

Inddragelse af miljøhensyn ved indkøb og design af tekstilprodukter

Interviews af designere og indkøbere

Eva Himmelstrup Dahl
Rambøll

Tina Hjort
Foreningen til Fremme af Bæredygtigt Design

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

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

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

Indhold

FORORD	5
SAMMENFATNING OG KONKLUSIONER	7
SUMMARY AND CONCLUSIONS	10
1 UDVALGTE INTERVIEWS	13
1.1 INTERVIEW 1	13
1.1.1 <i>Designeren og arbejdsprocesser</i>	13
1.1.2 <i>Designeren/indkøberens miljøkendskab og holdning</i>	14
1.1.3 <i>Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn</i>	15
1.1.4 <i>Bogens indhold</i>	17
1.2 INTERVIEW NR. 2	18
1.2.1 <i>Designeren og arbejdsprocesser</i>	18
1.2.2 <i>Designeren/indkøberens miljøkendskab og holdning</i>	19
1.2.3 <i>Hvis designeren ikke arbejder med miljøhensyn</i>	19
1.2.4 <i>Bogens indhold</i>	21
1.3 INTERVIEW NR. 3	22
1.3.1 <i>Designeren og arbejdsprocesser</i>	22
1.3.2 <i>Designeren/indkøberens miljøkendskab og holdning</i>	23
1.3.3 <i>Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn</i>	23
1.3.4 <i>Bogens indhold</i>	25
1.4 INTERVIEW NR. 4	26
1.4.1 <i>Designeren og arbejdsprocesser</i>	26
1.4.2 <i>Designeren/indkøberens miljøkendskab og holdning</i>	27
1.4.3 <i>Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn</i>	28
1.4.4 <i>Bogens indhold</i>	29
1.5 INTERVIEW NR. 5	30
1.5.1 <i>Designeren og arbejdsprocesser</i>	30
1.5.2 <i>Designeren/indkøberens miljøkendskab og holdning</i>	31
1.5.3 <i>Hvis designeren ikke arbejder med miljøhensyn</i>	31
1.5.4 <i>Bogens indhold</i>	33
1.6 RESUMÉ AF INTERVIEW 6-8	34
1.6.1 <i>Barrierer</i>	34
1.6.2 <i>Miljømærker</i>	34
1.6.3 <i>Kundekrav og drivkræfter</i>	35
1.6.4 <i>Er der brug for et værktøj?</i>	35
 Bilag A	 36

Forord

Rapporten omfatter en række interviews med designere/indkøbere fra 8 forskellige virksomheder og er resultatet af fase 2 i projektet ”Inddragelse af miljøhensyn ved indkøb og design af tekstilprodukter”. Projektet er gennemført med tilskud fra Miljøstyrelsens Program for renere produkter m.v..

Interviewene blev gennemført i perioden den 17 marts til den 10 maj 2000. Rapporten fungerer som baggrundsmateriale, for udarbejdelse af en miljøhåndbog/guidelines til indkøbere og designere¹. Interviewene er anonymiserede.

Fase 2 i projektet har til formål at afdække de barrierer designere og indkøbere støder på ved inddragelse af miljøhensyn i designprocessen, samt at få en fornemmelse af hvilke behov eller krav designere og indkøbere har til et enkelt og brugervenligt værktøj. Det er projektets formål at udarbejde dette værktøj i form af en håndbog målrettet designere og indkøbere og med et grafisk udtryk, der passer til målgruppen.

Fase 2 blev gennemført som en interviewrunde af 8 udvalgte designere/indkøbere. Ved valget af designere/indkøbere blev der lagt vægt på at dække så bredt i branchen som muligt, idet der blev valgt virksomheder, der i antallet af ansatte strakte sig fra et enkeltmandsfirma til en virksomhed med over 250 ansatte i Danmark.

Oprindeligt blev der udvalgt ti virksomheder til interviewrunden. Desværre blev det kun muligt at gennemføre interviews på 8 af virksomhederne, da to af virksomheder blev nødt til at melde fra.

De fleste af de interviewede personer er designere, men flere af dem er selv ansvarlige for indkøb af tekstiler m.v. Det har derfor været af mindre betydning, at kun én af de interviewede personer decideret er beskæftiget som indkøber.

Interviewene er gennemført med udgangspunkt i en række spørgsmål. Spørgsmålene er bygget op i følgende afsnit:

”Designeren/indkøberen og arbejdsprocesser”

Dette afsnit afdækker generelle oplysninger om den enkelte virksomhed/designer

”Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning”

Dette afsnit afdækker designerens/indkøberens kendskab og holdninger til miljøvenlige tekstiler og økologi generelt

¹ Guidelines – en håndbog om miljø for tekstil- og modebranchen. Udgivet af Foreningen til Fremme af Bæredygtigt Design. Fås via bestilling på nettet på adressen www.psd-dk.com og koster 50,00 kr.

”Hvis designeren/indkøberen allerede arbejder med miljøhensyn”

Dette afsnit er henvendt til den designer/indkøber, der allerede arbejder med miljøhensyn. Afsnittet afdækker designerens/indkøberens erfaringer med at arbejde med miljøet, særligt med henblik på hvilke barrierer man er stødt på.

”Hvis designeren/indkøberen ikke arbejder med miljøhensyn”

Dette afsnit er henvendt til den designer/indkøber, der ikke inddrager miljøhensyn i arbejdsprocessen og skal afdække hvilke barrierer, de mener der er, og hvordan man kan overkomme dem.

”Bogens indhold”

Dette afsnit afdækker designeres/indkøberes ønsker og behov i forhold til bogens indhold samt grafiske udtryk.

Interviewene følger så vidt muligt spørgsmålene. Ikke alle spørgsmål blev stillet til samtlige interviewede, da deres svar i nogle tilfælde dækkede mere end et spørgsmål.

Interviewene blev gennemført af Tina Hjort, Foreningen til Fremme af Bæredygtigt Design (FFBD) og Eva Himmelstrup Dahl, RAMBØLL.

Sammenfatning og konklusioner

Alle interviewede designere/indkøbere var meget interesserede i at deltage i projektet og udviste stor interesse for ideen med udarbejdelse af en enkel og brugervenlig håndbog målrettet designere og indkøbere.

Man kan ikke på baggrund af interviewene entydigt konkludere hvilken type virksomhed/designer, der interesserer sig for miljøforhold. Men der er en tendens til at de designere/virksomheder, der har de fleste kollektioner om året (mellem 6 og 10), også er dem, der ikke lægger så stor vægt på miljøforholdene, bl.a. på grund af det tidspres det giver at arbejde med mange kollektioner om året.

Desuden er der en tendens, der peger i retning af, at de designere/virksomheder der lægger stor vægt på kvaliteten og levetiden (ikke så afhængig af en hurtigt skiftende mode), også til en vis grad tænker miljø ind i designprocessen.

Mange af de adspurgte designere indkøber også selv deres tekstiler, og har for de fleste af de mindre virksomheders vedkommende også selv kontakten til leverandører. Derigennem har de en vis indsigt i produktionen, men generelt har de fleste af de adspurgte kun begrænset viden om fremstillingen af de tekstiler, der benyttes og om produktionen af det endelige stykke tøj.

Et af formålene med interviewrunden var bl.a. at afdække de barrierer designere og indkøbere støder på eller forventer at støde på, når de ønsker at arbejde med miljøforholdene i branchen. Der tegnede sig på baggrund af interviewene, et klart billede af hvilke problemer og barrierer man som designer/indkøber havde stødt på og/eller kunne forvente at støde på. Det var bl.a.:

- Manglende viden på området
- De ved ikke hvad de skal stille krav om
- Det er svært at få dokumentation for miljøforhold, især fra de asiatiske lande
- Det er svært at stille krav, når man er en lille virksomhed
- Manglende udbud af miljøvenlige materialer
- Det er svært at bryde med den gængse opfattelse af at bæredygtighed er noget "fodformet" noget, der ikke hænger sammen med moderigtigt og spændende design
- Det er svært at gøre forbrugeren interesseret.

Den manglende viden på området er helt klart en af de barrierer, som næsten alle mente er en af grundene til, at der ikke bliver tænkt mere miljø ind i tekstildesign. For når man ikke ved hvad man skal spørge om, så er det svært at stille krav. Den manglende viden og så den manglende tid.

Det at være en lille virksomhed så nogen også som et problem i forhold til at stille krav til producenter og leverandører. Der skal være en vis størrelse i ordrerne hvis man skal kunne "presse" en producent eller leverandør.

Der var dog en klar tendens til, at de fleste er villige til (indenfor visse grænser) at gå på kompromis med designet, hvis der er mulighed for at foretage et fornuftigt valg. Hvilket igen fører hen til en anden barriere for miljøarbejdet, nemlig det manglende udbud af miljøvenlige materialer, eller det manglende kendskab til hvor man kan få dem.

