

Regeringens klimapartnerskaber



Handel



Indhold

- 4** Forord
- 5** Præambel: Vi står sammen om klimamål gennem grøn vækst
- 6** Situationen – hvor står handelsbranchen i dag?
- 8** Vision
- 9** Opsummering af partnerskabets vigtigste anbefalinger
- 11** De fem spors CO₂-reduktioner
- 13** Madspild
- 20** Tekstiler
- 27** Forbrugerkommunikation
- 31** Klimaansvarlige værdikæder og sourcing
- 34** Emballage
- 38** Cirkulær økonomi
- 40** Grønne og klimarigtige offentlige indkøb
- 41** Energoptimering i handelsbranchen
- 42** Grønnere transport i handelen
- 44** Appendix



Forord

Danmark er drevet af godt købmandskab. Historisk og aktuelt er vi en stærk handelsnation. Det er afgørende for vores velfærd og velstand. Den styrkeposition skal Danmark fortsætte med at udvikle.

Nu har regeringen stillet handelsbranchen en relevant og væsentlig udfordring: Hvordan kan I bidrage til at reducere klimabelastningen?

Heldigvis er vi vant til at tilpasse os og gribe nye muligheder, og det vil vi også gøre med klimaudfordringen. Handelsbranchens nye mål er at påvirke danskernes forbrug af varer, så det år for år frem mod 2030 påfører miljøet den globalt set lavest mulige klimabelastning, og at danske forbrugere og kunder får nye indsigter i bæredygtigt forbrug og handler derefter.

Handelsbranchen er en dynamisk og

international branche. Det skal bruges til at finde nye klimavenlige løsninger og produkter – ligesom vi kan skubbe gode danske klimaløsninger og produkter ud i verden.

Udgangspunktet for arbejdet i klimapartnerskabet har været, at handelsbranchen i høj grad består af små og mellemstore virksomheder, og denne rapport afspejler, at alle skal være en del af den fælles indsats, der er nødvendig for, at vi lykkes med at skabe et klimavenligt samfund.

Jeg vil gerne sige tak til mine udvalgsformænd Signe Frese, Jens Obel, Rune Jungberg Pedersen og Carsten Wandorf for et meget godt samarbejde og god sparring. Det samme skal særligt lyde til de mange – 165 personer, 49 virksomheder, 28 organisationer og 6 myndigheder – der har afsat tid og

ressourcer til at bidrage til denne rapport. Alle deltagere i klimapartnerskabet har gået ambitiøst til opgaven, og det har været imponerende at se så mange dygtige mennesker arbejde så dedikeret på at skabe et fælles bud på hvilke tiltag og anbefalinger, der skal sættes i værk.

Rapporten viser, at der er oplagte muligheder for at opnå reelle og markante CO₂-reduktioner, hvis der er vilje til at ændre på rammevilkårene og træffe modige beslutninger – både blandt politikerne og i erhvervslivet.

God læselyst!

Michael Løve,
Formand for klimapartnerskabet
for Handel

**Præambel:**

Vi står sammen om klimamål gennem grøn vækst

Vi 13 klimapartnerskaber har arbejdet intensivt på at løse en både svær og vigtig opgave: Nemlig på en og samme tid at udvikle konkrete forslag til regeringen om, hvilke indsatser som vil kunne bidrage til at nå målet om at reducere Danmarks CO₂-udledning med 70 procent i 2030 og gøre Danmark til et foregangsland for resten af verden.

Vi er gået til opgaven med det udgangspunkt, at vi på samme tid skal gøre Danmark og danskerne rigere – og verden mere bæredygtig. Hvis vi skal nå målet, vil det kræve store investeringer. Både i den enkelte virksomhed – og fra samfundet. Derfor skal bæredygtighed og vækst følges ad. Og derfor skal vi som samfund være klar til at prioritere investeringer i klima. I dansk erhvervsliv er vi klar til at løfte vores del af opgaven i et tæt partnerskab med regeringen og Folketinget – og resten af samfundet.

Fremtidig økonomisk vækst er forudsætningen for, at vi har råd til at løse klimaudfordringerne på en måde, hvor vi samtidig har et godt og velfungerende samfund. Det kræver, at vi sikrer Danmarks konkurrenceevne og skaber vækst og nye job, samtidig med at vi omsætter

klimaambition til handling.

Klimaudfordringen er global. Vi skal nå vores nationale mål uden at skubbe aktiviteter ud af landet. Vi skal lave en reel grøn omstilling af vores samfund, som målbart reducerer udledningen af klimagasser globalt set – og det skal ske ved udvikling og ikke afvikling. Med vores indsats som inspiration til handling skal vi arbejde internationalt i regi af blandt andet FN og EU for at sikre fald i de globale emissioner og for at øge udviklingen af grønne danske løsninger, som vi kan eksportere til resten af verden.

I de 13 klimapartnerskaber står vi sammen om at bidrage til, at Danmark lever op til de politiske målsætninger.

Vi ser frem til, at forslagene bæres videre over i en konkret samlet klimahandlingsplan, der skal indeholde to

klare mål. At bidrage til at løse klimaudfordringen herhjemme og globalt og samtidig sikre et stærkt erhvervsliv, flere danske arbejdspladser og et mere velstående samfund.

Forslagene fra de 13 klimapartnerskaber er af gode grunde ikke tænkt sammen, og mange forslag går på tværs af sektorer og brancher. Næste skridt er derfor en samlet klimaplan. Her er det helt afgørende, at den samlede klimaplan redegør for konsekvenserne af hvert enkelt initiativ – og at planen som helhed sikrer, at den grønne omstilling går hånd i hånd med fortsat vækst og velstand i Danmark.

Vi håber, at alle vores forslag læses i den ånd og sammenhæng, som vi her har beskrevet.

Situationen

Situationen – hvor står handelsbranchen i dag?

Opgaven er klar: Hvordan kan handlen bidrage til en reduktion af Danmarks udledning af drivhusgasser på 70 procent i 2030?

Handelsbranchen består af 34.250 detail- og engrosvirksomheder med 300.000 fuldtidsbeskæftigede. Branchen har ikke et stort direkte CO₂-aftryk, men har til gengæld et stort potentiale i at påvirke såvel det danske som det globale klimaaftryk gennem den internationale varehandel og ved direkte påvirkning af forbrugernes adfærd og køb. Hver dag håndterer den danske handelsbranche millioner af varer til forbrugere og virksomheder i en værdikæde, handelsbranchen kan påvirke med klimavenlige varer. Handlen består af mange forskellige typer virksomheder både i forhold til sortiment, markeder og ikke mindst størrelse. Derfor har det været vigtigt for partnerskabet at favne bredt, så alle virksomheder har

mulighed for at bidrage ved at gøre en indsats ud fra eget ståsted.

Handelssektoren har i dag et stærkt udgangspunkt i forhold til den grønne omstilling, både fordi den direkte udledning fra handlen er relativ lav sammenlignet med andre

millioner ton CO₂ ækvivalenter målt på sektorens direkte udledninger. I perioden fra 1990 til 2017 er handlens udledninger faldet fra 0,43 til 0,14

millioner ton CO₂ ækvivalenter, hvilket svarer til en reduktion på 70 procent.

Beregninger fra erhvervstænketanken Axcelfuture viser, at Danmark i 2015 havde et officielt drivhusgasudslip på 49 millioner ton CO₂, hvis man kun ser på varer og tjenester. Men tager man højde for aftrykket fra de varer og tjenester, som eksporteres og importeres fra andre

Handels-
sektoren udgør cirka
12%
af dansk økonomi
og skaber hver 7.
private arbejdsplads
i Danmark

54%
af handelsvirksom-
hederne mener, at
klimadagsordenen
giver dem nye
forretnings-
muligheder

sektorer, men også fordi der allerede er igangsat en række initiativer, der har reduceret udlednin-

gen, for eksempel energieffektiviseringer, udskiftning af belysning og køl/frys.

Sammenligner vi handlen med de øvrige sektorer (se næste side) fremgår det, at handlen i 2017 blot udledte 0,14

lande, stiger tallet til 71 millioner ton CO₂. Det skyldes blandt andet, at Danmark importerer CO₂-tunge varer som tekstiler.

CONCITO anslår, at hver dansker i gennemsnit udleder 17 ton CO₂ om året. Hver dansker udleder i gennemsnit 3 ton CO₂ årligt fra forbrug af fødevarer og 4 ton CO₂ fra forbrug af nonfood ("ting og sager", som eksempelvis tøj, møbler, elektronik etc.). Hvis den globale temperaturstigning skal holdes under to grader, som er Paris-aftalens målsætning, skal hver verdensborger maksimalt udlede 2,5 ton CO₂ om året. Der er derfor behov for, at alle bidrager til reduktion, for at målet nås.

En ny klimaundersøgelse blandt handelsvirksomhederne i Dansk Erhverv, Dansk Industri Handel og Dansk Mode & Textil viser, at handelsvirksomhederne allerede er dybt optaget af at håndtere klimaudfordringerne. Hver femte handelsvirksomhed vurderer, at klimadagsordenen i høj grad giver nye forretningsmuligheder, og over halvdelen mener, det sker i høj eller i nogen grad.

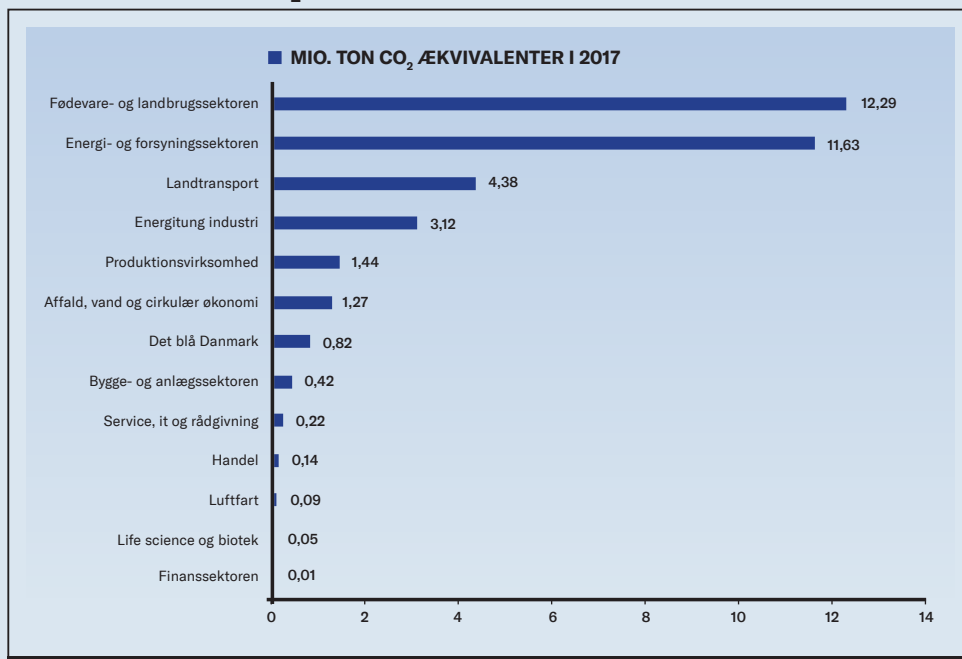
 CO₂

Nøgletal for handelsbranchen 2018

Bruttoværditilvækst i engros og detailhandel	224,5 mia. kr.
Andel af dansk økonomi	11,5%
Andel af eksport	21%
Andel af virksomheder	12%
Andel af privatansatte	19%
Andel af uddannelsesaftaler	12,8%
Samlet CO₂-aftryk	0,14 mio. ton CO₂

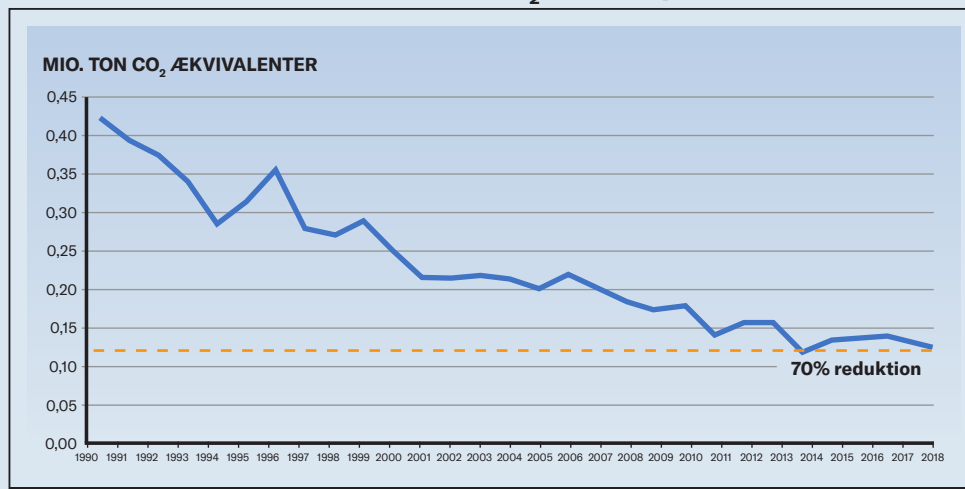
Kilde: Danmarks Statistik og Dansk Erhvervs beregninger

Oversigt over udledninger per sektorpartnerskab

 Handelens egen CO₂ udledning er meget lille


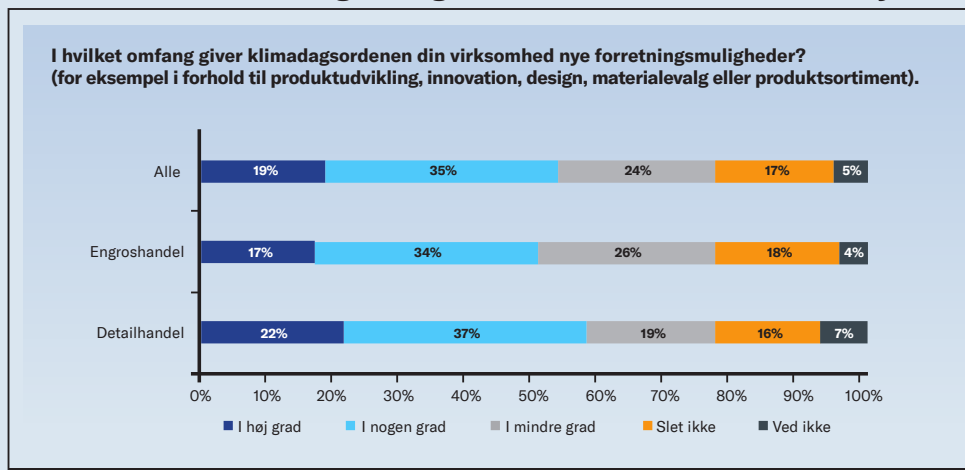
Kilde: Energistyrelsens opgørelse af faktiske CO₂-udledninger fra den årlige energistatistik.

 Handelens historiske CO₂-udledning

 Handelen har allerede reduceret CO₂ med 70 procent


Energistyrelsens opgørelse af faktiske CO₂-udledninger fra den årlige energistatistik.

Handelen ser forretningsmuligheder i reduktion af klimaaftryk



Kilde: Klimapartnerskabet for Handel.
 Anm: n = 422. Undersøgelsen baserer sig på svar fra detail- og engrosvirksomheder, som er medlem af enten Dansk Erhverv, Dansk Industri eller Dansk Mode & Textil.

Vision

Vores vision i klimapartnerskabet for Handel er at gøre forbruget af varer mere bæredygtigt.

Ser man på den udledning, som stammer direkte fra handelssektoren, så har sektoren allerede nået 70 procent målet, da sektoren siden 1990 har nedbragt

udledningen fra 0,43 til 0,14 millioner ton. Sektoren har dog et signifikant potentiale for at bidrage yderligere gennem nedbringelse af CO₂-udledningen fra de varer, vi handler med.

Handelssektorens mål er således at påvirke danskernes forbrug af varer, så det år for år frem mod 2030 påfører miljøet den lavest mulige klimabelastning globalt set, og samtidig arbejder vi for, at danske forbrugere og kunder får nye indsigter i bæredygtigt forbrug og

handler derefter. Målet er at skabe en reel adfærdsskift og dermed også en reel effekt på klimaet.

Det betyder kort fortalt, at vi skal gøre en forretning ud af at skabe en bæredygtig efterspørgsel på varer, hvor den afledte CO₂-udledning fra både produktion, distribution, handel og genanvendelse reduceres løbende frem mod 2030.



