

Erhvervshåndbogen

Klimaledelse



Særtryk

Kapitel 10.4

”Klimamærker 2020” af senior miljøekspert Heidi Belinda Bugge og chefkonsulent Rikke Dreyer, Miljømærkning Danmark

Juli 2020

10.4 Klimamærker 2020

Senior miljøekspert Heidi Belinda Bugge, Nordisk Miljømærkning
Chefkonsulent Rikke Dreyer, Miljømærkning Danmark

Indhold

Der er fra forskellig side blevet peget på nødvendigheden af en fælles tilgang til at markere klimabelastningen ved forskellige varer. I den forbindelse har flere af regeringens klimapartnerskaber anbefalet, at man indenfor de forskellige brancher arbejder videre med eksisterende standarder og mærkeordninger. Her er de officielle miljømærker et godt udgangspunkt – for Svanemærket og EU-Blomsten er udbredte, kendte og anerkendte, og har også klimafokus.

Uanset hvilken tilgang til klimamærkning der vælges, skal der være enighed om processen og datagrundlaget for at opnå mærkerne, og det skal sikres, at den cirkulære økonomi og bæredygtigt forbrug og produktion fremmes. Det kræver stærke redskaber – som fx Svanemærket og EU-Blomsten.

1. Øget fokus på klimamærker
2. Internationale tiltag omkring klimamærkning
3. Eksisterende miljømærker har også fokus på klima
4. Processen og datagrundlaget for mærkerne er central
5. Den cirkulære økonomi er en del af klimaløsningen

Miljømærkerne er med i erhvervslivets klimaanbefalinger

1. Øget fokus på klimamærker

De fleste af regeringens klimapartnerskaber offentliggjorde i marts deres klimaanbefalinger. Og flere af partnerskaberne peger på, at Svanemærket og EU-Blomsten er en del af klimaløsningen – både når det kommer til omstilling til cirkulær økonomi, grønne offentlige indkøb samt enkel og præcis forbrugeroplysning om det gode klimavalg.

Klimaudfordringen: 70% reduktion af CO₂ om ti år

Hverdagen har de seneste måneder været vendt på hovedet for de fleste. Ikke mindst for regeringen, som med COVID-19 har stået over for enorme udfordringer. Samtidig står en anden stor udfordring for døren: Om ti år skal den danske udledning af CO₂ være reduceret med 70 procent i forhold til 1990. Det er en kæmpe opgave. Og mens corona-krisen har krævet, at vi stod sammen hver for sig, så kræver klimakampen, at vi står sammen om at løse den.

Klimapartnerskaberne nævner Svanemærket og EU-Blomsten

Derfor nedsatte regeringen i november 13 klimapartnerskaber, som repræsenterer alle grene af dansk erhvervsliv. Partnerskaberne offentliggjorde i marts deres forslag til, hvordan de hver især kan bidrage til at løse klimaudfordringerne. Og flere af partnerskaberne har skrevet Danmarks to officielle miljømærker – Svanemærket og EU-Blomsten – ind i handlingsplanerne.

Klimapartnerskabet for affald og vand, cirkulær økonomi¹ har en vision om, at Danmark i 2030 skal være verdens førende cirkulære økonomi, der viser vejen til klimaneutralitet i 2050. Det kræver bl.a. en indsats for "Længere produktlevetid og øget genbrug".

Partnerskabet opfordrer til at udbrede brugen af certificeringer som Svanemærket og EU-Blomsten, ligesom byggesektoren opfordres til at bruge miljømærkerne til substitution af uønsket kemi i byggeprodukter og til at understøtte den cirkulære omstilling i forbindelse med nybyggeri.

"Vi er rigtig glade for, at miljømærkerne er fremhævet som vigtige redskaber til at fremme den cirkulære økonomi. Svanemærket og EU-Blomsten stiller kvalitetskrav for at sikre produkter, der både har den ønskede funktion og lang levetid. Ofte er levetiden nemlig det, der har størst indflydelse på den samlede miljøbelastning. Mærkerne stiller også skrappe kemikaliekrav. Begge dele er vigtige for den cirkulære økonomi – for det betyder både, at produktet holder længere, inden det bliver til affald, muligheden for genbrug øges, og kemikaliekravene fremmer muligheden for at genbruge og recirkulere materialer." siger Martin Fabiansen, direktør i Miljømærkning Danmark.

Udnyt eksisterende mærkers klimapotentiale

Flere af partnerskaberne pointerer, at mærker fremmer erhvervslivets grønne omstilling. Og partnerskabet for Handel anbefaler derfor, at de eksisterende officielle mærker styrkes, f.eks. anbefaler Partnerskab for handel² at klimakravene skærpes i mærkningsordningerne, og partnerskab for service, it og rådgivning³ anbefaler at der laves en kortlægning - og efterfølgende synliggørelse - af mærkerne, så flere bruger dem mere. Partnerskabet fremhæver bl.a. Svanemærket som et af de troværdige mærker, der bidrager til en bæredygtig udvikling i erhvervslivet både nationalt og globalt.

Svanemærket og EU-Blomsten ser på hele produktets livscyklus⁴, når kravene til en produkttype bliver fastsat, hvilket er afgørende for at kunne mindske det samlede aftryk på miljø og klima. Det betyder, at mærkerne allerede stiller en lang række klimakrav.