Der var også generel enighed om, at det er/vil være svært at fremskaffe den nødvendige dokumentation på miljøforhold fra leverandørerne. Særligt for de virksomheder der handler med Østen, og især hvis man er en lille virksomhed der ikke har nok gennemslagskraft. Det er bl.a. en af grundene til, at mange designere vælger at producere deres kollektioner i Europa, hvor det er nemmere at kontrollere både produktion/kvalitet og miljø-/arbejdsmiljøforhold.

Der var en gennemgående enighed om, at arbejdsmiljøforhold er noget alle på et eller andet tidspunkt har stillet krav til. Især var alle enige om, at man ikke vil acceptere børnearbejde, men som det påpeges i et af interviewene kan det være svært at komme til livs, da det især i de asiatiske lande kan have mange andre sociale konsekvenser at udelukke børn fra at arbejde i tekstilindustrien.

Der var desuden generel enighed om, at der indenfor den nærmeste fremtid vil komme flere og strengere krav fra såvel forbrugere som myndigheder til mere miljøvenlige tekstilprodukter, og at de fleste vil være villige til at gøre noget ved det, hvis kravet fra kunderne er der.

Alle var også af den opfattelse, at det er/bliver svært at fange forbrugernes interesse og især at få fat i den gruppe forbrugere, der ikke allerede er interesserede.

De fleste var enige i opfattelsen af, at ordet ”bæredygtigt” eller ”miljøvenligt” er minus-ord i branchen, hvis det bliver fremhævet som noget specielt. Bæredygtighed skal helst være en selvfølge og ikke noget man skal reklamere med. Dog vil flere af de adspurgte være interesseret i at få et certifikat på deres tøj, men mærket skal se godt ud. Som det blev sagt i et interview ”EU-Blomsten er ikke pæn – den tyder ikke på kvalitet”.

Med hensyn til håndbogens indhold og grafiske udtryk var der bred enighed om, at den skal indeholde oplysninger om de miljøproblemer, der er forbundet med tekstilproduktion, noget om materialer, information om miljømærker, guidelines samt oplysninger om, hvor man kan få mere hjælp og viden. Der var ligeledes stor enighed om, at bogen skal være let tilgængelig og skal kunne bruges som et opslagsværk, der er nem at have med sig når man fx. er ude hos en leverandør. Som en af de interviewede påpegede ”skal bogen kunne skabe baggrund for et mål og en god dialog”. Tre ud af de otte interviewede ville være interesserede i en PC baseret udgave af håndbogen.

Bogens grafiske udtryk skal være ”tjekket”, lækkert og nutidigt og gøre op med det fodformede image. Der skal være mange billeder og ikke for ordrig, men skal virke troværdig. Alle interviewede ville selv være interesserede i at bruge et sådant værktøj.

Det kan på baggrund af interviewene konkluderes, at der er et stort behov og interesse for et enkelt og brugervenligt værktøj der kan guide designere og indkøbere til at inddrage miljøhensyn i deres arbejdsproces. Der er altså et stort behov for at få mere og bedre information i en let tilgængelig form.

Det kan også konkluderes, at de forestillinger og ideer, FFBD og RAMBØLL på forhånd har gjort sig, om bogens udformning og indhold har holdt stik. Interviewene har samtidig givet en masse gode inputs og ideer til hvad bogen yderligere skal omfatte såvel i forhold til indhold som til håndbogens grafiske udtryk.

Summary and conclusions

All interviewed designers/purchasers were very interested in participating in the project and showed much interest in the idea of elaborating a simple and user-friendly manual for designers and purchasers.

On the basis of the interviews it cannot be clearly determined which types of companies/designers have an interest in environmental conditions. But there is a tendency towards those designers/companies with most collections per year (between 6 and 10) also being those with the least emphasis on environmental conditions, due to e.g. the time pressure from working with many collections per year.

Furthermore, there is a tendency among those designers/companies who put high emphasis on quality and durability (not so dependant on fast changing fashion) to also incorporate environmental considerations in the design process.

Many of the interviewed designers are also buying the textiles themselves, and most of the smaller companies are also in contact with the suppliers themselves. Hereby they have a certain insight in the production, but in general most of the interviewees only have a limited knowledge of the textile production and of the productions of the final piece of clothing.

One of the purposes with the interview was e.g. to uncover the barriers that designers and purchasers run into or expect to run into when they wish to work with the environmental conditions in the business. On the basis of the interviews a clear picture was drawn regarding the problems and barriers you meet or expect to meet as a designer/purchaser. It can be e.g.:

- Lack of knowledge in the area
- No knowledge of what to demand
- Difficulty in obtaining documentation on environmental conditions, in particular from the Asian countries
- Difficulties in making demands when you are a small company
- Lack of eco-friendly materials
- Difficulty in breaking with the conventional notion of sustainability as something trendily leftish, not compatible with fashionable and exciting design.
- Difficulty in making the consumer interested.

The lack of knowledge in the area is definitely one of the barriers, which almost everybody thought was the reason why the environment was not taken more into consideration in textile design. Because when you do not know what questions to ask, it is difficult to make requirements. Lack of knowledge – and lack of time.

To be a small company was also considered a problem by some in relation to making requirements for manufacturers and suppliers. The order must be of a certain size if you should be able to “squeeze” a manufacturer or supplier.

However, there was a clear tendency among most of the interviewees (within certain limits) to be willing to compromise on the design, if there is a possibility to make a sensible choice. Which again leads to another barrier for the environmental work, i.e. the lack of variety in eco-friendly material, or the lack of knowledge on how to find them.

There was also a general agreement that it is/would be difficult to procure the necessary documentation of environmental conditions from the suppliers. In particular for those companies trading with the East, and in particular if you are a small company with lack of trenchancy. This is one of the reasons why many designers chose to produce their collections in Europe, where it is easier to control both production/quality and environmental/occupational health conditions.

It was generally agreed that occupational health is something that everybody has at some point made demands on. In particular, everybody agreed that child labour was not acceptable, but as it was pointed out in one of the interviews it can be difficult to get rid of since in particular in the Asian countries it can have many other social consequences if you exclude children from working in the textile industry.

Additionally, it was agreed that within the nearest future we will witness more and tougher demands from both consumers and authorities, towards more eco-friendly textile products, and that most would be willing to do something about it if the customers made the demand.

Everybody also agreed that it is/would be difficult to catch the interest of the consumer and in particular to reach the consumers not already interested.

Most agreed that the perception of the word “sustainable” or “eco-friendly” is a “minus-word” in the business, if it is presented as some particular feature. Sustainability should be a matter of course and not something to advertise. However, most of the interviewees would be interested in having their clothes certified, but the label should look smart. As it was said in one interview “the EU Flower isn’t nice-looking, it does not signify quality”.

With regard to the manual’s contents and graphic design, it was agreed in general that the manual must contain information on the environmental problems connected with the textile production, something about materials, information on eco labels, guidelines and information on how and where to obtain more help and knowledge. Also it was agreed that the book should be easily accessible and have the form of a work of reference - easy to carry when you are visiting a supplier etc. As one of the interviewees pointed out: “the book must create the background for an objective and a good dialogue”. Three out of the eight interviewed would be interested in an electronic version of the manual.

The graphic design must be stylish and up to date, and settle accounts with the trendily leftish image. It must contain many pictures and not be too wordy, but must be trustworthy. All interviewees were interested in using such a new tool.

On the basis of the interviews it can be concluded that there is a large need and interest for a simple and user-friendly tool to guide designers and purchasers when incorporating environmental considerations into their

working process. There is a need for more and better information in an easily accessible form.

It can be concluded that the notions and ideas that FFBD and RAMBØLL had beforehand regarding the layout and content of the book were right. The interviews have at the same time given a lot of good inputs and ideas as to what the book should contain additionally, both in terms of content and graphic design.

1 Udvalgte interviews

1.1 Interview 1

1.1.1 Designeren og arbejdsprocesser

Hvad produceres der her i firmaet?

I firmaet designes både herre og dametøj i vævet og strik. Desuden indkøbes der herre og dametøj.

Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger?

Firmaet omfatter to butikker. En der sælger dametøj og en der sælger herretøj. Butikkerne forhandler både tøj af eget design samt andre mærkevarer.

De er ca. 30 ansatte i dametøjsforretningen og 10 er hos herretøjsforretningen.

Hvor ligger produktionen af tekstilerne, materiale bearbejdning, opsyning?

En del af produktionen foregår i Danmark, bl.a. produktionen af jersey. Resten foregår i andre europæiske lande fx. Italien eller i Baltikum. Der er en stor kapacitet i Europa hvad angår opskæring og syning. Nogle af leverandørerne fra Ikast/Herning området strikker, farver og skærer tekstilerne. Så bliver det pakket i biler og kørt til Baltikum, hvor det bliver syet op. Derefter bliver det kørt tilbage til Danmark til salg, hvilket kan betale sig på grund af den lave løn i de baltiske lande.