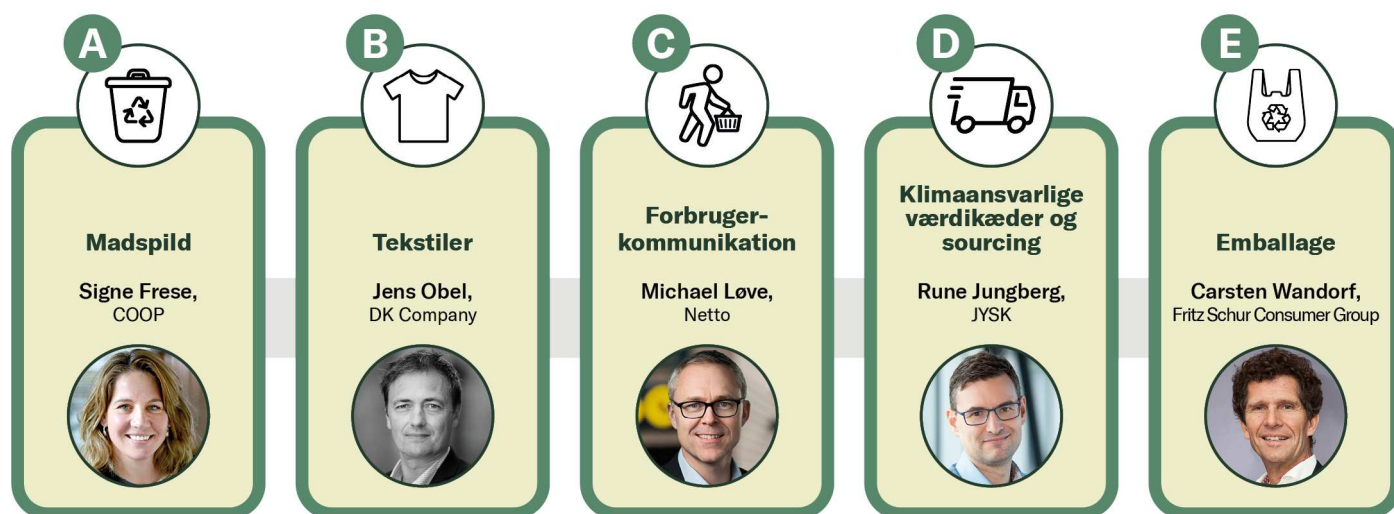
Opsummering af partnerskabets vigtigste anbefalinger

Handelsbranchen påvirker klimabelastningen gennem alt det, vi handler med, og klimapartnerskabet for Handel har derfor identificeret tre overordnede anbefalinger, som er blevet uddybet i fem udvalg:

- 1 Markant forbedret klimaoplysning blandt de danske forbrugere
- 2 Markant forbedret og effektiviseret genanvendelse af affald
- 3 Positive økonomiske incitamenter til mere klimarigtig adfærd og et servicetjek af lovgivningen, så den understøtter indsatsen

Udvalgsstruktur med hver sin formand

Klimapartnerskabet for Handel har fokus på fem emner i hvert sit udvalg



I den efterfølgende rapport findes en uddybning af udvalgenes emner, og partnerskabets forslag til indsatser og anbefalinger er kort skitseret:

1 Markant forbedret klimaoplysning blandt de danske forbrugere

Vejen til et mere ansvarligt forbrug af dagligvarer går ikke gennem løftede pegefingre og fjernelse af valgmuligheder hos forbrugerne. Vi skal sikre markant forbedret klimaoplysning hos forbrugerne – og så skal det være

nemmere og mere fristende at gøre sit forbrug mere klimavenligt. Handelssektoren er unikt positioneret til at hjælpe den udvikling godt på vej.

Handlens egne initiativer:

Etablering af et partnerskab for fælles klimaengagement, -oplysning og -adfærdsindsats

Fælles tiltag for handlen og regeringen. Sektoren vil tage initiativ til at etablere et offentlig-privat partnerskab for klimaengagement, der skal sikre enslydende og vedvarende klima-kommunikation til forbrugerne med høj troværdighed.

Tilslutning fra handlen til målsætningen om at madspildet som minimum er halveret i 2030 og visionen om at intet mad bortskaffes uden udnyttelse af dets ressourcer i 2035

Klimapartnerskabet for Handel har en vision om, at ingen fødevarer må ende i skraldespanden, hvis de kunne have været spist, eller hvis næringsstofferne kunne have været anvendt på anden vis. I Danmark er målet at halvere madspildet i 2030 blandt andet gennem det frivillige initiativ "Danmark mod Madspild".

Opbakning til en national klimaage

Handlen bakker bredt op om mindre madspild, mere plantebaseret kost, mere genbrug, mindre energiforbrug og meget andet i en national klimaage.

Anbefalinger til regeringen:

Forbedret datagrundlag om produkters klimapåvirkning

Regeringen bør arbejde aktivt for offentlig tilgængelig data for viden om klimaaftryk for de mest almindelige fødevarer og nonfood produkter. Det skal være opgjort på en ensartet, retvisende og troværdig måde. Branchen vil meget gerne bidrage, men i længden vil en uafhængig og evidensbaseret opgørelse ligge bedst hos myndighederne.

Styrk de eksisterende mærkningsordninger af produkter igennem fælles klimakrav

Branchen ønsker skærpede klimakrav i de etablerede offentlige mærkningsordninger og opfordrer regeringen til at igangsætte dette arbejde med de nordiske lande og EU hurtigst muligt.

Der er for nærværende ikke data og viden nok til at introducere et decideret klimamærke på fødevarer, men partnerskabet er positiv overfor, at mulighederne undersøges.

Videnscenter for ansvarlig import og klimapåvirkning i leverandørkæden

Små og mellemstore virksomheder har ikke ressourcerne til at dokumentere klimaeffekten af deres indkøbs- og samarbejdsaftaler. De har behov for hjælp og nemme retningslinjer.

2 Markant forbedret og effektiviseret genanvendelse af affald

Emballager, brugte tekstiler, kasseret elektronik, madrester og meget andet fra handelsbranchen ender i vid udstrækning i forbrændingen, fordi vi ikke er i stand til effektivt at indsamle, sortere og genanvende det. Her er både et stort potentiale for at forbedre klimaet, men også en mulighed for at skabe nye forretningsmuligheder.

Handlens egne initiativer:

Etablering og efterlevelse af fælles emballageprincipper

Producenter og detailhandlen har netop afsluttet arbejdet med en guide med et

fælles sæt emballageprincipper, som skal sikre størst mulig genanvendelse. Disse principper skal implementeres og bør udbredes til andre brancher blandt andet nonfood produkter og e-handelsemballage.

Etablering af Partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler

Der er et stort behov for at udvikle en stærkere forståelse af, hvordan tøj og tekstiler produceres mere klimavenligt, samt hvordan vi øger genanvendelsen fra de nuværende 2 procent. Det kommer til at kræve stor indsats fra en samlet branche, videnscentre og myndigheder, og det arbejde anbefaler vi samles i et partnerskab.

Anbefalinger til regeringen:

Reform af det danske affaldssystem

Ansvar for det nuværende affaldssystem ligger hos 98 kommuner, hvorfor en national ensretning og optimering ikke er mulig. Regeringen anbefales at gennemføre en reel reform af affaldssektoren med det formål at understøtte den cirkulære økonomi. Affaldsindsamling og -sortering skal strømlines nationalt og i en skala, som tillader investeringer i større og mere effektive anlæg, der kan håndtere flere typer affald i en meget høj kvalitet, så vi opnår gevinsterne ved genanvendelse i den cirkulære økonomi.

Implementering af producentansvaret for emballager

Producentansvaret for emballager skal implementeres på en måde, hvor økonomiske incitament understøtter en udvikling i markedet af både nye designløsninger for emballager samt udvikling af sorterings- og genanvendelsesteknologi. Det er netop i krydsfeltet mellem en god forretning og hensynet til klimaet, at vi kan skabe en hurtig forandring.

3 Positive økonomiske incitament til mere klimarigtig adfærd og et servicetjek af lovgivningen så den understøtter indsatsen

For at sikre en øget efterspørgsel efter klimavenlige fødevarer og nonfood produkter er der en række incitament, der skal i spil og nogle barrierer, der skal fjernes. Afgifter kan være skruet

forkert sammen, så de ikke understøtter genanvendelse, det offentlige kan have for stort fokus på pris i stedet for eksempel hensyn til klima og miljø – og der kan være barrierer for, at folk ikke vælger at reparere produkter og tøj, som er gået i stykker. Der er derfor behov for et regelcheck i forhold til, at de rette incitament er til stede.

Handlens egne initiativer:

Sektoren er parat til at deltage og bruge de nødvendige ressourcer på at støtte regeringen i et arbejde med regelforenkling og et klimatjek af den nuværende afgiftsstruktur.

Anbefalinger til regeringen:

Det offentlige indkøb som klimamotor

Det offentlige køber ind for 380 milliarder kroner om året. Derfor kan offentlige prioriteringer flytte og skabe markeder for mere klimavenlige varer. Et konkret eksempel kan hentes i foodservice, hvor det offentlige står for 43 procent af det samlede økologiske forbrug for foodservicesektoren.

Klimatjek af punktafgifter og indførelse af reparationsfradrag

Klimapartnerskabet for Handel opfordrer regeringen til at nedsætte et udvalg, som kan analysere den klimamæssige betydning af eksisterende punktafgifter samt fordele og ulemper ved eventuelle nye punktafgifter med det formål at begrænse produktets klimaaftryk.

Regelforenkling i forbindelse med donation af varer

Det er kompliceret at donere overskudsvarer i dag, hvilket medfører, at meget i stedet bliver kasseret. Partnerskabet anbefaler, at der etableres et tværministerielt samarbejde, som skal udarbejde regelforenkling og vejledning i tæt samarbejde med sektoren.

De fem spors CO₂-reduktioner

Datagrundlaget for at beregne handlens muligheder for at CO₂-reduktioner udover egne bygninger, transport og lignende er meget begrænsede i dag. Derfor har partnerskabet haft sparsomme muligheder for at beregne samlede effekter af branchens indsats. Dertil kommer den yderligere kompleksitet, at når det gælder at påvirke danskernes forbrug af varer så sker en stor del af udledningen uden for Danmarks grænser.

Madspild

Partnerskabets indsatser og anbefalinger vil medføre følgende reduktioner.

Tekstiler

Partnerskabets indsatser og anbefalinger vil medføre følgende reduktioner.

Udledningen er fordelt med 20 procent som direkte udledninger i Danmark og 80 procent som indirekte uden for Danmark. Årsforbruget på 85.000 ton tøj og tekstiler ER fordelt som 74.800 ton fra de private husholdninger (88 procent),

► Effekt af 50% reduktion af madspildet i Danmark

Ton CO₂ækvivalenter

Handel	Danmark	Globalt	I alt
Andel	25%	75%	100%
Effekt	45.978	137.934	183.912

Beregningen bygger på en antagelse af, at effekten er 25 procent i Danmark og 75 procent i verden.

Kilde: Miljøstyrelsen (2017), Food Waste Prevention in Denmark, samt antagelse foretaget af Dansk Erhverv.

5.100 ton forbrugt i det offentlige (6 procent) og 5.100 ton forbrugt af private virksomheder (6 procent).

Klimapotentialet ved at nedbringe forbruget af tøj og tekstiler

Klimapotentialet for at nedbringe forbruget på 85.000 ton tøj og tekstiler om året, eller de CO₂ reduktioner, der kan opnås ved at forbrugere og virksomheder bruger færre tekstiler for eksempel igennem bedre vaskemetoder,

initiativer der forlænger levetid eller mere effektiv distribution mellem kunder og butikker, kan også tage udgangspunkt i Mistra-rapporten. Her nævnes, at klimaaftrykket for det svenske tøjforbrug er omkring 3.3 millioner ton CO₂ ækvivalenter per år eller 327 kg CO₂ per borger. Det svenske forbrug vurderes at være sammenlignelig med det danske forbrug. Antallet af borgere i Danmark er 5.8 millioner i 2019, der hver medfører en udledning på 327 kg CO₂ om året og

Effekt af tekstilindsatsen

Partnerskabets indsatser og anbefalinger vil medføre følgende reduktioner	Direkte	Indirekte	Samlet
50% Genanvendelse af tekstiler fra private og offentlige virksomheder i 2025	15.700	62.800	78.500
75% Genanvendelse af tekstiler fra private og offentlige virksomheder i 2030	23.600	94.200	117.800
25% Genanvendelse af husholdningstekstiler i 2025	57.600	230.400	288.000
50% Genanvendelse af husholdningstekstiler i 2030	115.200	460.800	576.000
10% mindre forbrug af husholdningstekstiler i 2025	38.000	152.000	190.000
20% mindre forbrug 2030	76.000	304.000	380.000

[Beregninger: Dansk Erhverv]

[Note: Udledningen er fordelt med 25% som direkte udledninger i Danmark og 75% som indirekte uden for Danmark.]

total 1.9 millioner ton CO₂ om året.

Forbrugerkommunikation

Partnerskabets indsatser og anbefalinger vil medføre følgende reduktioner.

Klimaansvarlige værdikæder og sourcing

Partnerskabet har ikke haft mulighed for at beregne effekter på grund af mangelfuldt datagrundlag, fordi effekterne i værdikæderne ikke er kortlagt. Den væsentligste barriere for virksomhedernes arbejde med klimaansvarlig import er i langt de fleste tilfælde at beregne deres CO₂ udledning i scope 3 – altså dét udslip der finder sted i forbindelse med produktionen af de produkter og services, man indkøber. Det er meget få virksomheder, som har mulighed for at fastlægge og offentliggøre deres scope 3-emission, på trods af at det er nødvendigt for at få et retvisende billede af virksomhedens klimapåvirkning. Kun 16 ud af de 100 største danske virksomheder oplyser om CO₂-udledninger fra deres underleverandører (scope 3).



Emballager

Partnerskabet har ikke kunnet beregne CO₂-effekterne ved en udvikling af mere klimavenlige emballager og forbedret genanvendelsessystemer. Dette skyldes, at der mangler grundlæggende data for andelen af emballager i affaldsstrømmen. Affaldsdatastatikken har ikke et

fokus på varegrupper, men et fokus på materialetyper.

Anbefalingerne om emballage vil dog sikre betydelige CO₂-reduktion. Følges forslagene, vil råstofindvindingen og den første bearbejdning af råstofferne, som står for hovedparten af emballagernes CO₂-bidrag, helt undgås.

Effekt af 15% reduktion i forbruget af animalske fødevarer i Danmark

Ton CO₂ækvivalenter

Handel	Danmark	Globalt
Effekt	0	760.000
Indirekte effekt	0	46.000

Beregningen bygger på en antagelse af, at effekten er 0 procent i Danmark og 100 procent i verden.
 Kilde: Copenhagen Economics, samt antagelse foretaget af Dansk Erhverv

Det har ikke været muligt at regne på generelle ændringer af forbruget, som kan indebære ændring fra fx oksekød til grisekød og fra fx gris til plantebaserede fødevarer og fra fx grøntsager indført pr. fly til mere klimavenlig transport eller helt andre fødevarer. Derfor er denne beregning blot udført på en reduktion af animalske fødevarer, hvilket er for simpelt, da forbrugsmønstret bl.a. også skal påvirkes inden for de animalske produktkategorier.

Effekt af udnyttelse af overskudsvarme i halvdelen af dagligvarebutikkerne i Danmark

Dagligvarehandel	Danmark
CO ₂ reduktion i ton	199.000
Reduceret biomasse forbrug i ton	618.000

Beregningen bygger på en antagelse af, at effekten er 0 procent i Danmark og 100 procent i verden.
 Kilde: Copenhagen Economics, samt antagelse foretaget af Dansk Erhverv

Øvrige emner

Effekt af øget brug af overskudsvarme
 Partnerskabets indsatser og anbefalinger vil medføre følgende reduktioner.

Madspild

Baggrund

På verdensplan udgør spild af fødevarer cirka en tredjedel af alle varer produceret til konsum,¹ hvilket svarer til cirka 8 procent af verdens samlede CO₂ udledning.² Udfordringerne med madspild og fødevaretab vedrører alle verdens lande, men løsningerne til reduktion af madspild er meget forskellige afhængigt af, hvor i verden man befinder sig. I Danmark og i mange andre industrialiserede lande sker det største madspild hjemme i husholdningerne, mens det i mindre udviklede lande sker langt tidligere i værdikæden.

I Danmark udgør spildet af fødevarer cirka 700.000 ton per år,³ hvilket svarer til cirka 3,8 procent af landets samlede CO₂ udledning.⁴ Ifølge Miljøstyrelsen er der et årligt besparelsespotentiale på 367.825 ton CO₂ ækvivalenter ved at fjerne al madspild i detail- og engros-sektoren i Danmark.⁵ Det er dog vigtigt at have for øje, at den CO₂ besparelse, der opnås ved at fjerne madspildet i Danmark, har effekt på både nationalt og globalt plan afhængigt af blandt andet fødevarekategori og eksportintensitet. Spildet af fødevarer er fordelt i hele værdikæden fra landbrug til

forbruger (se tabel 1). Jo længere, en fødevarer er kommet i værdikæden, desto flere ressourcer er den blevet tilført i form af vand, sprøjtemidler, energi, transport med videre – alle sammen ressourcer der spildes, når maden smides ud.