"Men det er bestemt interessant at se på, hvordan de officielle miljømærker kan skærpe klimakravene endnu mere – noget der allerede er meget fokus på i takt med, at mærkerne løbende strammer deres krav til de enkelte produktgrupper", siger Martin Fabiansen.

Troværdighed

Partnerskabet for handel understreger, at mærker skal være troværdige og ikke vildlede forbrugerne – og at de ikke bør sætte forbrugerne i unødvendige dilemmaer.

”Miljømærkernes helhedssyn betyder, at alle relevante miljøbelastninger inklusive klima bliver inddraget, når der udvikles krav. Det sikrer reduceret klimabelastning uden at gå på kompromis med sundhed, biodiversitet, kemikalier og ansvarlig brug af jordens begrænsede ressourcer – på den måde har mærkerne allerede taget stilling til mange dilemmaer, så man som forbruger eller indkøber ikke behøver at skulle veje forskellige indsatser op mod hinanden”, forklarer Martin Fabiansen.

Brug offentlige, grønne indkøb som driver

En af de ting, som næsten alle klimapartnerskaberne har fokus på, er grønne udbud eller grøn indkøbspolitik hos det offentlige. Flere af partnerskaberne ser således det offentlige som en oplagt driver til at udvikle markedet.

Eksempelvis opfordrer partnerskab for affald og vand, cirkulær økonomi⁵ regeringen til at udarbejde en ny indkøbsstrategi for offentlige indkøb, hvor fokus ikke blot er på anskaffelsespris, men også totalomkostninger og hele værdikæder. Og at indkøbet skal tage afsæt i EU's grønne indkøbskriterier og fx kravene bag mærker som EU-Blomsten.

”Det offentlige bruger hvert år omkring 370 mia. kr. på indkøb af varer og tjenesteydelser, så der er ingen tvivl om, at et styrket fokus på offentlige grønne indkøb vil kunne rykke markedet i en grønnere og mere bæredygtig retning. Der er heller ingen tvivl om, at Svanemærket og EU-Blomsten er oplagte redskaber til denne indsats, idet mærkerne allerede er udbredt på mange af de varer, som de offentlige efterspørger,” siger Martin Fabiansen, direktør i Miljømærkning Danmark.

Du kan se alle klimapartnerskabernes anbefalinger på DI's hjemmeside⁶.

Klimamærkningsordninger - internationalt

2. Internationale tiltag til klimamærkning

Det er ikke umiddelbart gennemskueligt for forbrugerne, hvad klimaeffekten af de forskellige varer, vi køber, er. Derfor har der også gennem tiden været forslag om klimamærker for alt fra fødevarer til sko og byggematerialer. Og nogle industrier, som fx flybranchen, har selv taget initiativ til klimamærker, så CO₂-udslip for flyrejsen oplyses og kan kompenseres, når man bestiller flybilletter.

Nogle lande har valgt at udvikle deres egne klimamærker.

England: Carbon Trust Footprint

Det gælder fx i England, hvor regeringen har etableret nonprofitfirmaet Carbon Trust Footprint, som i 2007 lancerede verdens første carbon footprint-mærke. De tilmeldte virksomheder forpligter sig til at nedsætte CO₂-udledningen i deres produktion og kan derved opnå et klimamærke, som viser forbrugeren en række informationer om klimaaftrykket fra virksomhedens produkter. Eksempler på produkter med Carbon Trust Footprint er Walkers Crisps, Kingsmill brød, British Sugar, Cemex cement, Marshalls byggeprodukter og Quaker Oats.

En af de største tilhængere af Carbon Trust Footprint var oprindeligt Tesco, der begyndte at mærke en række produkter, herunder vaskemiddel, pærer, appelsiner, mælk og toiletpapir i 2007. Det var ambitionen, at alle Tescos produkter skulle mærkes med Carbon Trust Footprint. I 2012 valgte de dog at droppe ordningen, fordi den var meget omkostningstung og på grund af kompleksiteten i beregningerne.

Schweiz: Climatop

Et andet mærkeinitiativ startede i foråret 2008 i Schweiz: Climatop. Eksempler på mærkede produkter kan findes hos den schweiziske supermarkedskæde Migros, og findes på bl.a. økologisk fair trade-sukker fra Paraguay og vaskemidler.

Japansk klimamærke

Ligeledes i 2008 så en japansk klimamærkeordning dagens lys. Mærket optrådte på snesevis af varer og gav detaljerede oversigter over hvert produkts carbon footprint under et regeringsgodkendt beregnings- og mærkningssystem.

EU: Product Environmental Footprint (PEF)

Indenfor rammerne af EU's 7. miljøhandlingsprogram har EU-Kommissionen udviklet en metode til kvantitativ opgørelse af produktets fodaftryk. I daglig tale kaldt PEF (Product Environmental Footprint). Metoden er bygget op omkring livscyklusanalyse. Beregningen kan anvendes til at sammenligne belastningen fra produkter der opfylder den samme funktion. PEF beregner for eksempel, hvor meget et kilo svinekød eller en liter maling samlet set belaster miljø og klima.

PEF er designet til at udgøre den fremtidige metodemæssige rygrad for et revideret europæisk miljøvurderings- og informationssystem, der skal styrke gennemsigtigheden af EU's marked for grønne produkter, og som binder nuværende instrumenter bedre sammen. Yderligere er formålet at minimere forvirringen blandt forbrugere og lette cirkulationen af grønne produkter i EU.