At skære og sy er ikke noget problem, men at få metervaren leveret til tiden kan være et problem.

Firmaet har 3 måneders leveringstid på kollektionerne, hvilket er medvirkende til at tøjet ikke produceres i Østen.

Hvem er firmaets målgruppe?

Veluddannede kvinder og mænd, som er indstillet på at betale for designet.

Hvilken stilling og rolle har du i firmaet?

Jeg er direktør og designer.

Beskriv din arbejdsproces som designer

Jeg designer selv kollektionerne, men sparrer undervejs i forløbet med andre designere i firmaet. Jeg har en anden til at tegne kollektionerne for mig. Sælger, agenter og salgspersonale i butikken bliver spurgt til råd undervejs og er med til at evaluere til slut.

Hvor mange kollektioner om året producerer du, og hvor stor en del er gengangere?

Der laves 4 kollektioner om året og det tager ca. seks måneder inden 1 kollektion er klar til salg. Ca. 25 % af produkterne er gengangere, men ofte samme modeller i nye kvaliteter. Basis afdelingen som er t-shirts er gengangere i materialet også.

Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner?

Helt afhængigt af hvad vi og andre mener er moderne, og i princippet er det ligegyldigt hvad det er lavet af bare det er "rigtigt". Vi bruger meget ofte en blandingsvare af 50 % bomuld/50% modal, der bruges også ren bomuld og andre varer der modsvarer bomuld fx. meryl og modal. Vi kommer givet til at bruge mere bomuld i den kommende tid, da alt tyder på at det bliver mere moderne.

Indkøber du selv dine tekstiler?

Jeg indkøber mange tekstiler selv, og er som sådan den der har mest indflydelse på valg af tekstiler.

Hvad er dit materiale kendskab og din viden om fremstilling af de tekstiler som du benytter?

Jeg er meget interesseret i det og vil gerne vide mere. Bruger gerne et teknisk korrekt udtryk/navn på tekstilerne.

Hvad er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?

Rimelig stor, da den forgår i Danmark og Europa.

1.1.2 Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning

Hvad er din holdning til fx. økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?

Den er meget positiv, jeg køber meget gerne økologiske varer. Er næsten vegetar og spiser aldrig svinekød. Køber økologiske varer gennem firmaet "Aarstiderne".

Der nævnes en "Take Away" restaurant, som er meget økologisk og som reklamerer kraftigt med det i sin restaurant. Sker det at man en gang i mellem ikke få varen økologisk, skriver han f.eks. at følgende varer er i dag ikke økologisk.....

Hvilket er en sjov måde at vende det på.

Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret /økologisk tøj?

Lidt kendskab. For 8 år siden havde jeg kontakt med Kjeld Amundsen (tidligere rektor på Danmarks Design Skole), Leif Nørgård (direktør for Novotex) og Greenpeace om et projekt omkring bæredygtige tekstiler, som firmaet så skulle være med til at sælge, hvilket de gerne ville. Desværre blev projektet ikke til noget. Vi har dog stadig et samarbejde med Leif Nørgård, der betyder at firmaet har et vist kendskab til miljøvenligt produceret tøj. Leif

Nørgård sad i bestyrelsen i den virksomhed i Ikast hvor firmaet får stikket alle sine ting.

Da der skulle vælges nyt farveri, valgte firmaet et farveri der har en bæredygtige produktion.

Hvad er din holdning til miljøvenligt produceret tøj?

Man bør tage mere hensyn til det i forhold til produktion af arbejdstøj og børnetøj. Det kan være svært med modetøj. Det kræver en mere global holdning til, at man fx ikke bruger visse typer tekstil.

Jeg har selv fravalgt en type tekstil på grund af, at det indeholdt 45 % PVC og fandt et alternativ til materialet. Firmaet fik ikke testet sin holdingsstyrke ved at stoppe produktionen, da den ikke var af afgørende karakter rent salgsmæssigt. Det kunne have set anderledes ud, hvis det havde været en afgørende del af kollektionen.

Jeg mener, at det er vigtigt, at man bevarer sin ansvarlighed og troværdighed og er bevidst om miljøforhold til en vis grænse. Jeg spørger fx om forholdene i Baltikum, men tager ikke over og kontrollerer.

Vil du som designer være villig til/interessert i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?

Jeg er villig til at stille krav til mine underleverandører. Hvis der fx. var mærker på, kunne man vælge fra eller til.

Jeg føler lidt, at det er mere ok at handle i Europa i modsætning til i Østen. Man kan være mere sikker på at forholdene er lidt bedre i Europa.

Desuden vil man kunne forsvare en højere pris på sine produkter ved at fortage ”gode” valg.

Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

Vil være villig til at hæve den nedre acceptable grænse, men har brug for at få mere viden på området.

1.1.3 Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn

Hvis du inddrager miljøhensyn i dit design, hvor gør du det så?

Valg af materialer og ved tilblivelse af metervarer og opsyning.

Tænker meget på kvalitet og holdbarhed og inddrager miljøhensyn ved valg af materiale og produktion.

Tænker ikke så meget på bortskaffelsesfasen, gør det dog ved at fravælge brug af PVC.

Inddrager du miljøhensyn pga. din egen overbevisning, firmaets politik el. andet?

Der er et vist miljøniveau i firmaet, for ikke at miste troværdigheden omkring det "gode købmandskab" som er opbygget gennem mange år.

Inddrager du etik?

Jeg efterspørger standardiserede krav for fx børnearbejde og arbejdsmiljøforhold, fx i form af mærker og har ringet til Red Barnet, for at få dem til at lave nogle retningslinier.

Hvordan er dine erfaringer med at arbejde med miljøforhold som designer?

Det er svært at få dokumentation, så man kan være sikker på at forholdene er rigtige. Der er behov for mere viden/information. Jeg ville f.eks. tøve med at bruge farven turkis, hvis man fik nogle flere oplysninger om de miljøproblemer, der er forbundet med at bruge den.

Jeg mener at en troværdig øvrighedsperson (fx en politiker eller en kendt skuespiller) kunne være med til at overbevise designerne.

I forhold til "Jantelovens barrierer" mener jeg, at det er et minus ord når tøjet ikke er bæredygtigt produceret, men ikke et plusord når det er bæredygtigt produceret.

Ordet bæredygtigt er et minus-ord i branchen, hvis det står som noget særligt. Det behøver ikke at være fremhævet. Bæredygtighed skal være en selvfølge, og ikke noget man skal reklamere med.

Har det været en fordel/ulempe at inddrage miljøhensyn?

Det har været en fordel at tænke i miljøbaner, idet det har givet nogle gode diskussioner i firmaet.

Valget af farver gjorde, at der ikke er den samme sorte farve på alle deres produkter, på grund af at farven afhænger af den farvningsproces der anvendes. Sådanne valg betyder meget for ens image, og på den måde bliver holdninger vigtigere.

Er firmaets målgruppe/kunder interesseret i hensyntagen til miljøet?

Ja, kunderne er interesserede. De er interesseret i tøj, miljø og kulturmiljø m.m. ellers ville de ikke handle hos os.

Hvad tror du der skal til for at gøre forbrugerne mere interesserede?

Jeg tror at de forbruger, som interesserer sig for bæredygtige/miljøvenlige tekstiler, allerede er interesseret i det, og jeg tror ikke vi får de andre med.

Den forbruger der er interesseret vil via oplysning blive mere bevidste.

Der vil især være gode muligheder for at gøre forbrugerne mere interesserede, hvis der er tale om børnetøj.

Men jeg er lidt pessimistisk i forhold til at få alle med, tror mere på at det bliver bedre forankret i næste generation.

Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?

Jeg vil meget gerne kunne følge forbrugernes krav. Dog vil forbrugerne ikke så gerne høre om det – men de forventer, at jeg tænker bæredygtighed ind i mit design.

Hvad tror du vil løse mere op for de barrierer, der er i forbindelse med den problematik, der er i at arbejde med miljøhensyn?

Det vil være et løft med en fælles målrettet kampagne – men det må gerne være lidt sjovt og ikke müsli farvet.

Det er vigtigt at tænke globalt og handle lokalt. Det er også vigtigt med en politisk opbakning. En person som f.eks. Svend Auken kunne være talerør, frem for at der komme for mange historier frem, om bønder der er syge af sprøjtning osv.

1.1.4 Bogens indhold

Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

Hvilke oplysninger skal det indeholde?

Den skal være konkret og handlingsrettet i sine anvisninger.

Der må gerne være et afsnit om de miljøproblemer, der er forbundet med tekstilfremstilling. Det er ikke nødvendigt at have for meget om de enkelte materialer – kun det miljørelevante.

Den må gerne niveaudeles (så man kan gå ind i miljøarbejdet på forskellige niveauer).