Danske handelsvirksomheder har i mange år allerede arbejdet aktivt for at forebygge og reducere madspild. Blandt andet ved at optimere deres vareflow, ved at sænke prisen på fødevarer tæt på udløb og ved at donere overskydende varer til organisationer, der indsamler og videredistribuerer overskudsfødevarer.

Desuden sendes en stor del af de fødevarer med overskreden holdbarhed allerede i dag til dyrefoder og produktionen af biogas. Men branchen er ikke i mål, og der er stadig et potentiale i at nedbringe madspildet. Mindre madspild i detail- og engrosbranchen er derfor et oplagt område at sætte ind, hvis vi vil bidrage positivt til vores klima, miljø og jordens begrænsede ressourcer. Derfor har klimapartnerskabet for Handel valgt forebyggelse og reduktion af madspild som et indsatsområde.

Hvis et ambitiøst mål om forebyggelse og reduktion af madspild skal indfries, har branchen dog også brug for regeringens hjælp.

I dag oplever mange fødevarer virksomheder en række lovgivningsmæssige benspænd, som gør det svært for dem at mindske madspildet yderligere, fordi det både er dyrt og administrativt besværligt at overholde reglerne, hvor nogle af dem er fra en tid, hvor der ikke var fokus på madspild.

Samtidigt efterlyses der mere målrettet vejledning om alt lige fra regler om fødevarer sikkerhed og sporbarhed til afgifter og moms, som giver alle relevante aktører konkret viden om håndtering og overholdelse af reglerne, så vi sikrer en fortsat høj fødevarer sikkerhed.

Der er også behov for økonomisk støtte til forskning, innovation og digitale løsninger, som kan bidrage til at forebygge madspild, ligesom de mange frivillige kræfter og organisationer har brug for midler, så de kan sikre en mere stabil drift i hele landet.

Definitioner af madspild

FN og EU arbejder begge med food waste, som direkte oversat til dansk er madaffald. Det betyder, at når der tales om reduktion af madaffald, er det madaffald inklusiv madspild. Definitionen anvendes, fordi der globalt er store kulturelle forskelle på, hvad der er spiseligt, og hvad der ikke er. I Danmark fokuserer vi på madspild, det vil sige spild af fødevarer egnet til konsum.

Madspild kan altså defineres på flere måder. Både i forhold til en afgrænsning af, hvornår visse dele af en fødevarer går til spildevand, og hvornår fødevarer dele er uspiselige og derfor uundgåeligt ender som affald (for eksempel æggeskaller), men også i forhold til hvornår en fødevarer betragtes som spildt, og hvornår den bliver genbrugt som en ressource. FN's Miljøprogram og Miljøorganisation, UNEP, har udviklet et hierarki over madspild og fødevaretab, som giver et overblik over fødevarers potentielle

Vision

Klimapartnerskabet for Handel opfordrer til, at branchen tilslutter sig en fælles målsætning om, at madspildet som minimum er halveret i Danmark i 2030, og en vision om, at ingen mad bortskaffes uden udnyttelse af dets ressourcer i 2035

1 Global Food Losses and Food Waste, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2011

2 Beregnet af den amerikanske tænketank World Resources Institute på baggrund af FAO's tal

3 Miljøministeriet (2015), Regeringens strategi for affaldsforebyggelse "Danmark uden affald II"

4 Miljøstyrelsen (2017), Food Waste Prevention in Denmark

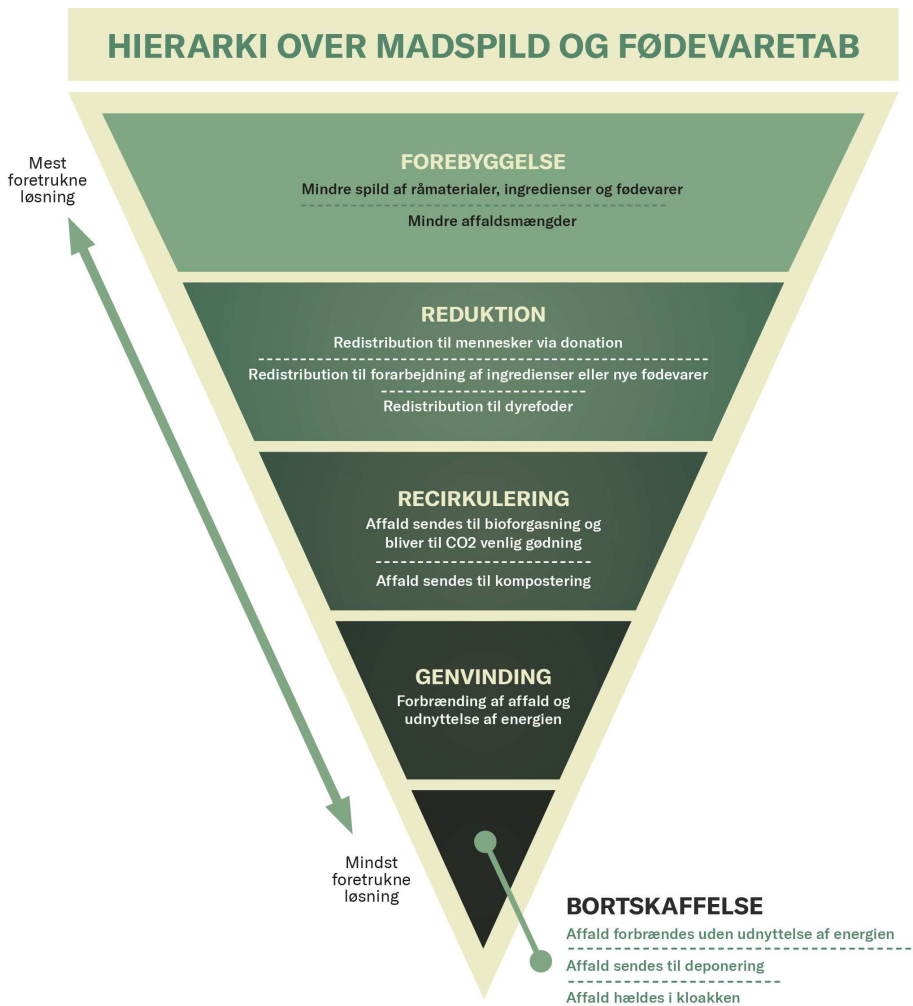
5 Miljøstyrelsen (2017), Food Waste Prevention in Denmark

6 Miljøstyrelsen (2017), Food Waste Prevention in Denmark

Fordelingen af madspild i Danmark

Sektor	Ton per år
Husholdninger	260.000
Detailhandlen	163.000
Procesindustri	133.000
Primær produktion	100.000
Restauration og foodservice	60.000

Tabel 1: Fordelingen af madspild i Danmark på sektorer ⁶

Figur 1


skæbne, og hvilke der er at foretrække, jævnfør figur 1. Hierarkiet kan for eksempel anvendes ved udvikling af en strategi for forebyggelse af madspild for at få en bedre forståelse for, hvor madspildet kan ende, og hvad det også kan bruges til, hvis det primære formål ikke kan opfyldes.

Anbefalingerne vedrørende madspild i klimapartnerskabet for Handel følger UNEP's hierarki over foretrukne løsninger for madspild og fødevareretab, da det er branchens altoverskyggende mål og mest foretrukne løsning at forebygge madspild, mens genvinding og bortskaffelse er den mindst foretrukne løsning.

Emner, initiativer og anbefalinger

For at hjælpe danske virksomheder og

forbrugere til mindst muligt madspild foreslår klimapartnerskabet for Handel en række initiativer og anbefalinger under i alt 4 emner:

- handlens egne initiativer
- servicetjek af regler og myndighedernes praksis
- bedre muligheder for reduktion af madspild via donation
- samarbejder i værdikæden.

Der er i alt 21 konkrete initiativer eller anbefalinger. Nogle af dem er initiativer som handlen selv kan igangsætte, mens andre er anbefalinger til regeringen. De beskrives i det følgende.

Blandt handlens egne tiltag er det især vigtigt med stor tilslutning til visionen, der indeholder konkrete reduktionsmål

for madspild, det er vigtigt, at der samles bred opbakning til forbrugeroplysning og en national madspildsuge, ligesom det er vigtigt, at madspild og klimavenligt forbrug bliver en del af handelsuddannelserne.

Blandt anbefalingerne til regeringen er partnerskabet enige om, at det er særlig vigtigt med servicetjek af lovgivningen, regelforenklinger og bedre vejledning vedrørende donation af fødevarer, da de komplicerede regler afholder mange virksomheder fra at donere, ligesom det slider unødigt på de organisationer, som modtager donationer. Partnerskabet peger på, at Fødevestyrelsens vurderinger af tilbagetrækninger og tilbagekaldelser bliver mere risikobaserede. Derudover er der enighed om, at det er nødvendigt med en statslig finansieringspulje dedikeret til at forebygge og reducere madspild, herunder udvikling af digitale løsninger. Slutteligt peger partnerskabet på behovet for en national madspildsuge, som handlen vil være med til at udbrede, da madspildet er størst hos forbrugerne.

Partnerskabets prioriterede indsatser og anbefalinger vedrørende madspild

Handlens egne initiativer

- Tilslutning fra handlen til målsætningen om at madspildet som minimum er halveret i 2030 og visionen om at ingen mad bortskaffes uden udnyttelse af dets ressourcer i 2035.
- Opbakning til en national madspildsuge og styrket forbrugeroplysning generelt.
- Madspild og klimavenligt forbrug som en del af handelsuddannelserne.

Anbefalinger til regeringen:

- Regelforenklaring og mere vejledning i forbindelse med donation af fødevarer.
- Mere risikobaserede tilbagetrækninger og tilbagekaldelser.
- Oprettelse af national madspildspulje, der understøtter innovation, som forebygger og reducerer madspild.
- Indførelse af national madspildsuge.

Handlens egne initiativer

1 Tilslutning til vision og konkret reduktionsmål for madspild

Klimapartnerskabet for Handel har en vision om, at ingen fødevarer må ende i skraldespanden, hvis de kunne have været spist, eller hvis næringsstofferne kunne have været anvendt på anden vis. Der foregår allerede et stort arbejde for at måle og reducere madspild og fødevarer tab på både nationalt og internationalt plan. For eksempel har FN's verdensmål 12.3 en ambition om en halvering af det globale madspild per indbygger frem mod 2030. Denne ambition har EU-kommissionen taget til sig, og i EU's affaldsdirektiv er der krav om, at medlemslandene skal indrapportere udviklingen for madaffald for alle led i værdikæden.

Partnerskabet anbefaler derfor, at detail- og engros-handlen vil være med til at opfylde visionen om, at madspildet⁸ som minimum er halveret i Danmark i 2030, og at ingen fødevarer bortskaffes uden udnyttelse af dets ressourcer i 2035. Det vil sige, at det madspild der ikke kan forebygges, som minimum recirkuleres, jævnfør figur 1 på side 14. En halvering af madspildet i detail- og engrossektoren vil alene resultere i en årlig besparelse på 183.913 ton CO₂ ækvivalenter.⁹ Ambitionsniveauet for virksomhedernes reduktionsmål bør differentieres. Det vil sige, at det bør være frivilligt at tilslutte sig visionens reduktionsmål for mindre virksomheder, men det er altafgørende, at der også måles på nationalt niveau for eksempel ved måling af affaldsmængderne, der sendes til forbrænding. På denne måde sikres det, at madspildet reduceres totalt i Danmark – og ikke bare flyttes frem eller tilbage i værdikæden. Sanktioner af enkeltstående virksomheder, som man blandt andet har indført i Frankrig, medfører bare at madspild flyttes rundt i værdikæden og kan derfor ikke anbefales. Derudover er det vigtigt, at målet følger realistiske baselines og anerkendte målemetoder.

I Danmark har det frivillige initiativ "Danmark mod Madspild", hvor indtil videre 15 virksomheder er med, som mål at halvere madspildet i 2030. Initiativet

drives i dag af Tænk tank om Forebyggelse af Madspild og Fødevarer tab, ONE\THIRD under Miljø- og Fødevarerministeriet.

2 Styrket forbrugeroplysning

Selvom mange danskere har haft fokus på at reducere deres madspild gennem de seneste år, er der stadig undersøgelser, der peger på, at de har brug for yderligere hjælp og inspiration, for eksempel omkring højtider, hvor der er tradition for at servere store mængder mad, men også i hverdagsituationer er der plads til forbedring. Praktiske anvisninger om anvendelse af hele fødevarer, for eksempel stokken på en broccoli, samt oplysninger om korrekt opbevaring i forhold til optimal holdbarhed og gode råd om brugen af rester i nye retter vil alt sammen hjælpe husholdningerne til at reducere deres madspild.

Partnerskabet anbefaler, at handlen engagerer sig yderligere i at hjælpe forbrugerne med gode råd, tips og tricks til reduktion af madspild eller ved at nudge forbrugerne i den rigtige retning. Anbefalinger og hjælp kan for eksempel gives på fødevarernes emballage, butikkens hyldeforkanter, plakater, pjecer, opskrifter og online kommunikation.

Dette anbefales også af EU's Platform for Fødevarer tab og Madspild, som kom med deres anbefalinger i december 2019.

3 Madspild og klimavenligt forbrug som en del af (handels) uddannelserne

Det kan give stor værdi at indtænke bæredygtighed i dagens uddannelser – både i forhold til branding, fremtidig rekruttering og reel impact. Det er blandt de unge, at der er flest klimabevidste forbrugere, og uddannelser med fokus på klimaet forventes derfor at blive de mest attraktive for dem. Madspild og klimavenligt forbrug skal gøres til en del af handelsuddannelserne og øvrige uddannelser, hvor håndtering af fødevarer i detail- og engrossektoren indgår. Det kunne for eksempel være butiksuddannelsen, uddannelsen til gourmetslagter eller bager- og konditoruddannelserne.

Partnerskabet anbefaler, at madspild og bæredygtigt forbrug tages op af parterne i de faglige udvalg for handlens faguddannelser. Udover at handlen kan gennemgå egne uddannelser, anbefales det helt generelt, at regeringen fokuserer på undervisning og oplysning vedrørende madspild gennem hele det danske uddannelsessystem. Dette anbefales også af tænketanken ONE\THIRD.

4 Kortlægning af muligheder for videre forarbejdning af fødevarer tæt på udløb

Der er et fortsat uudnyttet potentiale i mere forarbejdning af fødevarer tæt på udløb internt i virksomheden, for eksempel er der behov for at blive klogere på mulighederne og få de gode ideer udbredt. Dette anbefales også af EU's Platform for Fødevarer tab og Madspild. Det kan for eksempel dreje sig om videre forarbejdning i butikken af frugt og grønt, der ikke er blevet solgt, men det kan også være samarbejds muligheder mellem detailvirksomheder og andre virksomheder, hvor for eksempel ikke solgt brød sælges eller doneres til bagere eller spisesteder med henblik på videre forarbejdning.

Partnerskabet anbefaler, at erhvervet, i samarbejde med vidensinstitutioner, gennemfører en kortlægning af mulighederne for videre forarbejdning af fødevarer tæt på udløb med henblik på at mindske madspildet og understøtte nye, bæredygtige, cirkulære forretningsmuligheder for startups og SMV'er.

Anbefalinger til regeringen Servicetjek af regler og myndighedernes praksis

5 Mere risikobaserede tilbagetrækninger og tilbagekaldelser

Danmark har, sammenlignet med andre EU-lande, mange tilbagetrækninger og tilbagekaldelser af fødevarer i forhold til vores størrelse. Hver gang, der foretages en tilbagetrækning eller tilbagekaldelse, medfører det store mængder madspild, da varerne skal kasseres. Nogle tilbagekaldelser eller tilbagetrækninger skyldes, at fødevarerne er sundheds-

skadelige, og disse skal selvfølgelig altid tages af markedet og kasseres. Men der ses også flere eksempler på, at myndighederne i Danmark kræver tilbagetrækning eller tilbagekaldelse af fødevarer med mindre "fejl", som ikke udgør en sundhedsmæssig risiko. Det gælder for eksempel ved konstatering af utætheder i emballager i enkelte enheder ud af en hel produktion, hvor der er risiko for skimmelvækst, men hvor det kræves, at hele partiet bliver kasseret uden videre stillingtagen.

Partnerskabet anbefaler, at der i højere grad foretages risikovurderinger med mindre madspild for øje i sager om tilbagetrækninger og tilbagekaldelser, så færre hele partier kasseres fremadrettet.

6 Fitnesscheck af EU's handelsnormer og mærkningsregler

EU's handelsnormer og mærkningsregler gør det svært at tænke innovativt. Hvis en butik for eksempel ønsker at bekæmpe madspild ved at blande en pose med udvalgt frugt og grønt og markedsføre det andetsteds i butikken til reduceret pris, vil det være nærmest umuligt at sikre fuld overholdelse af kravene i mærkningsreglerne, blandt andet hvad angår angivelse af oprindelsesland.

