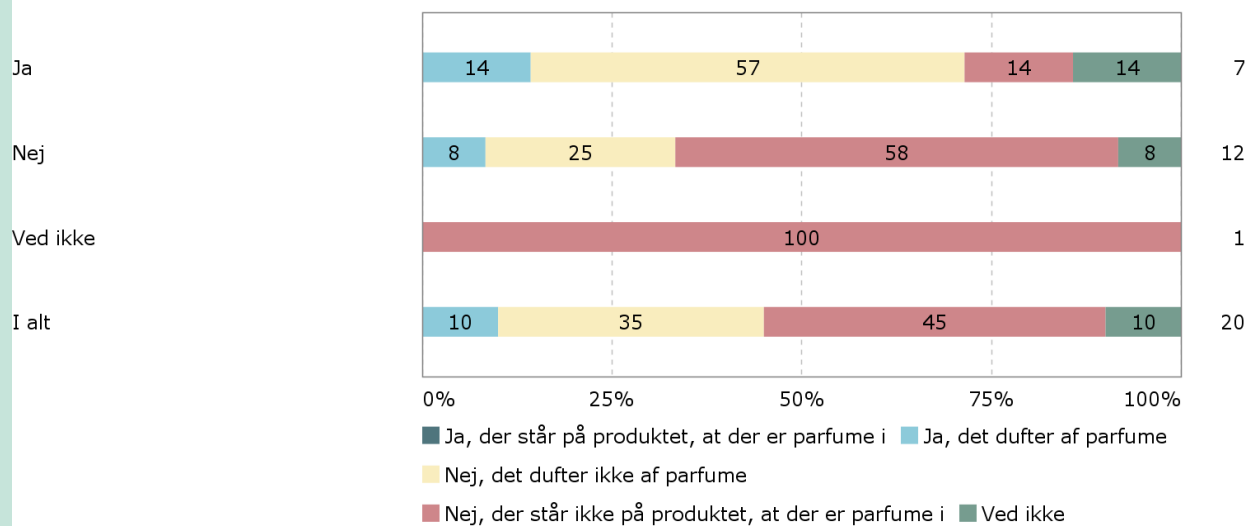
Gulvvaskemiddel:



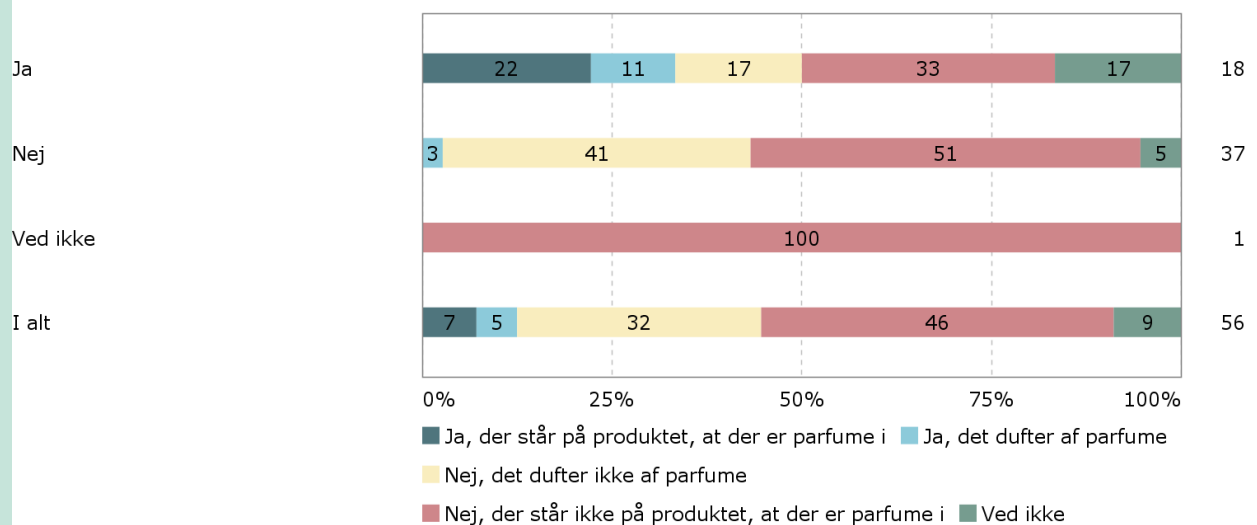
Glas-, spejl- og vinduesrens:



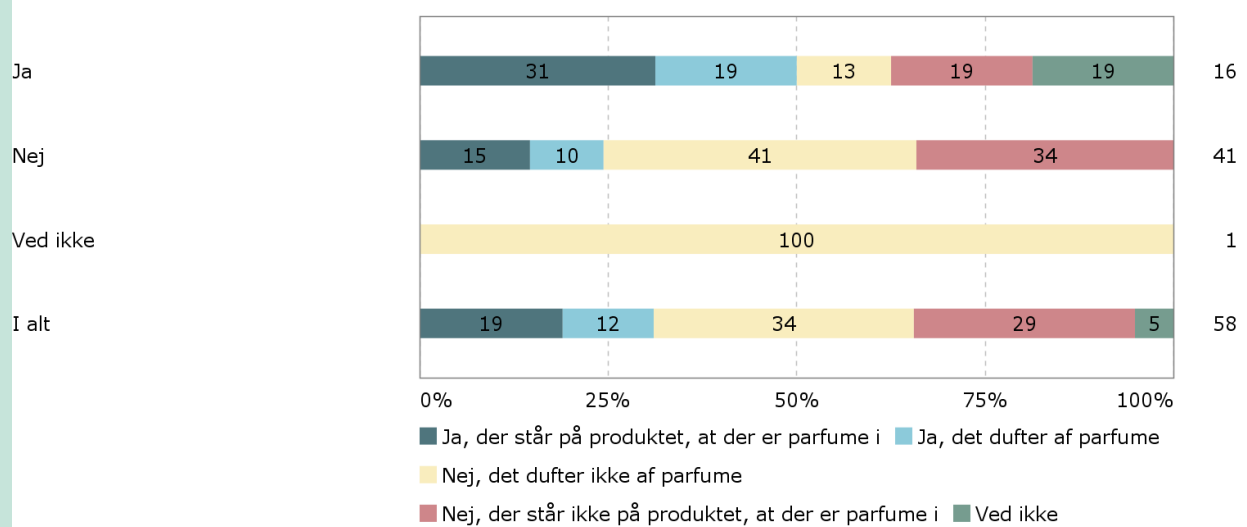
Sprit/desinfektionsmidler:



Kalkfjerner:



Toiletrens:



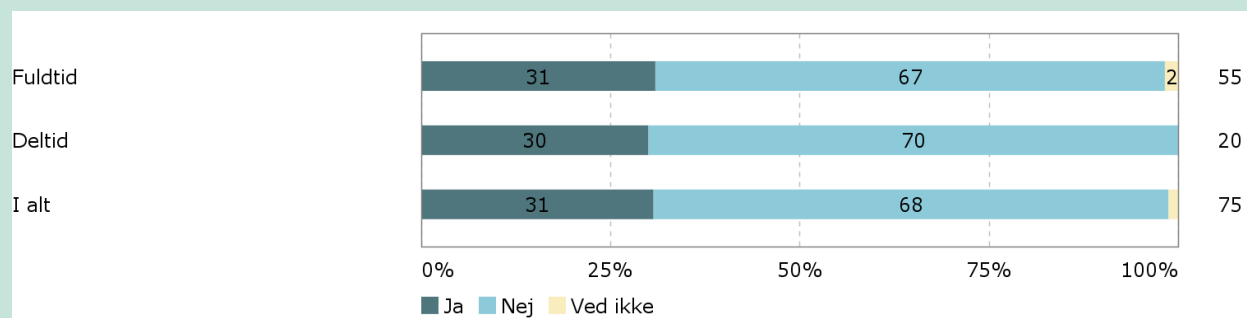
FIGUR 41
SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF PARFUMESTOFFER (SPG. 10), FORDELT PÅ GENER (SPG. 16)

Gener fordelt på om man er fuldtids- eller deltidsansat

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

fordelt på

Er du fuldtids- eller deltidsansat? (spg. 6)

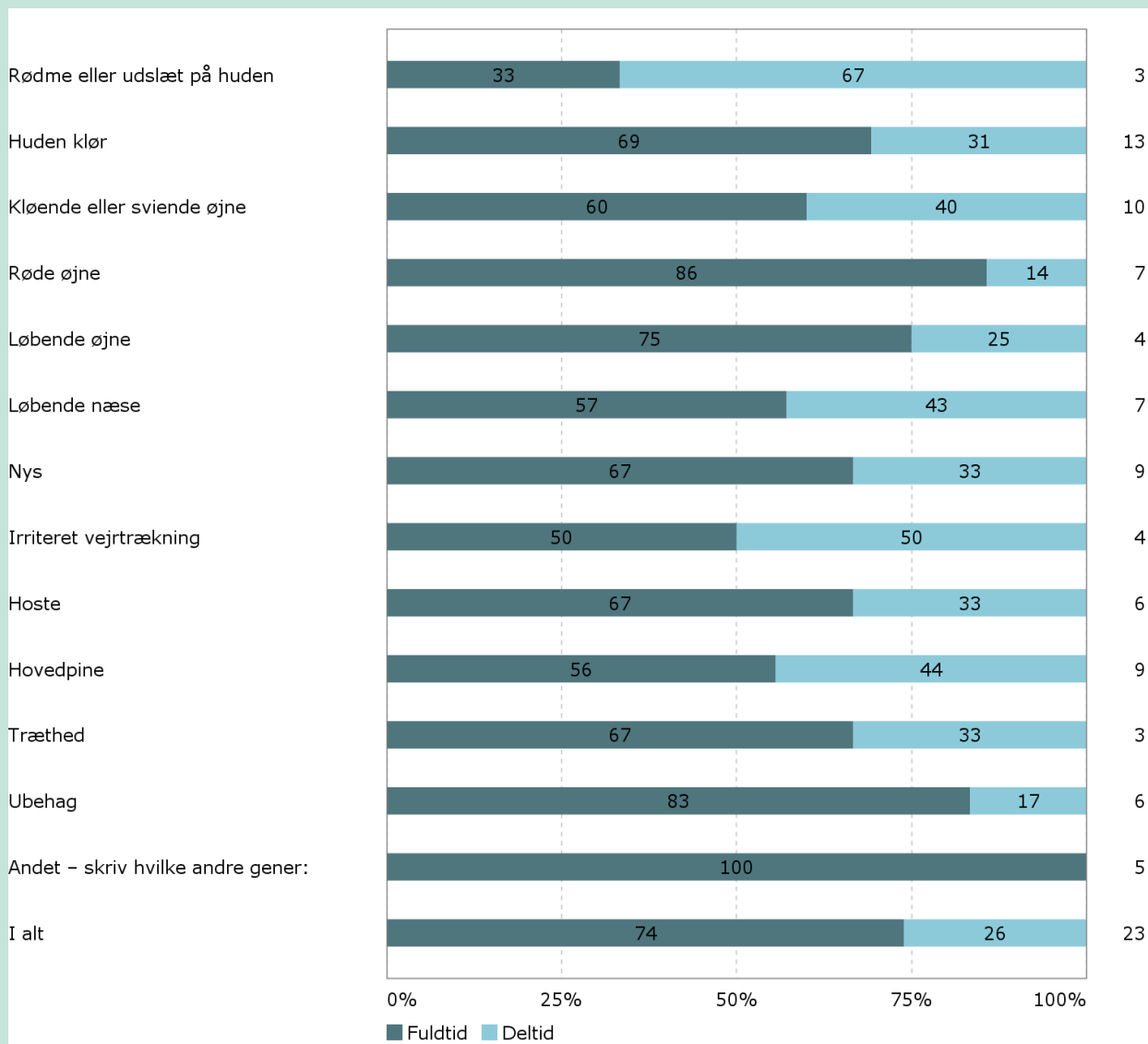


FIGUR 42
SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 16), FORDELT PÅ FULDTIDS- OG DELTIDSANSÆTTELSE (SPG. 6)

Er du fuldtids- eller deltidsansat? (spg. 6)

fordelt på

Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 17)



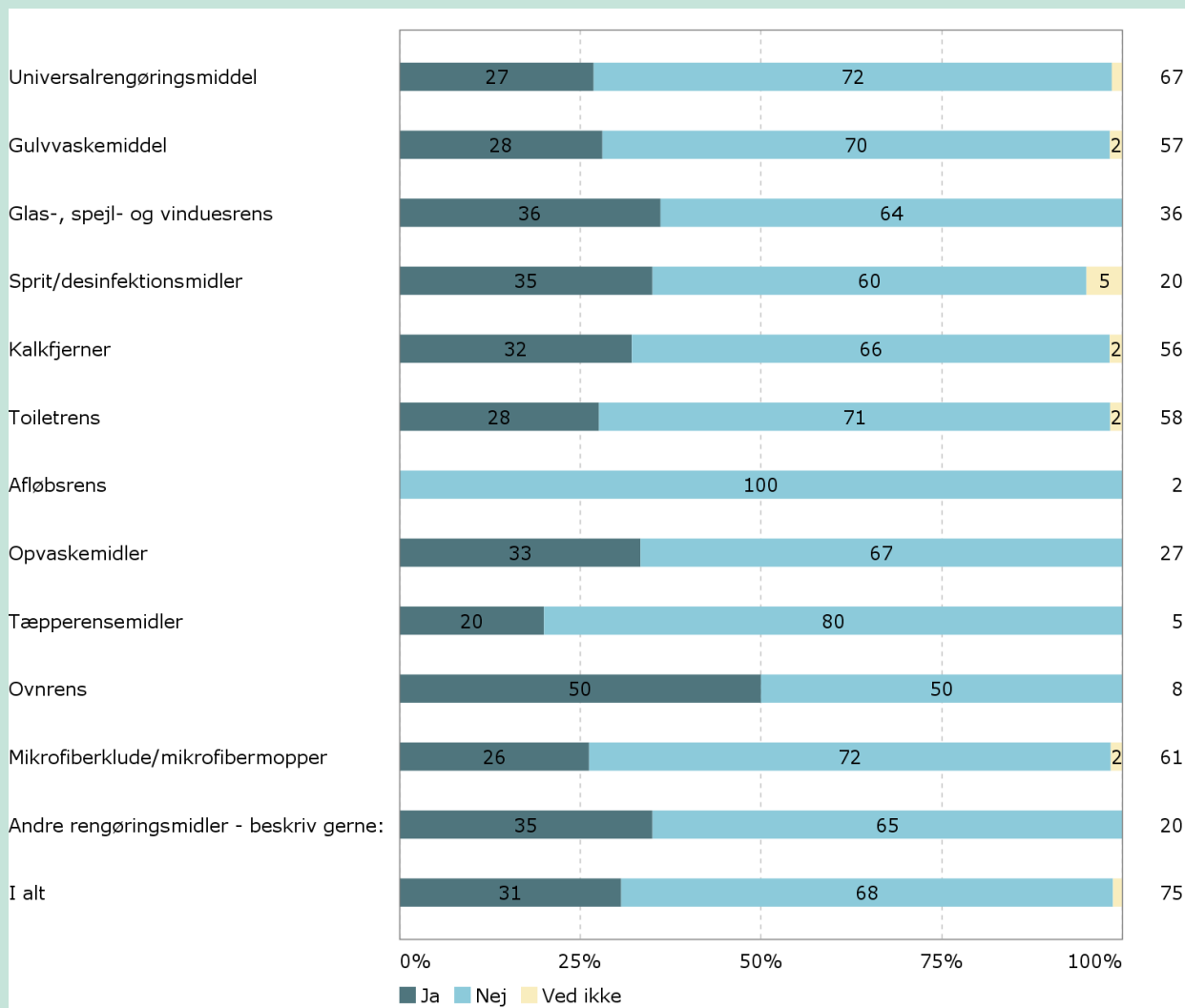
FIGUR 43 SVARFORDDELING PÅ FULDTIDS- ELLER DELTIDSANSÆTTELSE (SPG. 6), FORDELT PÅ GENER (SPG. 17)

Gener fordelt på hvilke rengøringsmidler, der anvendes

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 16)

fordelt på

Angiv hvilke af følgende rengøringsmidler du anvender i dit arbejde. Sæt gerne flere markeringer (spg. 9)



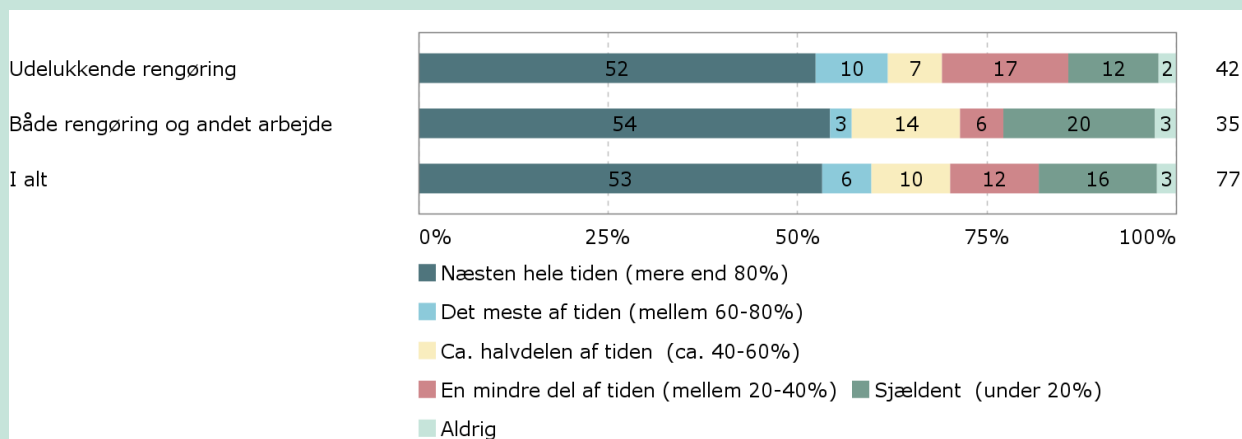
FIGUR 44
SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 16), FORDELT PÅ HVILKE RENGØRINGSMIDLER DER ANVENDES (SPG. 9)

Brugen af handsker fordelt på typen af arbejde

Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde? (spg. 8)

fordelt på

Hvilken type arbejde har du? (spg. 3)