Den må gerne indeholde en beskrivelse af miljømærker m.m. og med henvisninger til hvor man kan søge mere hjælp.

Det grafiske udtryk skal ikke være for popsmart/funky, men må gerne virke troværdigt og fagligt vigtigt.

Helst i bogudgave, gerne i rapport karakter.

1.2 Interview nr. 2

1.2.1 Designeren og arbejdsprocesser

Hvad produceres der her i firmaet?

Der produceres beklædning til både dame, herre og børn samt tekstiler til boligen.

Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger?

Der er 5 ansatte i designafdelingen og de gør desuden meget brug af praktikanter.

Hvor ligger produktionen af tekstilerne, materiale bearbejdning, opsyning?

Produktion, bearbejdning og opsyning ligger mange steder. Man går efter den største værdi for de færreste penge. Dog stiller man nu flere krav til kvalitet mere end man har gjort før.

Hvem er firmaets målgruppe?

Målgruppen er hovedsageligt middelklassen – den bedre halvdel med en vis dannelse og indkomst.

Hvilken stilling og rolle har du i firmaet?

Jeg er designchef og styrer designerne og står for konfektionen. Jeg sørger også for at få tingene til at hænge sammen også ved produktion af kataloger. Derudover kommunikerer jeg tiltag om miljø og giver salgspersonalet en trendindsprøjtning ved opstart af sæson.

Hvor mange kollektioner producerer du om året?

Der laves 2 hovedkollektioner om året.

Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner?

Det kommer meget an på, hvad der er oppe i tiden. Vi har i lang tid brugt bomuld og uld. Der er ikke så stor udskiftning i materialerne og vi bruger meget de samme leverandører. Ved forårskollektionen anvendes der typisk 50 % bomuld.

Vi brugte på et tidspunkt meget polyester med stretch.

Stort set alle de nye varer er baseret på bomuld med en eller anden coating på eller hør, der er behandlet, så det ikke krøller.

Indkøber du selv dine tekstiler?

Indkøberne sørger for at indkøbe tekstilerne og de har en stor indflydelse på, hvilke tekstiler der indkøbes.

De bruger ikke mere de typer fabrikker i Indien, som man gjorde før.

Hvad er dit materialekendskab og din viden om fremstilling af de tekstiler du benytter? Hvad er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?

Jeg har en "almindelig" viden om de tekstiler der indkøbes. Det er meget det visuelle og "griffet", der er afgørende.

1.2.2 Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning

Hvad er din holdning til fx. økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?

Jeg vælger økologiske varer hvis udbuddet er der, med mindre det er meget dårlig kvalitet, især med hensyn til kød.

Jeg handler helst i butikker, hvor man kan købe økologisk. Jeg er selv vokset op med en økologiske holdning.

Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret /økologisk tøj?

Jeg ved lidt mere end normalt via min deltagelse i Tekstilpanelet. Virksomheden som sådan er mere miljøbevidst internt, fx. er der affaldssortering, og der er igangsat tiltag der har nedsat energiforbruget.

Desværre taler man ikke om økologi i afdelingen for fødevarer.

Vi tog i starten af 90'erne Novotex ind for at lave børnetøj, men initiativet blev ikke bakket tilstrækkeligt op.

Hvis du har kendskab til emnet, hvor har du så din viden fra?

Bl.a. via tekstilpanelet.

Vil du som designer være villig til/interesset i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?

Jeg tror at miljøspørgsmål kommer på banen og vil være meget interesseret i at inddrage miljøet.

Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

Jeg vil ikke gå på kompromis med designet, for så sælger det ikke.

1.2.3 Hvis designeren ikke arbejder med miljøhensyn

Hvis du skulle inddrage miljøhensyn i dit design, hvor mener du, at man som designer vil støde på barrierer?

Det er nødvendigt med en større viden på området – især til indkøberne. Man skal udover, at det ikke er ”frelst” at tænke miljø.

Det tager lang tid at arbejde med miljøet, og der burde være en ansat, der varetager de miljømæssige spørgsmål. Det er for svært for designerne og indkøberne.

Jeg tror ikke, at det er så svært at finde leverandører. Man skal bare gå nogle andre veje. Hvis man tager tiden til det, er de til at finde.

Tror du at det vil være en fordel/ulempe at inddrage miljøhensyn?

Det vil være en fordel, hvis man fortæller det på den rigtige måde. Det er meget vigtigt hvordan det formidles.

Ville en fælles kampagne kunne løsne op for disse barrierer?

Jeg tror absolut at en fælles kampagne kan løsne op for problematikken. Det er vigtigt, at det gøres rigtigt. Det er en sensuel holdning, og har noget at gøre med at være god ved sig selv.

Jeg vil i miljøugen vise en miljørigtig kollektion.

Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?

Det vil helt klart betyde noget, hvis der er krav fra forbrugerne. Det skal dog være den ”rigtige” forbruger, som vil betale osv.

Tingene skal præsenteres godt.

Vil firmaets målgruppe være interesseret i miljøhensyn?

Jeg oplever ikke at kunderne spørger til miljøforhold, men tror godt at de vil være interesserede.

Hvad tror du skal til for at gøre forbrugerne mere interesserede?

Jo mere der tales om miljøet, vil det også få forbrugerne til at stille flere krav. Fx hvis kendte personer går ind i det.

Tror du at der i fremtiden vil blive stillet flere miljøkrav rent politisk?

Ja, jeg tror at der vil blive flere krav også fra politisk side. Det skal nok komme.

På nuværende tidspunkt er det kun et storbys fænomen, og man skal tale til de folk, der bor i byerne. Det dur ikke at stile for bredt, man skal gå efter dem, der er opinionsdannere.

Vil du være interesseret i at bruge en certificering på din kollektion eller enkelte produkter?

Jeg vil gerne gå efter en certificering og vil gå efter EU-blomsten. Jeg tror på at kravene vil blive skærpede og tror at Svanen skal ud. Man bør kun have ét mærke at forholde sig til. Det skal være enkelt for forbrugerne.

1.2.4 Bogens indhold

Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

Hvilke oplysninger skal det indeholde?

Der må gerne være oplysninger om miljøproblemerne forbundet ved tekstilets livscyklus.

Der må gerne stå noget om de enkelte tekstiler. Man må dog ikke skære for meget ud i pap. Det må ikke være skolemesteragtigt.

Håndbogen må gerne være både papir og PC baseret – men det er også godt med et opslagsværk.

Det skal være smukt grafisk – ikke for trendy, men heller ikke for videnskabeligt.

Forestiller du dig at du selv vil bruge ovenstående vejledning eller mener du at der skal en konsulent til?

Jeg vil meget gerne selv bruge sådan et værktøj.

1.3 Interview nr. 3

1.3.1 Designeren og arbejdsprocesser

Hvad produceres der her i firmaet?

Der produceres tøj til kvinder/piger, både vævede og strikkede produkter. Det er en bred modekollektion. Der designes desuden produkter i sælskind.

Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger?

Der er 5 ansatte, og der hyres ekstern hjælp til salg og produktion.

Hvor ligger produktionen af tekstilerne, materiale bearbejdning, opsyning?

Tekstilerne produceres både i Kina og i Europa (hovedsageligt i Italien og Frankrig)

Opsyningen foregår i Kina og Tyrkiet.

Hvem er firmaets målgruppe?

Målgruppen er mere type- end aldersbestemt og produkterne henvender sig til den selvstændige og meget kvalitetsbevidste kvinde, der godt vil være lidt provokativ ind imellem.

Hvilken stilling og rolle har du i firmaet?

Jeg er ejer og designer.

Beskriv din arbejdsproces som designer

Designprocessen starter med materialerne/kvaliteterne. Det er en meget kort proces, og jeg har været oppe på at lave 11 kollektioner om året (det skyldes bl.a. at jeg også har designet til andre end sig selv). Nu laver jeg kun 5 kollektioner om året.

Jeg har en idébank, jeg trækker på i min designproces. Første skridt er at tage på Premiér Vision og se hvad de har af materialer – desværre er det sjældent, at man kan få de stoffer, man vil have, og man må derfor så tage udgangspunkt i de stoffer man kan få. Næste fase er så at give slip og finde ud af, hvad man brænder for.

Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner?

Lige nu bruger vi mest silke og vi handler for øjeblikket med Kina, hvor der kan produceres tekstiler til en metervarepris der er til at komme i nærheden af. Kunderne vil helst have rene varer.

Indkøber du selv dine tekstiler?

Køber selv mine tekstiler ind, og producerer af og til selv.

Hvad er dit materialekendskab og din viden om fremstilling af de tekstiler du benytter?

Det er for småt og har ikke nok materiale kendskab.

Hvad er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?

Stor – alle de fabrikker firmaet har med at gøre, tager vi ud og besøger. Det handler meget om at prioritere kommunikation og at vise respekt, da det giver et bedre produkt i den sidste ende.