Et andet eksempel på barrierer skabt af EU's handelsnormer er reglerne for holdbarhed af æg. For æg er der fastsat en lovbestemt holdbarhed på 28 dage. Men samtidig er det fastlagt, at forbrugeren skal have 7 dage til at spise deres æg, hvorfor der også findes en lovbestemt sidste salgsdato på 21 dage. For næsten alle andre fødevarer er det op til producenten selv at fastlægge holdbarheden, og til ingen andre fødevarer stilles der krav om en supplerende dato for sidste salg.

Partnerskabet anbefaler, at myndighederne aktivt arbejder for en opdatering af EU's handelsnormer og mærkningsregler, særligt med hensyn til afskaffelse af sidste salgsdato og den lovbestemte holdbarhedsdato for æg samt muligheden for, at der indføres undtagelser til visse mærkningsregler for fødevarer der, på grund af kort holdbarhed, sælges til stærkt reduceret pris.

7 Større fleksibilitet i udbud

Det offentlige er en væsentlig indkøber af fødevarer via offentlige udbud. I disse udbud fremgår der nogle gange krav om restholdbarhed ved levering til kantiner og køkkener på for eksempel institutionsområdet. Sådanne krav kunne handle om, at holdbarheden på mælk eller kød skal være minimum 5 dage ved levering. Kravene kan i nogle tilfælde være berettigede, men når en grossist skal levere varer til blandt andet daginstitutioner, som ikke kan tage imod varer hverken lørdag eller søndag, kan krav til restholdbarhed betyde, at store mængder fødevarer går til spilde.

Partnerskabet anbefaler, at der gennemføres et servicetjek af offentlige indkøb med henblik på at sikre, at der ikke opstilles barrierer i udbudsmaterialer med videre, som medfører et madspild, der kunne være undgået, hvis udbuddet havde været mere fleksibelt. Ligeledes bør der ses på, om udbuddene er for store og dermed er med til at kvæle innovationen, ligesom et mål for madspildsreduktion kan overvejes. Indsatsen kunne eksempelvis forankres i Forum for Bæredygtige Indkøb.

Bedre muligheder for reduktion af madspild via donation

8 Oprettelse af national madspildspulje

En statslig finansieringspulje skal arbejde for at styrke danske virksomheders indsats for at forebygge og reducere madspild samt sikre et solidt fundament for alle indsats og aktører i værdikæden. Mange indsats rettet mod bekæmpelse af madspild kræver ekstern kapital, som i dag typisk finansieres via fonde, virksomheder mv. En pulje dedikeret til formålet om at forebygge og reducere madspild vil kunne medvirke til at smarte, innovative løsninger støttes og dermed gøres skalerbare. Derudover er en stor del af indsatserne på madspildsområdet, særligt i forbindelse med donation, i dag baseret på frivillige kræfter og hviler derfor på et usikkert grundlag.

Partnerskabet anbefaler, at der afsættes penge på finansloven til oprettelse af en national madspildspulje, hvor

midlerne skal bruges på forebyggelse og reduktion af madspild. En del af puljens midler bør øremærkes til:

- Organisationer, der indsamler og distribuerer overskudsfødevarer. Ved at sikre en fast årlig pulje til udvalgte organisationer kan vi sikre et solidt fundament, som dækker hele landet, og dermed videredistribueres mest muligt mad til flest mulige mennesker.
- udvikling af digitale løsninger, som for eksempel en digital madspildsbørs efter inspiration fra FoodCloud i Storbritannien, der kan lette det administrative arbejde og registrering af sporbarhedsoplysninger for alle aktører. Systemet kunne også anvendes til nonfood varer.

Madspildspuljen vil således være med til at sikre finansiering til innovation og modernisering af fødevaredonations-systemer fra jord til bord. Dette anbefales også af EU's Platform for Fødevaretab og Madspild.

9 En samlet vejledning for donation af fødevarer

Det er i dag svært at have det fulde overblik over gældende regler for donation af fødevarer. Virksomhederne risikerer en sur smiley, hvis der sker fejl ved registrering af donationer, og for modtagerne af donerede fødevarer stilles der ligeledes store krav til, hvordan de håndterer og videredistribuerer varerne. Fødevaremyndighedernes krav og kontroller er selvfølgelig nødvendige for at opretholde den høje fødevarsikkerhed, vi har i Danmark, og som ingen ønsker at gå på kompromis med, men virksomhederne har brug for mere specifik vejledning fra myndighedernes side. En samlet vejledning er til gavn for virksomhederne, men kan også klæde myndighederne bedre på, da mange aktører oplever uens vejledning.

Partnerskabet anbefaler, at der udarbejdes en samlet skriftlig vejledning til alle aktører på området. Både til dem, der giver og til dem, som modtager donationer. Vejledningen skal omfatte alle relevante regler og praksisser på området blandt andet fødevareregler, moms- og skatteregler samt affaldsregler. Den skal skrives i lægmandssprog og have individuelle kapitler, der

målrettes henholdsvis producenter, detailvirksomheder, restauranter samt store og små modtagervirksomheder og -organisationer. Vejledningen skal gerne ledsages af "best practice" eksempler og standardskabeloner.

En arbejdsgruppe om donationer i regi af tænketanken ONE\THIRD er i gang med at se på, hvad sådan en vejledning om donationer bør indeholde. Partnerskabet anbefaler, at der etableres et tværministerielt samarbejde, som skal udarbejde vejledningen i tæt samarbejde med erhvervet repræsenteret ved madspildstænketankens arbejdsgruppe om donationer.

10 Gratis og mere agil vejledning fra Fødevestyrelsen til nonprofit aktører

En nyopstartet butik eller et herberg, som gerne vil henholdsvis donere eller modtage overskydende fødevarer, har behov for sparring med myndighederne, da reglerne kan være svære at gennemskue. Samtidig sker der løbende ændringer over tid, såsom nye eller opdaterede regler, tilføjelser til varesortimentet eller pludseligt opståede forretningsmuligheder. For at sikre så mange donationsmodtagere som muligt samtidig med vedligeholdelsen af en høj fødevarer sikkerhed skal modtageorganisationer og lignende kunne få gratis vejledning fra Fødevestyrelsen, når det er relevant for dem.

Partnerskabet anbefaler, at nonprofit-aktører, der modtager fødevarer-donationer, skal kunne få gratis vejledning fra Fødevestyrelsen, når de har brug for det og ikke kun ved opstart, som det er tilfældet i dag. Vejledningen kan også tilbydes som hjælp til virksomheder, der ønsker konkrete værktøjer til at nedbringe deres madspild. Man kan kigge på projektet om Madspildsjægerne for inspiration til, hvordan dette kan gøres.

11 Enklere regler for sporbarhed og registrering ved donation

I dag anses donation af overskydende fødevarer fra virksomheder til indsamlingsorganisation, herberger, væresteder med videre som levering mellem to virksomheder, hvilket medfører en række administrative arbejdsgange på grund af

omfattende krav til blandt andet sporbarhed, målrettet tilbagekaldelse og 1/3 reglen. Disse krav gælder ikke, når en virksomhed sælger til den endelige forbruger, hvor der blot udskrives en bon, og derfor bliver det at donere fødevarer ofte en manuel og administrativ tung proces ude i de enkelte butikker. Dette bliver særligt en udfordring, når der er tale om donation af få overskydende varer på daglig basis.

Partnerskabet anbefaler, at sporbarhedskravene ved donation af overskydende fødevarer lempes i en sådan grad, at det bliver håndterbart for lokale virksomheder og lokale modtagere. Det foreslås, at der ikke behøver at ske en registrering på vareniveau, men i stedet blot en registrering af, hvilken specifik organisation man donerer varer til for eksempel et bestemt herberg. Det kan eventuelt være et krav, at der i samarbejdsaftaler om donation mellem to parter altid er en erklæring fra den modtagende part om, at den til enhver tid holder sig ajour med tilbagekaldte fødevarer på Fødevestyrelsens hjemmeside, således at kravet om tilbagekaldelser altid kan imødekommes.

Partnerskabet anbefaler desuden, at donationer undtages fra reglerne om detailvirksomheders levering af animalske fødevarer til andre detailvirksomheder (den såkaldte 1/3 regel), da denne regel sætter en grænse for, hvor store mængder animalske fødevarer en detailbutik kan donere. Dette arbejde skal foregå på EU-niveau.

12 Enklere administration af moms ved donationer

I 2015 blev det muligt at fastsætte en lavere udtagningsmoms, når man som virksomhed vælger at donere overskydende fødevarer. Der er stadig en række arbejdsgange forbundet hermed, til trods for at det økonomiske benspænd nu delvist er fjernet.

Partnerskabet anbefaler, at det undersøges, om momsgrundlaget kan gøres enklere at administrere. Selvom den administrative praksis, der blev vedtaget i 2015 har løst en del af udfordringerne ved donation af fødevarer, og Skatteministeriet og -styrelsen har strakt sig længst muligt inden for rammerne af EU-momsdirektivet og

de danske momsregler, er der stadig tale om en løsning, der indebærer administrative byrder, som spænder ben for fokus på at undgå madspild. For eksempel bør der kigges på andre donationssituationer, som når detailvirksomheder forærer overskydende varer til deres kunder direkte fra butikken.

13 Godtgørelse af afgifter bør være administrativt lettere

Skatteministeriet har i 2019 gjort det muligt, at indsamlingsorganisationer kan få godtgjort afgifterne fra donerede fødevarer, for eksempel kaffe og chokolade. Den nye ordning er et klart skridt i den rigtige retning, men medfører fortsat en del administration, som kan være en hæmsko for visse virksomheder og modtagere. Den nye ordning gælder desuden kun organisationer, hvis formål helt eller delvist er at foretage humanitært hjælpearbejde, og dermed ekskluderes en lang række donationsmuligheder, for eksempel madspildsbutikker.

Partnerskabet anbefaler, at ordningen evalueres i slutningen af 2021 med henblik på at sikre den bedste og mest effektfulde ordning for både myndigheder, virksomheder og modtagende organisationer.

Samarbejde i værdikæden til forebyggelse og reduktion af madspild

14 Offentlige-private partnerskaber målrettet madspild

Der er mange aktører, der på den ene eller anden måde beskæftiger sig med madspild, og det skal sikres, at alle går i samme retning. Efter godt 10 års arbejde mod mindre madspild i handlen er en række af de vigtigste indsatsområder blevet identificeret, blandt andet i regi af tænketanken ONE\THIRD. Et eksempel er initiativet "Danmark mod Madspild", hvor flere af de største danske virksomheder allerede i dag åbent fremlægger deres data for madaffald. Samtidig har de forpligtet sig til at reducere deres madspild med 50 procent inden 2030 – helt i tråd med FN's verdensmål om en halvering af det globale madspild inden 2030.

Partnerskabet anbefaler, at kræfterne

vedrørende madspild samles i tænketanken ONE\THIRD, så flest mulige synergieffekter høstes.

15 Indfør en national madspildsuge

Mindre madspild fra jord til bord kræver fokus og bevidsthed hos både virksomheder, myndigheder og forbrugere. Dette fokus kunne for eksempel skabes med en national madspildsuge, hvor alle aktører bidrager til, at momentum samles om bekæmpelse af madspild og bevidstheden om madspildets bidrag til både Danmarks og verdens udledning af CO₂ øges. Handlen vil bakke op om sådan et initiativ og kan bidrage til at udbrede kendskabet til madspildsugen på samme måde, som handlen har bidraget til at løfte kendskabet til mærkningsordninger. Tænketanken ONE\THIRD har anbefalet en madspildsdag, der sandsynligvis vil lægge sig op ad den dag, som FN har lanceret, nemlig den 29. september. Med en madspildsuge er der også mulighed for at inddrage for eksempel folkeskoler og udvikle materiale til, at de kan tage emnet madspild op i denne uge hvert år. For eksempel som kampagnen "Uge 6" fra organisationen Sex og Samfund.

Partnerskabet anbefaler, at der afsættes penge på finansloven til planlægning og afholdelse af en national madspildsuge. Det er afgørende for madspildsugens succes, at regeringen forpligter sig til at bakke op om initiativet og sikrer, at der er finansiering bag.

16 Service-tjek af holdbarhedsdatoer og krav til restholdbarhed

Holdbarhedsdatoer fastsættes af producenterne. Nogle holdbarhedsdatoer kan muligvis forlænges, uden at det går ud over fødevarerens kvalitet eller fødevarsikkerheden. Blot én dags forlængelse kan have stor betydning i kampen for at reducere madspild i alle led i værdikæden.

Udover de lovpligtige holdbarhedsdatoer stilles der flere steder i detailhandlen også krav til producenter og leverandører om en vis restholdbarhed på de fødevarer, de leverer. Denne restholdbarhed er angivet som en fast procentdel (for eksempel 75%)

på tværs af fødevarer kategorier, hvilket giver mening eksempelvis for animalske fødevarer med kort holdbarhed, da det giver butikkerne tid til at sælge dem, inden deres holdbarhed udløber. Men for andre fødevarer, for eksempel kolonialvarer med en holdbarhed på 2 år, betyder det nogle gange, at de ikke kan leveres til engros- eller detailhandlen samt eventuelt det offentlige, når de "kun" har et års holdbarhed tilbage.

Partnerskabet anbefaler, at der nedsættes et tværgående udvalg i regi af tænketanken ONE\THIRD med det formål at analysere potentialet og mulighederne for længere holdbarhed på udvalgte varer. Derudover bør det overvejes, om kravene til restholdbarhed i detail kan varieres efter produktkategori.

17 Indsamling af data

Ensartet og valid dataindsamling er vigtig for at identificere relevante indsatsområder og følge udviklingen i virksomhedernes reduktion af madspild. Dataindsamling er dog en svær øvelse for mange virksomheder.

Partnerskabet anbefaler, at regeringen støtter op om udviklingen af en internationalt anerkendt standard for indsamling af data til opgørelse af fødevarer tab og madaffald. Dette anbefales også af madspildstænketanken ONE\THIRD og EU's Platform for Fødevarer tab og Madspild.

18 Tættere samarbejde mellem myndigheder

Temaet madspild går på tværs af flere ministerier lige fra Miljø- og Fødevarerministeriet, Skatteministeriet, Erhvervsministeriet, Klima-, Energi og Forsyningsministeriet og til Udenrigsministeriet, Social- og Indenrigsministeriet, Børne- og Undervisningsministeriet og Uddannelses- og Forskningsministeriet. Derudover spiller kommunerne også en afgørende rolle. Både i forhold til deres indkøb og forbrug af fødevarer, men også i forhold til hjælp og information til deres borgere og virksomheder.

Partnerskabet anbefaler, at der nedsættes en arbejdsgruppe mellem myndighederne, som med input fra

erhvervet kan løfte madspildsdagsordenen holistisk. Dette anbefales også af tænketanken ONE\THIRD.

19 Task Force til forebyggelse og upcycling af madspild

Mange virksomheder kan have behov for ekstern hjælp og konkrete værktøjer til arbejdet med at forebygge, reducere eller recirkulere deres madspild, jøvnfø figur 1 på side 14. Med Vækstplanen for Handel og Logistik fra januar 2020 blev der prioriteret midler til Madspildsjægerne 2.0. Initiativet arbejder dog kun med forebyggelse i detailhandlen, hvorfor man med fordel kunne udbygge det til flere led i værdikæden.

Partnerskabet anbefaler, at der nedsættes en Task Force, der kan påvise områder, hvor virksomhederne kan nedbringe madspild og upcycle til mest mulig værdi i forhold til klima.

20 Mere forskning i forebyggelse af madspild

En del madspild kan forebygges gennem forskningsindsatser. Eksempelvis ses der et potentiale i forskning i intelligente emballagetyper, der, via konstante målinger af produktet, kan fastsætte en helt præcis holdbarhed både i butik og hos forbrugeren. Det gælder også forskning i ingredienser og naturlige bakteriekulturer, som kan give fødevarer en længere holdbarhed uden at gå på kompromis med smag og kvalitet. Samtidig mangler der videnskabelig viden om, hvad der forårsager overskudsproduktion af for eksempel brød. Det kunne blandt andet være kortlægninger af de enkelte produkters brugerrejser samt evidensbaserede virkemidler til systematiske forandringer.

Partnerskabet anbefaler, at der prioriteres forskningsmidler til at give danske forskningsmiljøer et kapacitetsløft inden for områder relateret til forebyggelse af madspild. Dette kunne finansieres via den forskningsbaserede myndighedsbetjening i Miljø- og Fødevarerministeriet.