På basis af metoderne skal der de kommende år arbejdes med at gøre informationerne om produktets/organisationens miljøegenskaber så tilpas præcise, reproducerbare, konsistente og relevante, at der kan foretages en direkte sammenligning af produktets miljøegenskaber med tilsvarende produkter.⁷

En række organisationer, som fx Danmarks Naturfredningsforening og Dansk Erhverv, har dog været ude og sige at de mener, at PEF ikke er brugbart direkte på forbrugerprodukter, fordi ordningen er vanskelig at forstå og bruge.

De anfører i en artikel i Altinget i 2018⁸ bl.a. "... en PEF-mærkning kan for eksempel vise, at produktets miljøbelastning har forskellige profiler. Det kan for eksempel være "halv skidt" for klimaet, "super godt" for vandforbruget og "nogenlunde" for biodiversiteten. Hvad er det så, en forbruger skal prioritere efter?

Et dansk klimamærke?

Herhjemme har bl.a. Dansk Folkeparti foreslået et klimamærke⁹, fordi partiet mener, at det i dag er for svært at tage klimavenlige valg i supermarkedet eller tøjforretningen. Som en del af partiets samlede klimapolitik foreslår DF derfor at indføre en mærkningsordning til alle former for varer, der skal vise, om et produkt belaster klimaet meget eller lidt.

Den tidligere regering med daværende klimaminister Lars Christian Lilleholt (V) i spidsen foreslog en lignende mærkningsordning, dog kun for fødevarer. Klimamærket var en del af regeringens klima- og luftudspil¹⁰ i oktober 2018, men forslaget blev mødt med skepsis fra store dele af erhvervslivet.

Dansk Industri, der også tidligere har været kritisk over for et klimamærke, mener, at et selvstændigt klimamærke kan tage lang tid at få på plads. Samtidig er de skeptiske over for rent danske løsninger, forklarer branchedirektør Sidsel Dyrholm Holst fra DI:

“Hvis der skal laves et klimamærke, så er det rigtig vigtigt, at det bliver et internationalt mærke, for vores virksomheder er jo i international konkurrence. Så noget, der er udelukkende dansk fokuseret, det er ofte ikke så optimalt,” siger hun i artikel til Mandag Morgen¹¹.

Heller ikke Det Ethiske Råd¹² støtter et klimamærke:

“Overordnet set støtter vi mærkningsordninger, der kan hjælpe den særligt interesserede forbruger til at træffe et godt valg, og som samtidig kan være lokomotivet for at trække fødevarerproduktionen i en “ansvarlig” retning. Men vi er ved at være nået en grænse for, hvor mange mærker forbrugeren kan kapere. Blandt andet på grund af de mange private mærker, der popper op fra producenter og detailhandel. Samtidig er ikke alt egnet til mærkning; vi støtter fx ikke et specifikt klimamærke, da der er alt for meget variation inden for samme varegruppe, og det dermed er alt for svært at opstille klare kriterier.”

3. Eksisterende miljømærker har også fokus på klimavalg

Svanemærket og EU-Blomsten

Svanemærket og EU-Blomsten er gode klimavalg

- 93 % af danskerne kender Svanemærket¹³
- 45 % af danskerne kender EU-Blomsten¹⁴
- 66 % af danskerne ser efter Svanemærket, når de vælger varer¹⁵
- 76 % af danskerne har tillid til, at et produkt er et godt miljøvalg, når det er svanemærket¹⁶
- Det er muligt at miljømærke inden for mere end 200 forskellige produkttyper og services – det gælder alt fra pleje- og husholdningsprodukter, tekstiler, legetøj, møbler til kantiner, hoteller og byggeri.

Fordele ved de eksisterende mærker

Der er flere fordele ved de eksisterende mærker:

- For det første har miljømærkerne allerede opbygget et højt kendskab og troværdighed blandt forbrugerne. 93 % af danskerne kender Svanemærket, og 45 % kender EU-Blomsten. 66 % af danskerne ser allerede efter Svanemærket, når de vælger varer – og 76 % har tillid til, at et produkt er et godt miljøvalg, når det er svanemærket. Svanemærket og EU-Blomsten står dermed allerede stærkt.
- For det andet er mærkerne livscyklusbaserede og produktspecifikke og inddrager alle relevante miljøbelastninger, inklusive klima. Det sikrer reduceret klimabelastning uden at gå på kompromis med sundhed, biodiversitet, kemikalier og ansvarlig brug af jordens begrænsede ressourcer. Det er en vigtig pointe.
- For det tredje rummer mærkerne et stort potentiale for at styrke klimaindsatsen yderligere i fremtiden. Miljømærkerne strammer løbende kravene, herunder klimakravene, i takt med udviklingen i markedet, i samfundet og teknologien.

Muligt at udvikle kriterier for nye områder

Der er også mulighed for at udvikle kriterier for nye områder, som i dag ikke kan miljømærkes. Allerede i dag er det muligt at miljømærke inden for mere end 200 forskellige produkttyper og services.

Men der er potentiale for endnu flere områder – ligesom der i løbet af de seneste år er udviklet nye krav til investeringsfonde, renovering og rens af væskeskadet elektronik. Endelig kan det synliggøres endnu mere over for både private forbrugere og professionelle indkøbere, at miljømærkerne er oplagte redskaber til at træffe gode klimavalg.

