

Til medlemmer af Miljø- og fødevareudvalget

Uddelt på mødet
i Forbrugerrådet Tænk

d. 5. oktober 2016

Indhold:

- Tilbagevisning af påstande/myter om Forbrugerrådet Tænk Kemi
- Testimonials fra Forbrugerne
- Status på opfyldelse af succeskriterier
- Konklusion på evaluering af Forbrugerrådet Tænk Kemi

Forbrugerrådet
Tænk

Tilbagevisning af påstande og myter om Forbrugerrådet Tænk Kemi

Påstand/myte:

"Forbrugerne bliver forvirret/skræmt af Forbrugerrådet Tænk Kemi"

Udokumenteret påstand. Vores erfaring er tværtimod at forbrugerne er glade for at få at vide, hvor den uønskede kemi er. En undersøgelse fra Analyse Danmark (august 2016) viser, at:

- 60% af befolkningen svarer slet ikke eller i mindre grad til, at de har tilstrækkelig viden om problematiske kemikalier i fødevarer eller produkter.
- 77% mener ikke, at der er for meget fokus på problematiske kemikalier i fødevarer og forbrugerprodukter.

En anden undersøgelse fra YouGov bragt i MetroXpress d 20. september 2016 viser, at:

- 58% af danskerne vil have information fra Forbrugerrådet Tænk Kemi. På andenpladsen kommer myndigheder med 17%.

Påstand/myte:

”Forbrugerrådet Tænk Kemi hænger lovlige produkter ud som farlige”

I Forbrugerrådet Tænk Kemi bruger vi ikke ordene farlig eller skadelig, og slet ikke om produkter.

Dansk Erhverv lavede en undersøgelse, hvor de hævdede at vi brugte skræmme-retorik, men den er fuldstændigt tilbagevist, da de havde fokuseret udelukkende på negative termer, hvor de ligeså godt kunne have fokuseret på det positive.

Vi fortæller altid at det enkelte produkt ikke udgør en fare, men at det er den samlede mængde, der kan være problematisk.

Påstand/myte:

”Forbrugerrådet Tænk Kemi har egne testmetoder”

Vi bruger akkrediterede laboratorier, når vi laver kemiske test. De bruger anerkendte metoder.

De stoffer vi fokuserer på findes på officielle lister fra EU lande eller fra EU, på lister fra anerkendte forskningsinstitutioner, eller fra den anerkendte NGO ChemSec.

Vi finder ikke selv på vores metoder eller hvilke stoffer, der skal på hvilke lister.

Påstand/myte:

”Forbrugerrådet Tænk Kemi arbejder uden input fra andre”

Vi har løbende dialog med Miljøstyrelsen og Fødevarestyrelsen.

Vi er i jævnlig kontakt med danske forskere.

Vi har en følgegruppe, hvor erhverv, brancheforeninger, industri, NGOer og myndigheder er repræsenteret.

Vi samarbejder med internationale organisationer.

Påstand/myte:

”Svanen og Blomsten viser vejen, og derfor ikke behov for Forbrugerrådet Tænk Kemi”

- Forbrugerrådet Tænk støtter op om både Svanen og Blomsten. Vi sidder i Miljømærkenævnet.
- Men selvom der nu er 12.000 miljømærkede produkter, så er de fleste produktkategorier IKKE dækket af de to mærker. Skal du købe en autostol, en klapvogn, en drikkedunk, eller er du bekymret for uønsket kemi i din fødevarer emballage, så er der ikke hjælp at hente hos miljømærkerne.
- Og hvad hvis man har en favorit creme eller deodorant, der ikke er svanemærket? Så er den eneste måde at finde ud af om der er uønsket kemi i, at bruge Kemiluppen.