FIGUR 45

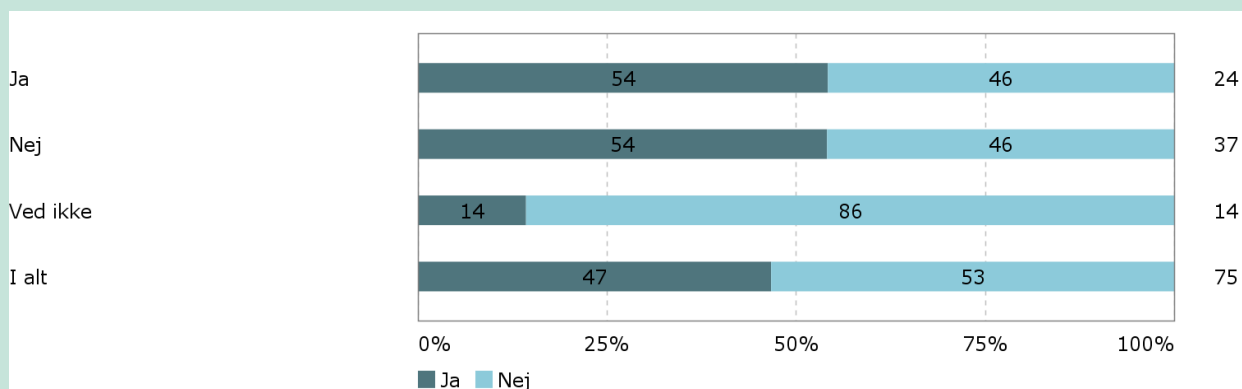
SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF HANDSKER (SPG. 8), FORDELTE PÅ TYPEN AF ARBEJDE (SPG. 3)

Diskussion med kollegaer/chef om brugen af parfumerede rengøringsmidler fordelt på muligheden for at vælge parfumerede eller uparfumerede rengøringsmidler

Har du diskuteret brugen af parfumerede rengøringsmidler med dine kollegaer eller chef/leder? (spg. 12)

fordelt på

Kan du vælge mellem parfumerede og uparfumerede rengøringsmidler? (spg. 13)



FIGUR 46

SVARFORDELING PÅ DISKUSSION AF BRUGEN AF PARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER MED KOLLEGAER (SPG. 12), FORDELTE PÅ OM DET ER MULIGT AT VÆLGE MELLEM PARFUMEREDE OG UPARFUMEREDE RENGØRINGSMIDLER (SPG. 13)

Bilag 5: Spørgeskemaundersøgelse i rengøringsbranchen (FOA)

Der blev i samarbejde med Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet udvalgt de ca. 12 spørgsmål (ud over baggrundsspørgsmål), som kunne indgå i FOAs egen medlemsundersøgelse. FOAs egen medlemsundersøgelse blev udsendt til ca. 3.200 personer, hvoraf i alt ca. 51 % af disse besvarede spørgeskemaet. Medlemmer, der besvarede spørgsmålene relevante for dette projekt omkring brugen af rengøringsmidler og parfumestoffer, var i alt 1.092. Alle disse 1.092 personer udfører rengøringsopgaver i et eller andet omfang i løbet af en arbejdsdag.

Både spørgsmål, de lukkede og/eller åbne svarmuligheder samt fordelingen af de indkomne svar er angivet nedenfor.

Spørgeskemaet var sat op således, at der blev stillet et indgangsspørgsmål omkring mængden af rengøringsopgaver på en typisk arbejdsdag. Personer, der svarede ”Jeg udfører slet ikke rengøringsopgaver” eller ”ved ikke”, fik ikke de resterende spørgsmål omkring rengøring og parfume. Formålet med spørgsmålet var således at sikre, at den rette målgruppe svarede på spørgsmålene. Det er således udelukkende de 1.092 besvarelser, der er rapporteret nedenfor – bortset fra det første indgangsspørgsmål, der dækker over samtlige 1.637 besvarelser i FOAs medlemsundersøgelse.

Der var i alt 1.081 personer, der svarede på spørgeskemaet, og yderligere 11 personer der startede på spørgeskemaet, men uden at gennemføre det. Det vil sige, at på de første spørgsmål er der i alt 1.092 besvarelser, og 1.081 besvarelser af de sidste spørgsmål. Der er dog 1.637 besvarelser på det første indgangsspørgsmål.

Svarfordelingen er vist grafisk for alle spørgsmål, hvor bjælkerne viser den procentvise fordeling af svarene på de angivne svarmuligheder (nedad i rækker). Det faktiske antal besvarelser er angivet helt til højre ude for enden af hver række i graferne.

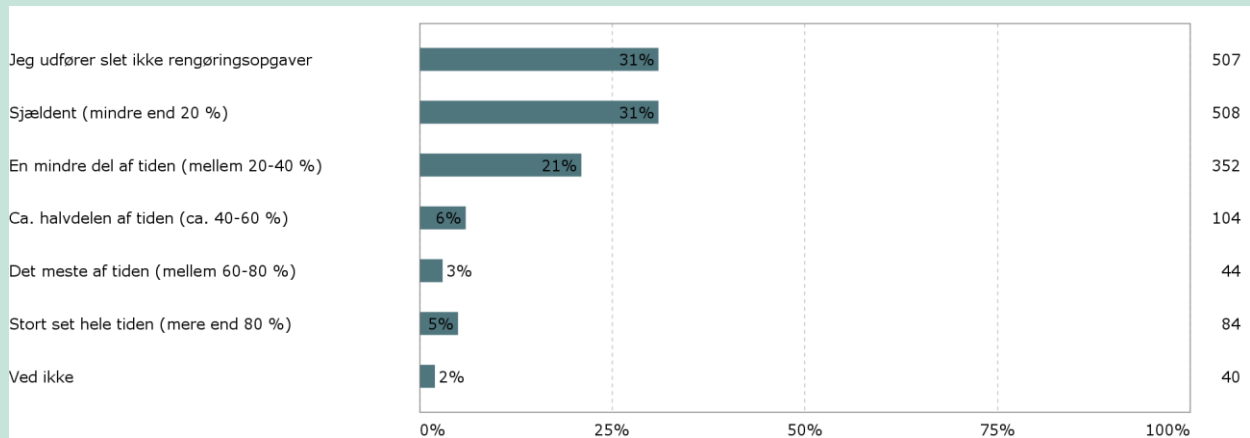
Det skal bemærkes, at FOA havde deres eget format på baggrundsspørgsmålene (en standarddel af deres medlemsundersøgelser), hvorfor baggrundsspørgsmålene varierer en smule i svarmulighederne i forhold til de andre gennemførte spørgeskemaundersøgelser i dette projekt.

Indlende tekst til spørgeskemaet

FOA udsendte en tekst med mailen, men denne er generel i forhold til deres egen medlemsundersøgelse og er således ikke gengivet her.

Arbejdssituation

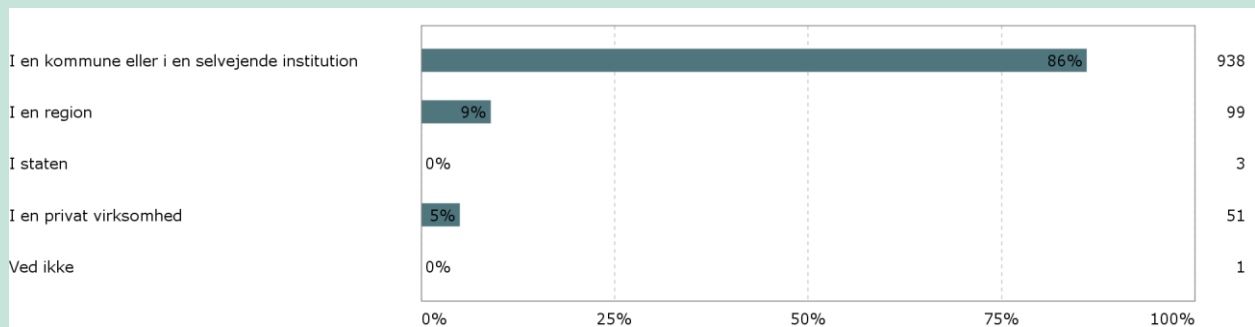
1. Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver?



Bemærk, at det er udelukkende de personer, der har svaret, at de har en eller anden form for rengøringsopgaver, der har fået de resterende spørgsmål. Dvs. personer, der har svaret ”Jeg udfører slet ikke rengøringsopgaver” eller ”Ved ikke”, ikke indgår i det resterende spørgeskema.

FIGUR 47
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 1 OM TYPISK ARBEJDSDAG – BASERET PÅ I ALT 1.637 BESVARELSER

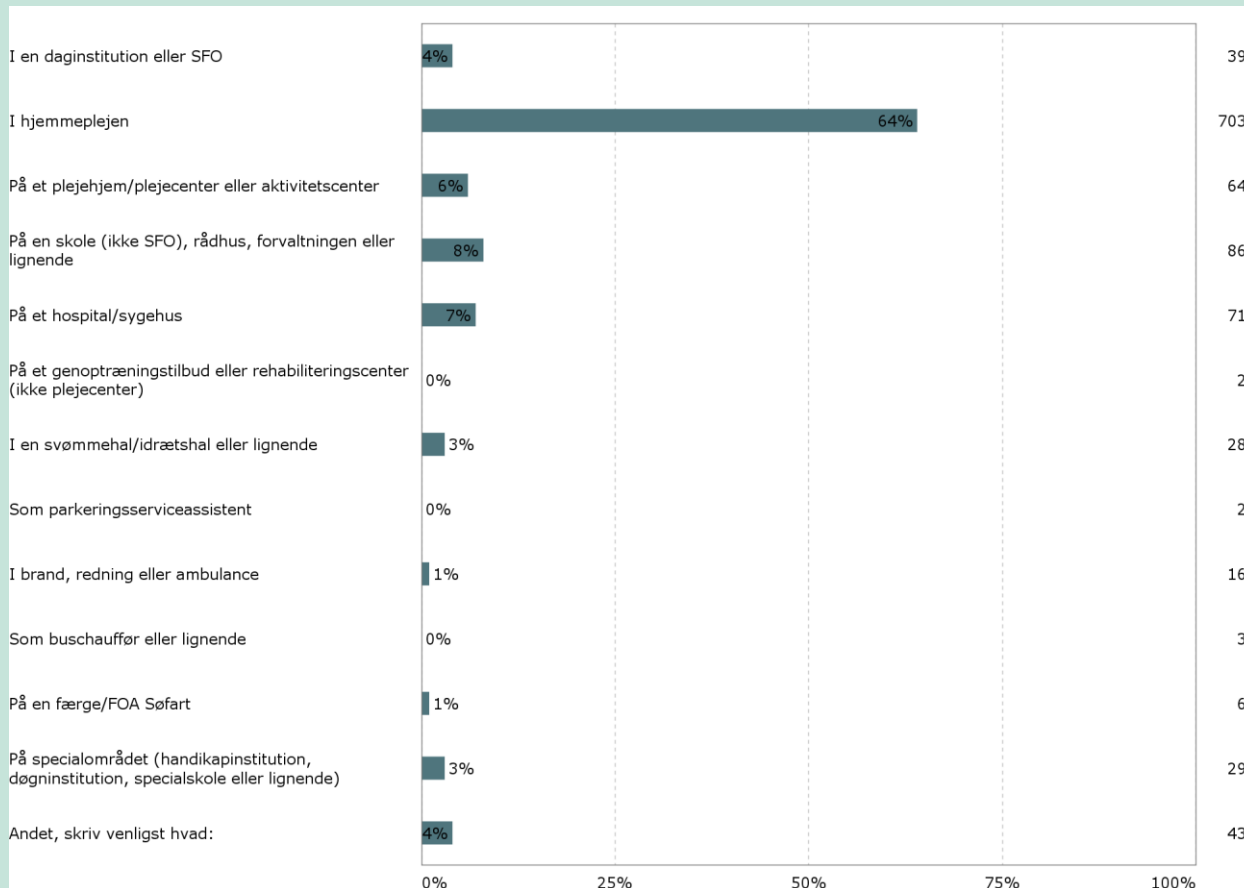
2. Hvor arbejder du?



FIGUR 48
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 2 OM ARBEJDSGIVEREN – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

3. Hvor arbejder du? Hvis du arbejder flere steder, så vælg det sted, hvor du arbejder flest timer om ugen.

Hvis du fx arbejder i køkkenet på et hospital, så vælg "hospital/sygehus". Hvis du f.eks. arbejder med rengøring på et plejehjem, så vælg "Plejehjem/plejecenter". Hvis du er elev, bedes du vælge det arbejdsområde, hvor du tilbringer det meste af din praktik.



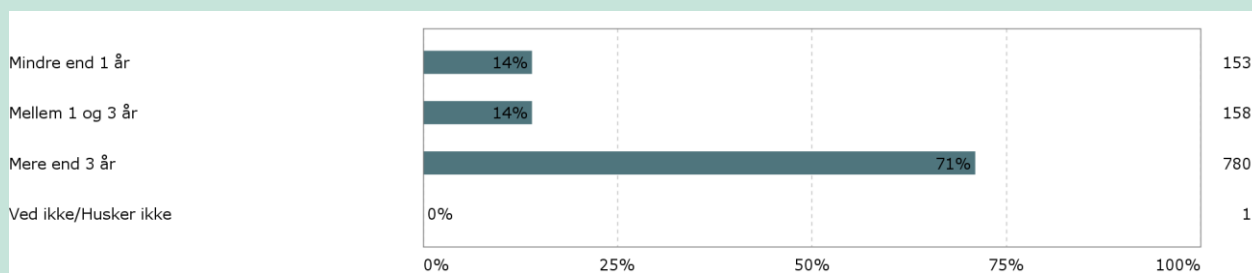
Af andre arbejdssteder blev følgende angivet:

- Kontorer (2)
- Sygeplejeklinikker (1)
- Psykiatrisk center / krisecenter (2)
- Bocenter (1)
- Privat virksomhed (angivet ved navn) (2)
- Hjemmehjælper (2)
- Hjælpe-middelsdepot (4)
- Krematorium (1)
- Diverse offentlige bygninger, såsom kulturbygning, borgercenter, bibliotek, skolebod m.m. (11)
- Rehabilitering (1)
- Ældreboliger (1)
- Hotel (1)
- Godsbane (1)
- Kantine (4)
- Teknisk service (3)
- Sygehusapotek (2)

FIGUR 49

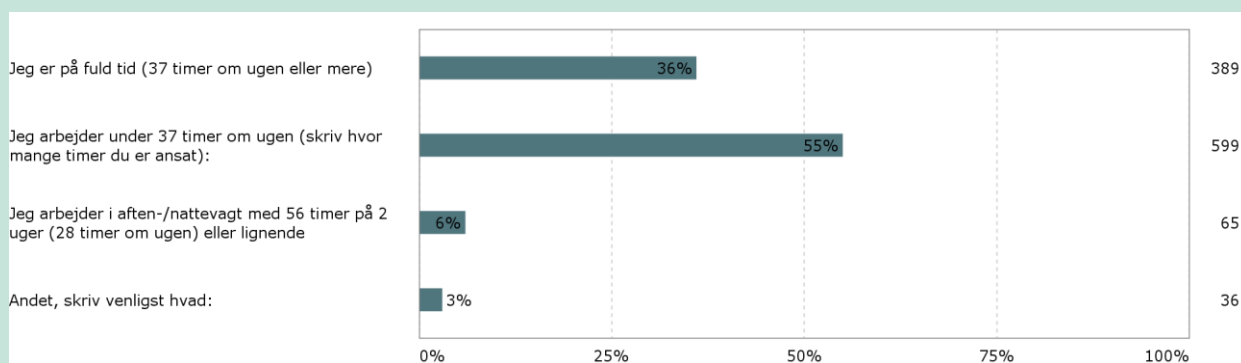
SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 3 OM ARBEJDSSTED – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

4. Hvor længe har du været ansat på din nuværende arbejdsplads?



FIGUR 50
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 4 OM ANCINITET – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

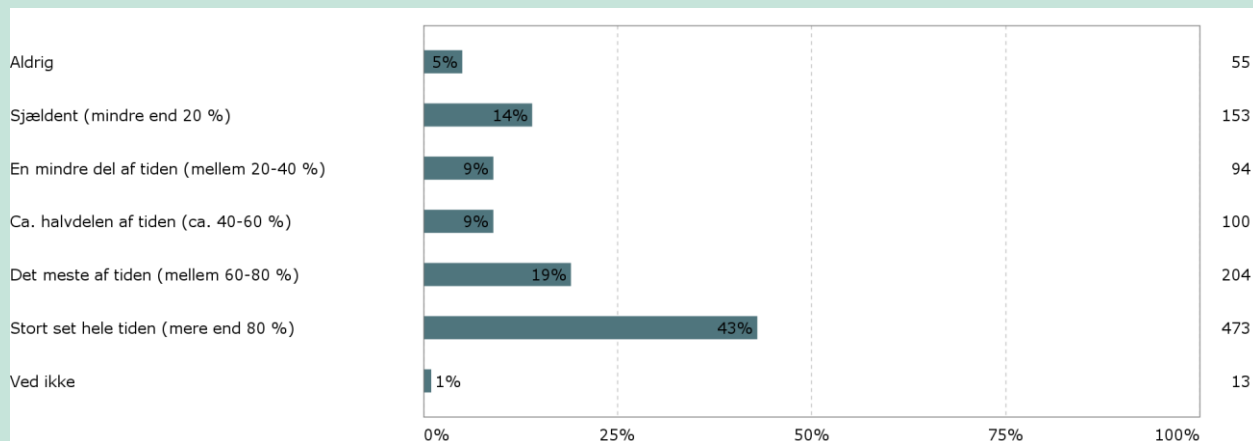
5. Hvor mange timer arbejder du om ugen?



I alt har 587 personer angivet, hvor mange timer om ugen de arbejder. Der er angivet et timetal mellem 8 timer og 36,5 timer om ugen.