21 Madaffald til biogas

En alt for stor del af madaffaldet ender fortsat som affald, der går til forbrænding i stedet for at blive sendt til genanvendelse

gennem et biogasanlæg (efter sikker udskillelse og oprensning af evt. emballage på et forbehandlingsanlæg). Biogasanlæg kan levere en mere CO₂ venlig energi og samtidig sikre recirkulering af madens næringsstoffer tilbage til landbruget i form af gødning, der er mere

grøn sammenlignet med traditionel handelsgødning. En barriere for store dele af branchen og hos forbrugerne er, at det er svært at sortere. Der er derfor et uudnyttet potentiale, selvom det er sidste udvej for maden.

Partnerskabet anbefaler, at en styrket

indsats for at få madaffald ført til bioforgasning indarbejdes i relevante handlingsplaner, samt at virksomheder får mere oplysning og vejledning om mulighederne.



Tekstiler

Baggrund

Vores omfattende forbrug af tekstiler, og de konsekvenser dette har for miljøet og klimabelastningen, kræver nytænkning inden for både produktion og forbrug. I dag genanvendes mindre end 2 procent af tekstilforbruget i Danmark, og der er behov for at introducere den cirkulære økonomis principper i værdikæderne kombineret med effektive rammevilkår, der adresserer både design, produktion, distribution, brug og genbrug, indsamling og genanvendelse af tøj og tekstiler. For at det kan ske, skal virksomhedernes kapacitet til bæredygtigt design af tekstiler løftes, forbrugernes indkøbsvaner skal ændres, og forbrugerne skal vide, hvordan de passer bedre på deres tøj. Parallelt hertil skal grønne offentlige indkøb prioritere grønne og klimavenlige produkter for at trække omstillingen i gang.

Tøj- og tekstilvirksomheder vil møde store udfordringer fra kommende EU-lovgivning, som tilsigter at nedbringe miljøbelastningen fra tøj- og tekstilforbruget. Der kommer designkrav for genanvendelse og holdbarhed. Det er krav, der skal nedbringe spild, ensrette sortering af tekstiler, producentansvar og andre krav. Handlens klimapartnerskab ønsker en tekstilindsats, som både nedbringer miljø- og klimabelastningen

Lovgivning som tekstil- og tøjvirksomheder vil møde

Følgende kommende EU-lovgivninger er pejlemærker for initiativerne

- Frasortering af tekstiler fra affaldsstrømmen for genanvendelse inden 2025.
- EU-producentansvar for tekstiler med fokus på udvikling af bæredygtigt forbrug af tekstiler og tøj.
- Producentansvar for emballager i 2025.
- En eventuel revision af Ecodesign-direktivet, der inkluderer tekstiler.
- PEF (Product Environmental Footprint), som tekstilprodukter kan eller skal anvende, så brugere kan vurdere tekstilers miljøaftryk.

og sikrer, at danske virksomheder kommer ombord i kommende lovgivning før tid for at kunne bidrage effektivt til omstillingen og bidrage til design- og teknologiuudvikling samt nye arbejdspladser.

Tøj- og tekstilbranchen opererer i en global værdikæde, hvor "upstream og downstream" flows går på tværs af EU's ydre grænser og de danske. Derfor er det afgørende, at Danmark undlader national lovgivning og arbejder for en EU-harmonisering. EU's nye tekstilstrategi kommer i 2021 som del af den større handlingsplan for cirkulær økonomi. Danmark bør arbejde for at sikre en fælles EU-tilgang, så branchens indsats styrker det indre marked og samtidig sikrer, at tekstiler kan handles enkelt og mere bæredygtigt på tværs af grænserne.

Måden, udfordringen tackles på, kan give erhvervslivet konkurrencekraft, hvis samtlige initiativer gennemføres koordineret og i tide.

Ifølge EU's Miljøagentur (2) forbruger en EU-borger årligt omkring 26 kg tøj, sko og husholdningstekstiler. Det svarer til et ressourcetræk på omkring 1.3 ton råmaterialer og mere end 100 m³ vand per person. I produktionen anvendes mange forskellige kemiske stoffer. Alt i alt er tekstiler den fjerde mest miljøbelastende sektor efter fødevarer-, bolig- og transportsektoren.

I forhold til klimapåvirkningen kommer tekstiler ind på en femteplads over de mest belastende forbrugsgoder med et europæisk forbrug af tekstiler, der udleder, hvad der svarer til 654 kg CO₂ per person per år eller 327 millioner ton CO₂ om året fra EU-zonen.

Miljøagenturets undersøgelse viser et tekstilforbrug, der er steget 40 procent mellem 1996 og 2012, mens priserne på tøj samtidig er faldet. Samtidig bruges hvert enkelt stykke tøj omkring 7-8 gange om året, hvilket er mindre end for år tilbage. Alt i alt medfører det europæiske tekstilforbrug i stigende grad en betydelig miljøbelastning, på trods af at hovedparten af CO₂-udledningerne foregår uden for de europæiske grænser i forarbejdningen af tekstilerne.

Potentiale

Danmark skal inden 2030 anerkendes som førende i EU i at designe, fremstille, bruge og genanvende tøj og

Vision

DANMARK VIL I 2030
VÆRE FØRENDE PÅ
GENANVENDELSE I
EUROPA, VED AT ØGE
GENANVENDELSEN
FRA 2 PROCENT TIL
50 PROCENT.

tekstiler på en bæredygtig måde.

Tekstilindsatsen skal gøre Danmark til verdensmestre i at fremstille og bruge tøj og tekstiler på en bæredygtig måde igennem re-design, nye produktionsmetoder, oplyst forbrugsadfærd og sortering og indsamling med henblik på at øge genbrug, genanvendelse og innovative genanvendelsesteknologier. Initiativerne skal gøre Danmark førende i cirkulær økonomi, så resten af EU og det internationale samfund kigger i retning af Danmark for inspiration.

Ambitioner for tekstilindsatsen

Tekstilindsatsens ambitioner skal indfries ved at gennemføre 5 emner og 18 initiativer og anbefalinger koordineret af initiativ 1: Partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler (PBTT). Partnerskabet skal drives af branchen, som igangsætter initiativerne i samarbejde med regeringen og myndigheder

Udgangspunkt for ambitioner for 2025 og 2030: Det danske forbrug på 85.000 ton i 2018:

1. Danmark skal genanvende 50 procent af private og offentlige virksomheders årsforbrug af tekstiler (12 procent af det samlede forbrug) inden 2025 og 75 procent inden 2030. Det betyder en genanvendelse på 5.100 ton tekstiler i 2025 og 7.650 ton i 2030, der har et potentiale til at reducere CO₂-udledninger med omkring 78.500 CO₂ årligt i 2025 og 15.700 ton direkte fra det danske forbrug af tøj og tekstiler af private og offentlige virksomheder. Den direkte CO₂ reduktionen i 2030 vil være omkring 23.600 ton CO₂ årligt.
2. Danmark skal genanvende 25 procent af privatforbrugets eller husholdningernes årsforbrug af tøj og tekstiler i 2025 og 50 procent i 2030. Det betyder en genanvendelse på 18.700 ton tekstiler i 2025, der har et potentiale til at reducere CO₂-udledningen med 288.000 ton CO₂ årligt og 57.600 ton

Skema A: Klimapotentiale og ambitioner ved at genanvende tøj og tekstiler i 2025 og 2030.

	Direkte	Indirekte	Samlet
50% Genanvendelse af tekstiler fra private og offentlige virksomheder i 2025	15.700	62.800	78.500
75% Genanvendelse af tekstiler fra private og offentlige virksomheder i 2030	23.600	94.200	117.800
25% Genanvendelse af husholdningstekstiler i 2025	57.600	230.400	288.000
50% Genanvendelse af husholdningstekstiler i 2030	115.200	460.800	576.000

direkte fra det danske forbrug. Den direkte CO₂-reduktion i 2030 vil være omkring 115.200 ton årligt.

3. Danmark skal nedbringe 10 procent af tøj- og tekstilforbruget inden 2025 og 20 procent inden 2030 igennem initiativer, der forbedrer produktionsmetoder, nedbringer spild, levetidsforlænger, reparerer, genbruger og ændrer forbrugernes og de offentlige indkøbers indkøbsvaner. Det vil give et mindre forbrug på 8.500 ton tekstiler i 2025 og 17.000 ton i 2030, inklusive forbedrede produktions- og transportmetoder, svarende til en reduktion i CO₂-udledningen med 190.000 ton CO₂ årligt i 2025 og 380.000 ton i 2030. Reduktionen i de direkte CO₂-udledninger fra Danmark vil blive 38.000 ton CO₂ og 76.000 ton årligt.

Ambitionernes klimapotentiale i 2025 og 2030

Det danske tekstilforbrug er omkring 85.000 ton årligt, svarende til 15 kg/person.³ Husholdningerne står for omkring 88 procent af det samlede tekstilforbrug, mens den offentlige sektor og det private erhverv hver står for 6 procent. Tøj udgør 77 procent af det samlede forbrug og boligtekstiler de resterende 23 procent. Omkring 50 procent af det årlige danske tekstilforbrug sendes til forbrænding, mens resten blandt andet genbruges for siden hen at blive brændt af i Danmark i de kommunale anlæg typisk. Der er derfor et stort potentiale for større cirkularitet i tekstilstrømmene.

Klimapotentialet skal indfries igennem to overordnede tiltag 1) genanvendelse af tøj og tekstiler og 2) nedbringelse af det direkte forbrug af tøj og tekstiler.

1 Klimapotentialet ved at genanvende tøj og tekstiler

Nedbringes det samlede danske forbrug på 85.000 ton igennem genanvendelse og med en CO₂-reduktion på 15,4 kg CO₂ ækvivalenter per kg genanvendt tekstil¹ med en 50/50 procent blanding af bomuld og polyester, er der potentiale for en reduktion på omkring 1.3 millioner ton CO₂ om året i Danmark. Ifølge Mistra⁴ for det svenske forbrug af tekstiler, er de direkte udledninger omkring 20 procent, hvor 80 procent er indirekte udledninger uden for Sverige. De direkte CO₂ udledninger fra tekstilforbruget kan fordeles som 3,1 procent fra transport til kunder og salgssteder, mellem kunder og salgssteder (10,8 procent), vask (2,9 procent) og affaldsbehandling (2,8 procent) i alt 19,8 procent.

Partnerskabet vurderer, at forbruget i Sverige er sammenligneligt med det danske, hvorfor beregninger for klimapotentialet bruger fordelingen 20/80 som fordeling for direkte udledninger i Danmark og inddirekte udledninger uden for Danmark. Det betyder, at de direkte CO₂ udledninger i Danmark kan nedbringes igennem genanvendelse med 261.800 ton om året.

Skema A: Klimapotentiale og ambitioner ved at genanvende tøj og tekstiler i 2025 og 2030.

Udledningen er fordelt med 20 procent som direkte udledninger i Danmark og 80 procent som indirekte udenfor Danmark. Årsforbruget på 85.000 ton tøj og tekstiler fordelt som 74.800 ton fra de private husholdninger (88 procent), 5.100 ton forbrugt i det offentlige (6 procent) og 5.100 ton forbrugt af private

virksomheder (6 procent).

2) Klimapotentialet ved at nedbringe forbruget af tøj og tekstiler

Klimapotentialet for at nedbringe forbruget på 85.000 ton tøj og tekstiler om året, eller de CO₂ reduktioner, der kan opnås ved at forbrugere og virksomheder bruger færre tekstiler for eksempel igennem bedre vaskemetoder, initiativer der forlænger levetid eller mere effektiv distribution mellem kunder og butikker, kan også tage udgangspunkt i Mistra-rapporten.⁴ Her nævnes, at klimaaftrykket for det svenske tøjforbrug er omkring 327 kg CO₂ per borger. Det svenske forbrug vurderes at være sammenlignelig med det danske forbrug. Antallet af borgere i Danmark er 5.8 millioner i 2019, det medfører en udledning på 327 kg CO₂ om året og total 1.9 millioner ton CO₂ om året.

Skema B: Klimapotentiale og ambitioner ved at nedbringe forbruget af tøj og tekstiler at genanvende tøj og tekstiler i 2025 og 2030.

Udledningen er fordelt med 20 procent som direkte udledninger i Danmark og 80 procent som indirekte udenfor Danmark. Årsforbruget på 85.000 ton tøj og tekstiler fordelt som 74.800 ton fra de private husholdninger (88%) med en udledning er 327 kg CO₂ per borger. Antallet af borgere i Danmark er 5.8 millioner i 2019.

Prioriterede initiativer og anbefalinger

Tekstilindsatsens ambitioner skal indfries ved at gennemføre 5 emner og 8 initiativer koordineret af partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler (PBTT)

1: Tekstile genanvendelsespotentialer / Analyse af økonomisk og miljømæssigt potentiale i genanvendelse af tekstile affaldsfraktioner i Danmark. Styrelsen for Forsknings- og Innovation, 2013.

2: Textiles in Europe's circular economy: EEA, 2019

3: kortlægning af tekstilflows i Danmark, Miljøprojekt 2017: Miljøstyrelsen 2018

4: http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/10/the-Outlook-Report_Mistra-Future-Fashion-Final-Program-Report_31-okt-2019.pdf

Skema B: Klimapotentiale og ambitioner ved at nedbringe forbruget af tøj og tekstiler i 2025 og 2030.

	Direkte	Indirekte	Samlet
10% mindre forbrug af husholdningstekstiler i 2025	38.000	152.000	190.000
20% mindre forbrug 2030	76.000	304.000	380.000

(initiativ 1). Ambitionerne og de forventede resultater svækkes, hvis visse anbefalinger fravælges, f.eks. etablering af PBTT (initiativ 1), som udgør kernen i anbefalingerne eller sikrer ensartet sortering af tekstiler i kommunerne (initiativ 7), som er et afgørende for at få skabt økonomi i genanvendelsen og skabt teknologiudvikling.

Ydermere: Ønsker regeringen, at de officielle miljømærker skal være stærke klimaværktøjer for virksomheder, er det afgørende, at regeringen skubber på for en revision af de eksisterende standarder og udvikler nye efter behov (initiativ 9). Branchen kan eksempelvis selv kortlægge brugbare mærker og standarder, der kan bruges i hele værdikæden til produktionslandene uden for EU. Tilsvarende kan de undersøge kodning for materialetyper (initiativer 5), men klimainformation til forbrugere om mærker bør først ske, når der er indført solide klimakrav for at undgå misinformation.

Der er flere initiativer, som tøj- og tekstilbranchen med fordel kan gennemføre nu som en "pakke" i samarbejde med regeringen og myndigheder, for eksempel informationskampagner (initiativerne 12-14).

Dette vil være relevant for at højne vidensniveauet hos forbrugere og sikre, at det offentlige indkøb prioriterer bæredygtighed. Et vigtigt initiativ, som regeringen gerne må gennemføre allerede i 2020, er initiativ 4c, som etablerer et partnerskab for genanvendelse af tekstiler og teknologiudvikling, der vil skabe arbejdspladser og øge konkurrenceevnen for danske virksomheder. Det er samtidig, det initiativ, der sammen med flere af initiativerne i forslag 2, kan give de største CO₂-reduktioner. Visse initiativer kan selvsagt udskydes til gennemførelse på et senere tidspunkt uden

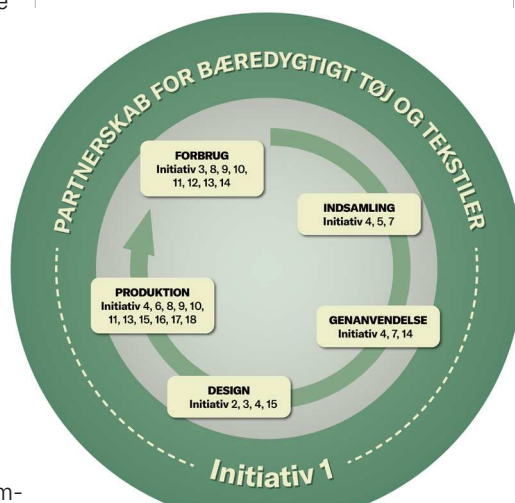
en større påvirkning af den samlede ambition, ligesom at flere af initiativerne kan gennemføres af branchen selv. Det vil være op til PBTT (initiativ 1) at tage stilling til dette.

Emne 1: Etablering af et Partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler

Omstillingen til et mere bæredygtigt for-

brug af tøj og tekstiler kræver målrettet koordinering af de foreslåede initiativer, såomstillingen forløber effektivt og skaber de ønskede resultater drevet af et motiveret og konkurrencedygtigt dansk erhvervsliv, som kan levere løsningerne.