1.3.2 Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning

Hvad er din holdning til fx. økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?

Jeg vil gerne købe økologisk, men kvaliteten skal være i orden. Jeg ser altid efter økologiske varer og køber altid økologisk kød. Prøver også at købe andre miljøvenlige varer fx. vaskepulver.

Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret /økologisk tøj?

Ingen viden generelt, men jeg har sat mig meget ind i problematikken omkring brug af sælskind, og går også meget ind i de arbejdsmiljømæssige forhold på de fabrikker, hvor de får produceret, især med henblik på brug af børnearbejde.

Hvis man eksporterer, er man nødt til at sætte sig ind i visse ting bl.a. omkring farver og andre kemiske stoffer.

Vil du som designer være villig til/interesset i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?

Jeg har desværre ikke overskud til at sætte mig tilstrækkeligt ind i det, men vil gerne gå ind i det og stille krav.

Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

Vil godt gå på kompromis og vælge et mere miljøvenligt materiale frem for at andet, hvis det indeholder stoffer, der er decideret giftige. I den sammenhæng synes jeg, at tøj er ligegyldigt. Da er det vigtigere at tage hensyn til miljøet og sundheden.

1.3.3 Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn

Hvis du inddrager miljøhensyn i dit design, hvor gør du det så?

Hvis jeg havde tilstrækkelig kendskab ville miljøhensyn blive inddraget i forhold til valg af materialer.

Desuden kigger jeg også særligt på produktionsdelen og stiller på nuværende tidspunkt krav, hvis vi ser at, der er problemer – særligt i forhold til børnearbejde.

Har sagt fra overfor producenter, hvor moralen ikke er høj nok, men det er en meget svær problematik. Vi har ikke problemer med at komme i dialog med producenten, da firmaet er meget informativt.

Bruger ikke nylon da jeg tænker på bortskaffelsen.

Inddrager du miljøhensyn pga. din egen overbevisning, firmaets politik eller andet?

Både på grund af egen overbevisning og firmaets politik.

Hvordan er dine erfaringer med at arbejde med miljøforhold som designer? Har der været problemer?

Man får ikke altid svar på sine spørgsmål. Jeg har gode erfaringer med at arbejdet med grønlænderne, men det har nogen gange været svært i Kina.

Er firmaets målgruppe/kunder interesseret i hensyntagen til miljøet?

Jeg tror, at mine kunder vil være interesserede.

Hvad tror du skal til for at gøre forbrugerne mere interesserede?

Jeg mener at en form for standardisering vil gøre forbrugerne mere interesserede. Det vil gøre det mere overskueligt for dem at træffe et valg. Jeg mener også, at der gerne må være en form for varedeklaration som en naturlighed.

Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?

Jeg ville være åben for det. Problemet er bare at udbuddet ikke er der, især når man ser på udbuddet i forhold til materialerne. Det er også vigtigt, at der er økonomi i det.

Hvad tror du vil løse mere op for de barrierer, der er i forbindelse med den problematik, der er i at arbejde med miljøhensyn?

Jeg tror at alle tiltag som sådan vil være en god idé, men jeg tror ikke det kan ændre noget radikalt. God idé med politiske tiltag, fx godt at støtte hængere til tøjet, der beskriver miljøforhold.

Det er vigtigt, at tage stilling til det man laver, og jeg bruger mange ressourcer på at følge op på tingene, fx i forbindelse med produktionen i Kina.

Det ville være dejligt at have en halvtids ansat, der kunne følge med i miljørelaterede forhold.

Vil du være interesseret i at bruge en certificering på din kollektion eller enkelte produkter?

Jeg vil gerne have en certificering på tøjet hvis, det var muligt.

1.3.4 Bogens indhold

Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

Hvilke oplysninger skal det indeholde?

Bogen skal være kort og præcis især i forhold til produktionen af tekstilerne. Må meget gerne indeholde noget om både materialerne og selve produktionsprocesserne.

Det er vigtigt at bogen kan skabe baggrund for et mål og en god dialog.

Der må meget gerne være en konkret vejledning i hvordan man inddrager miljøhensyn i sit design. Der må fx. gerne være en oversigt over hvilke farver man må bruge, gerne meget visuel.

Det vil være godt med en beskrivelse af certifikater osv.

Jeg vil foretrække noget af bogen på engelsk også, det vil gøre det nemmere at stille spørgsmål til leverandørerne i udlandet.

Bogens grafisk udtryk skal være let, gerne lidt moderne. Fx. lækkert papir og grafisk korrekt opstillet. Den skal være stilfuld og brugbar.

Forestiller du dig at du selv vil bruge ovenstående vejledning eller mener du at der skal en konsulent til?

Jeg vil gerne bruge bogen selv, især som opslagsværk.

Bogen ville kunne være medvirkende til at skabe en bedre dialog blandt de to fronter de total idealistiske og den konservative front.

1.4 Interview nr. 4

1.4.1 Designeren og arbejdsprocesser

Hvad produceres der her i firmaet?

Jeg designer dametøj til kvinder fra ca. 25 år og opefter. Den første kollektion har netop været ude i butikkerne, og det har vist sig at en stor del af kundegruppen er fra 60 år og opefter, designet har ramt en niche inden for den målgruppe.

Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger?

Firmaet er et enkeltmandsfirma.

Hvor ligger produktionen af tekstilerne, materiale bearbejdning, opsyning?

Produktionen foregår hovedsageligt i Danmark. Jeg indkøber meget tekstil fra Grenå Dampvæveri, der bl.a. har certificeret økologisk bomuld. De har gode materialer til en god pris. Jeg vil helst have produktionen i Danmark eller i de nærmeste land. Jeg har dog en mindre del af produktion andre steder i Europa.

Opsyningen foregår i Albertslund. Det er en meget lille produktion, derfor kan det lade sig gøre. Det er meget vigtigt at have et tæt samarbejde med systuen. Den systue der arbejdes med, er interesseret i at arbejde med miljøhensyn.

Hvilken stilling og rolle har du i firmaet?

Jeg er direktør og designer.

Beskriv din arbejdsproces som designer.

Jeg er i mit design ikke afhængig af moden. Samler ofte de ting jeg har lavet i tidens løb. Ser på kvaliteten osv. Forsøger at tilskære bedre for at udnytte materialerne optimalt. Det er en del af konceptet.

Hvor mange kollektioner om året producerer I/du?

Jeg producerer kun to kollektioner om året, udfra den betragtning at vi i realiteten kun har to sæsoner i Danmark.

Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner?

Jeg benytter mest en 100 % polyester (microfiber), men bruger også en silkehamp, der som materiale har en fantastisk slidstyrke og er smudsafvisende.

Indkøber du selv dine tekstiler?

Jeg indkøber alle tekstiler selv.

Hvad er dit materialekendskab og din viden om fremstilling af de tekstiler du benytter og produktionen af det endelige stykke tøj?

Jeg har et lille kendskab til materialerne, men har fået at vide at de kommer fra en miljøvenlig produktion. Jeg har på et tidspunkt brugt økologisk bomuld, men desværre er prisen begrænsende. Metervaren må max. koste 60 kr. meteren, for at det kan løbe rundt.

Jeg lægger meget vægt på kvaliteten af såvel materialer som opsyning. Spørger så vidt muligt underleverandører om miljøforhold og beder om dokumentation på skrift.

1.4.2 Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning

Hvad er din holdning til fx. økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?

Jeg køber meget gerne økologiske produkter og køber i 99 % af tilfældene økologisk mælk, men holder mig langt væk fra økologiske varer, der er transporteret lang vej. Jeg ser desværre en økonomiske begrænsning i at købe økologisk og er samtidig en smule skeptisk overfor måden at drive økologisk landbrug på.

Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret /økologisk tøj?

Jeg har min viden om miljøvenligt produceret tøj gennem min uddannelse, men bruger ikke meget tid på at opdatere min viden på området. Derudover får jeg viden igennem det daglige arbejde, og går i dybden med nogle ting. Får også meget viden gennem Internettet.

Hvis du ikke på nuværende tidspunkt inddrager miljøhensyn i dit design, overvejer du da på noget tidspunkt at gøre det?

Jeg forsøger at få EU-blomsten på nogle af mine produkter, og mener at det er godt givet ud at betale noget af omsætningen på produkterne til EU-blomsten.

Vil du som designer være villig til/interesset i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?

Jeg stiller allerede krav til producenterne, gennem dokumentationskrav om miljøforhold.

Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

Jeg vil godt gå på kompromis, hvis man kan bruge et miljøvenligt materiale. For man er vel designer, og må ændre design.

1.4.3 Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn

Hvis du inddrager miljøhensyn i dit design, hvor gør du det så?

Jeg inddrager miljøet i alle faser, idet der tænkes miljø ved valg af materialer, ved bearbejdningen, brugsfasen og bortskaffelsesfasen.