Påstand/myte:

"Miljøstyrelsen kan varetage informationsopgaven i stedet/lige så godt"

- Forbrugerrådet Tænk Kemis rolle er en anden end Miljøstyrelsen. Vi supplerer Miljøstyrelsen. Vi koordinerer test med Miljøstyrelsen.
- Nedenstående er eksempler på forskellen mellem Miljøstyrelsen/Fødevarestyrelsen og Forbrugerrådet Tænk Kemi:

Kommunikation fra MST og FBR Tænk Kemi

(personlig pleje)

Miljøstyrelsen:

- der er mange ubesvarede spørgsmål, når man taler hormonforstyrrende stoffer
- Som gravid og ammende bør man overveje sin samlede udsættelse for kemikalier, herunder solcreme og andre plejeprodukter.
- vælg Svanemærket kosmetik og i øvrigt begrænser forbruget af kosmetiske produkter så meget som muligt.
- Forsøg at undgå triclosan, propylparaben, butylparaben, isopropylparaben og isobutylparaben

Forbrugerrådet Tænk Kemi:

- Orienterer om hvad myndighederne og forskerne mener
- Giver konkret rådgivning på produktniveau
- Viser hvilke produkter stofferne forekommer i
- Viser alternativer
- Vælg svanen
- Via Kemiluppen kan man finde produkter, der er uden problematisk kemi.

Eksempel: skoletasker

Miljøstyrelsen:

Legetøj med CE-mærket er uden ftalater

For **skoletasker**, legetasker og penalhuse gælder, at hvis produkterne er CE-mærket som legetøj, må de ikke indeholde tre navngivne ftalater. Hvis produkterne ikke er CE-mærket som legetøj, må de indeholde ftalater. Så vil du være på den sikre side, skal du gå efter CE-mærket.

Forbrugerrådet Tænk Kemi:

Beckmann Monster Truck



Bergans 2Go



Bilka Skoletaske



BR Legetøj/Toys'R'Us Alpine



Ergobag Prime



JEVA Beginners



Lego Lille skoletaske



Lego Trolley



Ticket to Heaven Classic Schoolbag



Eksempel: Parfume i kosmetik

Miljøstyrelsen:

15 ud af 46 produkter overholdt ikke reglerne.

Oplysninger om indhold af parfumestoffer er vigtige, da børn og unge kan risikere at udvikle allergi, hvis de udsættes for parfumestoffer. I kontrollen var der fokus på produkter, som børn og unge bruger dagligt.

Ingen navngivne produkter

Forbrugerrådet Tænk Kemi:

- Tjek dit produkt med Kemiluppen – er der parfumestoffer i bliver vurderingen gul
- Er produktet der ikke, så meld det ind og få svar
- 8.500 produkter i Kemiluppen
- 250 produkter uden 'parfum' indeholder parfumestoffer

Eksempel: Fluorstoffer

Fødevarerstyrelsen:

Fluorerede stoffer er svært nedbrydelige, og flere af stofferne mistænkes for at være hormonforstyrrende. Derfor bør særligt børn og gravide undgå fluorerede stoffer og vælge alternativer, hvor det er muligt.

1. Tænk over hvilken emballage fødevarerne er i fx: posen til mikroovnspopcorn, bagepapir og madpapir, fastfood emballage (fx pizzabakker og burgeræsker) og muffinspapirforme
2. Brug 'Svanemærket' madpakke- og bagepapir
3. Opbevar ikke pizzarester i køleskabet i pizzabakken
4. Teflonbelægning i pander

Forbrugerrådet Tænk Kemi:

Bagerpose fra Supermarked



Grødris



Gulerodskage



Havregryn



Hindbærroulade



Hvedemel



Indbagte rejer



Knækbrød



Lagkagebunde



Videndeling med Miljøstyrelsen, Fødevarestyrelsen, forskere og virksomheder.

Miljøstyrelsen:

- Ulovlige stoffer (fx PHMB, ftalater)
- Ulovlig triclosan i kosmetik
- Fund af flammehæmmere i forskellige produktgrupper
- Indberetning af data fra Kemiluppen

Fødevarestyrelsen:

- Fund af fluorstoffer i pizzabakker og mikroovnspopcorn
- Fund af uønskede stoffer i fødevareemballage

Følgegruppe:

DI, Dansk Erhverv, SPT, Landbrug & Fødevarer, Det økologiske Råd, DN, Miljøstyrelsen, Fødevarestyrelsen og Erhvervs- og vækstministeriet.