Gennemførelse af de 22 initiativer bør koordineres for at sikre, at der ikke opstår flaskehalse forårsaget af manglende gennemførelse af enkelte initiativer. En koordinering er også nødvendig for at sikre den ønskede gennemslagskraft for tekstilindsatsen. Her er det f.eks. vigtigt, at regeringen gennemfører initiativ 7, som er krav til kommuner om ensartet sortering af tekstiler og dette forud for en gennemførelse af andre initiativer og anbefalinger. Det giver kun lidt mening, at tekstil- og tøjbranchen designer for at genanvende tekstiler og eventuelt mærker med for eksempel RFID-kodning (for eksempel initiativer 2,5), hvis ikke kommuner har sikret ensartet sortering hos borgerne (initiativ 7). Manglende ensartet sortering betyder også, at sorterede tekstiler har ringe udsorteringskvalitet til genanvendelse og dermed manglende teknologiudvikling, mistede konkurrencemuligheder for danske virksomheder. Omvendt gennemføres ensartet sortering allerede nu, men uden at man igangsætter opbygning af designkompetencer på virksomheder eller ikke igangsætter initiativer for udvikling af teknologi, opbygges pukler af gode genanvendelige tekstilkvaliteter uden afsætningsmuligheder. For at give endnu et eksempel så medfører initiativ 8, som kortlægger relevante certificeringsordninger, ikke et mere bæredygtigt forbrug, såfremt regeringen ikke sikrer en gennemførelse af initiativ 9 og 10, der omhandler sikring af et større udvalg af klimavenlige tøj- og tekstilprodukter til forbrugere. Der kan opstilles mange eksempler, der viser


Fem emner

1. Etablering af Partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler (PBTT)
2. Udvikling af bæredygtigt tøj og tekstiler i en cirkulær økonomi
3. Certificering og mærkning af tøj og tekstiler
4. Bæredygtig forbrugsadfærd for tøj og tekstiler
5. Mindre og mere effektiv transport af tøj og tekstiler

nødvendighederne af en koordineret indsats for at få succes. Samtidig har forbrugere og virksomheder brug for solid viden om, hvad bæredygtigt forbrug af tøj og tekstiler er, og hvordan man indkøber dem. Denne information skal leveres på en tillidsfuld måde ved, at informationskampagner gennemføres som et partnerskab mellem relevante repræsentanter fra erhvervslivet med støtte fra regeringen og myndighederne koordineret af PBTT.

Fælles initiativ: Handlens eget tiltag og anbefaling til regeringen

1. Etablering af Partnerskab for Bæredygtigt Tøj og Tekstiler (PBTT)

- a. Etablering af Partnerskab for Bæredygtigt tøj og Tekstiler (PBTT) der som udgangspunkt drives af relevante repræsentanter fra erhvervslivet i samarbejde med relevante videnscentre og myndigheder for at sikre effektiv koordinering og gennemførelse af tekstilindsatsens initiativer.
- b. Partnerskabet drives af en beslutningsdygtig bestyrelse bestående af ministerudpegede organisationer og vidensinstitutioner og med repræsentation af myndigheder, så de rigtige beslutninger tages for at sikre fremdrift i omstillingen.
- c. Partnerskabet beslutter igangsættelse og gennemførelse af tiltag, som også sikrer en tilpasning af rammevilkår og en markedsbaseret og konkurrence-dygtig omstilling.
- d. Partnerskabet indsamler og formidler viden omkring tøj og tekstilprodukters klimaafttryk. Partnerskabet skal fremme klimaviden, herunder vurdering af klimaafttryk og brug af relevant certificering, for eksempler ISO 14001 miljøledelse, Higg-indekset eller Svanen og Blomsten
- e. Organisationer inviterer virksomheder til at samarbejde omkring initiativerne.
- f. Myndighederne faciliterer udvikling og gennemførelse af projektudbud, som er nødvendige for at igangsætte de nødvendige initiativer.
- g. Myndighederne bør sikre gennemførelse af tiltag, som partnerskabet ønsker gennemført for at ændre på de rammebetingelser, som hæmmer omstillingen.

- h. Partnerskabet skal også igangsætte informationskampagner til borgere og virksomheder for at sikre højt vidensniveau om bæredygtige tekstiler.

Emne 2: Udvikling af bæredygtigt tøj og tekstiler i en cirkulær økonomi

Tøj- og tekstilbranchen står for cirka 8-10 procent af de globale CO₂-udledninger (Quantis, 2018). Hvis det nuværende produktionsniveau holdes, vil den globale tekstilproduktion øges med 63 procent frem mod 2030, hvilket vil medføre en markant stigning i de globale CO₂-udledninger. Omstilling til et cirkulært system for længere anvendelse og øget genanvendelse af tekstiler, og dermed reduceret tekstilspild, vil derfor have afgørende indflydelse på reduktion af globale CO₂-udledninger. Nedenstående initiativer har til formål at sikre en effektiv omstilling i Danmark, hvor danske virksomheders kapacitet til at indgå i den omstilling fra designkompetencer til forretningsudvikling, især hos SMV, stimuleres. Ydermere kræver en effektiv omstilling ensartet udsortering af tekstiler samt udvikling af genanvendelsesteknologi, herunder tekstilmøller som kan klargøre tekstiler til genanvendelse. Lande som Sverige og Finland har i de senere år investeret væsentligt i innovative genanvendelsesteknologier, og erfaringer kan hentes herfra og bygges videre på. Nedenstående initiativer vil gøre danske virksomheder konkurrencedygtige i forhold til kommende krav fra EU på tekstilområdet.

Fælles tiltag: Handlens egne initiativer og anbefaling til regeringen

2. Styrk de eksisterende designuddannelser

De eksisterende designuddannelser skal styrkes med henblik på at give designere bedre forudsætninger for at designe tøj, som kan indgå i et cirkulært system for længere varighed og øget genanvendelse.

3. Øgede designkompetencer på virksomheder

Der er behov for at styrke vidensopbygning og kompetencer i danske virksomheder i bæredygtigt design, forretningsudvikling på tværs i

virksomhederne og nye cirkulære forretningsmodeller. Regeringen anbefales i samarbejde med PBTT og tøj- og tekstilbranchen for eksempel at gøre det enten som en længerevarende praktikordning under et uddannelsesforløb, eller hvor uddannede designere tilknyttes en virksomhed i en længere periode på ét år samt via efteruddannelse i bæredygtig virksomhedsomstilling.

4. Udvikling af cirkulære økonomiske tiltag og nye forretningsmodeller

Regeringen støtter initiativer, hvor PBTT i samarbejde med tøj- og tekstilbranchen etablerer projekter med relevante aktører og myndigheder. Projektstøtten kan eventuelt tilføres fra midler fra forskningsinnovation, erhvervsfremme eller andre støtteordninger. Projekterne skal sikre udvikling af cirkulære økonomiske forretningsmodeller og teknologier, der nedbringer tekstilspild og øger genanvendelsen af tøj og tekstiler. PBTT kan for eksempel igangsætte følgende projekter:

- a. Udvikling af bæredygtigt design, som fremmer mulighed for genanvendelse af tekstiler i nye produkter og etablerer cirkulære værdikædesamarbejder, der skaber afsætning på markedet. Det er en målsætning at forberede danske virksomheder på et kommende EU-producentansvar for tekstiler.
- b. Udvikling af nye forretningsmodeller, for eksempel nye ejerskabsmodeller og leasing af tekstiler og tøj for at øge levetiden igennem reparation og sikre bedre indsamling, der øger muligheden for genanvendelse i nye tekstiler. Det er en målsætning at forberede danske virksomheder på et muligt EU-producentansvar for tekstiler.
- c. Etablering af to offentligt finansierede udviklingsprojekter (for eksempel fra MUDP), der udvikler teknologi til bedre genanvendelse af tøj og tekstiler, både erhvervstekstiler, projekt (a) og forbrugertekstiler, projekt (b)
- i. Projekt (a) skal målrettes indsamling og genanvendelse af erhvervstekstiler og tøj brugt i B-B sektoren. Her er det relativt enkelt at håndtere tekstilmaterialer adskilt fra øvrigt affald, hvor en teknologiuudvikling allerede nu

vil kunne målrettes en bestemt indsamling. Partnerskabets målsætning for projekt (a) er genanvendelse af 5.100 ton tekstiler fra den offentlige og private B-B sektor om året i 2025 øgende til 7.650 ton i 2030 svarende til 50 procent og 75 procent. Projektet skal anses som et forløberprojekt for projekt (b), som sigter på teknologiudvikling af forbrugertekstiler.

- e. Projekt (b) skal udvikle genanvendelsesteknologi for indsamlede tekstiler fra de øvrige materialestrømme fra blandt andet husholdningerne. Velgørehedsorganisationernes forretning skal sikres ved, at de indgår i den landsdækkende indsamlingsordning for husholdningstekstilerne. Op imod 50 procent af de tekstiler og tøj, som velgørehedsorganisationerne indsamler, er i så ringe kvalitet, at de i dag bortskaffes som affald og kan indgå i indsamlingsordningen for PBTT. For projekt (b) er ambitionen lavere som følge af, at Danmark har en udfordring med ensartet indsamling af tekstiler og de heterogene typer tekstiler og tøjsammensætninger, som anvendes af forbrugerne. Projekt (a) skal betragtes som et forløberprojekt for projekt (b) i og med en teknologiudvikling vil kunne benyttes og genbruges i projekt (b).

Handlens egne initiativ

5. Branchen beskriver model for indsamling og sortering af tekstiler

Tøj- og tekstilbranchen vurderer og beskriver en model for indsamling og sortering til genbrug via mærkning af hvert stykke tøj med for eksempel RFID-koder, der beskriver ophav, materialer og andre parametre, der knytter sig til og kan medvirke til at fremme bæredygtige tekstiler og skabe grundlag for ensartet og automatisk sortering i anlæg. Andre teknologier som for eksempel blockchain vurderes også. Ensartet sortering af tekstiler i kommunerne er en forudsætning for dette initiativ.

6. Branchen anbefaler tiltag for at nedbringe tekstilspild

Tøj- og tekstilbranchen kortlægger og udvikler anbefalinger, der kan nedbringe reduktion af tekstilspild fra de relevante led og aktører i værdikæden. Det

inkluderer blandt andet spild fra produktion og overproduktion. Initiativet diskuteres og igangsættes på Global Fashion Summit i København, forår 2020.

Anbefalinger til regeringen

7. Gennemføre ensartet sortering i alle kommuner

Regeringen anbefales at stille krav til kommuner om ensartet sortering af tekstiler, så slutbrugeres udsortering bidrager til at fremme teknologiudvikling og høj-kvalitet-genanvendelse. Ensartethed er en afgørende forudsætning for, at erhvervslivets oparbejdning af tekstiler for genanvendelse og investeringer i genanvendelsesteknologi kan igangsættes. Der henvises i øvrigt til emballagesporets anbefalinger.

Emne 3: Certificering og mærkning af tøj og tekstiler

Det estimeres, at et sted mellem 70-80 procent af tøj- og tekstilbranchens CO₂ udledninger finder sted i produktionen (mistrafuturefashion, 2019), som hovedsagelig ligger uden for Danmarks grænser og i lande som Kina, Bangladesh, Tyrkiet og Indien. Certificerings- og mærkningsordninger kan være et effektivt redskab for danske virksomheder til at arbejde med reduktion af CO₂ udledninger i hele værdikæden. Nedenstående initiativer har til formål at øge virksomhedernes muligheder for at vurdere og kende til eget klimaaftryk fra de tekstiler og tøj, de fremstiller og markedsfører. Initiativerne skal øge danske virksomheders mulighed for at håndtere klimaaftrykket ved at fremme brugen af certificerings- og mærkningsordninger og standarder, også for dermed at fremme omstilling til konkurrencedygtig og bæredygtig produktion og forbrug. Certificering og mærkning af produkter og virksomheder giver en uafhængig og dokumenterbar praksis, som også kan bruges til at drive for eksempel energiforbedringer i produktionen og markedsføringen af produkter for at støtte slutbrugere til et bæredygtigt indkøb.

Handlens egne tiltag

8. Certificeringsordninger og standarder med relevante klimakrav skal kortlægges og anbefales

Tøj- og tekstilbranchen kortlægger relevante certificerings- og mærkningsordninger og standarder, der beskriver mangler og muligheder for at stille krav til klima og cirkularitet, som også inddrager reduktion af energiforbruget i produktionsfasen. Resultaterne for kortlægningen giver anbefalinger til ordninger, der indgår i den nationale forbrugerkampagne jf. initiativ 12. Kortlægningen gennemføres hvert tredje år for at opdatere anbefalingerne og vil inkludere virksomheder og andre relevante aktører, for eksempel eksperter, myndigheder og Forbrugerrådet.

Anbefalinger til regeringen

9. De officielle miljømærker Svanen og Blomsten skal udvikle relevante klimakrav

De officielle og lovbaserede miljømærker Svanen og Blomsten skal gennem en målrettet revision for at udvikle relevante krav i eksisterende standarder samt eventuelt nye standarder, der fremmer klimaomstilling og cirkularitet i tøj- og tekstilbranchen. Der skal gennemføres nabotjek til andre EU-landes nationale miljømærker, som eventuelt kan indgå i fast-track kriterieudvikling. Det tyske miljømærke "Der Blauer Engel" har for eksempel udviklet flere konkrete standarder, der fremmer genanvendelse og cirkulær økonomiske forretningsmodeller. Der er brug for et specifikt fokus på at få kriterier, der dækker den belastning, der kommer fra brugsfasen og ressource-flowet igennem hele værdikæden fra vugge til grav. Det kan være nye standarder, der for eksempel skal fremme cirkulære forretningsmodeller, eksempelvis leasing og nye ejerskabsforhold, der fremmer levetiden for tøj- og tekstilmaterialer.

10. Etabler incitamenter, der fremmer import af bæredygtige tekstiler

Regeringen anbefales i samarbejde med PBTT at vurdere mulighederne for at etablere økonomiske incitamenter eller samarbejder, der fremmer import af bæredygtige og eventuelt certificerede tekstiler ved hjælp af brug af EU-told, afgifter eller handelsaftaler. Indsatsen skal ske på EU-niveau.



11. Undersøg om programmer for udviklingsbistand kan fremme klimavenlig produktion

Regeringen bør undersøge, om danske programmer for udviklingsbistand kan bruges til at fremme udvikling af mere bæredygtige produktionsmetoder i 3. verdens tøj- og tekstilproduktion, herunder mere energieffektiv produktion og udbredelsen af relevante certificerings- og mærkningsordninger. Det

skal kortlægges, hvilke programmer der kan være relevante, og erfaringer formidles til andre lande.

Emne 4: Bæredygtig forbrugsadfærd for tøj og tekstiler

Næst efter produktionsfasen er brugsfasen af tøjet det led i værdikæden for tøj- og tekstilbranchen, hvor CO₂-udledningerne vurderes at være størst (mistrafuturefashion, 2019). Nedenstående

initiativer har til formål at styrke omstillingen til et bæredygtigt forbrug og fokuserer på at få høstet de klimagevinster, som ændrede indkøbs- og forbrugsvaner kan bidrage til, nationalt såvel som globalt. Ændrede forbrugsvaner, deraf større efterspørgsel, er vigtigt, for at virksomhedernes interesse i at investere i miljø- og klimavenlige løsninger stimuleres.

Fælles tiltag: Handlens eget tiltag og anbefaling til regeringen

12. Gennemfør informationskampagner der fremmer klimavenligt forbrug af tøj og tekstiler

Det anbefales, at regeringen samarbejder med PBTT og tøj- og tekstilbranchen gennemfører landsdækkende informationskampagner, der fremmer mere bæredygtigt forbrug af tøj og tekstiler med budskaber som der er accept af for eksempel myndigheder og videnskab. Kampagnerne er målrettet tøj- og tekstilbranchen, forbrugere samt private og offentlige virksomheder. Et vigtigt fokusområde er brugsfasen og fremme af en forståelse for, at bæredygtighed også omhandler, hvordan korrekt vedligeholdelse af tekstiler og tøj kan sikre længere varighed. Kampagnen skal for eksempel inddrage følgende:

- Adfærdssændringer, der fører til mere miljø- og klimavenlig vask og tørring af tekstiler med afsæt i for eksempel GINETEX-regler og materiale samt bedre vaskeanvisninger udviklet i samarbejde med relevante brancher (hårde hvidevarer og vaskemiddel). Der tages også afsæt i best-practice retningslinjer til virksomheders kundeinformation om klimavenlig pleje af produkter.
- Forbrugerkompetencer, der giver øget forståelse for tekstilkvalitet, fordele ved reparation af tøj, genbrug samt muligheder for donation af brugt tøj og tekstiler.
- Fordele ved indkøb af energieffektive vaske- og tørremaskiner efter EU-energimærkning.
- Brancheoplysning til storforbrugere af tekstiler for eksempel hotel- og turismebranchen samt hospitaler og andre offentlige institutioner.

13. Vurder mulighed for reparationsfradrag for at udvikle servicejobs, der reparerer

Regeringen bør i samarbejde med PBTT og tøj- og tekstilbranchen vurdere, om det er muligt at etablere en reparationsordning og økonomisk incitamentsmodel til forbrugere, der fremmer et serviceerhverv, der reparerer tøj. Der gennemføres nabotjek til Sverige, hvor forbrugere kan fratække omkostninger til reparation af tøj på selvangivelsen.