Ved valg af materiale tænkes der bl.a. på om materialet kan genanvendes, fx kan polyester genanvendes, men jeg tror dog ikke på at det vil ske. Ved valg af materiale tænker jeg også meget på holdbarheden og dermed på kvaliteten.

I bearbejdningsfasen tænker jeg meget på at undgå spild af materialer og vælger systue, der inddrager miljøhensyn.

I brugsfasen lægger jeg vægt på at kunne justere størrelserne – så det giver længere holdbarhed.

Inddrager du etik? Arbejdsmiljøforhold fx børnearbejde, dyreetik eller andet?

Jeg inddrager etik, bl.a. i kraft af at det meste af produktionen foregår i Danmark.

Hvordan er dine erfaringer med at arbejde med miljøforhold som designer?

Det har været svært at få oplysninger om fx materialer og produktionsforhold. Kunderne er egentlig ligeglade, så man skal ikke reklamere med det. Det skal bare ligge i tøjet.

Jeg mener, at det er inspirerende og udfordrende, at der er de begrænsninger ved at arbejde med miljøvenlige materialer.

Det er ikke så svært at finde leverandører, der lever op til mine miljøkrav, men det er svært at få dokumentation, og det er svært at få tingene til den rigtige pris, når det er i små mængder.

Jeg mener især at emballage kan være et problem. Det er svært at få leverandørerne til at forstå, at man ikke ønsker at få varerne emballeret så meget.

Har det været en fordel/ulempe at inddrage miljøhensyn?

Der er både fordele og ulemper ved at inddrage miljøhensyn. Ofte oplever man at folk mister interessen, når man nævner at produkterne er miljøvenlige. På den anden side er der også kunder, der bliver glade, når de hører at tøjet er produceret miljøvenligt, mens andre bliver skræmt væk af det.

Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?

Ja, hvis det kan lade sig gøre. Jeg mener, at på nuværende tidspunkt inddrager jeg så mange miljøhensyn, som det kan lade sig gøre. Idet jeg prøver at lave tøjet så tidløst som muligt, fx ved at holde de samme farver. Det er vigtigt, at kollektionen hænger sammen, og det skal være muligt at genbruge ting fra kollektionerne år for år.

Hvad tror du vil løse mere op for de barrierer, der er i forbindelse med den problematik, der er i at arbejde med miljøhensyn?

Der skal være flere produkter at vælge imellem, for at en kampagne vil have gennemslagskraft.

Det vil være fornuftigt med flere miljømæssige lovkrav/regler, især i forhold til eksporten.

1.4.4 Bogens indhold

Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

Hvilke oplysninger skal det indeholde?

Det vil være en god idé at inddrage oplysninger, der svarer til de oplysninger, man bl.a. kan få i foldere fra Forbrugerstyrelsen, der omhandler vask, kvalitet m.m. De er nemme at slå op i, især for folk der ikke har særlig stor indsigt i emnet.

Det skal være muligt at bruge bogen som opslagsværk.

Det vil være godt hvis bogen indeholder afsnit om:

- miljøforhold der er relateret til alle livscyklusfaser. Det skal præciseres hvor faldgruberne er.
- Der må gerne være guidelines
- Kortfattet beskrivelse af hvor man kan blive certificeret
- Hvor udbredt er mærkerne
- Oversigt over mærker

Bogen må meget gerne findes i PC udgave. Layoutet skal være afsindigt checket – for at bryde med det fodformede

Jeg mener ikke at det er nødvendigt med en beskrivelse af produktionsforløb.

Forestiller du dig at du selv vil bruge ovenstående vejledning eller mener du at der skal en konsulent til?

Jeg vil meget gerne bruge en PC udgave og ville måske på et senere tidspunkt bruge konsulent til at løse miljømæssige problemer.

1.5 Interview nr. 5

1.5.1 Designeren og arbejdsprocesser

Hvad produceres der her i firmaet?

Firmaet producerer tørklæder, tøj, solbriller og tasker. Tøjkollektionen omfatter alt fra shorts til regnfrakker.

Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger?

Der er 11 ansatte fordelt på to butikker og en sælger i Jylland og på Sjælland.

Hvor ligger produktionen af tekstilerne, materiale bearbejdning, opsyning?

En stor del af kollektionen laves i silke, der indkøbes og indfarves i Kina. Opsyningen foregår i Sydkorea. Flere tekstiler indkøbes i Italien og enkelte produkter i jersey laves i Frankrig.

Hvem er firmaets målgruppe?

”Den der kan lide det samme som mig” Det er et spørgsmål om stil.

Hvilken stilling og rolle har du i firmaet?

Jeg er direktør og designer.

Beskriv din arbejdsproces som designer.

Designet skal fange tendenserne. Jeg bliver bl.a. inspireret af at tage til Paris og se på tekstiler. Jeg bygger typisk videre på de sidste års kollektioner.

Jeg tegner alt designet på silken. Det giver en længere produktionstid når tekstilet skal forarbejdes. Det tager ca. et halvt år at producere tekstilet.

Hvor mange kollektioner om året producerer I?

Firmaet har 2 tøj kollektioner og 4 tørklæde kollektioner om året.

Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner?

Jeg laver alle mine tørklæder i silke. Laver dog også lidt uldtørklæder. Tøj kollektionen er hovedsageligt baseret på silke. Jeg bruger helst ikke syntetiske varer. Det er vigtigt at produktet er lækkert at have på.

Indkøber du selv dine tekstiler?

Jeg indkøber selv mine tekstiler.

Hvad er dit materialekendskab og din viden om fremstilling af de tekstiler du benytter?

Jeg har ikke det store kendskab til materialerne, bl.a. fordi jeg ikke er uddannet designer.

Hvad er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?

Jeg har et stort kendskab til selve produktionen, da jeg ofte selv besøger den.

1.5.2 Designerens/indkøberens miljøkendskab og holdning

Hvad er din holdning til fx. økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?

Jeg går ikke selv efter økologiske varer. Jeg mener ikke holdbarheden er god nok. Det er vigtigt.

Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret /økologisk tøj?

Ingen kendskab.

Hvad er din holdning til det?

Jeg ville foretrække at benytte fx miljøvenlige materialer, men har desværre ikke tiden. Hvis der var to materialer at vælge imellem, ville valget falde på det miljøvenlige.

Beskriv din viden nærmere?

Jeg ved fx at der ikke er forbudte farvestoffer i tekstilerne og der er ingen nikkel i knapper. Jeg sikrer mig at produkterne lever op til bl.a. tyske krav.

Hvis du ikke på nuværende tidspunkt inddrager miljøhensyn i dit design, overvejer du da på noget tidspunkt at gøre det?

Hvis det var mere tilgængeligt ville jeg gå mere ind i det.

Vil du som designer være villig til/interesset i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?

Jeg vil gerne stille krav til leverandører.

Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

Jeg vil ikke gå på kompromis, hvis det går ud over kvaliteten og en helt specifik farvesammensætning. Det er et spørgsmål om hvad kompromiset går på.

1.5.3 Hvis designeren ikke arbejder med miljøhensyn

Hvis du skulle inddrage miljøhensyn i dit design, hvor mener du, at man som designer vil støde på barrierer?

Når man køber ind i Indien eller Kina, er du oppe mod store virksomheder, der er så store, at det vil være svært at stille krav. Netop fordi firmaet er så lille et firma.

Det kan være et problem at stille krav. Man kan stille krav til det, man kan følge op på. Jeg er meget opmærksom på fx børnearbejde, og jeg kommer en del rundt på fabrikkerne, og kan selv følge lidt med i forholdene.

Jeg har forespurgt mig i Kina, om der er noget, der ikke skal være der fx affaldsstoffer eller kemikalier.

Syd Korea er mere industrielt og det vil nok være nemmere at få dokumentation for miljøforhold der. Men det vil nok være et større problem i Kina. Jeg fik før syet silken i Kina, men valgte i stedet Syd Korea, da det var problematisk at arbejde med Kina i den henseende.

Tror du at det vil være en fordel/ulempe at inddrage miljøhensyn?

Det vil nok ikke være nogen ulempe, andet end hvis jeg ikke kan skaffe, de varer jeg gerne vil have.

Hvad mener du man kan gøre for at overkomme disse barrierer?

Jeg mener ikke, at der er så mange barrierer ved at arbejde med silke.

Ville en fælles kampagne kunne løsne op for disse barrierer?

Det er da forsøget værd, men man skal passe på ikke at skade sig selv. Det er svært at få noget igennem på verdensplan. Hvad angår fx kineserne, så er de så langt tilbage, at det er svært at stille krav. Man kan ikke stille de samme krav til et land, der er så langt tilbage i forhold til os.

Jeg har været ude på fabrikkerne og sikre mig, at der fx ikke er børnearbejde. Men det er svært at komme det til livs.

Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?