FIGUR 51
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 5 OM FULDTIDS- ELLER DELTIDSANSÆTTELSE – BASERET PÅ I ALT 1.089 BESVARELSER

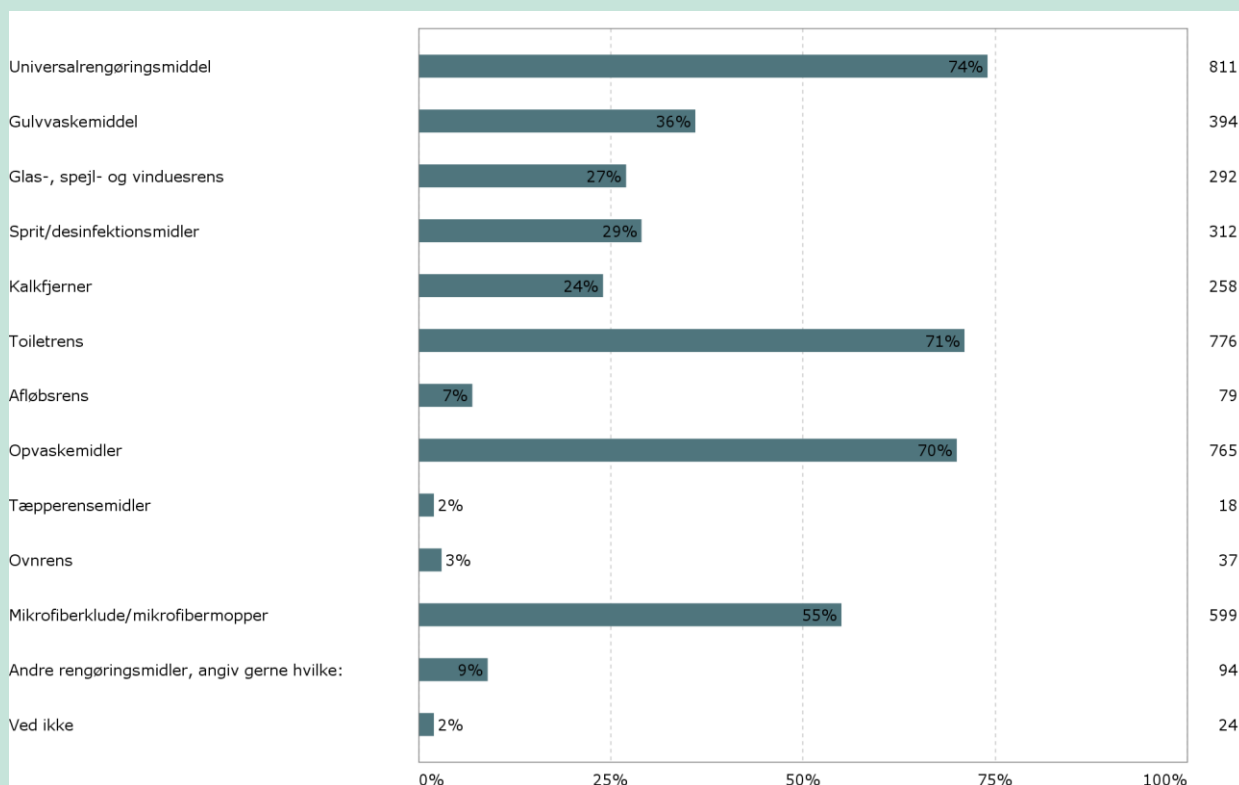
6. Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde?



FIGUR 52
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 6, OM HVOR STOR DEL AF ARBEJDSSTIDEN DER BLIVER ANVENDT HANDSKER – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

Rengøringsmidler

7. Angiv, hvilke af følgende rengøringsmidler du anvender i dit arbejde. Du kan vælge flere svar.



Det skal bemærkes, at det var muligt at sætte flere markeringer for hver respondent.

Af andre rengøringsmidler, der blev anvendt, blev følgende angivet følgende svar (nogle gav flere svar):

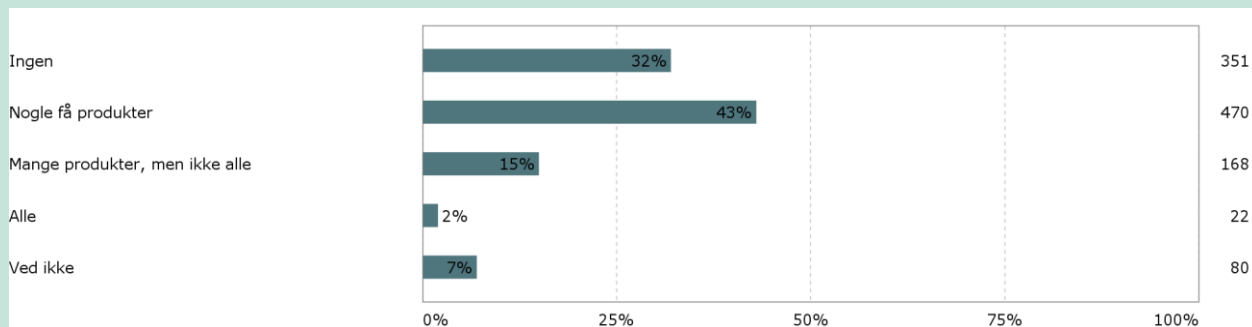
- Eddike (3)
- Engangsgulvklud (bestemt af kommunen) (1)
- Ajax (3)
- Brun sæbe / sæbespåner (5)
- Allergi- og miljøvenlige produkter (1)
- Midler uden parfume (4)
- Anvender kun miljømærkede produkter (19)
- Bruger miljøvenlige midler eller kun vand (4)
- Altid uden faremærkninger (1)
- Blander selv vores sæber (1)
- Specialmiddel til fjernelse af harpiks (4)
- Klor, klorklud eller klortabletter (9)
- De produkter kommunen har/forlanger (12)
- Skurecreme (6)
- Graffitirens (5)
- Grundrengøringsmiddel (2)
- Rengøringsmiddel med fra vores kontor (1)
- Hvad borgerne har i hjemmet (2)
- Ingen (2)
- Incidur (1)
- Hånd sæbe/intim sæbe (3)
- Sprit (2)
- Loppemiddel (1)
- Maskinopvask (1)
- Mikrofiberklude (1)
- Motorrens (1)
- Opvaskemiddel (2)
- Oxalsyre (1)
- Penitol (1)
- Plejemiddel (1)
- Rodalon (1)
- Sanitetsprodukter (6)
- Scop-sæbe (meget giftigt)
- Skumgulvrens (1)
- Tøjvaskemidler (2)

FIGUR 53

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 7, OM HVILKE RENGØRINGSMIDLER DER ANVENDES – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

8. Hvor mange af de rengøringsmidler, du arbejder med, indeholder parfume?

Hvis du er i tvivl om, hvorvidt produkterne indeholder parfume, kan du prøve at tænke på, om de dufter af parfume, eller evt. se på etiketten.



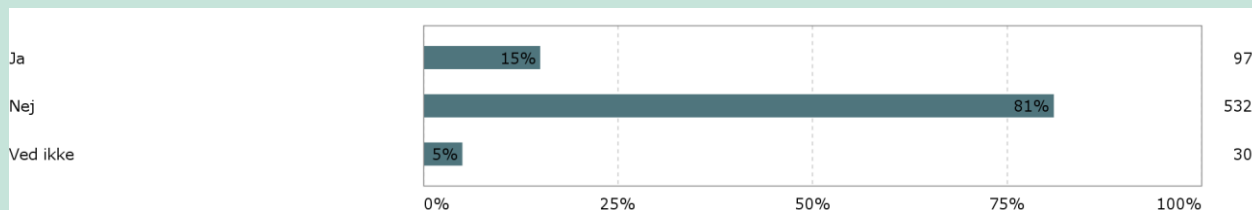
FIGUR 54

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 8, OM HVILKE AF DE ANVENDTE RENGØRINGSMIDLER DER INDEHOLDER ELLER DUFTER AF PARFUME – BASERET PÅ I ALT 1,091 BESVARELSER

Eventuelle påvirkninger fra rengøringsmidler

9. Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler?

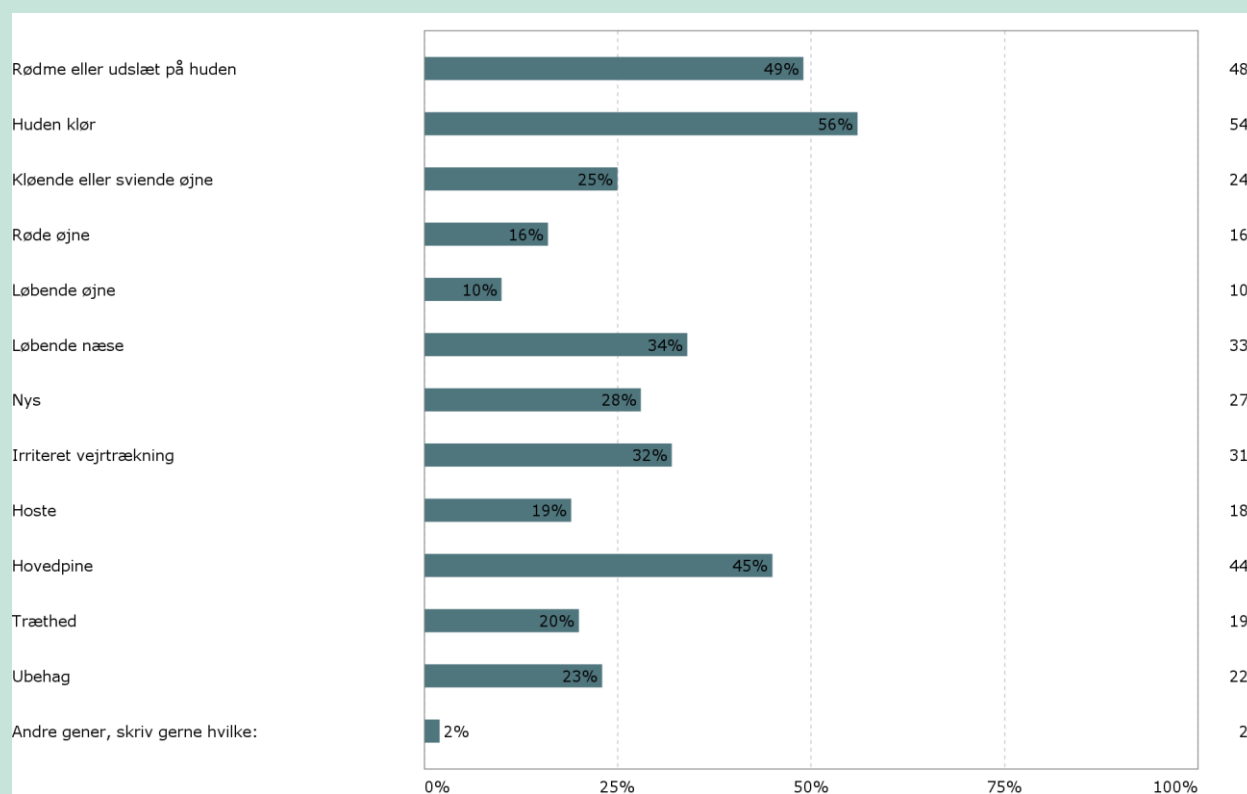
Gener kan fx være eksem, udslæt, allergi, kløende/sviende øjne, irriteret vejrtrækning, hovedpine, ubehag eller lignende.



FIGUR 55

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 9 OM PÅVIRKNINGER FRA RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 659 BESVARELSER

**10. Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler?
Du kan vælge flere svar.**



Bemærk, at repondenterne har kunne sætte flere markeringer. Spørgsmålet besvaret af de 97 personer, der havde oplevet gener, dvs. svaret ”ja” til spørgsmål nr. 9.

De ’andre’ gener, der er angivet, er følgende:

- Tør hud
- Uro i kroppen, dårlig smag i munden
- Ikke noget i direkte forlængelse af job, men alment. Derfor tror jeg, at brugen af parfumeholdige rengøringsmidler og også toiletartikler spiller en stor rolle.

FIGUR 56
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 10 OM TYPEN AF GENER VED BRUG AF RENGØRINGSMIDLER – BASERET PÅ I ALT 97 BESVARELSER

11. Har du kommentarer til brugen af parfumestoffer i rengøringsmidlerne på din arbejdsplads, så skriv dem gerne her.

1. Det ville være rart en gang imellem at der er lidt parfume i rengøringsmidlet til baderum, der kan ind i mellem lugte fælt.
2. Nej jeg synes ikke vi skal bruge parfume, da det er sundhedsskadeligt for både mig og mine kollegaer og børnene på skolen.
3. Kører ud til hjemmeboende borgere. De fleste har købt farve og parfumefri rengøringsmidler. Vi har i min kommune haft pjecer med ud til borgerne, hvor de bliver oplyst om vigtigheden af at have de rigtige midler.
4. Vi er på vej væk fra alt parfume.
5. Jeg synes det er godt der ikke er parfumestoffer i rengøringsmidlerne - pga. allergikere.
6. Vi vil gerne bruge midler med parfume i. Borgerne syntes det dufter rent med duft.
7. Det er ikke muligt at, bestille/købe produkter med parfume i henhold til aftale.
8. Det er svært at overbevise borgerne om at vi skal bruge parfumefri rengøringsmidler.
9. Det er i kvalitetsstandarder beskrevet, at det ikke er tilladt at bruge midler, som ikke er miljøgodkendt/svanemærket/allergitestet.
10. Kan være svært at bestemme hvilke rengørings middel de ældre bør købe, når det er i deres eget hjem.
11. Man burde pålægges at der kun måtte bruges svanemærket etc.
12. Vi opfordrer borgerne til at købe miljøvenlig rengøringsmidler.
13. Det er ubehageligt med alle de parfumer som blive brugt, ikke kun i rengøringsmidler, men når folk skal have deodorant på, går det lige i lungerne. Er det forsvarligt? Det er jo også ozonlagsnedbrydende. Ligeledes er det med barberskum. Det går lige gennem huden og det kan smages hele dagen. Jeg bruger handsker til barberskum. Deodorant får de på til aller sidst og så sørger jeg for at åbne vinduet og forlade rummet hvor det er foregået.
14. Borgerne får udleveret en brochure, når vi begynder at komme i deres hjem, så de kan se hvilke rengøringsmidler vi må bruge.
15. Det burde være en regel at alle borger skal have parfumefri rengøringsmidler.
16. Jeg kan forstå at man skal minde borgerne om at anskaffe parfumefri produkter, men jeg synes virkelig det er for dårligt, at efter over 15 år i hjemmeplejen, gentagne opfordringer og formaninger, og velvidende at mine kollegaer har den samme uddannelse som mig (sосу hjælper eller assistent), at der stadig er parfumeret produkter hos borger, der har fået hjælp fra hjemmeplejen meget længe (dvs. hvor hjælperne har haft rig mulighed for at få produkterne udskiftet, men undladt at gøre det) og endda haft samme produkter bestilt hjem via indkøbsordninger med hjælperens hjælp!
17. Parfumerede luftfriskere hos borgere der ryger er generende.
18. Vi bruger svanemærkede rengøringsmidler. Har dog bemærket at nogle svanemærkede rengøringsmidler er begyndt og bruge parfumestoffer i. Øv.
19. Jeg udsættes for parfume på mine arbejdspladstoiletter, hvor der sidder en parfume dispenser på væggen, som automatisk sender parfume ud.
20. Vi har selv rengøringsmidlerne med ud til borgerne, så de er allergivenlige.
21. Der kunne godt være en smule duft i, da de ældre ikke synes at man kun kan gøre rent med vand.
22. En del steder frisker det godt op med lidt duft ved rengøring, da der kan lugte indelukket og af urin eller lignende. Men udluftning hjælper også, men ikke altid nok.
23. Har engang oplevet en lugt af rengøringsmiddel. Det kan være, at rengøringsmidlet var uden parfumestoffer, men lugten var som om urin. Hvis rengøringsmidlerne ikke bruger parfumestoffer, bør de ikke lugte noget som helst, og hvis der er parfumestoffer i rengøringsmidlerne, bør de dufte af renhed.
24. Vi bruger harpikrens som er stærkt parfumeret og kraftigt generende for hud og åndedræt.
25. Det efterlader en skøn ren duft.
26. Det er borgernes egne rengøringsmidler, der somme tider indeholder parfume.
27. Borgerne bliver anmodet om at købe uparfumerede rengøringsmidler. Det er ikke et stort problem. Det er meget værre at hjælpe på et lille badeværelse, hvor der bruges deodoranter, parfume, hårlak mm., som kan lugte meget stærkt, eller hvis der sidder sådan en duft-ting i toilettet. Det er meget værre, og det kan man vist ikke forbyde.
28. Positivliste over godkendte produkter bliver ikke overholdt, ikke altid. Det er visitationens opgave at informere borgere herom, ved visitation til rengøring, for ellers drysser det ud i sandet. Leder/medarbejdere skal være mere

opmærksomme.

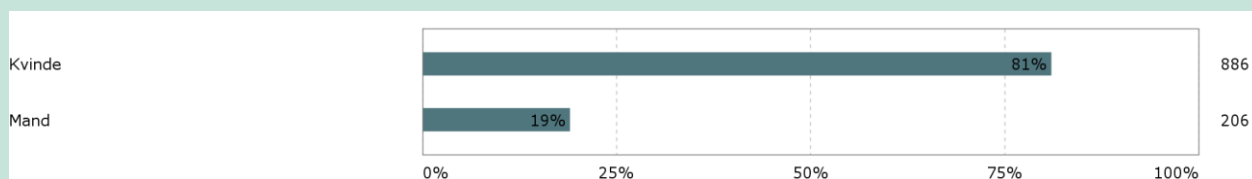
29. Dem vi bruger er ikke altid effektive nok.
30. Vi opfordrer borgerne til at indkøbe rengøringsmidler som er f.eks. svanemærket. Men mange borgere er jo vant til at bruge f.eks. Ajax mv og vil gerne blive ved med det. Det handler også for manges vedkommende om pris. Tit bliver der indkøbt det billigste og det er sjældent allergivenligt.
31. Det er godt der ikke må være parfume i, men mange borgere bliver fornærmet når man ikke vil bruge de parfumeri rengøringsmidler.
32. Jeg syntes ikke det skal være lovligt. Jeg tænker på vores helbred og jeg er meget bekymret for røgfyldte hjem hvad sker der med vores helbred efter flere år. Jeg syntes ikke at vi bliver taget alvorligt.
33. Jeg syntes generelt ikke der bør være parfumestoffer i rengøringsmidler.
34. Vi prøver at der kun bliver brugt opvaskmidler.
35. Vi anbefaler vores borgere at købe rengøringsmidler uden parfume og at de skal være allergitestet. Hvis ikke dette haves bruger vi almindelig opvaskemiddel til rengøring.
36. Det bør sidestilles med tobaksrøg, både for personale og bruger.
37. Arbejdspladsen tilbyder parfumefri produkter, men ikke til alt og de produkter, der tilbydes er ikke særlig effektive.
38. Der blev for flere år lavet en positivliste som borgerne skulle handle rengøringsmidler hjem efter. Den bliver ikke udleveret længere, men den var meget effektiv.
39. Vores ansatte ved jo godt hvilke de må bruge og ikke bruge. Men de fleste gør det alligevel, da de ved at rengøringer ofte aflyses og der så kan være en måned siden en borger har fået gjort rent.
40. Vi arbejder med ren og smertefri rengøring, dvs. microfiberklude og tilpassede moppestænger. Vi arbejder som udgangspunkt kun med vand, men bruger miljømærkede rengøringsartikler som f.eks. toiletrens i hvert hjem. Andre midler kun ved særlige tilfælde og altid miljømærkede. Hvis borgeren ikke har miljømærkede rengøringsmidler, bruger vi kun vand. Vi kan også indimellem bruge husholdningseddike som kalkfjerner. Aldrig sprøjtemidler, så som vinduesrens m.m.
41. Da det er ganske få midler vi bruger med parfume, bruger jeg de rette værnemidler for at undgå irritation.
42. Vi har ingen dufte i vores rengøringsmidler. Men jeg ville ønske der var noget duft i, så vores beboere i det mindste kan dufte at vi har været og gøre rent.
43. Enkelte borger forventer jeg bruger noget bestemt rengøringsmiddel.
44. Jeg vil ikke undvære dem. Ved godt det er møgusundt, men det er parfumen, der kamouflerer lugten af urin/afføring/gammelt skidt, så det er til at holde ud at gå i det.
45. Vil lige rose vores arbejdsmiljørepræsentant, der sammen med vores leder har udarbejdet en standard vi arbejder efter i kommunen, som borgerne får, når vi starter dem op, hvilket er med til at skåne os så meget som muligt som medarbejdere.
46. En del af de ældre siger direkte, at hvis der ikke dufter af rengøringsmiddel, så føler de ikke at der er rent. Jeg synes, at der mangler klare krav fra kommunens side til borgeren mht krav til rengøringsmidler og arbejdsredskaber, såsom støvsugerens kvalitet og størrelse.
47. Da jeg startede, var alle midler med parfume. Jeg fik indført, at vi skulle bruge midler uden.
48. Det er ok med parfume i rengøringsmidler.