14. Indfør målsætninger for det offentlige indkøb og styrk indkøbsnetværk i hele Danmark

Regeringen sikrer, at det offentlige indkøb fastsætter målsætninger for indkøb af miljø- og klimavenlige produkter og serviceydelser. Miljø- og Fødevareministeriets Forum for Bæredygtigt Indkøb og Partnerskab for Grønne Offentlige Indkøb skal tilføres flere midler og styrkes som indkøbsnetværk etableret i hele Danmark.

Emne 5: Mindre og mere effektiv transport af tøj og tekstiler

Transporten af tøj- og tekstilprodukter har næst efter forarbejdningsprocessen og brugsfasen et væsentligt potentiale for reduktion af CO₂ udledninger (mistrafuturefashion, 2019). Det omfatter både CO₂ udledninger ved import fra produktionslande såvel som CO₂ udledninger ved transport ud til slutbrugere og dermed også e-handel. E-handel er generelt i voldsom vækst med mellem 13-20 procent årligt de sidste 10 år. Antallet af danskere, der har handlet dagligvarer igennem e-handel, er fordoblet siden 2012. I 2019 udgjorde e-handlen 12 procent af den samlede danske detailsalg med en omsætning på 146 milliarder kroner.⁽⁴⁾ Salget af varer udgør 37 procent, og resten er salg af service.

Nedenstående initiativer har til hensigt at fremme transportformer, der giver mere klimavenlig import af produkter såvel som mere klimavenlig og effektiv transport af produkter til slutbrugere. Initiativerne har indirekte betydning for en reduktion af CO₂, da reduktionen ikke foregår i Danmark.

Handlens egne tiltag

15. Der udvikles dogmeregler for klimavenlig transport

Tøj- og tekstilbranchen udvikler et sæt branchespecifikke anbefalinger (dogmeregler) for bæredygtig og klimavenlig transport og import af tekstiler. Dogmereglerne kan opbygges om en 'transportpyramide' og skal henstille til 1) reduktion af mængden af det, som skal transporteres, blandt andet ved at reducere emballage og optimere pakning; 2) overgang fra fly til skibstransport og 3) overgang fra

lastbil til togtransport. Dogmereglerne udvikles som et brancheinitiativ i samarbejde med relevante aktører, herunder transportbranchen.

16. Informationskampagner der fremmer effektiv transport af tøj og tekstiler i branchen

Tøj- og Tekstilbranchen gennemfører informationskampagner for udbredelse og brug af 'dogmeregler for effektiv transport af tøj og tekstiler' i den danske branche.

17. Brug af teknologi for at nedbringe transportbelastning fra returvarer

Det anbefales, at tekstil- og tøjbranchen udbreder kendskabet til digitale 'avatar-løsninger', som kan reducere returnering af varer købt via e-handel på grund af dårlig fitting og pasform. De digitale løsninger eksisterer, men der er behov for øget kendskab, 'return of investment' beregninger, og økonomisk tilskud til branchen for at motivere øget udbredelse blandt de danske virksomheder. Støtten skal sikre midler afsat igennem erhvervsfremmeordninger, især for SMV (som f.eks. SMV Digital).

18. Brug af 3D-teknologi i designfasen for at nedbringe transportbelastningen

Det anbefales, at regeringen i samarbejde med tøj- og tekstilbranchen støtter målrettede initiativer, for at fremme brug af 3D-teknologi til optimering af designprocessen og kollektionsprøver. Målet er at nedbringe transportbelastningen fra korrespondanceforsendelser af designprøver i forbindelse med udvikling af kollektioner. Teknologien for 'virtual prototyping' eksisterer, men der er behov for øget kendskab, 'return of investment' beregninger til branchen for at motivere øget udbredelse blandt danske virksomheder. Eventuelt støtten kan ske gennem erhvervsfremmeordninger eller andre ordninger især for SMV.

Forbruger- kommunikation

Baggrund

2019 blev året, hvor klima for alvor fik momentum i den offentlige debat og i forbrugernes bevidsthed.

I takt med den stigende bevidsthed om klima hos danskerne er der en øget efterspørgsel fra forbrugerne efter hjælp til at træffe mere klimavenlige valg.

Der er stort potentiale for at mindske den gennemsnitlige CO₂-udledning pr. dansker, hvis samfundet og handlen lykkes med at kanalisere klima-efterspørgsel og -bevidsthed over i ændret forbrugsadfærd.

Mange danskere har en forståelse af, at Danmark er et meget klimarigtigt land – det er dog ikke tilfældet. Danskerne udleder i gennemsnit 17 ton CO₂ om året, hvor 3 ton CO₂ årligt kommer fra forbrug af fødevarer og 4,5 ton CO₂ fra forbrug af nonfoods, det vil sige "ting og sager" (tøj, møbler, elektronik etc.)¹⁰

Hvis alle danskere i dag omlagde deres fødevarerforbrug til udelukkende at indeholde plantebaserede varer, så ville CO₂-udledning fra fødevarer kunne reduceres med cirka en tredjedel. Medregner man de positive effekter af, at landbrugsjord bruges til menneskeføde og natur frem for dyrefoder, er klimaeffekten endda meget større. Der er ikke tilstrækkelig viden i dag til at give et tilsvarende tal for en omlægning af vores forbrug af "ting og sager", men potentialet her er formodentlig mindst lige så stort.



Potentiale

Vurderingen er, at potentialet for at reducere klimabelastningen fra forbrug af fødevarer er 15 procent alene gennem information til forbrugerne inden 2030.¹¹ Branchen har ikke nok viden og data til at kunne kvalificere dette, men ønsker at have det som ambition. Ambitionen er også baseret på, at handelsvirksomheder ser forretningsmuligheder i klimaudfordringen i forhold til blandt andet produktsortiment og produktudvikling. Der er allerede en markedsudvikling i gang vedrørende plantebaserede produkter, som der er et fortsat potentiale for, dog uden at det præcise potentiale er kendt.

Der mangler yderligere viden om klimapåvirkningen fra forbrug af "ting og sager," før en målsætning på dette område kan fastlægges endeligt. Men en umiddelbar vurdering er, at klimapåvirkningen kan reduceres med cirka 10 procent alene gennem forbrugerinformation. Det er partnerskabets ønske, at regeringen medtager disse målsætninger, så branchen og regeringen arbejder frem mod samme mål.

Emner, initiativer og anbefalinger

Danskerne forbrugeradfærd kan ændres ved, at der målrettet arbejdes med tre emner:

1. **Øget klimabevidsthed** hos danskerne – gennem simple leveregler, der kommunikeres bredt, information om produkter og klima i butikkerne og mærkningsordninger, der understøtter klima.
2. **Økonomiske virkemidler** til at hjælpe med at ændre forbrugeradfærd i en mindre klimabelastende retning.
3. **Et transparent og anerkendt datagrundlag**, der både dækker fødevarer og "ting og sager".

Emne 1: Øget klimabevidsthed

I modsætning til viden om sundhed, hvor sammenhængen mellem kost, sunde vaner og sygdomsforebyggelse er bredt forstået og anerkendt i befolkningen, er niveauet af viden om varernes klimaftryk meget lavt. Forbrugerne lægger vægt på det synlige og umiddelbart forståelige, når de skal vurdere en vares klimapåvirkning, for eksempel emballagen, oprindelsesland og madspildet. Men netop disse forhold betyder i realiteten meget lidt for varernes klimaprofil – og særligt for de varer, som har et højt klimaftryk, er betydningen af transport og emballage lille. For varer, der købes knapt så ofte (for eksempel møbler, tøj og større forbrugsgoder), er opmærksomheden formentlig endnu lavere. Der er desuden uenighed om beregningsmetoder og evidens blandt videnskaben.

Prioriterede initiativer og anbefalinger

Dette spor har prioriteret to initiativer, som samlet set vil give en væsentlig reduktion i klimabelastningen.

- 1: Etablering af et partnerskab for fælles klimaengagement, -oplysning og -adfærdsindsats
 - Fælles tiltag for handlen og regeringen. Regeringen opfordres til at etablere et offentlig-privat partnerskab for klimaengagement, der skal sikre enslydende og vedvarende klima-kommunikation til forbrugerne med høj troværdighed.
- 2: Klimatjek af punktafgifter – og indførelse af reparationsfradrag
 - Anbefaling til regeringen. De eksisterende punktafgifter bør analyseres af et udvalg med henblik på omlægning for at fremme et mindre klimabelastende forbrug. Derudover kan regeringen med fordel udvide det eksisterende håndværkerfradrag til også at inkludere reparation af "ting og sager".

¹⁰ CONCI TO

¹¹ Det har ikke været muligt at regne på generelle ændringer af forbruget, som kan indebære ændring fra fx oksekød til grisekød og fra fx gris til plantebaserede fødevarer og fra fx grøntsager indført pr. fly til mere klimavenlig transport eller helt andre fødevarer. Derfor er denne beregning blot udført på en reduktion af animalske fødevarer, hvilket er for simpelt, da forbrugsmønstret bl.a. også skal påvirkes inden for de animalske produktkategorier.

Opgaven med at oplyse forbrugerne om klimaaftrykket er derfor enorm: Der er lav forhåndsviden, og der er færre forbrugere, som interesserer sig for denne viden, end når det handler om sundhed.

Fælles tiltag: Handlens eget tiltag og anbefaling til regeringen

1. Partnerskabet for fælles klimaengagement, -oplysning og -adfærdsindsats

Regeringen opfordres til at etablere et offentlig-privat partnerskab for klimaengagement, -oplysning og -adfærdsindsats, hvor alle aktører, det vil sige erhvervet, det offentlige og NGO'er, skal fastlægge og kommunikere fælles budskaber om både klimavenlige fødevarer og "ting og sager", som bakkes op af myndigheder og videnskaben, så der sikres en høj troværdighed og genkendelse. Kun derved kan branchen skabe de reelle adfærdsændringer, der er brug for.

En fælles platform og budskaber vil sikre ens budskaber på tværs af de forskellige aktører – og dermed være med til at dæmme op for potentiel "klimaforvirring" på grund af forskellige budskaber, mulig vildledning og 'green washing'.

I begyndelsen vil budskaberne sandsynligvis være simple leveregler, men budskaberne skal udbygges og forfines i takt med, at der etableres belæg for mere præcise budskaber. En inspiration for de fælles partnerskaber kan være det succesfulde samarbejde om kampagnen "6 om Dagen".

Handelsvirksomhederne vil være en aktiv medspiller i partnerskabet, som skal have deltagelse af erhvervslivet, myndigheder og NGO'er. Erhvervet forpligter sig til at indgå i arbejdet, formidle budskaber samt til at vise fremdrift i forhold til de aftalte målsætninger.

Partnerskabet kan udvikle nogle huskevenlige budskaber i en populær, positiv og handlingsanvisende form, for eksempel:

Arbejdet med kommunikation og adfærd i forhold til fødevarer kan blandt andet tage udgangspunkt i DTU Fødevarerinstitutionens rapport fra 2020, som kan bruges til at koble klimahensyn med de eksisterende kostråd, samt Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet og Miljø- og Fødevarerministeriets

kampagne i april 2020 med fokus på forbrugernære klimatips til hverdagens madlavning.

Følgende initiativer kan anbefales i et offentlig-privat partnerskab for klimaoplysning og -adfærd:

- Budskaber som såvel offentlige som private aktører kan benytte i deres respektive kommunikationskanaler – både fødevarer og "ting og sager". Under udvikling af disse skal der foretages en afvejning af, hvordan klima kan kommunikeres på måder, hvor andre bæredygtighedsudfordringer ikke kompromitteres. For eksempel sundhed, biodiversitet, næringsstofftab, kemiske forureninger, energiforbrug, sociale forhold med videre.
- Kampagner bør gennemføres i to spor: en stor, bred og løbende kampagne med fokus på de simple og handlingsorienterede budskaber. Og efterfølgende specifikke indsatser målrettet bestemte kategorier af varer (for eksempel tøj, møbler, mad, byggematerialer, it) Endvidere er det afgørende, at både forskellige forbrugssituationer og forskellige forbrugertyper indtænkes i udform-

Simple og handlingsorienterede budskaber

Der skal udformes huskevenlige budskaber i en populær, positiv og handlingsanvisende form. Eksempelvis:

- Spis mindre og lysere kød
- Brug det hele/Smid intet væk.
- Spis flere rødder og planter
- Køb lidt men godt
- Køb mindre til engangsbrug
- Køb kun ting, der kan repareres eller genbruges
- Køb certificerede ting og sager med relevante klimakrav
- Bortskaf emballager og produkter rigtigt

ningen af budskaberne, og hvordan de kommunikerer.

- For at sikre at budskaberne rammer forbrugerne, og at der sikres en reel ændret adfærd, skal der bruges forskellige virkemidler og budskaber, som kan bruges både fysisk og online, herunder udvikling af en række udsagn, som kan anvendes på varer eller i forbindelse med salg af varer, uden at have behov for yderligere evidens (for eksempel produktspecifikke livscyklusanalyser). Modellen for dette kunne være den generelle accept af at kalde frugt og grønt for "sunde valg" – eller i dette tilfælde "gode klimavalg". Dette må dog ikke ske på bekostning af det vigtige arbejde med at udforme produktspecifikke LCA'er.
- Særligt fokus på måltider, menuer og færdigretter. Her kan man overveje en klimaberegner for måltider, som kan bruges på hele sunde måltider, der samtidig holder sig under et lavt niveau for CO₂-udledning. Dette kunne være relevant både for handelen generelt, detailhandelen og for restauranter og foodservice.
- Partnerskabet kan formidle viden om klimamad og servering af klimamåltider. Handelsvirksomhederne leverer i dag fødevarer med videre til mere end 3.000 offentlige og private, professionelle køkkener på skoler, hospitaler, børnehaver, restauranter, hoteller, rådhus, private og offentlige arbejdspladser. Mange køkkener har i forbindelse med omlægning til økologiske fødevarer samtidig omstillet til sundere og mere klimavenlige måltider med mindre kød, mere grønt, sæsontilpassede indkøb og markante reduktioner i madspild. Denne omlægning til klimavenlig madlavning og måltider kan udbredes og er en oplagt platform for både handling og formidling om måltider med lavere klimaaftryk.
- Særligt fokus på pensum i skoler – både grundskoler og ungdomsuddannelserne. Ikke mindst sidstnævnte kan spille en større rolle end i dag i at bevidstgøre kommende forbrugere om deres ansvar og muligheder. Dels fordi eleverne her er ældre og derfor kan forholde sig til mere komplekse spørgsmål, og dels fordi de selv på



det alderstrin er forbrugere.

g. Gennemførelse af en national klimauge, hvor alle aktører sætter fokus på sammenhængen i gode klimavalg. Handlen vil bakke op om et sådant tværgående initiativ.

Anbefalinger til regeringen

1. Skærpede klimakrav i eksisterende mærker

Branchen ønsker skærpede klimakrav

i de etablerede offentlige mærker og opfordrer regeringen til at igangsætte dette arbejde hurtigst muligt med de nordiske lande og EU.

Arbejdet med nye klimakrav i EU-mærker kan igangsættes med øjeblikkelig virkning med ophæng i EU's strategi: Farm to Fork og med mål om ikrafttrædelse senest 2025. Nye klimakrav, som kan vedtages på kortere sigt i Danmark og Norden, for henholdsvis De Økologiske

Spisemærker, Ø-mærket og Svanemærket, skal træde i kraft senest 2023.

Mærker skal være troværdige og ikke vildlede forbrugerne og bør ikke sætte forbrugeren i unødvendige dilemmaer. Det er vigtigt, at det er muligt for både store og små virksomheder at håndtere mærkerne, herunder i forhold til byrder og omkostninger. Der er for nærværende ikke data og viden nok til at introducere et decideret klimamærke på fødevarer,

Datagrundlag

Tænketanken CONCITO vil i efteråret 2020 offentliggøre projektet "Den store klimadatabase", hvori klimaaftrykket fra mere end 500 fødevarer vil blive gjort offentligt tilgængeligt. Alle interesserede vil frit kunne hente viden og inspiration i "Den store klimadatabase".

Projektet består af en faglig dialogfase, udarbejdelse af en klimadatabase over mere end 500 fødevarers klimaaftryk samt udgivelse og formidling af klimadatabasen på dansk og engelsk. "Den store klimadatabase" vil være et centralt værktøj, der eksempelvis kan bruges som grundlag for klimaberegnete opskrifter, apps til beregning af indkøbets klimaaftryk, undervisning af skoleelever, opkvalificering af køkkenpersonale, oplysningskampagner og meget andet.

men partnerskabet er positivt overfor, at mulighederne undersøges. Partnerskabet foretrækker et positivt fødevarer-mærke og helst på EU-niveau.