Forskere:

Årligt møde og løbende dialog med førende danske og udenlandske forskere

Evaluering af Forbrugerrådet Tænk Kemi

”Forbrugerrådet tænk Kemi vurderes af flere som værende et godt supplement til eksisterende organisationer. Fra Miljøstyrelsen pointeres det, at det er relevant at have en forbrugerorganisation inden for FTK’s fagområde, og at **myndigheder og forbrugerorganisationer som udgangspunkt supplerer hinanden godt.**”






”Fra Dansk Erhverv er det holdningen, at **FTK skal lægge sig på linje med Miljøstyrelsen** i sin formidling, når de formidler test for offentlige midler, så den bliver ensartet med Miljøstyrelsens og sikrer, at forbrugerne får ensartet information, der ikke forvirrer dem.”

”Dansk Industri pointerer dog, at det er vigtigt, at **FTK ikke kommer for tæt på Miljøstyrelsen**, da man skal huske på, at de er en NGO. ”







Testimonials fra forbrugere

Succeskriterier - halvårlig status

Succeskriterier 2016 - halvårsstatus

| Succeskriterier | Målsætning 2016 | Status 30/6-2016 | Målet nås? |
|----------------------------------|--|---|---|
| Rådgivning af forbrugerne | Forbrugerrådet Tænk Kemi rådgiver min. 600.000 forbrugere i 2016: | |  |
| | o 100.000 unikke klik på gode råd på kemi.tænk.dk | - 87.000 unikke klik på råd |  |
| | o 500.000 unikke klik på test på kemi.tænk.dk | - 380.000 klik på test |  |
| | o 1.000 direkte henvendelser på mail, telefon, chat, sociale medier mm. | o 665 personer er blevet rådgivet via mail, telefon, facebook eller chat |  |
| Facebook | Mere end 60.000 brugere om ugen og over 40.000 likes | 129.434 ser i gennemsnit vores posts om ugen (8.210 interagerer, klikker) og 30.255 likes på Facebook siden |  |
| Gennemslagskraft | Kendskabsgrad til navnet Forbrugerrådet Tænk Kemi i befolkningen på 25 %, og 10 % af dem, der kender Forbrugerrådet Tænk Kemi siger, at vores arbejde har tilskyndet dem til at fravælge produkter, der indeholder uønsket kemi. | 20% kendskabsgrad og 43% har ændret vaner |  |
| Website | kemi.tænk.dk har 60.000 unikke brugere om måneden pr. 31. december 2016. | 50.789 i gennemsnit |  |

Succeskriterier 2016 - halvårsstatus

| Succeskriterier | Målsætning 2016 | Status 30/6-2016 | |
|----------------------|--|--|--|
| Mobil App | Mere end 1,0 mio. scanninger af kosmetik og plejeprodukter med Kemiluppen og 90.000 scanninger af andre produkter med Tjek Kemien. | Hhv 2 mio og 85.000 scanninger |  |
| EU samarbejde | Min. en fælles test sammen med de nordiske forbrugerorganisationer + Min. en test sammen med miljø- og/eller forbrugerorganisationer på europæisk plan med det formål, at myndighedernes indsats i EU kan suppleres af en stærk og fælles NGO-stemme. | Planlagt til efteråret 2016 |  |
| | Vi deler vores alle vores test med interesserede forbruger-, miljøorganisationer og andre på europæisk plan. | Gennemføres løbende |  |
| Test/Viden | Min. 24 kemiske test og/eller undersøgelser, der kortlægger, hvor den uønskede kemi forekommer | 16 gennemførte test |  |
| | Forbrugerrådet TÆNK Kemi deltager i standardiseringsarbejdet på legetøjsområdet fra efter sommerferien 2016 og frem | |  |
| Tjek Kemien | Forbrugerrådet Tænk Kemi gennemfører min. to 'scanningsevents' i 2016, hvor vi målretter scanningerne til bestemte typer af produkter, der kan indeholder kandidatlistestoffer. Derudover vil vi teste min. 10 produkter for at kontrollere rigtigheden af de svar, vi får fra virksomhederne. | Efter aftale med MST, nedtones scannings-eventene og der skrues op for testene |  |

Evaluering af Forbrugerrådet Tænk Kemi – v/ PlanMiljø (marts 2016)