FIGUR 57

ANGIVELSE AF SVAR PÅ SPØRGSMÅL NR. 11 OM KOMMENTARER TIL SPØRGESKEMAET ELLER BRUGEN AF RENGØRINGSMIDLER PÅ ARBEJDSPLADSEN – BASERET PÅ I ALT 134 BESVARELSER. DER ER DOG KUN UDVALGT NOGLE AF KOMMENTARERNE OG SAT IND.

Baggrundsspørgsmål

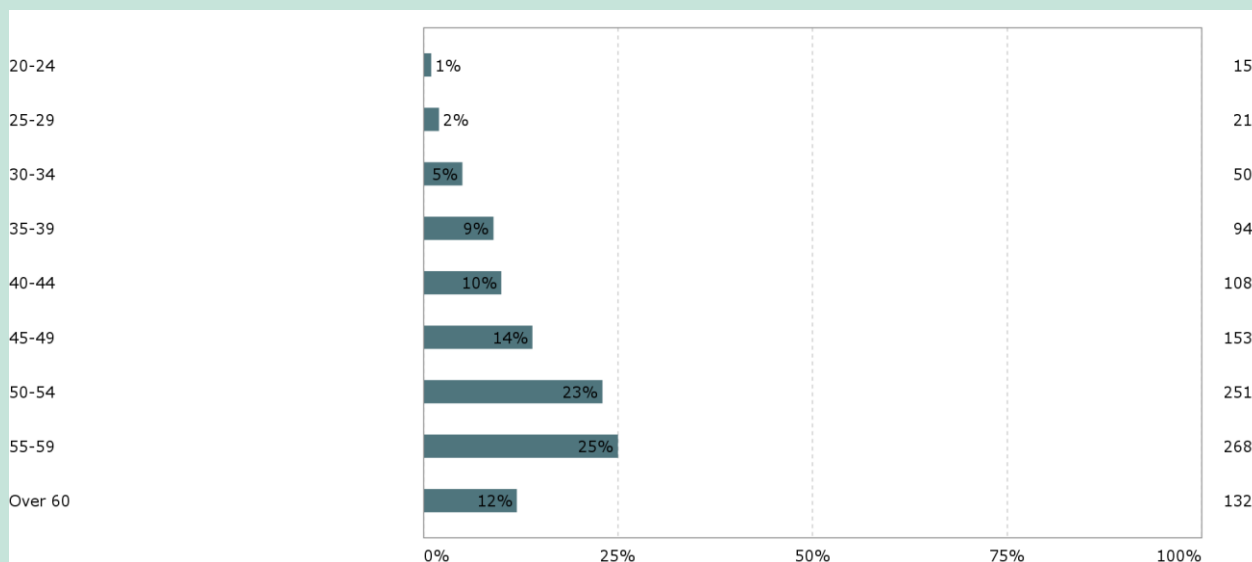
12. Hvilket køn er du?



FIGUR 58

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 12 OM FORDELING AF KØN – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

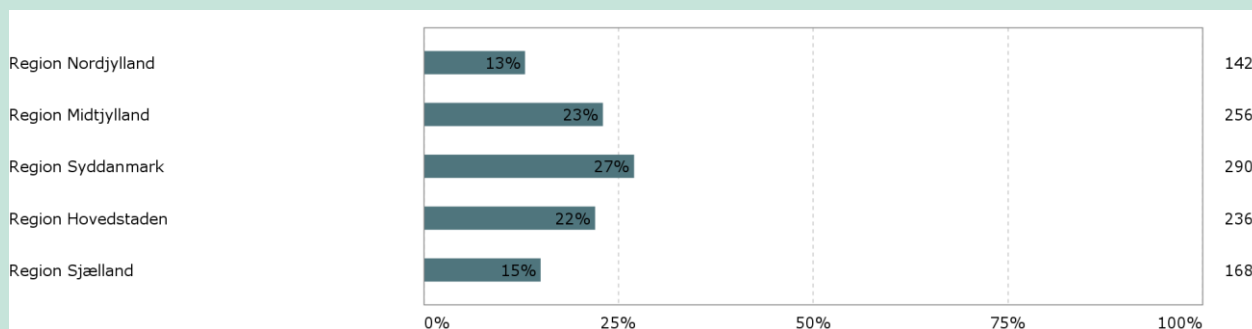
13. Angiv din alder



FIGUR 59

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 13 OM ALDERSFORDELING – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

14. Angiv hvor dit arbejdssted ligger



FIGUR 60

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 14 OM LOKATION AF ARBEJDSSTED – BASERET PÅ I ALT 1.092 BESVARELSER

Bilag 6: Forskellige udtræk af besvarelserne fra rengøringsbranchen (FOA) – besvarelser fordelt på andre besvarelser

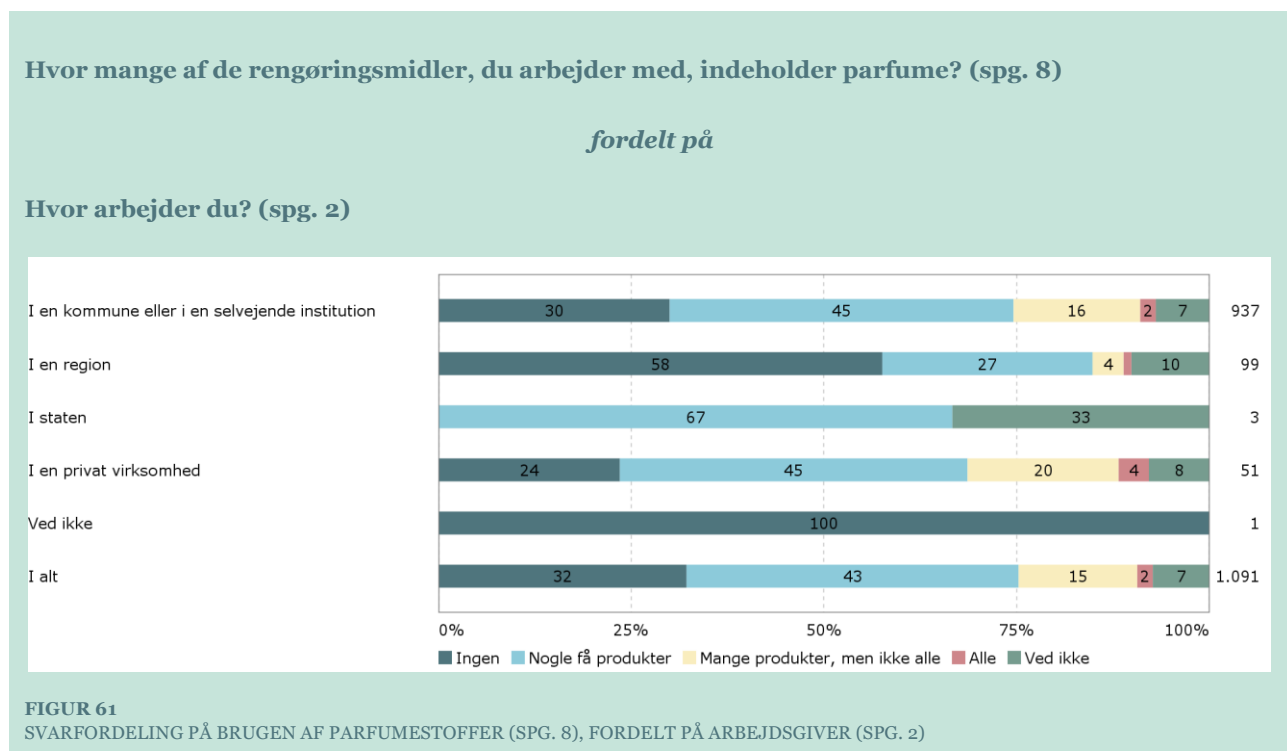
I dette bilag præsenteres besvarelserne fra rengøringsbranchen (FOA) fordelt på forskellige andre spørgsmål. Det vil f.eks. sige, at der præsenteres fordelingen af, hvordan brugen af parfumerede rengøringsmidler fordeler sig på arbejdsgiver (privat og offentlig).

Følgende typer af besvarelser fordelt på andre besvarelser er foretaget:

- Brugen af parfumestoffer fordelt på arbejdsgiver
- Brugen af parfumestoffer fordelt på gener
- Gener fordelt på om man er fuldtids- eller deltidsansat
- Gener fordelt på hvilke rengøringsmidler, der anvendes
- Brugen af handsker fordelt på typen af arbejde

Graferne skal læses således, at første spørgsmål er angivet med de forskellige svarmuligheder i hver sin farve i grafen. For andet spørgsmål er svarmulighederne angivet i venstre side – nedad for hver svarmulighed.

Brugen af parfumestoffer fordelt på arbejdsgiver

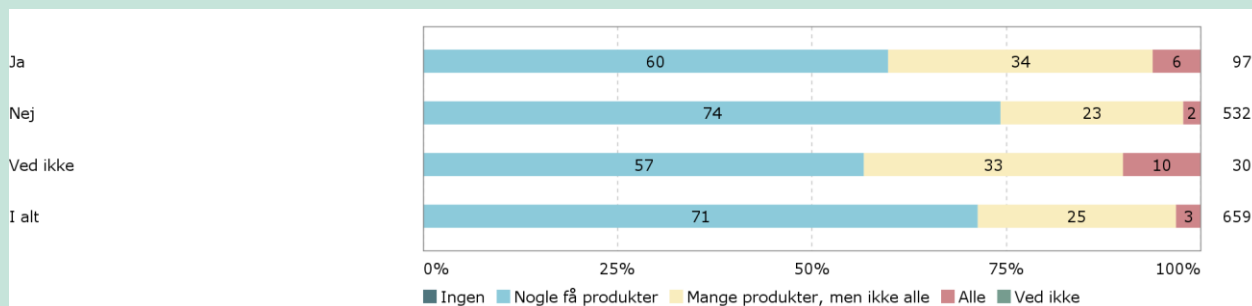


Brugen af parfumestoffer fordelt på gener

Hvor mange af de rengøringsmidler, du arbejder med, indeholder parfume? (spg. 8)

fordelt på

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)



FIGUR 62

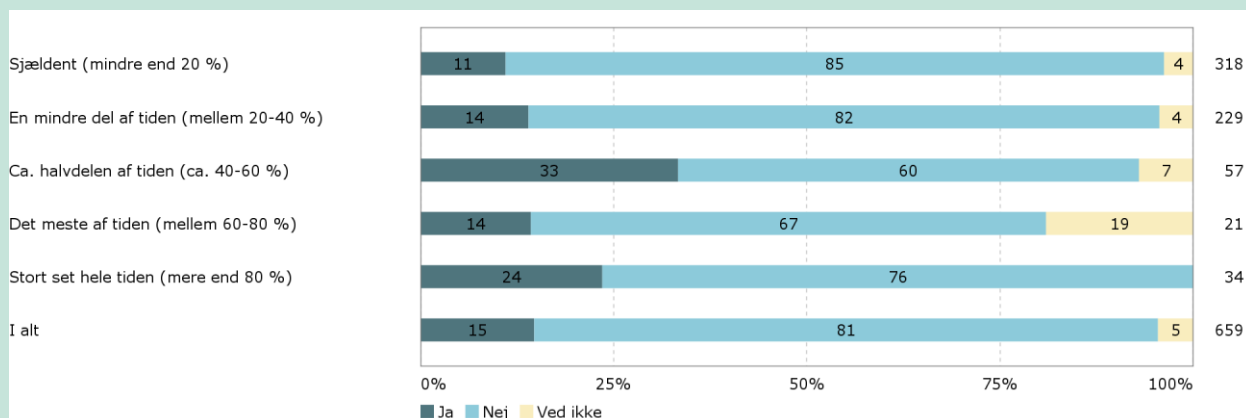
SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF PARFUMESTOFFER (SPG. 8), FORDELTE PÅ GENER (SPG. 9)

Gener fordelt på om man er fuldtids- eller deltidsansat

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)

fordelt på

Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver? (spg. 1)



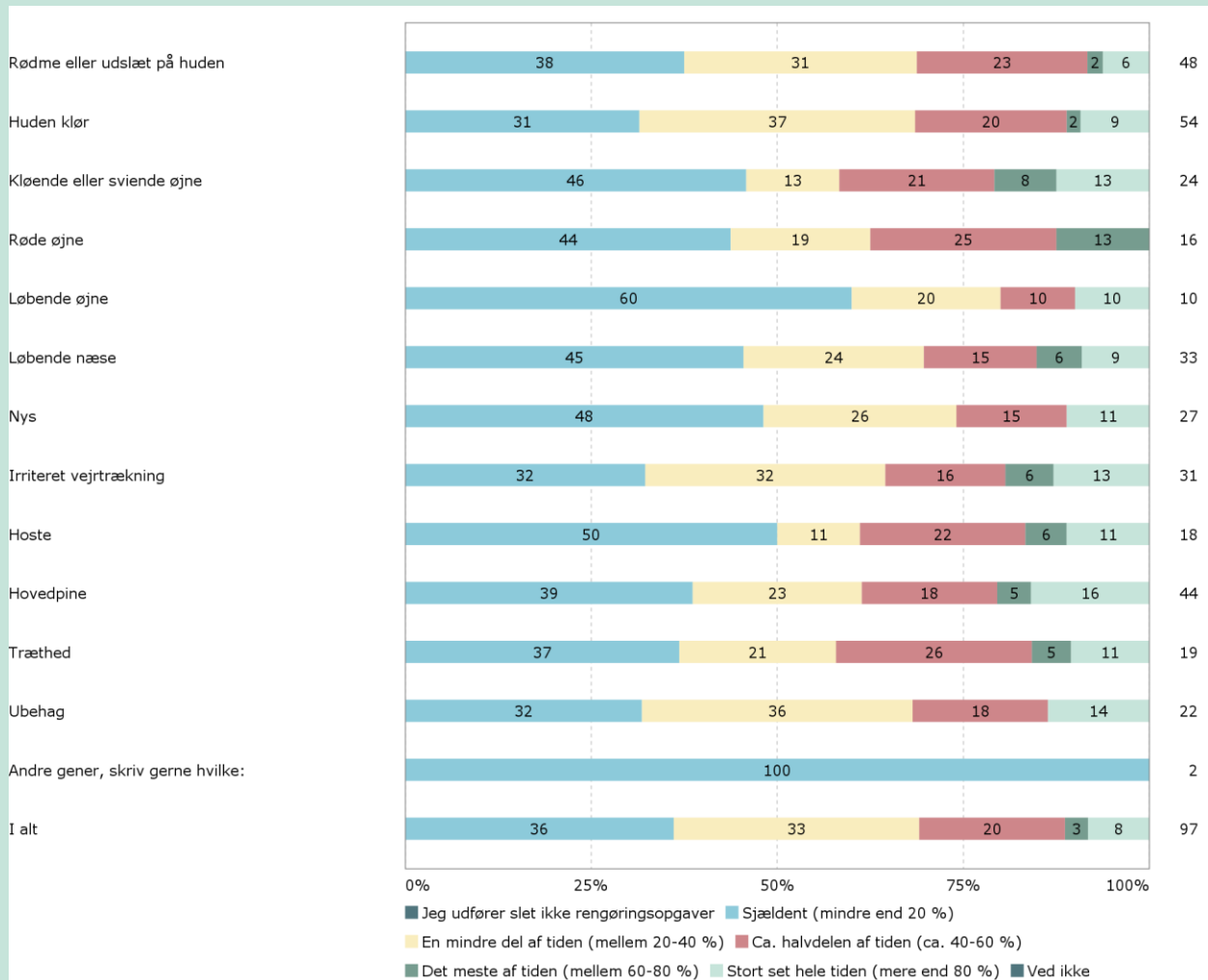
FIGUR 63

SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 9), FORDELTE PÅ HVOR STOR EN DEL AF ARBEJDSSTIDEN, DER UDFØRES RENGØRINGSOPGAVER (SPG. 1)

Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver? (spg. 1)

fordelt på

Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)