Danmark har således allerede to mærker, der gør det nemt for forbrugere og professionelle indkøbere at vælge blandt de miljø- og klimamæssigt bedste produkter. Og som gør valget trygt, fordi kravene er objektive, og der sker kontrol af en uvildig instans. Når klimamærkediskussionen blusser op igen, er det altså en god idé at huske på, at vi allerede har to stærke, officielle miljø- og klimamærker.

Standarder

4. Processen og datagrundlaget for klimamærkning er central

Uanset hvilket mærke skal der være enighed om processen og datagrundlaget for at opnå mærkerne.

ISO 14024

Svanemærket og EU-Blomsten følger standarden for type 1-miljømærker ISO 14024. Denne standard foreskriver, at der i forbindelse med fastsættelse af kravene til en given produktgruppe skal foretages en kortlægning af livscyklus for produkter, der falder inden for den produktgruppe, der skal udvikles kriterier for.

Hele produktets livscyklus skal kortlægges

Det fremgår endvidere af ISO 14024, at type I-miljømærker skal udvælge produkter, der inden for en given produktkategori er blandt de miljømæssigt bedste. ISO 14024 forstår livscyklus på den måde, at når man fastsætter kriterier for type 1-miljømærker (dvs. når man fastsætter de krav, som et produkt eller en serviceydelse skal overholde for at kunne opnå et type-1-miljømærke), så skal der gennemføres en kortlægning af de væsentligste miljøpåvirkninger for den pågældende produktkategori i hele produktets livscyklus fra udvinding af råvarer til produktion, brug, bortskaffelse og recirkulering.

Forskellige produkter har forskellig livscyklus, og hvad der er de væsentligste miljøpåvirkninger for én produktgruppe, kan være meget forskelligt i forhold til, hvad der er relevant for andre produktgrupper. ISO 14024 kræver desuden, at der foretages en væsentlighedsvurdering for at sikre, at det er de miljømæssigt bedste inden for produktkategorien, som tildeles et miljømærke.

Svanemærket og EU-Blomsten er tilpasset produktgrupperne

Derfor er kravene bag type 1-miljømærker, som Svanemærket og EU-Blomsten, tilpasset den enkelte produktgruppe. Svanemærkets krav til rengøringsmidler er forskellige fra kravene til møbler, som igen er forskellige fra kravene til legetøj etc.

Produktets egnethed

Der står samtidig i ISO 14024-standarden, at produktets egnethed til formålet (fitness for purpose) skal tages med i betragtning. Det betyder, at man skal sikre, at man sammenligner produkter med samme funktion.

Svanemærket og EU-Blomsten stiller funktions- og kvalitetskrav

Her går Svanemærket og EU-Blomsten ind og stiller funktions- og kvalitetskrav, der sikrer, at produktets egnethed medtages - samt krav til holdbarhed, der giver mulighed for lang levetid. Eksempler på Svanemærkets og EU-Blomstens produktspecifikke funktions- og kvalitetskrav:

- For møbler er der krav om tests, der dokumenterer høj kvalitet, holdbarhed og sikkerhed for produkterne.
- For tekstiler er der krav til farvens holdbarhed og dimensionsændring ved vask.

En livscyklusanalyse for en tryksag viser, at en af de væsentligste miljøbelastninger ved en tryksag er fremstillingen af papir. Det skyldes, at produktionen af papir fra nye træfibre er meget energikrævende, og derfor er der dels skrappe krav til energiforbrug og energieffektivitet i papirfremstillingen, dels fokus på genanvendelse af papirfibre til nyt papir (papirfibre kan genbruges helt op til 7 gange).

Den cirkulære økonomi skal fremmes

5. Den cirkulære økonomi er en del af klimaløsningen

Omstillingen til vedvarende energi og øget energieffektivitet er kun en del af løsningen på vores klimaudfordringer. For vi kan ikke bremse klimaforandringerne uden også at fremme den cirkulære økonomi og bidrage til bæredygtigt forbrug og produktion. Det kræver stærke redskaber – som fx Svanemærket og EU-Blomsten.

Ifølge en rapport fra Ellen MacArthur Foundation¹⁷ kommer ca. 45 % af drivhusgasudledningerne fra forbrug og produktion. Derfor er håndtering af klimakrisen og omstilling til cirkulær økonomi i høj grad også to sider af samme sag. Ligesom omstilling til vedvarende energi kræver store investeringer, så kræver omstilling til cirkulær økonomi en markant indsats fra såvel forbrugere som offentlige indkøbere og ikke mindst virksomhederne. Også her udgør miljømærkerne et væsentligt håndtag.

Fokus på materialer med god kvalitet og lang levetid

I den cirkulære økonomi er der fokus på, at materialer og produkter forbliver i det økonomiske kredsløb med den højest mulige værdi i længst mulig tid. Det handler om at forebygge affald ved at sikre produkter med god kvalitet og lang levetid – og ved at muliggøre reparation eller opgradering. Det handler også om at sikre, at vi kan genbruge og genanvende materialer og produkter.

Derfor er det bl.a. vigtigt at se på den måde, produkterne bliver designet på, og på de kemikalier, der indgår i produkterne.