Det skulle være en kombination af egen interesse og forbruger krav. En større efterspørgsel vil give et større udbud. Mit problem vil bl.a. være, at jeg ikke ved, hvor man fx køber økologisk uld.

Jeg ville aldrig selv gå med kunststoffer, da det er bedre for kroppen at gå med naturprodukter.

Vil firmaets målgruppe være interesseret i miljøhensyn?

Mange i målgruppen er bevidste, og et større udbud og bedre kvalitet vil gøre forbrugerne mere interesserede.

Oplever du, at der stilles krav fra kunden/producenten, om at du inddrager miljøhensyn i dit design?

Jeg oplever ikke, at der stilles krav fra forbrugere eller producenter. Forbrugerne køber silken, fordi de synes, det er rart at have på.

Tror du at der i fremtiden vil blive stillet flere miljøkrav rent politisk?

Jeg håber, at der kommer flere krav fra såvel forbrugerne som fra politisk side.

På nuværende tidspunkt er forbrugerne efterhånden meget bevidst om, hvad de indtager, men der er nok stadig lang vej, inden forbrugerne stiller krav til tekstilerne. Det kræver fx meget at lære de unge, at sætte pris på natur og bæredygtighed.

Vil du være interesseret i at bruge en certificering på din kollektion eller enkelte produkter?

Jeg vil være interesseret i en certificering. Det vil være et godt budskab til kunden.

1.5.4 Bogens indhold

Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

Hvilke oplysninger skal det indeholde?

Bogen må meget gerne indeholde klar information om hvad ikke miljøvenligt tøj er.

Vigtigt at fortælle om processerne i tekstilproduktionen. Jeg vil gerne have bud på hvilke alternative produkter man kan anvende. Hvad kan fx være alternativ til viskose.

Bogen må meget gerne fungere som opslagsværk og der skal være oplysninger om hvor man får yderligere information og hjælp.

Bogen bør indeholde så mange direkte brugbare oplysninger, så det begrænser ens eget tidsforbrug.

Måske informationer om hvad det er for nogle kompromiser, man kan blive stillet overfor, og hvordan sikrer man kvaliteten.

Det skal helst være en bog udgave, og gerne i A5 format. Den skal ikke være alt for økologisk at se på, og den skal have et lækkert udtryk.

Forestiller du dig at du selv vil bruge ovenstående vejledning eller mener du at der skal en konsulent til?

Jeg vil gerne bruge en sådan bog selv.

1.6 Resumé af interview 6-8

I de forgående afsnit i kapitel 5 er der gengivet en række udvalgte interviews. I dette afsnit er essensen af interviewene af nogle af de større virksomheder uddraget. Som det også er nævnt i sammenfatningen er der ikke nogen entydig konklusion på hvilken type designer eller virksomhed der er mere miljøvenlig end den anden. Og de holdninger og opfattelser der tegner sig for de større virksomheder er ikke synderligt forskellige fra de mindre virksomheders.

1.6.1 Barrierer

Det er en generelt opfattelse at en af de typiske barrierer for at tænke miljø i sit design og indkøb er at den teoretiske miljøviden er svær at håndtere, også selvom man som designer besidder en vis viden på området. Det betyder igen at det kan det være svært ved at stille krav til sine leverandører på miljøområdet. Det bliver dog nævnt at det positive er at kende leverandøren godt, for det giver gode muligheder for at påvirke og stille krav.

En af barriererne for at stille krav er også, at det tager tid og kræver meget dokumentation, og da produktionen ofte ligger uden for Danmark og EU, er det svært at følge op på kravene. Det vil ofte være nødvendigt at nogen tager sig af at skaffe dokumentationen, og kan man være sikker på at den er troværdig.

Det blev dog også nævnt fra en af de interviewede, at det ikke umiddelbart ville være noget problem at finde leverandører i Danmark, som arbejder med miljøforhold

Udseende og kvalitet er det mest væsentlige i tøjproduktionen, og udbuddet på fx miljøvenlige tekstiler er for dårligt. For eksempel lever kvaliteten af økologisk bomuld ikke op til den ønskede standard. Desuden er økologisk bomuld prismæssigt for dyrt, og der er en generel opfattelse af, at de fleste kunder ikke er villige til at betale ekstra for miljøvenligt tøj. Det er hovedsagligt den mere politiske forbruger, der er villig til at betale.

En af de interviewede mener, at der er blevet fokuseret lidt for meget på at miljøvenligt tøj skal se ud på en bestemt måde. Det er derfor vigtigt, at signalere at det miljøvenlige tøj godt kan ligne almindeligt tøj og være smart. Det kan godt være gult og samtidig være miljøvenligt. Det er produktionsprocessen der er vigtig.

Til spørgsmålet om den interviewede vil være villig til at gå på kompromis med designet for at tilgodese miljøet, bliver der for nogens vedkommende svaret nej, men en anden er villig, men har brug for at vide hvilke valgmuligheder der er. Men som udgangspunkt kommer look og kvalitet frem for alt.

1.6.2 Miljømærker

Der er uklarhed omkring de forskellige miljømærker. Desuden er det lige før, at det, at signalere miljøvenlighed, er mere negativt end positivt. Profilen om

fx. svanemærket fremstår gammeldags og noget kedelig. ”Det er svært at være undergrundsdesignagtig, og så rende rundt med sådan nogle labels på sig”.

Miljømærkerne fremstår desuden lidt senfirseragtigt, og er derfor ikke særlig positiv at have på. En af de interviewede vil være interesseret men mener at mærket skal se godt. Et eksempel på det modsatte er EU-blomsten, der ikke er pæn og derfor ikke tyder på kvalitet.

Derudover kan det være problematisk at fremme en ”øko-linje”, da man risikerer at det andet tøj fremstår som dårligt.

1.6.3 Kunde krav og drivkræfter

Der er en generel opfattelse af, at det vil være svært at få forbrugerne til at købe de miljøvenlige produkter, da prisen vil være for høj.

Ingen af de interviewede har oplevet at der stilles miljøkrav fra hverken kunder eller producenter, hvilket for nogen virksomheder skyldes at deres kundemålgruppe ikke er dem der stiller krav.

Der er dog generel enighed om at sandsynligheden for at der vil blive stillet flere miljøkrav i fremtiden er der, men det vil nok også kræve at det blev bakket op af en skærpet lovgivning på området.

En af de interviewede påpegede at det nok desværre ikke batter så meget at man i EU stiller skrappe miljøkrav, da tøj produktionen ofte ligger i Østen. Det globale handelsmiljø kan således godt være en barriere i forhold til at inddrage miljøhensyn på grund af uens holdninger og lovgivning.

Det blev pointeret fra en af de interviewede at en øget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige produkter godt kunne bevirke, at der fra designers og indkøbers side blev fokuseret mere på at inddrage miljøhensyn. Men kravet skal komme fra forbrugerne.

En af de måder man kan fremme interessen for det miljøvenlige tøj på er bl.a. at gøre det trendy at være miljørigtig og overfor producenterne at fokusere mere på de økonomiske fordele der fx. er ved at vælge et mindre miljøbelastende alternativ.

Det at arbejde med miljøhensyn i design og indkøb er ofte drevet af personens egen overbevisning og interesse for miljøforhold såvel som firmaets eventuelle politik på området. Det der generelt gør sig gældende som første skridt på vejen i virksomhedernes arbejde med miljøet er arbejdsmiljøforhold og etik, som fx børnearbejde. Det er noget der optager forbrugerne og er noget vi alle kan relatere os til.

1.6.4 Er der brug for et værktøj?

Til spørgsmålet om man som designer/indkøber vil gøre brug af et værktøj, en håndbog, der skulle hjælpe til at inddrage miljøhensyn, var der en generel enighed om, at der er brug for et værktøj/en håndbog, der kan støtte designeren/indkøberen til at inddrage miljøhensyn og hjælpe til at stille krav til leverandører og producenter.

Der var forskellige forslag til hvad et sådant værktøj kunne omfatte:

- Generelt afsnit om miljøproblemer i branchen
- Oversigt over miljømærker og certificeringsmuligheder
- Oversigt over hvor man kan søge yderligere oplysninger og hjælp
- Oplysninger om materialer og hvor man kan få fat i materialerne

Værktøjet må gerne være en form for opslagsværk. Det skal være grafisk lækkert, let forståeligt og ikke for teknisk. Det skal appellere til målgruppen. Det må ikke være kedeligt.

Enkelte ønskede også værktøjet i en PC baseret udgave.

Der var generel enighed om, at hvis værktøjet var der, ville det også blive brugt. En enkelt ville nok få en konsulent til at hjælpe sig med arbejdet.

Spørgsmål til designere/indkøbere

Spørgsmål til designere og indkøbere i forbindelse med projektet ”Inddragelse af miljøhensyn ved indkøb og design af tekstilprodukter”. Interviewene har taget udgangspunkt i nedenstående spørgsmål, men har ikke fulgt dem slavisk. I de tilfælde hvor den interviewede i et svar har dækket flere spørgsmål, er der gået videre til et af de næste spørgsmål.