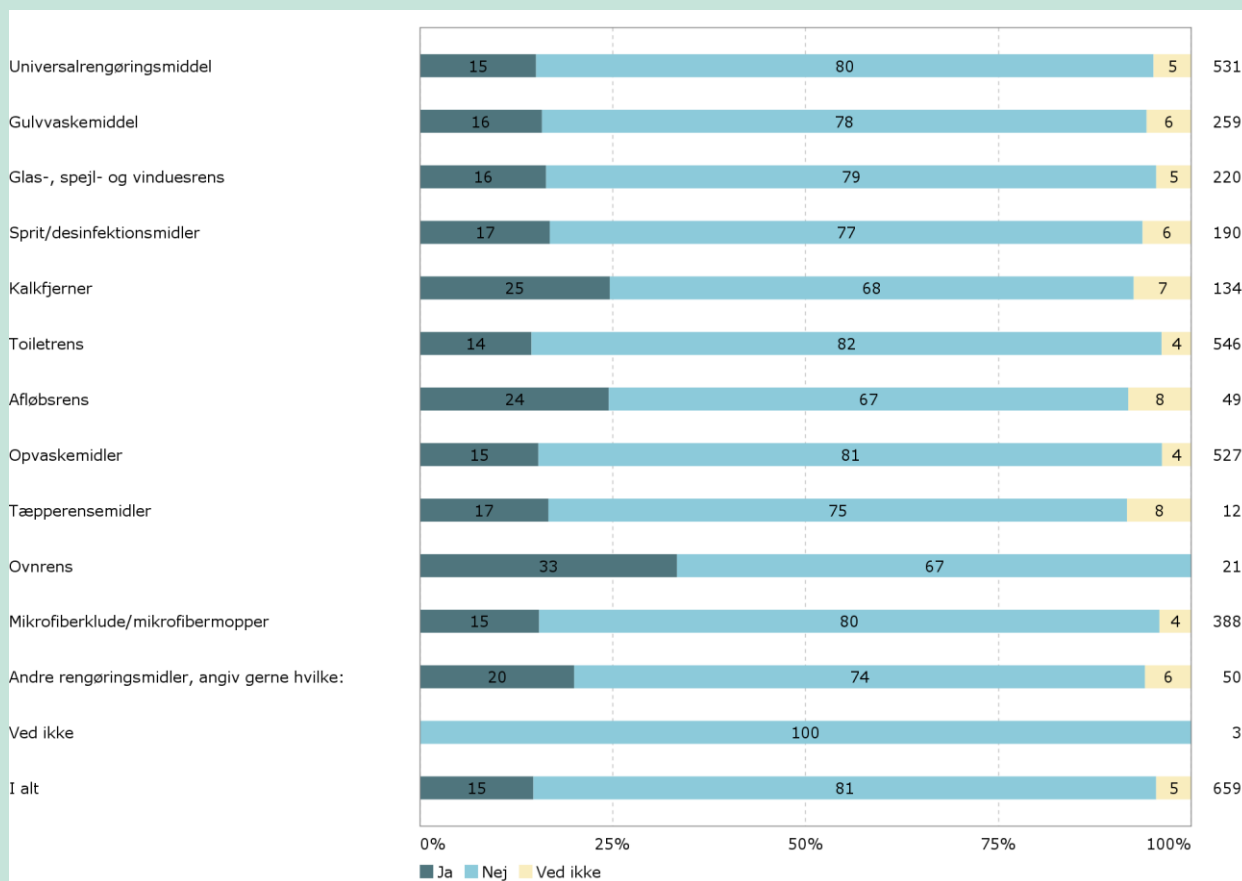
FIGUR 64
SVARFORDELING PÅ HVOR STOR EN DEL AF ARBEJDTIDEN, DER UDFØRES RENGØRINGSOPGAVER (SPG. 1), FORDELT PÅ GENER (SPG. 9)

Gener fordelt på hvilke rengøringsmidler, der anvendes

Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumerede rengøringsmidler? (spg. 9)

fordelt på

Angiv hvilke af følgende rengøringsmidler du anvender i dit arbejde. Du kan vælge flere svar (spg. 7)



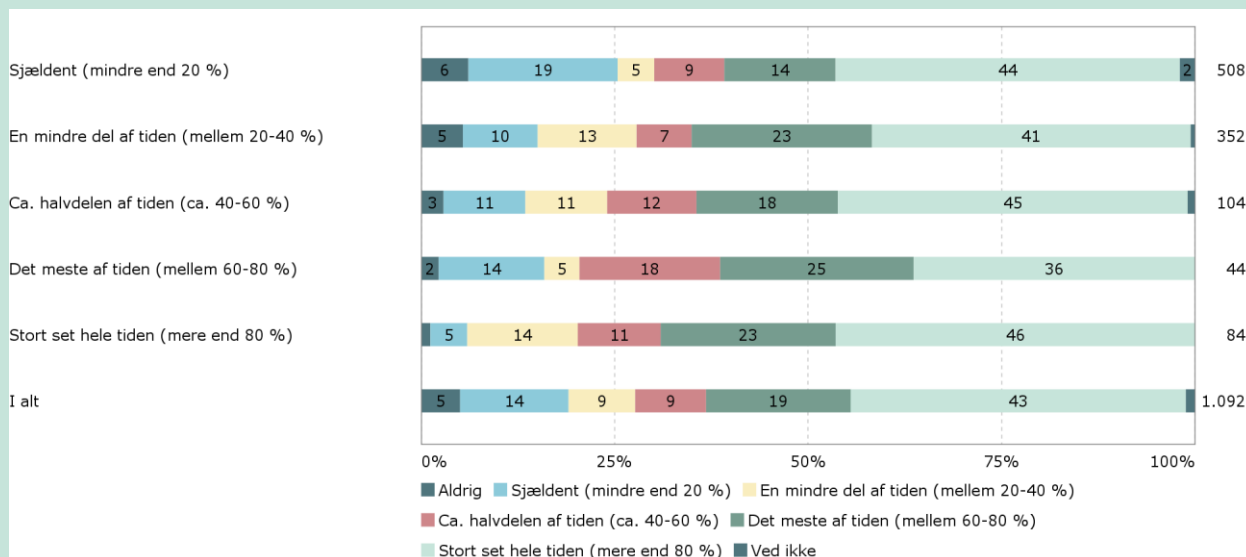
FIGUR 65
SVARFORDELING PÅ GENER (SPG. 9), FORDELT PÅ HVILKE RENGØRINGSMIDLER DER ANVENDES (SPG. 7)

Brugen af handsker fordelt på typen af arbejde

Hvor stor en del af tiden bruger du handsker i forbindelse med dit rengøringsarbejde? (spg. 6)

fordelt på

Tænk gerne på en typisk arbejdsdag. Hvor stor en del af din arbejdstid udfører du rengøringsopgaver? (spg. 1)



FIGUR 66
SVARFORDDELING PÅ BRUGEN AF HANDSKER (SPG. 6), FORDELT PÅ HVOR STOR EN DEL AF ARBEJDSSTIDEN, DER UDFØRES RENGØRINGSOPGAVER (SPG. 1)

Bilag 7: Spørgeskemaundersøgelse blandt producenter og distributører af rengøringsmidler (SPT)

Der blev i samarbejde med følgegruppen for projektet udarbejdet et kort spørgeskema, der blev sendt til SPT's 13 medlemmer, som producerer rengøringsmidler. Både spørgsmål, de lukkede og/eller åbne svarmuligheder, samt fordelingen af de indkomne svar er angivet nedenfor. Nogle svar, der omhandler markedsandele og procentvis indhold af parfumestoffer, er dog af fortrolighedsmæssige årsager ikke rapporteret enkeltvis, men udelukkende som et spænd (dvs. min. og max. værdier).

Der var i alt 8 af de 13 medlemmer hos SPT, der svarede på spørgeskemaet. Alle 8 medlemmer gennemførte hele spørgeskemaet.

Svarfordelingen er vist grafisk for alle spørgsmål, hvor bjælkerne viser den procentvise fordeling af svarene på de angivne svarmuligheder (nedad i rækker). Det faktiske antal besvarelser er angivet helt til højre ude for enden af hver række i graferne.

Indlende tekst til spørgeskemaet

Kortlægning af brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler

Dette spørgeskema omhandler brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler. Spørgsmålene har udelukkende fokus på rengøringsmidler til professionel rengøring.

Spørgeskemaet er udviklet i samarbejde med SPT, Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet, samt andre af branchens parter.

Din besvarelse, der vil være anonym, er vigtig for os. Vi håber, du vil bruge 10 minutter af din tid til at besvare spørgeskemaet. Vi vil sætte stor pris på at få din besvarelse inden den 9. oktober 2015.

Eventuelle spørgsmål kan stilles til Pia Brunn Poulsen, FORCE Technology via mail.

Baggrund for spørgeskemaundersøgelsen og projektet

Dette spørgeskema er udarbejdet, fordi Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet ønsker at vide mere om brugen af parfumestoffer i rengøringsmidler.

Spørgeskemaet er en del af et projekt kaldet "Kortlægning og anvendelsen af parfume i hhv. rengøringsbranchen og detailhandlen", som FORCE Technology og Rambøll udfører for Miljøstyrelsen. Projektets formål er at skabe et overblik over omfanget af anvendelsen af parfume i de to brancher.

Til projektet er knyttet en følgegruppe, hvor en lang række af branchens parter, herunder SPT, er repræsenteret. Følgegruppen har været med til at formulere spørgsmålene i spørgeskemaet.

De indkomne svar vil blive beskrevet anonymt på et overordnet niveau i den Miljøstyrelsesrapport, der bliver resultatet af projektet. Det vil sige, at der ikke vil indgå oplysninger om f.eks. produktnavne i rapporten, som forventes offentliggjort i løbet af 2016.

Indledning

1. Producenter/markedførere I rengøringsprodukter til professionelt brug?

- Ja, kun til professionelt brug
- Ja, både til professionelt og privat brug
- Nej, kun til privat brug

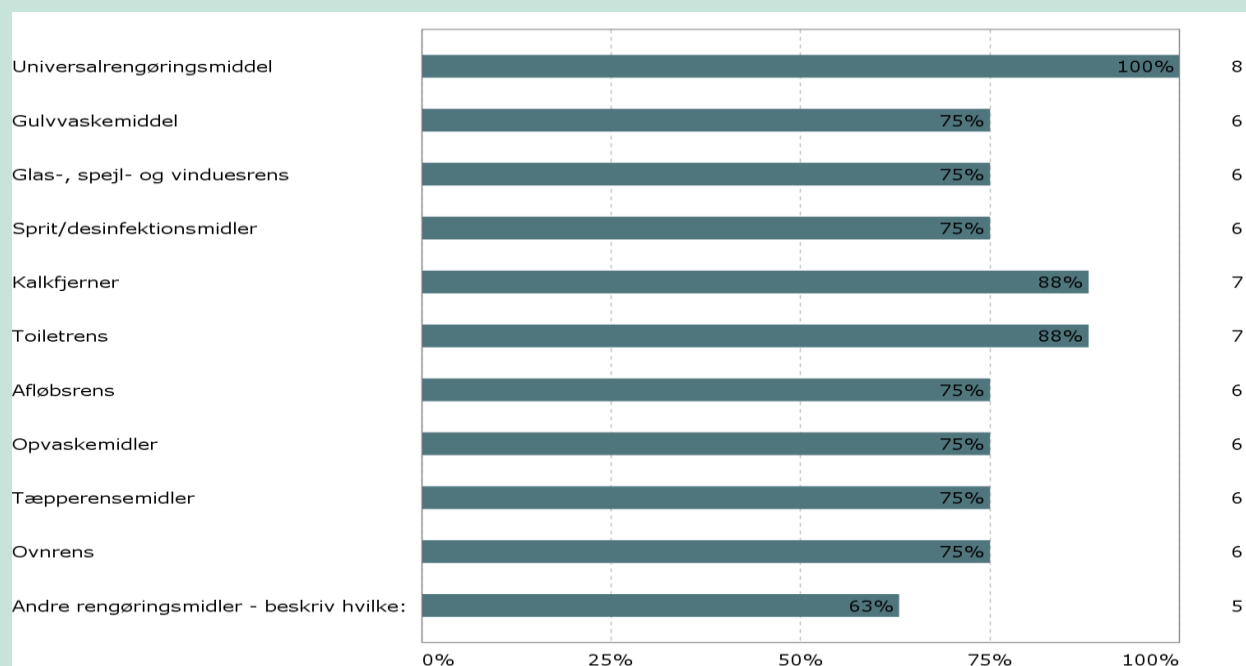
Her svarer 7 ud af 8, at de kun producerer/markedførere til 'professionelt brug', og 1 ud af 8, at de producerer/markedførere til 'både professionelt og privat brug'.

FIGUR 67

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 1, OM HVOR RENGØRINGSPRODUKTERNE SÆLGES HENNE – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

Rengøringsmidler

2. Hvilke typer af rengøringsmidler sælger I? Sæt gerne flere markeringer



De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

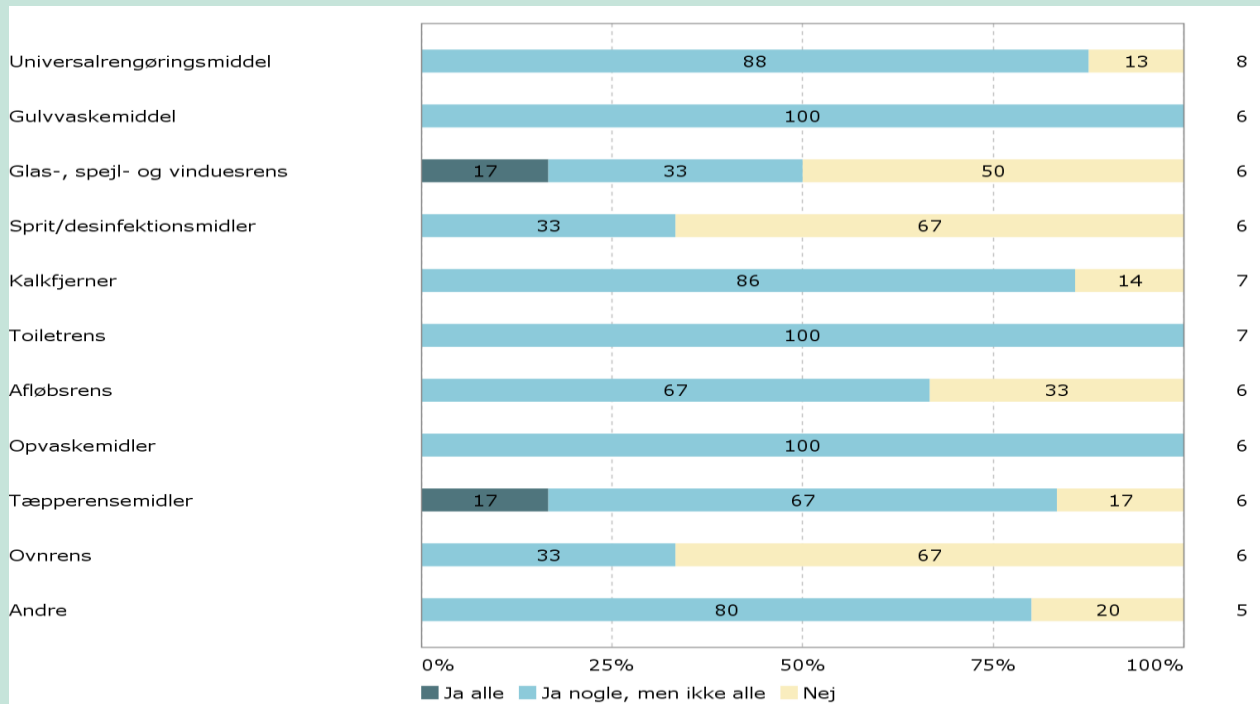
Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 68

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 2, OM TYPER AF RENGØRINGSMIDLER DER SÆLGES – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

Parfumestoffer i rengøringsmidler

3. Indeholder nedenstående af jeres produkter parfumestoffer?



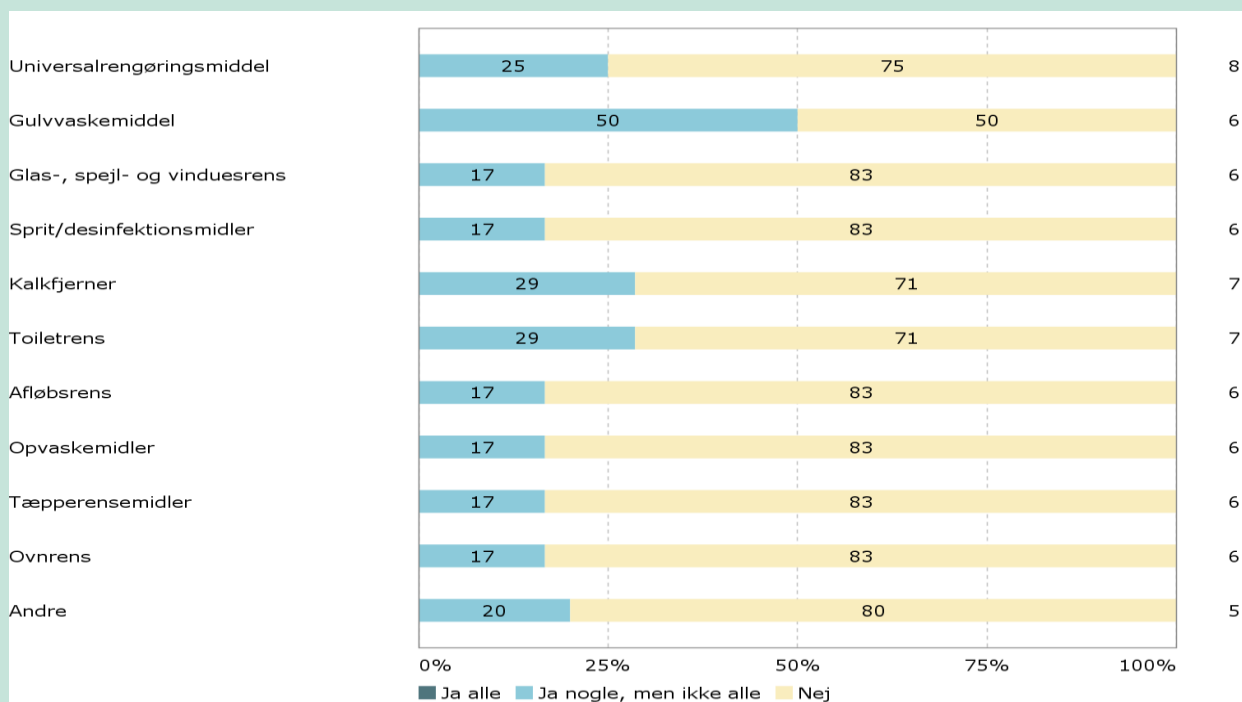
De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 69

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 3, OM INDHOLD AF PARFUMESTOFFER I RENGØRINGSMIDLERNE – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

4. Indeholder nedenstående af jeres produkttyper et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer?



De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 70

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 4, OM INDHOLD AF DEKLARATIONSPLIGTIGE PARFUMESTOFFER I RENGØRINGSMIDLERNE – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

5. Du har svaret "Ja nogle, men ikke alle" til, at følgende af jeres produkttyper indeholder parfumestoffer.

Du bedes angive et ca. procenttal af produkttypen, der indeholder parfumestoffer baseret på mængden af rengøringsmidler, som I sælger.