Svanemærket og EU-Blomsten ser på hele produktets livscyklus

Svanemærket og EU-Blomsten kan være med til at fremme den cirkulære økonomi, netop fordi hele produktets livscyklus er med i vurderingen, når der bliver fastsat krav, og hvor der arbejdes med følgende seks parametre:

- Krav til fornybare, recirkulerede og bæredygtige råvarer.
- Skrappe kemikaliekrav.
- Krav til reduceret brug af ressourcer og energi.
- Kvalitetskrav og levetid.
- Krav til produktdesign, demontering og reparerbarhed.
- Krav til optimal affalds- og ressourcehåndtering.

Disse seks parametre har samtidig stor betydning for den samlede klimabelastning fra vores produktion og forbrug. Fx ved at reducere behovet for nye materialer som stål, cement, aluminium og plastik, som under produktionen udleder store mængder af drivhusgasser. En vigtig del af klimaindsatsen handler derfor om at fremme den cirkulære økonomi – og dermed ændre den måde vi designer, producerer og anvender produkter på.

Den cirkulære tankegang er en mulighed for at styrke dansk erhvervsliv

Den cirkulære tankegang er ikke kun en nødvendighed. Den er også en mulighed:

- En mulighed for at styrke danske virksomheders konkurrenceevne, fordi det gavner virksomheders bundlinje at få mere ud af mindre ved fx at bruge færre materialer.
- En mulighed for at udvikle nye forretningsmodeller og innovative løsninger, fx ved at mindske afhængigheden af nye råvarer og i stedet bruge flere genanvendte materialer.
- Og en mulighed for at bremse klimaforandringerne fra flere sider – og dermed også sætte ind over for de 45 % af drivhusgasudledningerne, der kommer fra produktion og forbrug.

Svanemærket og EU-Blomsten tilbyder virksomhederne redskaber til at fremme den cirkulære økonomi, styrke deres klimaindsats og fortælle om den. Og hjælper forbrugere og offentlige indkøbere til at træffe det informerede gode klimavalg.

Målet med Svanemærket og EU-Blomsten er at drive en bæredygtig udvikling – både ved at bane vejen til en bæredygtig fremtid og ved at sikre en maksimal miljøeffekt i dagens samfund.

10 styrker i forhold til cirkulær økonomi

Dette fundament betyder, at Svanemærket og EU-Blomsten er oplagte redskaber til at fremme cirkulær økonomi – og dermed styrke virksomheders konkurrenceevne, fremme deres ressourceeffektivitet samt bidrage til at skabe nye forretningsmodeller og innovative løsninger. Nedenfor er listet 10 kendetegn ved Svanemærket og EU-Blomsten, der er med til at fremme cirkulær økonomi:

- Tilgangen til livscyklus er cirkulær

Hele produktets livscyklus fra råvarer til produktion, brug, bortskaffelse og recirkulering er med i vurderingen, når kravene til den aktuelle produkttype bliver fastsat. Ydermere bygger miljømærkernes krav på en tilgang til livscyklus, hvor der tænkes i cirkulære kredsløb, med fokus på at sende ressourcerne videre i nye cykler i livscyklus. Dette er en forudsætning for cirkulær økonomi. Det sikrer nemlig fokus på, hvordan tiltag i én fase har positiv effekt flere steder i livscyklus, og hvordan man undgår at flytte en negativ miljøeffekt til et andet sted i livscyklus.

- Kravene er absolutte og transparente

Svanemærket og EU-Blomsten stiller absolutte krav, som alle certificerede produkter skal leve op til. Samtidig er kravene 100 % transparente og offentligt tilgængelige. Det gør det nemt for både forbrugere og professionelle indkøbere at gennemskue, hvad mærkerne dækker over – og det gør det nemt for dem at vælge blandt de miljømæssigt bedste produkter. Samtidig er mærkerne et effektivt værktøj for virksomheder, som gerne vil være i front - og et synligt bevis fra en uvildig tredjepart på miljøindsatsen. Derudover får virksomheder et stærkt markedsføringsredskab, der let og effektivt kan anvendes i virksomhedens kommunikation.

