

**Pressemeddelelse**  
**Den 23. marts 2009**

## **Danskerne ønsker CO2-mærke på tryksager, aviser og blade**

*2 ud af 3 danskere er tilhængere af en CO2-mærkning på aviser, reklametryksager og andre tryksager, viser en undersøgelse fra Grafisk Arbejdsgiverforening. Flere kvinder end mænd er tilhængere af et CO2-mærke. 60 pct. af CO2-belastningen fra aviser og tryksager skyldes produktionen af papiret. Danskerne tror, at især bortskaffelse og forbrænding af tryksager belaster klimaet.*

68 pct. af danskerne mener, at et CO2-mærke på aviser, blade og reklametryksager vil være en god idé, så de lettere kan se, hvor meget den enkelte tryksag belaster CO2-udslippet, viser en undersøgelse, som Megafon har gennemført for Grafisk arbejdsgiverforening. Kun 4 pct. er modstander af et sådant mærke, mens 26 pct. er hverken tilhænger eller modstander.

Undersøgelsen viser, at danskerne i høj grad efterspørger mærkning for bedre at kunne foretage forbrugsvalg til fordel for miljøet. Det er et generelt billede. En undersøgelse fra Forbrugerstyrelsen fra 2008 viser således, at tre ud af fire danskere er tilhænger af et klimamærke på fødevarer. Og ifølge tal fra Miljømærkning Danmark vælger 2 ud af 3 danskere altid, ofte eller en gang imellem at købe miljømærkede produkter.

“Tallene viser, at danskerne er motiverede for at vælge produkter, der belaster klimaet mindst muligt. Det er ikke uden problemer at lave et klimamærke på aviser og tryksager, der giver retvisende information om klimaprofilen på den enkelte tryksag. Men flere af branchens virksomheder har allerede vist sig positive over for en eller anden form for mærkning. Det er jo også alt andet lige med til at vise danskerne, at aviser og tryksager i Danmark generelt har en høj klima- og miljøprofil,” siger afdelingschef Carsten Bøg fra Grafisk Arbejdsgiverforening.

Megafon-undersøgelsen viser også, at flere kvinder end mænd er tilhænger af et klimamærke på tryksager, samt at det især er personer med en videregående uddannelse, der er tilhænger af en mærkningsordning.

Hovedparten af CO2-belastningen ved produktion, distribution og bortskaffelse af tryksager stammer fra produktionen af papiret, mens trykningen står for godt 20 pct., viser en række opgørelser og miljøstudier, som Grafisk Arbejdsgiverforening har udarbejdet i samarbejde med DTU for Miljøstyrelsen. Transporten står for 7 pct. af den samlede CO2-belastning.

Megafon-undersøgelsen viser, at kun 20 pct. af danskerne tror, at papiret forårsager det største CO2-udslip ved produktion og distribution af reklametryksager. Derimod vurderer næsten halvdelen af danskerne, at bortskaffelse og forbrænding af tryksagerne forårsager den største belastning af klimaet. Det gælder især kvinderne og de yngre aldersgrupper.

“Vi har i Danmark en forholdsvis høj genanvendelse af tryksager, men vi kan selvfølgelig altid blive endnu bedre. Og den grafiske branche i Danmark har i de sidste 15-20 år arbejdet systematisk med miljøtiltag og miljøledelse, så miljøprofilen i aviser og tryksager er blandt de bedste i verden. Men vi har sikkert ikke været gode nok til at synliggøre den indsats over for danskerne. Det kan et klimamærke måske være med til,” siger Carsten Bøg.

Han understreger dog, at CO2-belastning kun er et ud af flere elementer, når det handler om aviser og tryksagers miljøprofil. Eksempelvis har branchen i mange år arbejdet på at udfase problematiske stoffer i forbindelse med trykkeprocessen. Og der er sket meget i forhold til en renere produktionsteknologi og bedre arbejdsmiljø i branchen. Carsten Bøg vurderer, at stort set alle danske trykkerier i dag kan producere efter kravene i Svanemærkeordningen.

“Det er vigtigt, at et evt. klimamærke ikke skaber et ensidigt fokus på klima blandt kunder og forbrugere. Vi skal også fortsat belønne den positive udvikling på andre miljøområder. Samtidig er vi nødt til at forstå begrænsningerne i et klimamærke. Eksempelvis vil en fransk tryksag, hvor både papirproduktion og trykning er foregået med atomkraft som energikilde helt automatisk have en lavere CO2-udledning end en tilsvarende dansk tryksag. Men spørgsmålet er, om vi så af den grund skal foretrække den franske tryksag. Det er ikke så entydigt,” siger Carsten Bøg.

For yderligere information, kontakt venligst:

Afdelingschef Carsten Bøg, Grafisk Arbejdsgiverforening, telefon: 63 12 70 00, e-mail: [cb@ga.dk](mailto:cb@ga.dk)

#### **Om undersøgelsen:**

Undersøgelsen er gennemført af Megafon for Grafisk Arbejdsgiverforening hen over sommer-efterår 2008 som en internetundersøgelse med medlemmer af Megafon-panelet, der rekrutteres telefonisk i forbindelse med Megafons almindelige befolkningsundersøgelser.

Undersøgelsen er baseret på et elektronisk spørgeskema, og svarpersonerne har deltaget anonymt og er ved undersøgelsens start blevet kontaktet via e-mail. I alt er 1100 brugbare interviews gennemført. Der foretages vægtning af svarmaterialet for at gøre materialet så repræsentativt som muligt i forhold til den samlede population.

Materialet er blevet vægtet efter køn, alder og område i forhold til den aktuelle fordeling af Danmarks befolkning (kilde: Danmarks Statistik, “Folketal pr. 1. januar 2008 efter kommune/region, civilstand, alder og køn” – [www.statistikbanken.dk](http://www.statistikbanken.dk)).