Type rengøringsmiddel	Andel med parfume	Antal besvarelser
Universalgøringsmiddel	Mellem 10 og 80 %	6 besvarelser
Gulvvaskemiddel	Mellem 10 og 70 %	5 besvarelser
Glas-, spejl- og vinduesrens	50 %	2 besvarelser
Sprit/desinfektionsmidler	2 %	1 besvarelse
Kalkfjerner	Mellem 10 og 95 %	6 besvarelser
Toiletrems	Mellem 5 og 95 %	6 besvarelser
Afløbsrens	Mellem 30 og 86 %	3 besvarelser
Opvaskemidler	Mellem 5 og 80 %	5 besvarelser
Tæpperensmidler	Mellem 50 og 98 %	4 besvarelser
Ovnrens	Mellem 17 og 50 %	2 besvarelser
Andre	Mellem 5 og 50 %	4 besvarelser

De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 71

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 5, OM ANDELEN AF RENGØRINGSMIDLERNE, DER INDEHOLDER PARFUMESTOFFER – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

6. Du har svaret "Ja nogle, men ikke alle" til, at følgende af jeres produkttyper indeholder et eller flere af de 26 deklarationspligtige parfumestoffer.

Du bedes angive et ca. procenttal af produkttypen, der indeholder deklarationspligtige parfumestoffer baseret på mængden af rengøringsmidler, som I sælger.

Type rengøringsmiddel	Andel med parfume	Antal besvarelser
Universalgøringsmiddel	Mellem 25 og 40 %	2 besvarelser
Gulvvaskemiddel	Mellem 30 og 40 %	3 besvarelser
Glas-, spejl- og vinduesrens	66 %	1 besvarelse
Sprit/desinfektionsmidler	2 %	1 besvarelse
Kalkfjerner	Mellem 20 og 34 %	2 besvarelser
Toiletrems	Mellem 1 og 50 %	2 besvarelser
Afløbsrens	86 %	1 besvarelse
Opvaskemidler	26 %	1 besvarelse
Tæpperensmidler	98 %	1 besvarelse
Ovnrens	17 %	1 besvarelse
Andre	25 %	1 besvarelse

De andre typer af rengøringsmidler, der blev beskrevet, var følgende:

Tøjvask (2), sanitetsrengøring (2), olie/fedt-fjerner til professionelt brug (1).

FIGUR 72

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 6, OM ANDELEN AF RENGØRINGSMIDLERNE DER INDEHOLDER DEKLARATIONSPLIGTIGE PARFUMESTOFFER – BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

Markedsandel

**7. Hvor stor en samlet andel af jeres rengøringsmidler indeholder parfumestoffer?
Angiv gerne som et cirka procenttal baseret på mængden af rengøringsmidler, som I sælger.**

Der er angivet tal for samlet andel af rengøringsmidler, der indeholder parfumestoffer, på mellem 0 og 70 %.

FIGUR 73

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 7, OM DEN SAMLEDE ANDEL AF RENGØRINGSMIDLERNE DER INDEHOLDER PARFUMESTOFFER –
BASERET PÅ I ALT 8 BESVARELSER

**8. Hvor stor en andel af det danske marked for rengøringsmidler vil I skyde på, at I dækker?
Angiv gerne som et cirka procenttal baseret på mængden af rengøringsmidler, som I sælger.**

Der er angivet tal for markedsandele på mellem 1 og 40 %.

FIGUR 74

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 8, OM DEN SAMLEDE MARKEDSANDEL FOR RENGØRINGSMIDLERNE – BASERET PÅ I ALT 8
BESVARELSER

Bilag 8: Spørgeskemaundersøgelse i detailhandlen (HK Handel)

Der blev i samarbejde med følgegruppen for projektet udarbejdet et spørgeskema, der blev sendt til HK Handels 3.346 medlemmer inden for tøj- og møbelbranchen. Både spørgsmål, de lukkede og/eller åbne svarmuligheder, samt fordelingen af de indkomne svar er angivet nedenfor.

Af de indkomne svar (og kommentarer) fremgik det, at en enkelt person, der ikke arbejdede i detailhandlen (var bogholder på et kontor), havde svaret på spørgeskemaet. Denne persons besvarelser blev trukket ud af undersøgelsen, da vedkommende var uden for målgruppen, og indgår således ikke i rapporteringen præsenteret nedenfor.

Der var i alt 59 personer i detailhandlen, der svarede på spørgeskemaet, og yderligere 3 personer, der startede på spørgeskemaet, men uden at gennemføre det. Dvs. på de første spørgsmål er der i alt 62 besvarelser og 59 besvarelser af de sidste spørgsmål.

Svarfordelingen er vist grafisk for alle spørgsmål, hvor bjælkerne viser den procentvise fordeling af svarene på de angivne svarmuligheder (nedad i rækker). Det faktiske antal besvarelser er angivet helt til højre ude for enden af hver række i graferne.

Indledende tekst til spørgeskemaet

Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet har brug for din hjælp til at samle viden om brugen af parfume i danske detailbutikker. Vi samler viden om, hvor mange butikker der anvender parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken, og om det er til gene for de ansatte (dvs. dig), når der anvendes parfume på denne måde.

Efter undersøgelsen trækker vi lod om 10 gavekort (fra gavekortet.dk) til en værdi af 500 kr. blandt de udfyldte besvarelser. Det eneste, du skal gøre for at deltage i konkurrencen, er at skrive din mailadresse til sidst i spørgeskemaet. Gør du det, har du en chance for at vinde én af de 10 gavekort.

Vi håber du vil bruge 5-8 minutter på at svare på spørgeskemaet inden den 9. oktober 2015. Din besvarelse vil være anonym, også hvis du deltager i konkurrencen.

Har du kommentarer til spørgeskemaet, kan du notere dem sidst i skemaet.

Spørgeskemaet er udviklet i samarbejde med bl.a. HK Handel, Dansk Erhverv, Miljøstyrelsen, Arbejdstilsynet og andre af branchens parter.

Hvis du har spørgsmål til spørgeskemaet, så kontakt venligst Pia Brunn Poulsen, FORCE Technology via mail.

Baggrund for spørgeskemaundersøgelsen og projektet

Spørgeskemaet er en del af et projekt kaldet ”Kortlægning og anvendelsen af parfume i hhv. rengøringsbranchen og detailhandlen”, som FORCE Technology og Rambøll udfører for Miljøstyrelsen. Projektets formål er at skabe et overblik over omfanget af anvendelsen af parfume i de to brancher, og for detailhandlen er der fokus på anvendelsen af parfumestoffer til markedsføring, dvs. til at skabe en særlig stemning i butikken.

Parfumestoffer og allergi

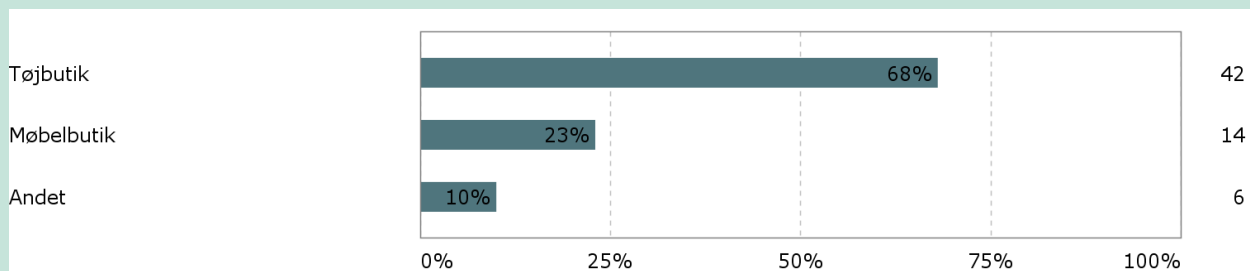
Parfumestoffer (duftstoffer) findes i mange forskellige produkter, såsom deodoranter, cremer, sæber, hygiejnebind og stearinlys, og anvendes også i butikker til at skabe en særlig stemning. Der

findes ca. 2.500 forskellige duftstoffer, og ca. 100 af disse ved vi i dag er allergifremkaldende hos mennesker.

Parfume kan være årsag til udvikling af allergi ved kontakt med huden, men kan dog også give en overfølsomhed via indånding og udløse reaktioner i form af fx nys, hoste, øjenirritation eller besværet vejrtrækning.

Arbejdssituation

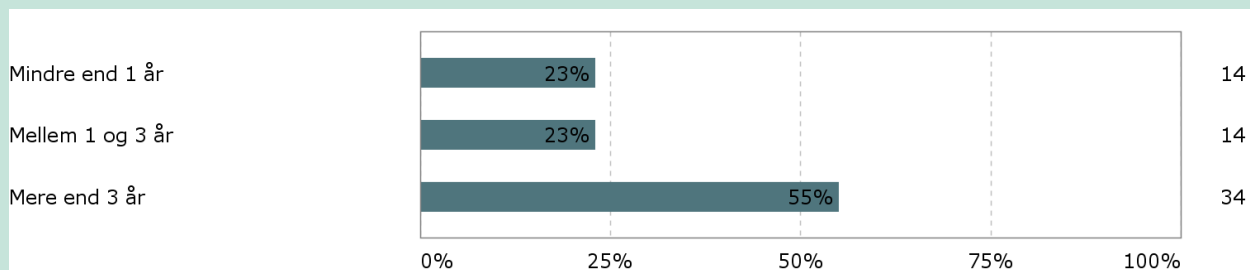
1. Hvilken type butik arbejder du i?



Der er ikke angivet, hvilken anden type af butik, som de 6 personer, der har svaret "andet", arbejder i.

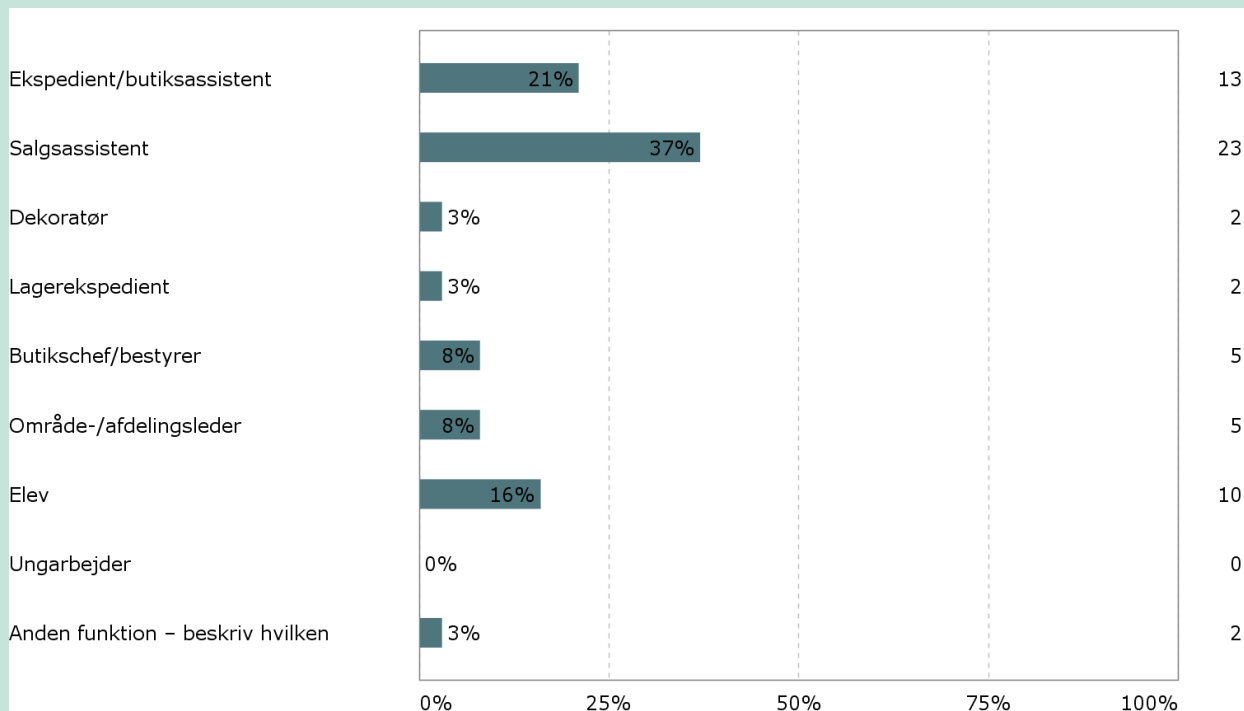
FIGUR 75
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 1 OM TYPEN AF BUTIK – BASERET PÅ I ALT 62 BESVARELSER

2. Hvor længe har du arbejdet i den pågældende butik?



FIGUR 76
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 2 OM ANCINITET I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 62 BESVARELSER

3. Hvad er din funktion i butikken? Vælg den funktion, der passer bedst.



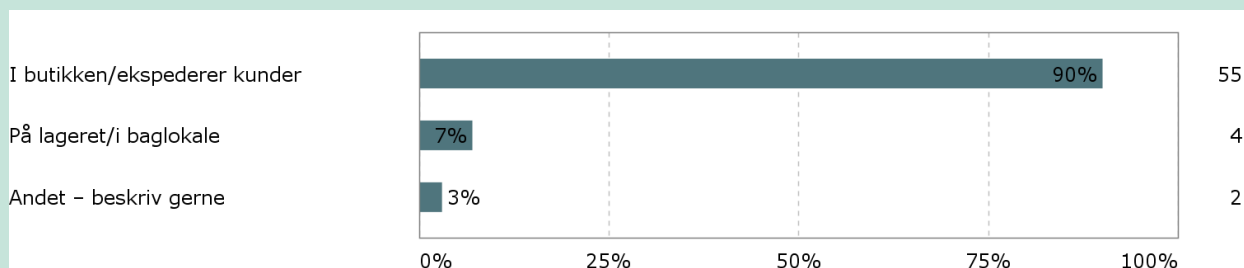
De to besvarelser med ”anden funktion” blev besvaret med følgende:

- Bogholder i en tøjbutik
- Butiksansvarlig (i anden butik end tøj- og møbelbutik)

FIGUR 77

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 3 OM FUNKTION I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 62 BESVARELSER

4. Hvor bruger du de fleste af dine arbejdstimer?



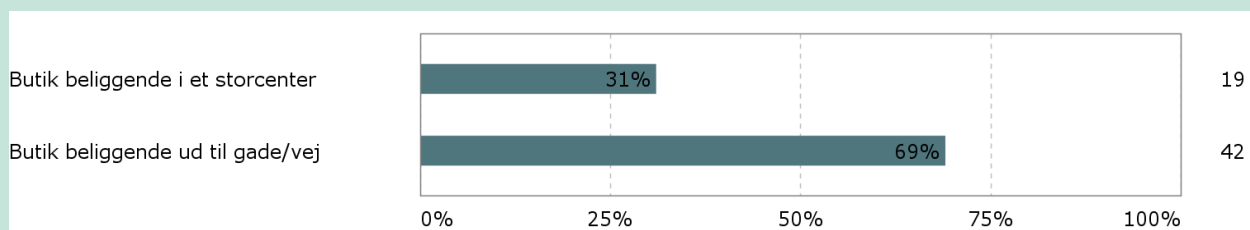
De to besvarelser med ”andet – beskriv gerne” blev besvaret med følgende:

- På mit kontor (er bogholder i tøjbutik)
- Både på lager og i butik

FIGUR 78

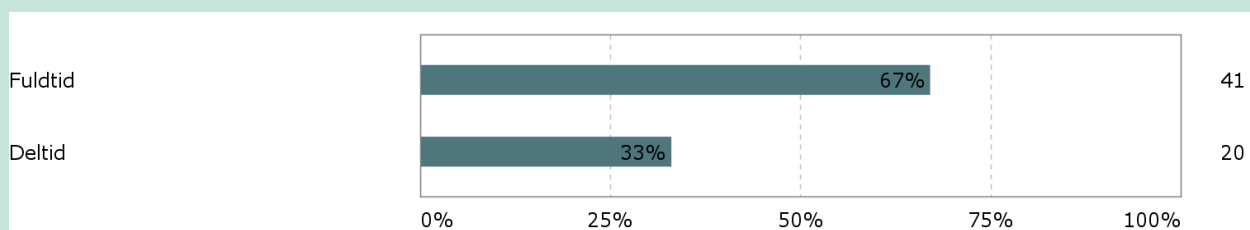
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 4 OM DET PRIMÆRE ARBEJDSSTED I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 61 BESVARELSER

5. Hvilken type arbejdsplads arbejder du på? Vælg den svarmulighed, der passer bedst.



FIGUR 79
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 5 OM TYPEN AF ARBEJDSPLADS – BASERET PÅ I ALT 61 BESVARELSER

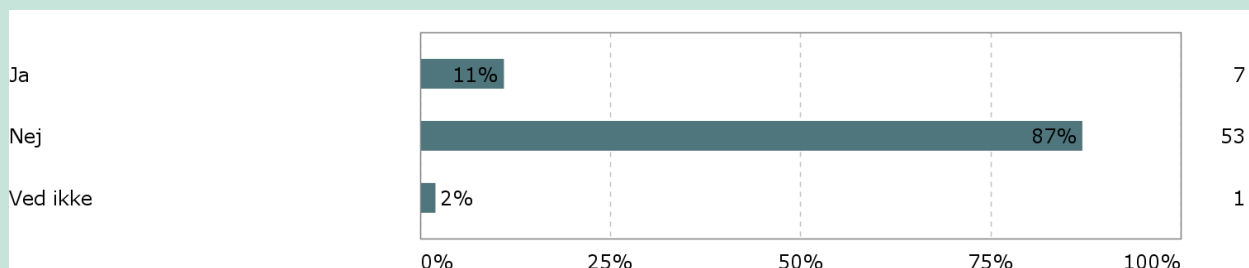
6. Er du fuldtids- eller deltidsansat?



FIGUR 80
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 6 OM FULDTIDS- ELLER DELTIDSANSAT I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 61 BESVARELSER

Brug af parfumestoffer i butikken

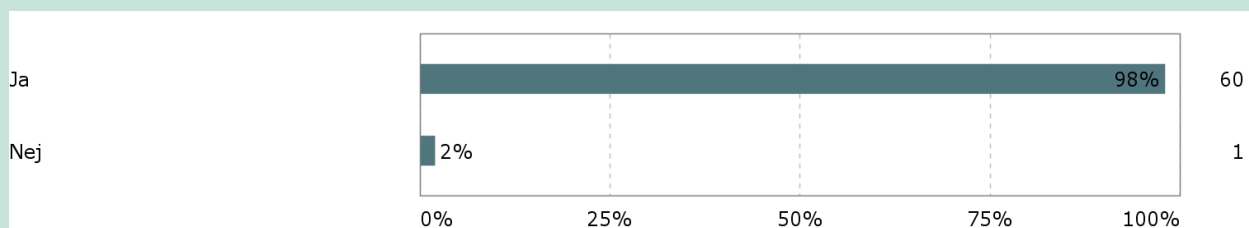
7. Bliver der bevidst anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i den butik, du arbejder i?