- Kravene er produktspecifikke
Svanemærket og EU-Blomsten stiller produktspecifikke krav. Det betyder, at hver produkttype har unikke krav. Dette er vigtigt for at håndtere de miljømæssigt vigtigste områder for produkttypen og dermed opnå maksimal miljøeffekt. At stille produktspecifikke krav giver samtidig de bedste betingelser for at støtte op om cirkulær økonomi inden for den enkelte produkttype. Således skal svanemærket byggeri fx leve op til skrappe krav til miljø- og sundhedsskadelige stoffer i byggematerialer og kemiske produkter. Der skal ligeledes udarbejdes en logbog over materialer og kemiske produkter, der bliver anvendt i byggeriet. Sådanne tiltag skaber mulighed for at genanvende materialerne og mindske affaldsmængderne. Tilsvarende præmierer Svanemærkets kriterier for byggeri brug af genanvendte byggeprodukter.
- Der er højt kendskab til mærkerne
9 ud af 10 nordiske forbrugere kender Svanemærket, og 3 ud af 10 kender EU-Blomsten¹⁸. Det gør mærkerne til attraktive markedsføringsredskaber for producenter. Det udbredte kendskab skaber gode betingelser for at drive markedet i en mere cirkulær retning, idet miljømærkerne netop er med til at fremme cirkulær økonomi.
- Miljømærkerne er tilpasset markedet
Miljømærkernes mål er at drive en bæredygtig udvikling – både ved at bane vejen til en bæredygtig fremtid og ved at sikre en maksimal miljøeffekt allerede i dagens samfund. Dette sker bl.a. ved at tilpasse kravene til, hvad der kan realiseres på dagens marked. Mærkerne tager derfor højde for regionale karakteristika i forhold til fx affaldssystemer og mulighed for genbrug og recirkulering for forskellige produkt- og materialetyper.
- Der er skrappe kemikaliekrav
Svanemærket og EU-Blomsten stiller skrappe krav til de kemikalier, der må anvendes i miljømærkede produkter. Dette fremmer muligheden for at genbruge og recirkulere materialer i produkterne senere i livscyklus. De skrappe kemikaliekrav reducerer samtidig miljøbelastningen under produktion og vores udsættelse for kemikalier, når vi bruger produkterne.
- Der er krav til kvalitet og brugsfase
Svanemærket og EU-Blomsten stiller kvalitetskrav, hvilket er afgørende for at sikre effektive produkter, der har den ønskede funktion, og produkter med lang levetid. Inden for mange typer af produkter viser livscyklusvurderinger, at levetiden er det, der har størst indflydelse på den samlede miljøbelastning. Lang levetid i brugsfasen er ligeledes essentielt for den cirkulære økonomi – både fordi det betyder, at produktet holder længere, inden det bliver til affald, og fordi god kvalitet øger muligheden for genbrug.

- Offentlige indkøbere må stille krav om miljømærkerne
Udbudsloven har givet offentlige indkøbere mulighed for at stille krav om miljømærker, hvilket gør det nemmere og mindre ressourcekrævende at udarbejde og gennemgå udbudsmateriale. Samtidig bliver konkurrencen mere fair, fordi det er nemmere at gennemskue, om et produkt er et miljømæssigt godt valg eller ej. Svanemærket og EU-Blomsten er oplagte mærker at stille krav om, idet kravene er transparente og udviklet i en åben proces med en bred høring med både markedet og interessenter. Og netop disse aspekter er en forudsætning for at kræve et givent mærke i et udbud. Offentlige indkøbere kan derfor være med til at fremme cirkulær økonomi ved at stille krav om miljømærkerne.
- Cirkulære forretningsmodeller kan certificeres
Svanemærket og EU-Blomsten kan understøtte cirkulære forretningsmodeller, idet det er muligt at certificere både produkter og processer. Aktuelt er det fx muligt at svanemærke tonerkassetter, hvilket sikrer, at udtjente tonerkassetter ikke ender som affald, men i stedet bliver genanvendt. Også serviceydelsen tekstilservice arbejder med en cirkulær forretningsmodel, hvor vaskeriet ejer tekstilet og dermed har fokus på at maksimere tekstilernes levetid samtidig med, at vaskeprocessen er miljømæssigt optimeret. Der er mange muligheder for at inkludere nye, cirkulære forretningsmodeller også i fremtidige miljømærkekriterier.
- Kravene strammes løbende og motiverer derved til innovation
Kravene til miljømærkede produkter og serviceydelser evalueres og skærpes regelmæssigt på baggrund af den nyeste viden og udviklingen i markedet. Dette sikrer både en bæredygtig udvikling – og ambitiøse, men realistiske krav. Den løbende skærping af krav motiverer samtidig til innovation – ikke mindst på områder, der gavner den cirkulære økonomi. Både indenfor fx brug af bæredygtige eller genanvendte råvarer, substitution af uønsket kemi og øget energieffektivitet. Når kravene revideres, skal alle miljømærkede varer og serviceydelser revurderes og dokumenteres, at de lever op til de nye krav.

Relevante links

Miljømærkning Danmarks temaside om klima:

<https://www.ecolabel.dk/da/blomsten-og-svanen/klima>

Miljømærkning Danmarks temaside om cirkulær økonomi:

<https://www.ecolabel.dk/da/blomsten-og-svanen/cirkulaer-oekonomi>

Miljømærkning Danmarks værktøjskasse til professionelle indkøbere:

<https://www.ecolabel.dk/da/indkoebere>

Afrapportering fra de 13 klimapartnerskaber:

<https://em.dk/ministeriet/arbejdsomraader/erhvervsregulering-og-internationale-forhold/klimapartnerskaber/>

EU Kommissionens hjemmeside om PEF:

<https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/index.htm>

**Senior miljøekspert
Heidi Belinda Bugge**



Heidi Belinda Bugge er senior miljøekspert i Miljømærkning Danmark og Nordisk Miljømærkning.

Heidi har fokus på, hvordan miljømærker som det nordiske miljømærke Svanemærket og EU's miljømærke EU-Blomsten kan bidrage til cirkulær økonomi og verdensmål 12 ved at reducere miljøpåvirkningen fra produktion og forbrug - i hele produktets livscyklus.

Stor viden om miljømæssige påvirkninger fra produkter og tjenester og brugen af LCA til at identificere produkter og tjenesters miljøpåvirkning i livscyklus.

**Chefkonsulent for
offentlige indkøb
Rikke Dreyer**



Rikke Dreyer er ansat i Miljømærkning Danmark med ansvar for at fremme offentlige bæredygtige indkøb og indkøb af miljømærkede produkter. Det primære fokus er på at udvikle og formidle værktøjer og metoder, der gør det nemt for offentlige indkøbere at købe produkter og ydelser, der er mærket med EU-Blomsten og Svanemærket.