Konklusion

Forbrugerrådet Tænk Kemi er generelt velanset blandt borgere og interessenter for sin troværdighed og evne til at informere og skabe debat. Kun erhvervsorganisationerne udtrykker utilfredshed med FTK's arbejde. Der er også overvejende ros til FTK for deres formidling og kommunikation, men det påpeges, at man skal være varsom med gøre formidlingen skræmmende og sensationspræget. FTK bruger i den forbindelse en del ressourcer på dialog med journalister for at sikre sig, at testresultater bliver formidlet på korrekt vis og uden sensationsprægede overskrifter. Generelt er borgere og interessenter splittede, da nogle mener, at FTK skaber kemiangst i befolkningen, mens andre ikke mener, at det er tilfældet. Generelt set er der stor ros til appen Kemiluppen fra både borgere og interessenter på grund af dens brugervenlighed og omfattende produktkatalog. Nogle interessenter mener dog, at Kemiluppen forsømmer at give en egentlig risikovurdering af produkterne.

Konklusion 2

Blandt flere interessenter og borgere ønskes der mere åbenhed omkring testresultaterne, da flere finder det vanskeligt at gennemskue, hvad der ligger til grund for en vurdering af et produkt. De interviewede borgere var dog generelt glade for formidlingen på testsiderne.

På baggrund af den gennemførte evaluering gives følgende fremadrettede anbefalinger til FTK. Det anbefales:

- at FTK fortsat værner stærkt om troværdigheden og anvender troværdighedskriteriet som pejlemærke for kommunikationen; ikke mindst i de kontekster, hvor budskabet er i hård konkurrence som eksempelvis på Facebook.
- at FTK fortsat er meget opmærksomme på tonen i deres formidling, så de ikke kan skydes i skoene, at de kører skræmmekampagner og sensationsjournalistik og derigennem skaber kemiangst i befolkningen.
- at FTK fortsat lægger en linje i deres kommunikation, hvor der både er mulighed for et letlæseligt overblik samt et mere nuanceret indblik i tests og testmetode.
- at FTK forklarer tydeligere omkring risici ved produkterne samt cocktaileffekter.
- at FTK overvejer mulighederne for en eventuel nuancering af kolbe-kategoriseringen, så man ikke blot har rød, gul eller grøn.
- at FTK har fokus på at informere detaljeret om de gennemførte tests, så det bliver tydeligere for forbrugerne, hvad der ligger til grund for vurderingen af det enkelte produkt.
- at FTK følger op på, hvorvidt forbrugerne ved, at der er tale om deklARATIONSTESTS.
- at FTK følger op på, hvorvidt forbrugerne ved, hvad de forskellige farver på kemikolberne betyder.

Konklusion 3

Overordnet vurdering af Forbrugerrådet Tænk Kemi og dets rolle

Forbrugerrådet Tænk Kemi får overordnet set en positiv vurdering af borgere og interessenter. Evaluator konkluderer, at FTK indtager en relevant position som uafhængig formidler af en kompleks problemstilling, og at det er positivt, at organisationen både informerer og skaber debat. FTK modtager en vis mængde kritik fra erhvervsorganisationerne, og det vurderes positivt af evaluator, at FTK inviterer de kritiske organisationer til dialog gennem FTK's følgegruppe.

FTK får generelt ros fra både interessenter og borgere for at være en uafhængig stemme i debatten og en uafhængig formidler af information om kemikalier i forbrugerprodukter. FTK vurderes generelt som værende saglige og uvildige. Det pointeres fra flere, at det er vigtigt, at der gives rådgivning til forbrugerne fra en organisation, der er uafhængig af både kommercielle interesser og politik.

FTK vurderes af flere som værende et godt supplement til eksisterende organisationer. Fra Miljøstyrelsen pointeres det, at det er relevant at have en forbrugerorganisation inden for FTK's fagområde, og at myndigheder og forbrugerorganisationer som udgangspunkt supplerer hinanden godt. Fra Det Økologiske Råd (DØR) vurderes det, at også DØR og FTK supplerer hinanden godt. DØR arbejder med det politiske niveau, FTK med forbrugerne.

Fra Dansk Erhverv er det holdningen, at FTK skal lægge sig på linje med Miljøstyrelsen i sin formidling, når de formidler test for offentlige midler, så den bliver ensartet med Miljøstyrelsens og sikrer, at forbrugerne får ensartet information, der ikke forvirrer dem. Fra Dansk Industri får FTK ikke entydigt ros for sin indsats, men det bliver fremhævet, at FTK evner at skabe debat.