Det skal bemærkes, at dem, der har svaret "ja", udelukkende er blandt de personer, der har svaret, at de arbejder i enten tøj- eller møbelbutik. Af disse stammer 4 fra en tøjbutik og 3 fra en møbelbutik.

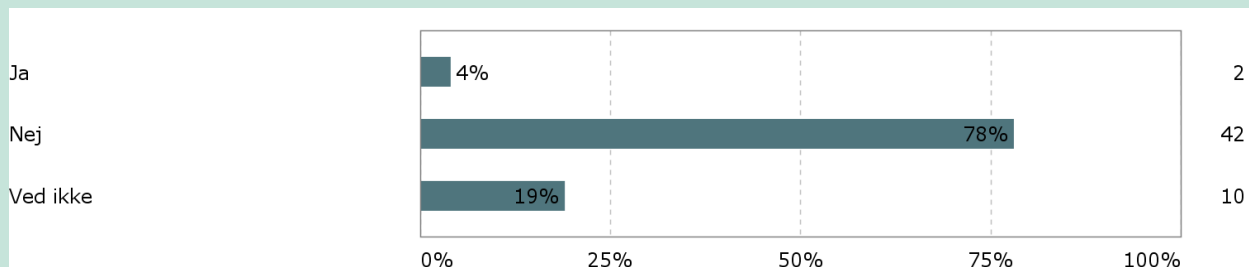
FIGUR 81
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 7 OM BRUG AF PARFUMESTOFFER I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 61 BESVARELSER

8. Vidste du, at parfumestoffer kan give allergi?



FIGUR 82
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 8 OM VIDEN OM PARFUMESTOFFER OG ALLERGI – BASERET PÅ I ALT 61 BESVARELSER

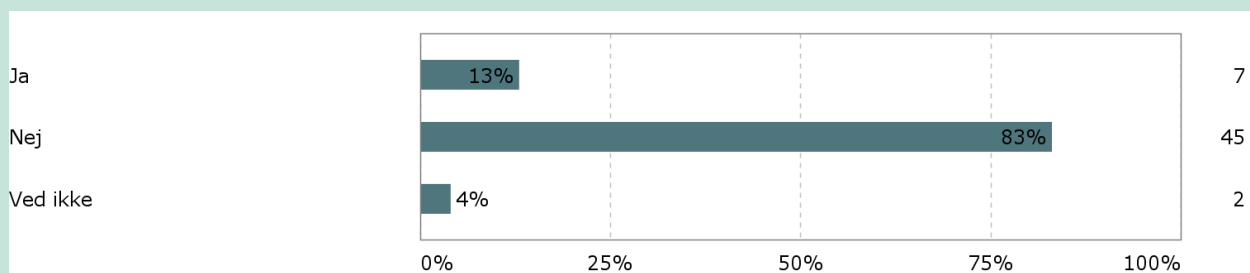
9. Er der planer om at anvende dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken, hvor du arbejder?



Det skal bemærkes, at det kun er de personer, der ikke svarede "ja" til spørgsmål nr. 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål. De to, der har svaret "ja" stammer begge fra en tøjbutik.

FIGUR 83
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 9 OM PLANER OM AT ANVENDE DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 54 BESVARELSER

10. Har du nogensinde været ansat i en butik, hvor der blev anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken?



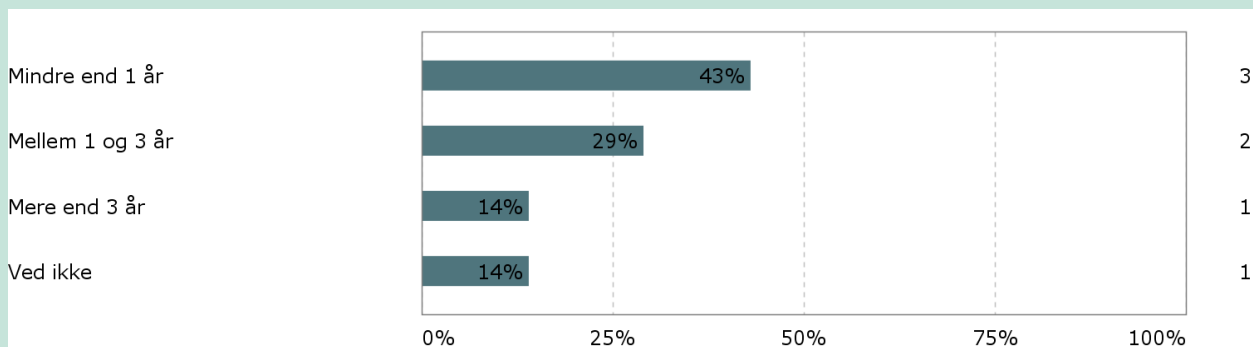
Det skal bemærkes, at det kun er de personer, der ikke svarede ”ja” til spørgsmål nr. 7, der har fået stillet dette spørgsmål. Følgende kommentarer blev givet til spørgsmålet:

- I en brugskunstbutik, hvor de anvendte duftpinde.
- Tøjbutik, hvor duftelys skulle skabe stemning (og afhjælpe dårlig lugt).
- Matas. Ved test af parfume over for kunden. Samt en duft blev sprøjtet rundt omkring - så der kom en duft i hele butikken. Som måske ledte til salg.
- Abercrombie and Fitch – fierce.
- I Magasin - var elev i parfumeafdelingen. Dufte var en stor del af vores hverdag....

FIGUR 84

SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 10 OM TIDLIGERE ANSÆTTELSE I BUTIK, HVOR DER BLEV ANVENDT DUFTE – BASERET PÅ I ALT 54 BESVARELSER

11. Hvor længe har dit arbejdssted gjort brug af dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken?

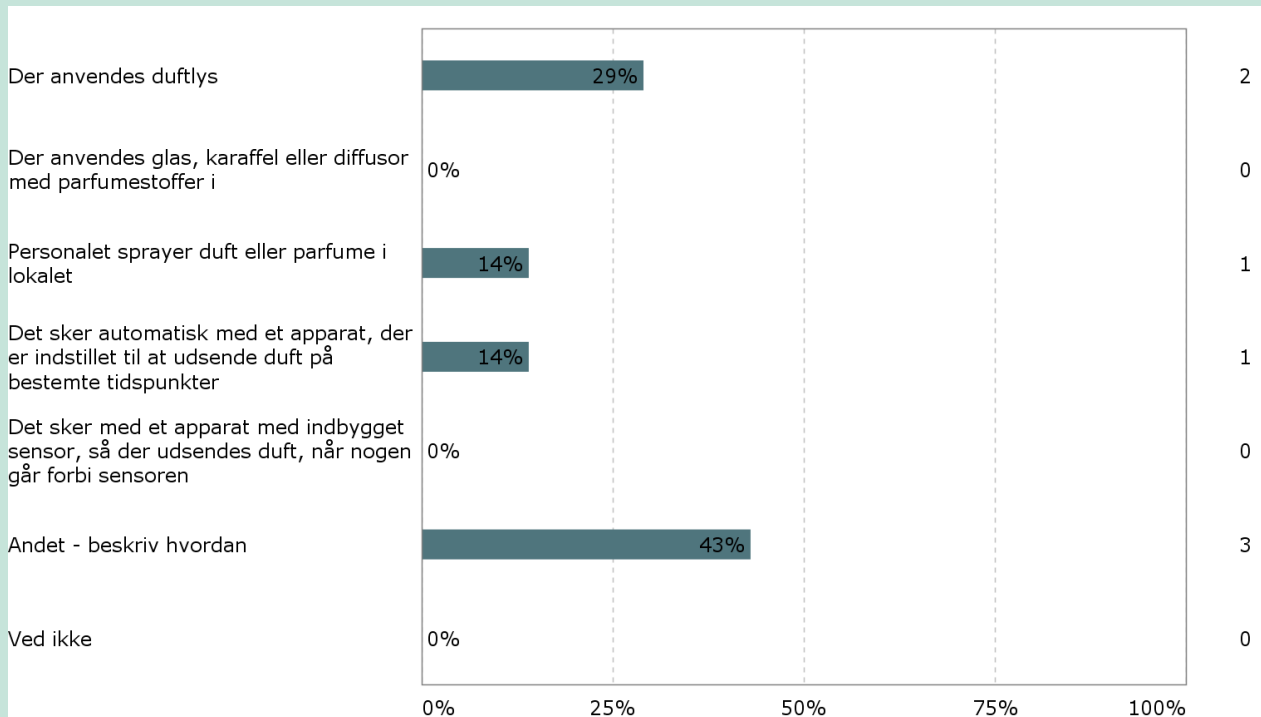


Det skal bemærkes, at det kun er de 7 personer, der svarede ”ja” til spørgsmål nr. 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

FIGUR 85

SVARFORDDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 11 OM, HVOR LÆNGE BUTIKKEN HAR ANVENDT DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 7 BESVARELSER

12. Hvilken metode anvendes til at udsende duftstoffer i butikken? Vælg den svarmulighed, der passer bedst.



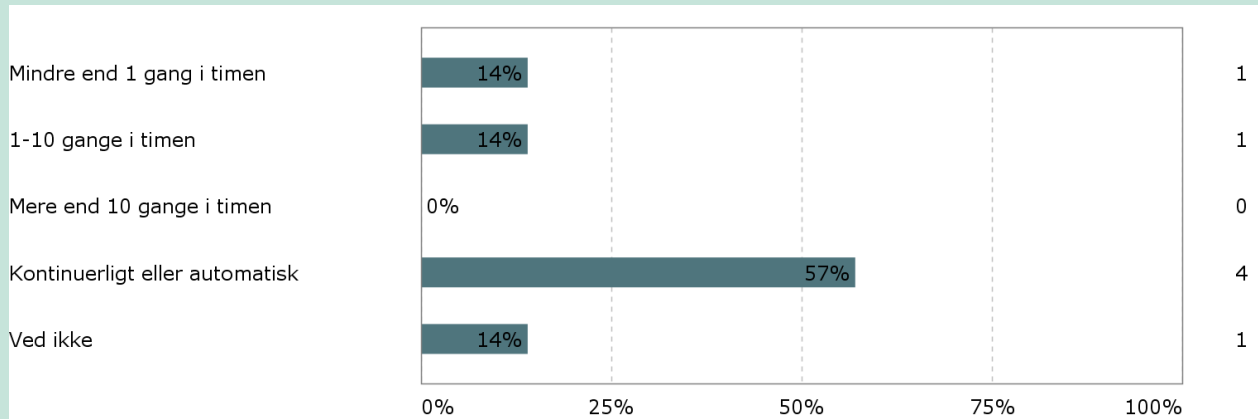
Det skal bemærkes, at det kun er de 7 personer, der svarede "ja" til spørgsmål nr. 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

De personer, der har svaret "andet", har angivet følgende forklaringer:

- Der bages kanelnegle omkring spisetiderne... (møbelbutik)
- Udsendes konstant fra apparat i loft (tøjbutik)
- Vaskepulver og skyllemiddel (tøjbutik)

FIGUR 86
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 12 OM METODEN, HVORVED DER ANVENDES DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 7 BESVARELSER

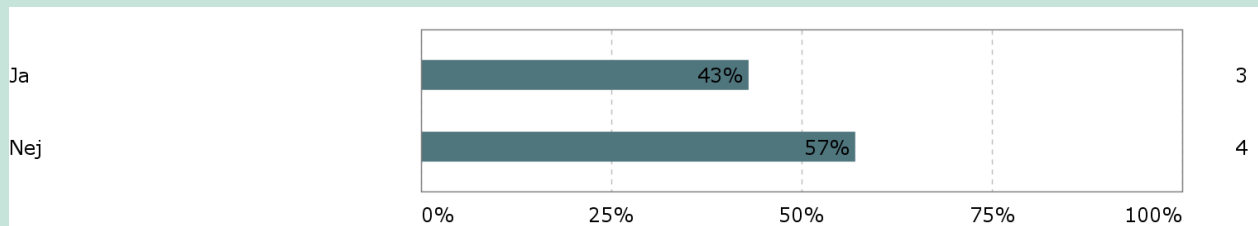
13. Hvor ofte udsendes der duftstoffer i butikken?



Det skal bemærkes, at det kun er de personer, der svarede "ja" til spørgsmål 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

FIGUR 87
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 13 OM, HVOR OFTE DER UDSENDES DUFTESTOFFER I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 7
BESVARELSER

14. Har du diskuteret brugen af parfumestoffer i butikken med dine kollegaer eller chef/leder?

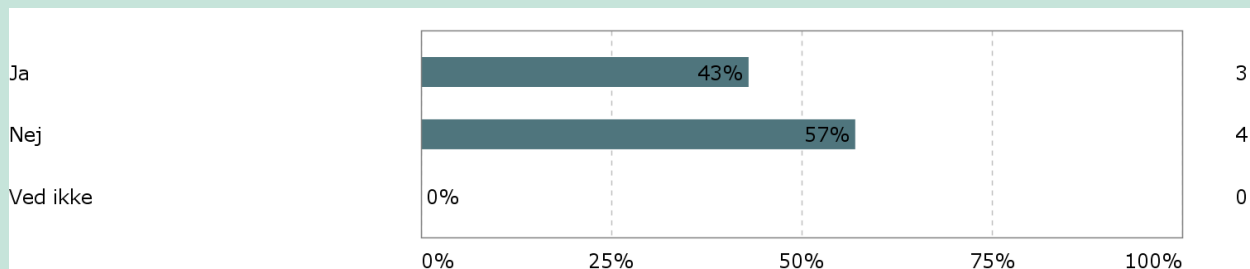


Det skal bemærkes, at det kun er de personer, der svarede "ja" til spørgsmål 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

FIGUR 88
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 14 OM DISKUSSION AF BRUGEN AF PARFUMESSTOFFER I BUTIKKEN MED KOLLEGAER – BASERET
PÅ I ALT 7 BESVARELSER

Eventuelle påvirkninger fra brug af parfumestoffer i butikken

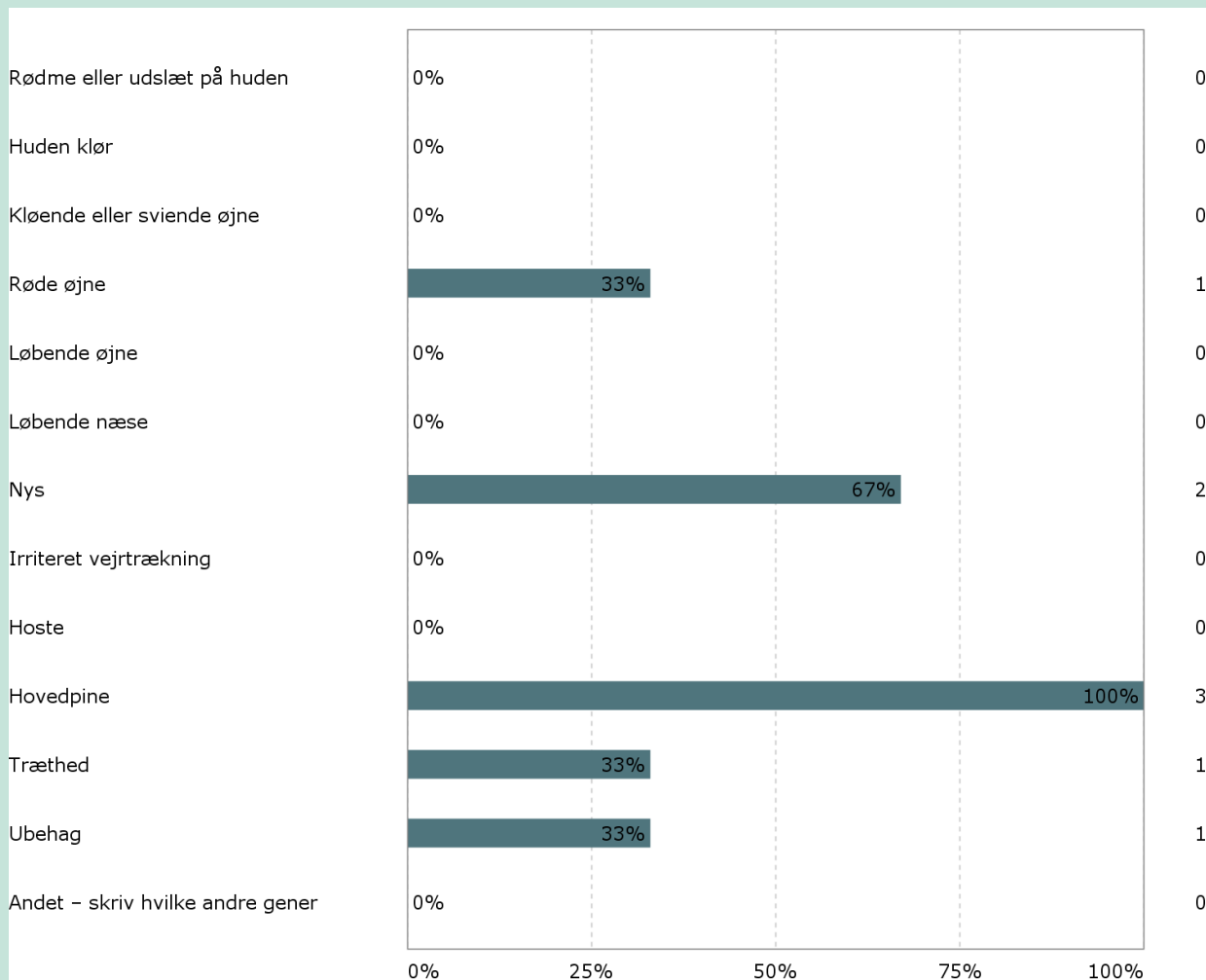
15. Har du oplevet gener på din nuværende arbejdsplads, som du forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken?



Det skal bemærkes, at det kun er de personer, der svarede ”ja” til spørgsmål 7 om brugen af parfumestoffer i butikken, der har fået stillet dette spørgsmål.

FIGUR 89
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 15 OM EVENTUELLE GENER FRA BRUG AF DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 7 BESVARELSER

**16. Hvilke gener har du oplevet, som du forbinder med brugen af parfumestoffer i butikken?
Sæt gerne flere markeringer:**



Det skal bemærkes, at det kun er de 3 personer, der svarede "ja" til spørgsmål 15, der har fået stillet dette spørgsmål. Der har været mulighed for at angive flere gener for hver person.