Rikke Dreyer har bl.a. udviklet Miljømærkning Danmarks værktøjskasse til professionelle indkøbere, som findes på ecolabel.dk. Rikke er formand for Forum for Bæredygtige Indkøb, som arbejder for at fremme bæredygtige indkøb i både offentlige og private professionelle virksomheder gennem videndelen og netværksdannelse.

¹ <https://www.danskindustri.dk/globalassets/dokumenter-analyser-publikationer-mv/pdf/klimapartnerskaber/afrapportering---klimapartnerskab-for-affald-vand-og-cirkular-okonomi.pdf>

² <https://www.danskindustri.dk/globalassets/dokumenter-analyser-publikationer-mv/pdf/klimapartnerskaber/klimapartnerskabsrapport-handel-rapport.pdf>

³ <https://www.danskindustri.dk/globalassets/dokumenter-analyser-publikationer-mv/pdf/klimapartnerskaber/klimapartnerskabsrapport-handel-rapport.pdf>

⁴ <https://www.ecolabel.dk/da/blomsten-og-svanen/livscyklus>

⁵ <https://www.danskindustri.dk/globalassets/dokumenter-analyser-publikationer-mv/pdf/klimapartnerskaber/afrapportering---klimapartnerskab-for-affald-vand-og-cirkular-okonomi.pdf>

⁶ <https://www.danskindustri.dk/politik-og-analyser/klimapartnerskaber/>

⁷ Miljøstyrelsen: <https://mst.dk/erhverv/groen-virksomhed/eus-indsats-for-groennere-virksomheder/>

⁸ <https://www.altinget.dk/miljoe/artikel/faelles-opraab-nej-tak-til-nyt-klimamaerke-af-forbrugerprodukter>

⁹ <https://www.dr.dk/nyheder/politik/df-vil-have-klimamaerker-paa-alle-varer-det-skal-vaere-let-koebe-klimavenligt>

¹⁰ https://efkm.dk/media/12350/klimaministeriet_klimaogluftudspil_digital.pdf

¹¹ <https://www.mm.dk/artikel/handelspartnerskabet-vi-skal-foerst-og-fremmest-lede-forbrugerne-til-det-groenne-valg>

¹² <https://www.etiskraad.dk/~media/Etisk-Raad/Etiske-Temaer/Natur-klima-og-foedevarer/Publikationer/Antologi-Det-Svaere-Valg.pdf>

¹³ YouGov kendskabsmåling, Jan. 2020

¹⁴ YouGov kendskabsmåling, Jan. 2020

¹⁵ Ser af og til, ofte eller altid efter Svanemærket, når de vælger varer

¹⁶ IPSOS 2019 (maj) for Nordisk Miljømærkning

¹⁷ <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/completing-the-picture-climate-change>

¹⁸ Nordic Consumer Research, Ipsos 2018

Erhvervshåndbogen ”Klimaledelse”

Klimaledeshåndbogen er en erhvervshåndbog rettet mod mellemledere og topledere i dansk erhvervsliv og det offentlige. Bogen indeholder en bred vifte af forslag til og eksempler på, hvordan stat, regioner og kommuner samt private virksomheder kan arbejde med klimaledelse som en ny og vigtig ledelsesdisciplin.

Erhvervshåndbogen udgives af Forlaget Andersen som abonnement og opdateres 4 gange årligt med nye artikler. Du kan bestille håndbogen som et årligt abonnement til enten den trykte publikation med online adgang (Premium 4980 kr.) eller kun til online adgang (Basis 4480 kr.) ved at sende en mail til:

era@klimaledelsesnu.dk eller era@greenlawandpraxis.dk



Redaktør:



Eva Born Rasmussen
Håndbogsredaktør
Forlaget Andersen
(Ansvarshavende)
Uafhængig klima- og
ledelsesrådgiver
T: +45 60754376
era@klimaledelsesnu.dk
era@greenlawandpraxis.dk

Erhvervshåndbogen "Klimaledelse"

Forfattere (udvalg):