A: Designeren og arbejdsprocesser.

1. Hvad produceres der her i firmaet?
2. Hvor stort er firmaet, antal ansatte, antal afdelinger
3. Hvor ligger produktionen af:
 - Tekstilerne?
 - Materiale bearbejdning som f.eks. indfarvning?
 - Opsyningen?
4. Hvem er firmaets målgruppe?
5. Hvilken stilling og rolle har du i firmaet.
6. Beskriv din arbejdsproces som designer.
7. Hvor mange kollektioner om året producere du? (gengangere)
8. Hvilke tekstiler benytter du mest i dine kollektioner? (bruger I fx blandingsvarer? Er der nogen særlig grund til det, holdbarhed?)
9. Indkøber du selv dine tekstiler? / Hvilken indflydelse har du på valg af tekstiler?
10. Hvad er dit materiale kendskab og din viden om fremstillingen af de tekstiler om du benytter?
11. Hvad er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?

B: Designerens miljøkendskab og holdning

1. Hvad er din holdning til fx økologiske fødevarer eller andre økologiske varer?
2. Hvilken viden har du om miljøvenligt produceret tøj / økologisk tøj?
3. Hvad er din holdning til det?
4. Hvis du har kendskab til emnet, hvor har du så din viden fra?
5. Beskriv din viden nærmere.
6. Hvis du ikke på nuværende tidspunkt inddrager miljøhensyn i dit design, overvejer du da på noget tidspunkt at gøre det?
7. Vil du som designer være villig til/interessere i at stille krav til dine underleverandører/producenter om at være mere miljøvenlige?
8. Vil du være villig til at gå på kompromis med dit design for at tilgodese miljøet, fx. ved at vælge et mere miljøvenligt materiale frem for et andet?

C: Hvis designeren allerede arbejder med miljøhensyn:

1. Hvis du inddrager miljøhensyn i dit design, hvor gør du det så:
2. Under hele design processen fra valg af materialer til brugs- og bortskaffelsesfasen.
 - Under valg af materialer
 - Under forarbejdningsprocessen
 - Under brugsfasen
 - Under bortskaffelsesfasen
3. Inddrager du miljøhensyn pga. af din egen overbevisning, firmaets politik el. andet.?
4. Inddrager du etik? Arbejdsforhold fx. børnearbejde, dyreetisk eller andet?
5. Hvordan er dine erfaringer med at arbejde med miljøforhold som designer? Har der været problemer, med fx:
 - at finde oplysninger om miljøforhold om tekstiler/tekstil produktion?
 - at finde leverandører/producenter der kunne leve op til miljøkravene?
 - at få den nødvendige dokumentation fra leverandører/producenter?
 - andre problemer (fx. tidsproblemer)?
 - ”Jantelovens barrierer”
6. Har det været en fordel / ulempe at inddrage miljøhensyn?
På hvilken måde?
7. Er firmaets målgruppe / kunder interesseret i hensyntagen til miljøet?
Hvis ja: Hvorfor? Hvis nej: Hvorfor ikke?
8. Hvad tror du skal til for at gøre forbrugerne mere interesseret?
9. Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage yderligere miljøhensyn?
10. Hvad tror du vil løse mere op for de barrierer, der er i forbindelse med den problematik, der er i at arbejde med miljøhensyn?
 - ☐ En fælles kampagne målrettet producenter/designere
 - ☐ Politisk opbakning/kampagne
 - ☐ Andet

D: Hvis designeren ikke arbejder med miljøhensyn:

1. Hvis du skulle inddrage miljøhensyn i dit design, hvor mener du, at man som designer vil støde på barrierer?

Kunne det være:

- at finde oplysninger om miljøforhold om tekstiler/tekstil produktion
- at finde leverandører/producenter der kunne leve op til miljøkravene
- at få den nødvendige dokumentation fra leverandører/producenter
- andre problemer
- ”Jantelovens barrierer”

2. Tror du det vil været en fordel / ulempe at inddrage miljøhensyn?
På hvilken måde?

3. Hvad mener du man kan gøre for at overkomme disse barrierer?

4. Ville en fælles kampagne kunne løsne op for disse barrierer?
Hvis ja: Hvorfor Hvis nej: Hvorfor ikke?

5. Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage miljøhensyn?

6. Vil firmaets målgruppe være interesseret i miljøhensyn?
Hvis ja: Hvorfor Hvis nej: Hvorfor ikke?

7. Hvad tror du skal til for at gøre forbrugerne mere interesserede?

E: Afsluttende spørgsmål stilles både til positiv og negativ gruppen.

1. Oplever du, at der stilles krav fra kunden/producenten, om at du inddrager miljøhensyn i dit design?
2. Oplever du, at der stilles krav fra forbrugeren, om at du inddrager miljøhensyn i dit design?
3. Tror du, at der i fremtiden vil blive stillet flere krav fra forbrugerne om miljøvenlige tekstiler?
4. Tror du der i fremtiden vil blive stillet flere miljøkrav rent politisk?
Nationalt? Internationalt?
5. Vil du være interesseret i at bruge en certificering på din kollektion eller enkelt produkter?

F: Spørgsmål til indkøberen

1. Hvilken stilling og rolle har du i firmaet.
2. Beskriv din arbejdsproces som indkøber.
3. Hvilke tekstiler indkøber du oftest (bruger I fx blandingsvarer? Er der nogen særlig grund til det, holdbarhed?)
4. Har du et tæt samarbejde med designeren, når der indkøbes tekstiler?
5. Hvad er dit materiale kendskab og din viden om fremstillingen af de tekstiler om du indkøber?
6. Hvordan er din viden om produktionen af det endelige stykke tøj?
7. Oplever du, at der stilles krav fra kunden/producenten/designeren, om at du inddrager miljøhensyn i en indkøbssituation?
8. Hvis ja, inden for hvilke områder?
9. Hvis du inddrager miljøhensyn som indkøber, på hvilke områder gør du det:
 - Ved indkøb af tekstiler
 - Ved indkøb af accessories
 - Andet
10. Inddrager du ved indkøb andre hensyn fx. brug af børnearbejde, dyreetiske hensyn eller andet?
11. Hvis du ikke på nuværende tidspunkt inddrager miljøhensyn i ved indkøb, overvejer du da på noget tidspunkt at gøre det?

Hvis ja, på grund af:

 - krav fra designeren/producenten
 - på eget initiativ (hvis det er muligt)
12. Hvordan er dine erfaringer med at arbejde med miljøforhold som indkøber? Hvor har der været problemer, med fx:
 - ☐ at finde oplysninger om miljøforhold om tekstiler/tekstil produktion
 - ☐ at finde leverandører/producenter der kunne leve op til miljøkravene
 - ☐ at få den nødvendige dokumentation fra leverandører/producenter
 - ☐ andre problemer
13. Hvis du skulle inddrage miljøhensyn i indkøbssituationen, hvor mener du, at man som indkøber vil støde på barrierer.
14. Hvad kan man gøre for at overkomme disse barrierer?
15. Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?

- Hvad skal du kunne bruge det til?
- Hvilke oplysninger skal det indeholde?
- Skal det være en papirudgave eller PC-baseret?
- Hvordan skal det grafiske udtryk være?
- Andet?

16. Tror du, at der i fremtiden vil blive stillet flere krav fra forbrugerne om miljøvenlige tekstiler?
17. Kunne en forøget efterspørgsel fra forbrugerne om flere miljøvenlige tekstilprodukter på markedet få dig til at inddrage miljøhensyn?
18. Kunne du forestille dig, at man ville vælge leverandør bl.a. ud fra miljøkrav?
19. Vil du som indkøber være villig til/interesset i at stille krav til dine underleverandører om at være mere miljøvenlige?

G: Bogens indhold

1. Hvis du skulle gøre brug af et værktøj, der skulle hjælpe dig til at inddrage miljøhensyn, hvilke krav vil du så stille til det?
2. Hvilke oplysninger skal det indeholde?
 - Skal der være afsnit om miljøproblemer ved tekstilproduktion
 - Skal der være et afsnit med gennemgang af tekstiler, der beskriver hvordan de er fremstillet og deres kvalitetsegenskaber?
 - Skal der være en mere konkret vejledning til at inddrage miljøhensyn?
 - Skal der være oversigt over/beskrivelse af certificeringsmuligheder?
 - Skal der være en oversigt over steder hvor man kan få hjælp og vejledning?
 - Skal det være en papirudgave eller PC-baseret?
 - Hvordan skal det grafiske udtryk være? (modemagasin udtryk, fotos billeder tegninger, let læselig skrift eller informationsrige tekniske rapporter)
 - Andet?

Forestiller du dig at du selv vil bruge ovenstående vejledning eller mener du at der skal en konsulent til?