FIGUR 90
SVARFORDELING PÅ SPØRGSMAÅL NR. 16 OM EVENTUELLE GENER FRA BRUGEN AF DUFTE I BUTIKKEN – BASERET PÅ I ALT 3
BESVARELSER

17. Har du kommentarer til spørgeskemaet eller brugen af dufte eller parfumestoffer på din arbejdsplads, så skriv dem gerne her

1. Jeg synes helt klart, at der skal gøres noget ved de butikker, som bruger dufte. Der er utrolig mange, der lider af allergi, og som ikke kan få vejret i disse butikker.
2. Vil til enhver tid foretrække en butik, der ikke gør brug af dette, da vi har rigeligt i hverdagen, der gør det til et helvede at være astmatiker.
3. For et år siden havde vi en maskine, der selv smed duft ud i lokalet. Den løb tom, og der er heldigvis ikke kommet en ny op. Mine kollegaer bruger så rigtig meget parfume på sig selv, og det kan også være irriterende, især når de lige i toiletpausen sprayer sig igen. Nu har vi så et duftlys, der mest er tændt i de mørke timer, som vi går i møde nu. Jeg nyser tit, men har hele tiden forbundet det med støv og fnuller i luften, ikke med duftene.
4. Det er uudholdeligt at opholde sig i en parfumeret butik.
5. Vi opfordres desuden til at spraye duft på det stykke silkepapir, som alle kunder får deres køb pakket ind i!
6. På min arbejdsplads bliver der ikke brugt parfume til at skabe stemning. Vi har dog en kosmetikafdeling, hvor der er parfume i mange af produkterne, og jeg synes, det er til gene, når kunderne prøver produkterne, da afdelingen ligger lige op til kassen, og man derfor ikke kan undgå at lugte parfumen.
7. I butikken er der så mange afdunstninger af læder, lak, skum, maling, at jeg efter 40 år i branchen er mærket af det "malerhjerne". I vedligeholdelsesprodukterne er der masser af duftmidler, men de er ikke frigjort i butikken, men hjemme hos folk.
8. Jeg ville ikke være ok med, at der bliver brugt parfumestoffer på min arbejdsplads.
9. Stærke lugte forekommer ved udpakning af varer. Især imprægneret tøj.
10. Jeg synes, det er lidt overvurderet og en dårlig idé med dufte, der fremkalder allergi.
11. Jeg reagerede meget over parfume i Matas tiden. Så til sidst stod jeg aldrig i parfumeafdelingen.

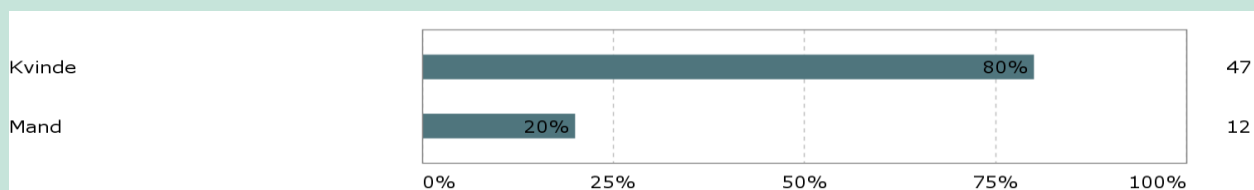
Kommentar nr. 3 og 5 stammer fra personer, der har svaret "ja" til, at de arbejder i en butik, hvor der bevidst udsendes dufte (spørgsmål nr. 7). De resterende kommentarer stammer fra personer, der har svaret "nej" til dette.

FIGUR 91

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 17 OM KOMMENTARER TIL SPØRGESKEMAET ELLER BRUGEN AF DUFTE PÅ ARBEJDSPLADSEN –
BASERET PÅ I ALT 11 BESVARELSER

Baggrundsspørgsmål

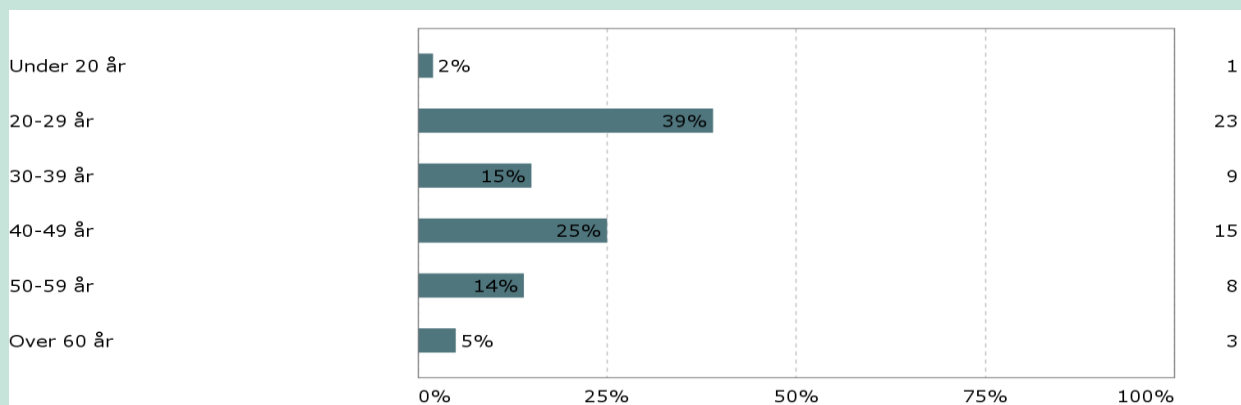
18. Hvilket køn er du?



FIGUR 92

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 18 OM FORDELING AF KØN – BASERET PÅ I ALT 59 BESVARELSER

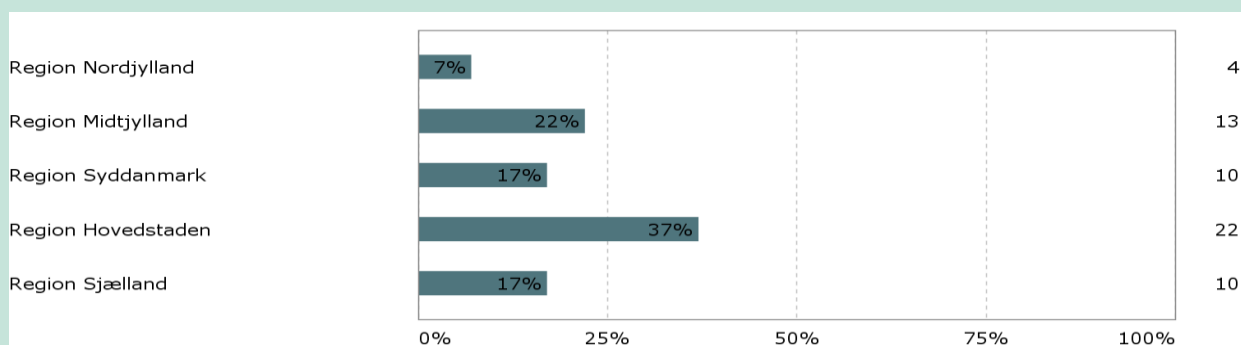
19. Angiv din alder



FIGUR 93

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 19 OM ALDERSFORDELING – BASERET PÅ I ALT 59 BESVARELSER

20. Angiv hvor dit arbejdssted ligger



FIGUR 94

SVARFORDELING PÅ SPØRGSMÅL NR. 20 OM LOKATION AF ARBEJDSSTED – BASERET PÅ I ALT 59 BESVARELSER

Bilag 9: Forskellige udtræk af besvarelserne fra detailhandlen (HK Handel) – besvarelser fordelt på andre besvarelser

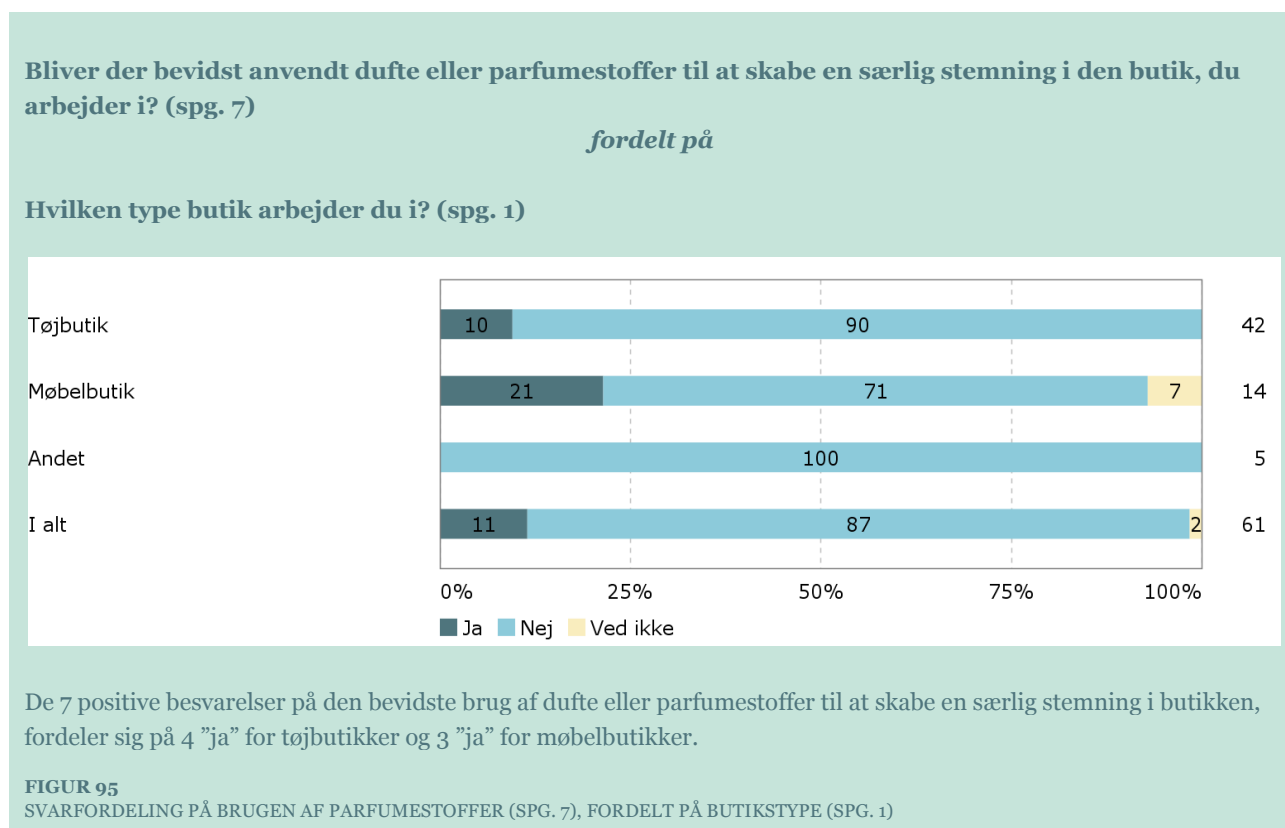
I dette bilag præsenteres besvarelserne fra detailhandlen (HK Handel) fordelt på forskellige andre spørgsmål. Det vil f.eks. sige, at der præsenteres fordelingen af, hvordan brugen af parfumestoffer til at skabe stemning i butikken fordeler sig på type af butik (møbel- eller tøjbutik).

Følgende typer af besvarelser fordelt på andre besvarelser er foretaget:

- Brugen af parfumestoffer fordelt på butikstype
- Brugen af parfumestoffer fordelt på type af arbejdsplads
- Brugen af parfumestoffer fordelt på hvor længe man har arbejdet i butikken

Graferne skal læses således, at første spørgsmål er angivet med de forskellige svarmuligheder i hver sin farve i grafen. For andet spørgsmål er svarmulighederne angivet i venstre side – nedad for hver svarmulighed.

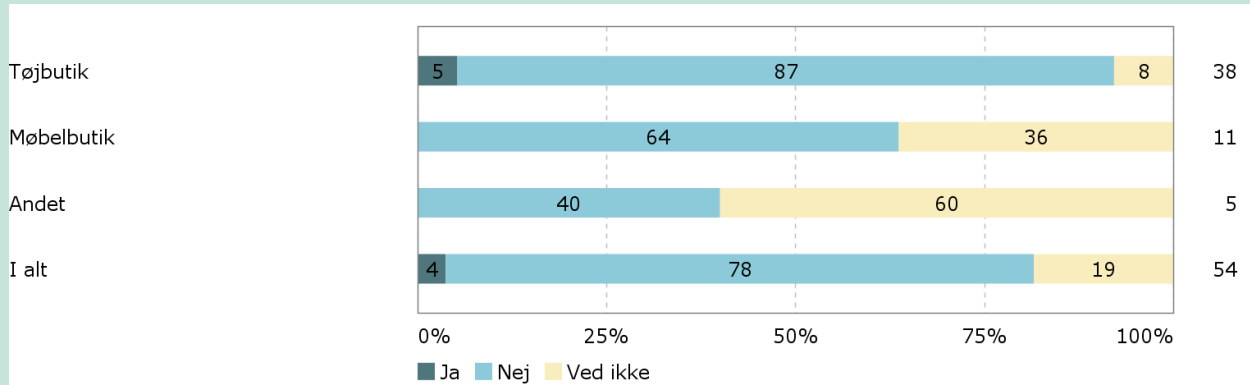
Brugen af parfumestoffer fordelt på butikstype



Er der planer om at anvende dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken, hvor du arbejder? (spg. 9)

fordelt på

Hvilken type butik arbejder du i? (spg. 1)



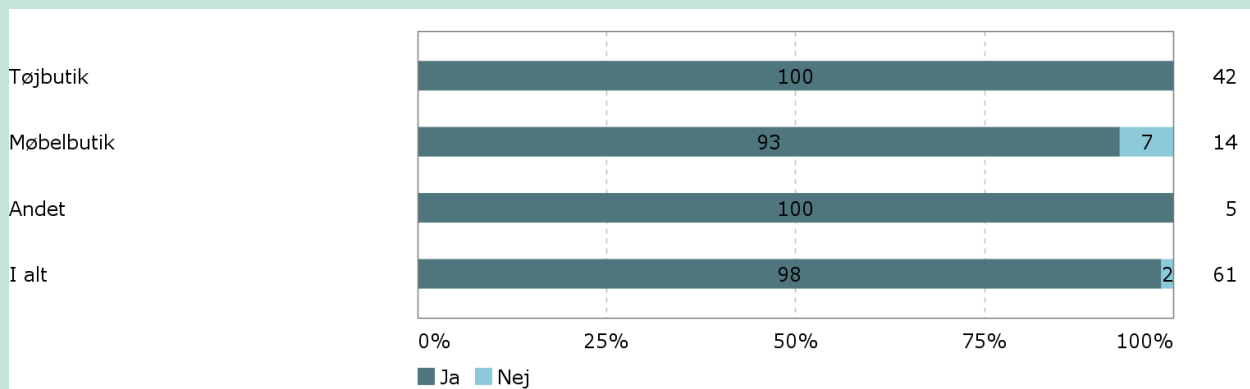
Bemærk, at det er udelukkende dem, der har svaret "nej" eller "ved ikke" til, at der anvendes dufte eller parfumestoffer i deres butik, der har svaret på dette spørgsmål.

FIGUR 96
SVARFORDELING PÅ PLANEN OM BRUG AF PARFUMESTOFFER (SPG. 9), FORDELTE PÅ BUTIKSTYPER (SPG. 1)

Vidste du, at parfumestoffer kan give allergi? (spg. 8)

fordelt på

Hvilken type butik arbejder du i? (spg. 1)



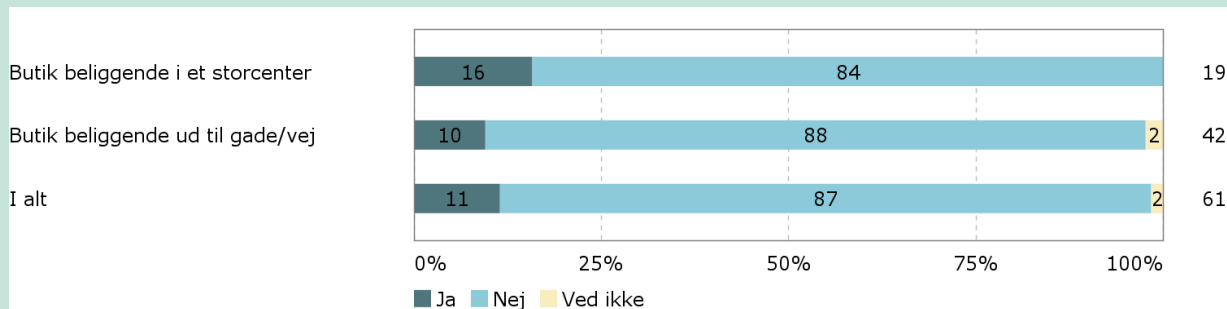
FIGUR 97
SVARFORDELING PÅ VIDEN OM PARFUMESTOFFER OG ALLERGI (SPG. 8), FORDELTE PÅ BUTIKSTYPER (SPG. 1)

Brugen af parfumestoffer fordelt på type af arbejdsplads

Bliver der bevidst anvendt dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i den butik, du arbejder i? (spg. 7)

fordelt på

Hvilken type arbejdsplads arbejder du på? Vælg den svarmulighed, der passer bedst. (spg. 5)



De 7 positive besvarelser på den bevidste brug af dufte eller parfumestoffer til at skabe en særlig stemning i butikken, fordeler sig på 3 "ja" for butikker beliggende i et storcenter og 4 "ja" for butikker beliggende ud til gade/vej.

FIGUR 98

SVARFORDELING PÅ BRUGEN AF PARFUMESTOFFER (SPG. 7), FORDELTE PÅ BELIGGENDHEDEN AF BUTIKKEN (SPG. 5)

Kortlægning af anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandlen

Parfumestoffer er på Miljøstyrelsens Liste over Uønskede Stoffer, bl.a. fordi mange duftstoffer er allergifremkaldende. Miljøstyrelsen har i samarbejde med Arbejdstilsynet gennemført en spørgeskemaundersøgelse og en kortlægning for at belyse anvendelsen af parfume i rengøringsbranchen og detailhandelen. Kortlægningen viser, at der anvendes allergene parfumer i rengøringsbranchen, men også at mange arbejdspladser søger at undgå parfume i rengøringsmidlerne. Udbredelsen af duft marketing er tilsyneladende relativt begrænset i Dansk detailhandel.



**Miljø- og
Fødevareministeriet**
Miljøstyrelsen

Strandgade 29
DK - 1401 København K
Tlf.: (+45) 72 54 40 00

www.mst.dk