Astrid Rasch	Lektor, Ph.D.	NTNU, Trondheim, Norge
Birgitte Kofod Olsen	Partner, Ph.D. Jur.	Carve Consulting
Bjarne Rasmussen	Koordinator af Bæredygtig Udvikling	Region Sjælland
Christian Erik Kampmann	Associate Professor	Copenhagen Business School (CBS)
Christiane Freund	Ejer	Stratera Consulting
Claus Stig Pedersen	Head of Sustainability Development	Novozymes
Connie Hedegaard	Tidl. EU's Klimakommissær	Europakommissionen
David Jhirad	Professor	Johns Hopkins University, USA
Ellen Christiansen	PhD Professor Emerita	AAU
Erik Blas	Civilingeniør, DrPH	
Franz Cuculiza	Adm. Direktør	Aage Vestergaard Larsen A/S
Helga Grønnegaard	Sekretariatsleder, Det Åbne Land	Collective Impact
Ida Auken	Medlem af Folketinget	Folketinget
Iver Høj Nielsen	Kommunikations- og presseansvarlig	State of Green
Jeffrey Saunders	Fremtidsforsker	Instituttet for Fremtidsforskning
Jens La Cour	EU- og miljøpolitisk seniorrådgiver	Danmarks Naturfredningsforening
Jens Stissing Jensen	Adjunkt (Institut for Planlægning)	Aalborg Universitet (AAU)
Jesper Jespersen	Professor	RUC
Jesper Theilgaard	Meteorolog	DR
John Finnich Pedersen	Kommunikationsdirektør	Siemens A/S
Jørgen Abildgaard	Klimachef	Center for Miljø / CO2-neutralt København 2025
Jørgen Mads Clausen	Direktør	Danfoss A/S
Kasper Larsen	CFO	KLS Grafisk Hus A/S
Kurt Emil Eriksen	Senior Political Advisor, CSR & Public Affairs	VELUX A/S
Lars Bonde	Koncerndirektør, COO	Tryg
Mads Øvlisen	Formand, Former CEO (Novo)	Rådet for Samfundsansvar
Malene Østergaard	CSR & Environment Director	Danfoss A/S
Marianne Haahr	Kommunikations- og Advocacychef	CARE Danmark
Mette Skovbjerg	Projektleder	Det Regionale Symbiosecenter, Kalundborg
Mikael Jentsch	Teknisk Direktør	Teknik- og Miljøforvaltningen, Frederikshavn Kommune
Mogens Lykketoft	Medlem af Folketinget	Folketinget og fhv. formand for FN's generalforsamling
Nils Thorsen	Cand.techn.soc.	Aalborg Universitet (AAU)
Nina Alkærsg Jensen	Senior Project Manager	Dansk Symbiose Center
Ole Gravgård Pedersen	Chefkonsulent	Danmarks Statistik
Pernille Hagedorn-Rasmussen	Chefkonsulent	IDA
Peter Karnøe	Professor (Institut for Planlægning)	Aalborg Universitet (AAU)
Peter Møllgaard	Instituttleder , Ph.d., cand.polit.	Copenhagen Business School (CBS)
Peter Rathje	Direktør, CEO	ProjectZero
Rikke Dreyer	Chefkonsulent	Miljømærkning Danmark
Ross Jackson	Formand, Ph.d.	GAIA TRUST
Steen Gade	Formand for Ny Europa.	Tidl. Medlem af Folketinget (SF)
Stella Nisreen Kanaan	CEO	Beauty Avenue
Stine Kirstein Junge	Leder af SDG Accelerator Program	UNDP Danmark
Susse Georg	Professor	Aalborg Universitet (AAU)
Søren Dyck-Madsen	Klima- og energimedarbejder	Det Økologiske Råd
Søren Stenderup Jensen	Advokat	SIRIUS Advokater
Thomas Skou Grindsted	Adjunkt, Ph.d.	Roskilde Universitetscenter (RUC) - og RCE Danmark
Thomas Kjærgaard	Chief Business Development Officer	Green Network A/S
Thorbjørn Sørensen	Teknik- og Miljødirektør	Middelfart Kommune
Uffe Elbæk	Medlem af Folketinget	Folketinget

Læs mere i Erhvervshåndbogen "Klimaledelse"

I juli 2020 udgaven af "Klimaledelse" kan du også læse om:

Vi har råd til det, der bør gøres

Vi står i den paradoksale situation, at Corona krisen har øget det samfundsøkonomiske råderum, fordi der nu er flere produktionsfaktorer (arbejdskraft og maskiner) ledige end for blot et ½ år siden. Det betyder, at den fysiske produktion, som der er behov for i den 'grønne omstilling', kunne sættes i gang straks. Den skal ikke afvente at andre projekter færdiggøres, for de er på grund af krisen ikke kommet i gang. Realiseringen af den grønne omstilling skal derfor ikke diskuteres som et spørgsmål om penge, men derimod om produktionsmulighederne i det fremtidige samfundsøkonomiske råderum, og hvorledes dette råderum administreres. Det skriver Dr. scient. adm. Jesper Jespersen, professor(em), Roskilde Universitet i "Grøn omstilling: Hvor skal pengene komme fra?"

Klima handlemuligheder i kommunerne

De fleste kommuner arbejder i disse år med klimatilpasning for at sikre, at vandstigninger fra hav, søer og vandløb og ekstremregn ikke kommer til at forårsage oversvømmelser og skade på offentlig og privat ejendom. Mange kommuner arbejder også med at få en grøn profil i en eller anden forstand, og nogle kommuner har en ambition om at være energineutrale inden for en kortere årrække. Udover forpligtelser til at lave klimatilpasningsplaner, risikostyringsplaner og oversvømmelseskort indeholder lovgivningen dog ikke specifikke forpligtelser for kommunerne til at gennemføre klimatilpasningstiltag eller tiltag til CO₂-reduktion i kommunen. Der er således ikke tiltænkt kommunerne en mulighed for at lokalplanlægge med fokus på f.eks. CO₂-reduktion, eftersom en sådan lokalplanlægning ikke ville være forankret i lokalområdet, men kommunerne kan derimod varetage mere generelle klimapolitiske dagsordener uden for planlovens område. Det skriver advokat Søren Stenderup Jensen, SIRIUS advokater i "Klimahensyn i lokalplanlægningen".

Hør mere om håndbogen ved at sende mail til era@klimaledelsesnu.dk eller era@greenlawandpraxis.dk