Emne 2: Økonomiske virkemidler

Anbefalinger til regeringen

Økonomiske virkemidler: Klimatjek af afgifter og reparationsfradrag

Hvis forbrugerne og alle aktører i værdikæden skal træffe klimapositive valg, er det afgørende, at økonomiske virkemidler bliver mobiliseret, så der er økonomisk motivation til at vælge handlinger og produkter med lavere klimabelastning. Pris er for mange forbrugere en afgørende faktor i mange valg. Derfor er der behov for aktivering af økonomiske virkemidler, som sikrer, at klima- og miljøbelastningen afspejles i højere grad i råvarernes pris, og at såvel producenter som forbrugere motiveres til positive klimavalg.

1. Klimatjek af punktafgifter

Klimapartnerskabet for Handel opfordrer regeringen til at nedsætte et udvalg, som kan analysere den klimamæssige betydning af eksisterende punktafgifter samt fordele og ulemper

ved eventuelle nye punktafgifter med det formål at begrænse produktets klimaaftryk. Analysen skal belyse både fordele – en mindre klimabelastning – og ulemper som for eksempel de administrative byrder og risikoen for stigende grænsehandel.

Den eksisterende afgift på engangsservice er med aftalen om Finanslov 2020 tredoblet. Den udgjorde indtil årsskiftet 19,20 kr./kg, men er nu hævet til 57,60 kr./kg. Traditionelt engangsservice fremstillet af plastik vejer mindre end mere klimavenlige papkrus, træbestik og tallerkener fremstillet af plantefibre. Det vil sige at den mere klimavenlige løsning straffes forholdsvis mere end engangsservice af plast. Klimapartnerskabet for Handel anbefaler derfor, at emballageafgiften differentieres efter materialetype, så forbrugerne tilskyndes til at træffe klimavenlige valg.

Klimapartnerskabet foreslår, at alle produkter, som omfattes af det udvide- de producentansvar, fritages for afgifter, da miljø- og klimabelastningen netop indlejres i selve producentansvaret, ligesom emballageafgifter på øl og vand, som er omfattet af et pantsystem, blev fjernet i 2019.

2. Klimavenligt "håndværkerfradrag" for reparationer

Klimapartnerskabet for Handel anbefaler, at det eksisterende "håndværkerfradrag" for private udvides til også at gælde for reparation af "ting og sager", for eksempel elektronik, møbler og tøj, som kan fremme reparationer af længerevarende forbrugsgoder.

Emne 3: Transparent og anerkendt datagrundlag

Anbefaling til regeringen

1. Bedre viden og indsigt i klimapåvirkning – og forbedret transparens

Regeringen bør arbejde aktivt for, at der etableres konkret viden og indsigt i klimapåvirkning fra både fødevarer og nonfood-produkter.

Forbrugere såvel som professionelle aktører i dagligvarebranchen og restaurationsbranchen efterspørger i stigende grad oplysning om klimaaftrykket fra de fødevarer, de køber og sælger. Flere

og flere danskere ønsker at spise mere klima-venligt, og mange efterspørger derfor hjælp til at navigere, når de handler.

Der er behov for en offentlig tilgængelig liste over gennemsnitlige klimaaftryk for de mest almindelige fødevarer opgjort på en ensartet, retvisende og troværdig måde. Denne liste skal hvile på et stærkt fundament af forskning og viden. Tænketanken CONCITO arbejder i øjeblikket på en sådan liste, som kan være et fremadrettet fundament – men materiale fra andre uafhængige vidensorganisationer eller universiteter kan også udgøre dette fundament. Det vigtige er, at der opnås enighed om en standard for opgørelse af klimapåvirkning på EU-niveau, og at denne standard godkendes af de rette, offentlige myndigheder. Når standarden er fastlagt, kan den anvendes på de mest brugte fødevarer i Danmark og resultaterne skal være offentligt tilgængeligt.

På samme måde er der behov for en baseline for klimapåvirkning fra køb og forbrug af tøj, møbler, elektronik og så videre. På kort sigt må internationale studier/opgørelser anvendes, så nogle enkle leveregler og dogmer kan fastlægges og kommunikeres. På lang sigt er der behov for robuste opgørelser over de mest almindelige "ting og sager", som beskrevet ovenfor i forhold til fødevarer. Det vil kræve ressourcer at få etableret en dansk baseline.

Når disse standarder er fastlagt, foreslår klimapartnerskabet for Handel, at denne viden formidles til alle aktører, herunder til formidlere af klimavaner og undervisere på området.

Klimaansvarlige værdikæder og sourcing

Baggrund

For mange danske virksomheder – store som små – og særligt danske handels- eller servicevirksomheder – er virkeligheden den, at der finder væsentlige klimapåvirkninger sted i de globale værdikæder uden for Danmarks grænser. Servicevirksomheder (bortset fra transport) har generelt lavere indenlandsk udledning end produktionsvirksomheder, men en højere importeret udledning.¹ Derfor er mange danske virksomheder også i fuld gang med at se på, hvordan man kan reducere klimapåvirkningerne i værdikæder – det er dog nødvendigt, at endnu flere kommer med, og at indsatsen falder samlet fremfor fragmenteret, så effekten maksimeres, og den administrative belastning for SMV'er i leverandørkæden minimeres.

Potentiale

For et velstående land som Danmark, hvor en betydelig del af produktionen for længst er outsourcet, finder en stor del af den klimapåvirkning, der stammer fra danskernes forbrug, sted uden for landets grænser. I 2015 blev der udledt knap 50 millioner ton CO₂ i Danmark, men vores forbrug gav anledning til udledning af godt 70 millioner ton CO₂. Danskernes forbrug har altså et CO₂-aftryk, der er betydeligt større end vores CO₂-udledning.¹ CONCITO anslår, at en danskers udslip af drivhusgasser gennem energiforbruget og forbruget af varer og serviceydelser er cirka 17 ton/år, hvoraf cirka 70 procent er knyttet til forbruget af produkter, infrastruktur og serviceydelser, hvor mange af de fysiske produkter er fremstillet uden for Danmarks grænser.² Samtidig udgør import en betydelig del af vores eksport, og virksomhedernes indkøb af råvarer og deres produktionsprocesser er stadig mere spredt på tværs af landegrænser.

Det anslås, at cirka 22 procent af de globale CO₂-emissioner stammer fra produktionen af varer, der i sidste ende forbruges i et andet land.³

Prioriterede initiativer og anbefalinger

Emne 1. Øget samarbejde i værdikæden om datatransparens og fælles krav

Den væsentligste barriere for virksomhedernes arbejde med klimaansvarlig import er i langt de fleste tilfælde at beregne deres CO₂ udledning i scope 3 – altså dét udslip, der finder sted i forbindelse med produktionen af de produkter og services, man indkøber. Det er meget få virksomheder, som har mulighed for at fastlægge og offentliggøre deres scope 3-emission, på trods af at det er nødvendigt for at få et retvisende billede af virksomhedens klimapåvirkning: Kun 16 ud af de 100 største danske virksomheder oplyser om CO₂-udledninger fra underleverandører (scope 3). Det kan også være svært for en – i global kontekst – lille dansk virksomhed overhovedet at gøre krav på for eksempel miljø- og klimaforhold gældende i forhold til sine leverandører. Her vil der ofte være behov for samarbejde om krav imellem ordregivende virksomheder, indimellem også med danske myndigheder eller de lokale myndigheder i produktionslandet. Det kan opleves som en uoverkommelig opgave – især for små- og mellemstore virksomheder.

Anbefalinger til regeringen

1. Videnscenter for ansvarlig import og klimapåvirkning i leverandørkæden

I Danmark kan virksomhederne få hjælp til eksporten fra The Trade Council, der hører under Udenrigsministeriet. Men der er ikke samme hjælp, når det kommer til import og leverandørkædestyring.

Et nationalt center for ansvarlig import og klimapåvirkning i leverandørkæden vil kunne bidrage til, at danske virksomheder mere effektivt kan løfte deres arbejde med blandt andet klima og miljø i værdikæden. Det kan for eksempel ske ved, at videnscenteret skaber et større faktabaseret vidensgrundlag om, hvilke værdikæder, der belaster klimaet mest, og hvordan man som virksomhed kan arbejde henimod mere bæredygtige og klimavenlige værdikæder/sourcing. De områder med størst klimabelastning kan identificeres, og på den baggrund kan der nedsættes en række fokuserede frivillige samarbejder på tværs af værdikæderne. Formålet med dette er at fokusere indsatsen, hvor der er det største behov, og dermed arbejde henimod en mere klimavenlig og ansvarlig produktion. Der kan, inden for konkurrencereglerne, ses på for eksempel fælles krav til udenlandske leverandører, kvalitetskontrol af særligt vigtige udenlandske leverandører, systematisk erfaringsudveksling imellem indkøbere, samt erfaringerne fra de samarbejder, som i øjeblikket finder sted inden for visse fødevarergrupper, herunder "Erhvervsinitiativ for bæredygtig palmeolie" samt "Dansk alliance for ansvarlig soja". Videnscenteret bør også indhente viden og erfaringer fra udlandet til inspiration i Danmark.

Centeret kan desuden stå for udvikling og drift af en offentlig CO₂-beregner for scope 1, 2, og 3 – inspireret af Klimakompasset, udviklet i 2008 som et led i den daværende regerings handlingsplan for virksomhedernes samfundsansvar. Kompasset opdateres ikke længere og beregner desuden ikke scope 3-emissioner. En ny CO₂-beregner vil især være en god løsning for SMV'erne. Videnscenteret bør oprettes i et samarbejde mellem relevante myndigheder, danske virksomheder og relevante danske interessenter, herunder fra vidensinstitutioner og civilsamfundsorganisationer, der er til stede globalt og har ekspertise på området. I stedet for at bygge noget nyt, kan man se til eksisterende organisationer på området.

2. Styrk eksisterende mærkningsordninger af produkter ved fælles klimakrav

1: Axcelfuture, jan 2020
2: CONCITO, 2019
3: Carbonbrief.org, juli 2017

Det er vigtigt at styrke de eksisterende mærkningsordninger fremfor at opfinde nye ordninger eller slække på kravene til dem. For at gøre dette bør der gennemføres en ensretning af, hvordan reduktion af klimapåvirkningen kan indgå som et krav i de officielle mærkningsordninger, der er baseret på lovgivning, for eksempel Svanen, EU- Blomsten/ EU Ecolabel. Der bør desuden indledes en dialog med de private mærkningsordninger for at forhøre sig om mulighederne for, at de reviderer deres standarder med klimakrav, for eksempel private ordninger som Fairtrade, FSC, GOTS, Made in Green by OEKO-TEX, MSC, PEFC, Rainforest Alliance (UTZ) og RTRS – Round Table on Responsible Soy. Dertil bør klimakrav under EU's Økologilogo, og dermed også Ø-mærket hæves som ønsket af den økologiske branche. Denne dialog bør gennemføres med mærkningsordningerne i regi af relevante myndigheder med deltagelse af erhvervs- og civilsamfundsorganisationer og virksomheder. Fælles standarder som GHG Protocol eller EU's PEF eller EPD-format kan anvendes til beregning af carbon footprint. Fælles og samtidig dansk handling vil øge påvirkningsmuligheden på de krav, der stilles fra internationale certificeringsordninger og organisationer, men skal naturligvis også tænkes sammen med de udspil på området, som Europa-Kommissionen forventes at komme med i løbet af foråret 2020.

Det kan i forlængelse heraf overvejes at give virksomhederne bedre adgang til at opnå de omtalte mærkninger i form af for eksempel økonomisk støtte til rådgivning om processen. Det kan være med til at understøtte, at endnu flere virksomheder – særligt SMV'er – arbejder henimod at få mærket deres produkter, og dermed gøre det lettere for både kunder og forbrugere at foretage de klimavenlige valg.

Anbefalingen har ingen lovgivningsmæssige aspekter eller direkte økonomiske konsekvenser. Dog kan små aktører såsom landmænd, forarbejdnings- og produktionsvirksomheder med mere, der indgår i de eksisterende mærkningsordninger, opleve stigende administrative og driftsrelaterede omkostninger i forbindelse med implementering af de nye krav, som til

en vis grad må forventes at afspejle sig i prisen. For at imødegå dette og sikre, at leverandørerne også opfylder de krav, der stilles, kan det overvejes at bringe den danske udviklingsbistand i spil for at hjælpe leverandører i udviklingslande med at leve op til kravene eventuelt i samarbejde med danske virksomheder. Det kan implementeres på mellemlangt sigt.

Handlens egne tiltag

1. Udvikling af krav om virksomheds-certificeringer og klimadata til leverandører

Visse virksomheds-certificeringer har potentiale for at kunne skabe klimaeffekter ved hjælp af krav om løbende optimering og forbedring af klimaindsatsen. Derfor er der potentiale for i højere grad at stille krav om de samme certificeringer til leverandører – dette blandt andet med henblik på optimering af krav/forventninger til små og mellemstore virksomheder i leverandørkæden. For eksempel er der indikationer på, at importen fra lavindkomstlande i Afrika, Østeuropa og Asien er særligt CO₂-intensiv.¹

Ved at ensrette krav til leverandører om løbende reduktion af emissioner, for eksempel igennem indførelse af miljøledelsessystemer samt brug af tredjepartscertificerede ordninger, øger branchen incitamentet hos leverandørerne til at tage skridt til at reducere den negative påvirkning af miljøet. Samtidig gør branchen det "nemmere" for små og mellemstore virksomheder at stille krav til leverandører om at reducere udledningen af CO₂. En øget efterspørgsel efter den samme type certificering hos leverandører, vil give danske virksomheder en større mulighed for at få indflydelse på emissionerne i leverandørkæden.

- I dag er der ikke overblik over, hvor mange af de produkter, der sælges i Danmark, der er produceret af certificerede leverandører. Der bør udarbejdes en baseline for, at en koordineret resultatopfølgning kan finde sted.
- Herefter bør der opstilles en fælles erklæring, som relevante

importvirksomheder kan tilslutte sig. Erklæringen indbefatter fælles målsætninger om at benytte virksomheds-certificeringer og indhente og dele klimadata fra leverandører, der skal være baseret på:

- *Tredjepartscertificering*
- *Et miljøledelsessystem med krav om kontinuerlig forbedring*
- *CO₂-beregninger baseret på GHG protocol eller EU's PEF eller EPD-format*

- Erklæringen kan også indeholde konkrete mål om andelen af leverandører, der inden 2025 og 2030 skal være certificeret efter ordninger, der lever op til de ovenstående krav. Det kan for eksempel være BEPI, EMAS, ISO14001 eller lignende miljøledelsesprocedurer.
- Det foreslås, at sekretariatsbetjeningen af ovenstående indsats drives af eller finansieres af relevante myndigheder i samspil med virksomheder og organisationer, som en del af indsatsen for reduktion af de globale emissioner fra dansk forbrug.

Emne 2. Større krav om øget genanvendelse i værdikæden

Hvis der skal sikres optimal brug af produkt- og emballeringsmaterialer og sikres, at flere materialer genanvendes, så skal der produceres mindre med virgin-materialer. Genanvendelsesprocenten for emballageaffald i Danmark for 2017 viser, at genanvendelsen af plast- og træemballage halter efter de øvrige områder.² Samtidig er sporbarhed for indholdstoffer og materialetyper en væsentlig forudsætning for genanvendelse, ligesom bedre design for adskillelse i rene materialer er det. Hvis et givent produkt skal kunne genbruges i en anden sammenhæng eller genanvendes, er det vigtigt, at man ved, hvad produkterne indeholder, og at det er designet til at blive skilt ad. Virksomheder har mulighed for – igennem de krav de stiller til deres leverandører – at skabe efterspørgsel efter bedre løsninger.

Handlens egne tiltag

1. Reduktion af emballagevolumen igennem krav til leverandører

Branchen skal reducere brugen af

1: Axcelfuture, jan 2020 s 9

2: Miljø- og Fødevarestyrelsen, Affaldsstatistik, 2017

emballage – så virksomhederne bruger den emballage, der er nødvendig og ikke mere. Generelt er CO₂-regnskabet vedrørende brugen af emballage kompleks. Eksempelvis er pap, træ og metal ofte tungere og vejer derfor mere i transporten, hvilket skaber større emissioner. Det vurderes dog, at emballagevolumen i handlen godt kan nedbringes med en positiv effekt på klimaregnskabet til følge.

- Der stilles krav til leverandører om, at med udgangspunkt i basisåret 2017 bør brugen af al primær emballage til nonfood-varer reduceres med 20 procent inden 2025.

EU indfører desuden skærpede krav til blandt andet genanvendelsesprocenten i plastemballage i 2025 (producentansvaret).

2. Øget genanvendelse af produkt materialer gennem krav til leverandører

Mange varer indeholder en stor mængde af plast og andre materialer, der ikke bliver genanvendt i dag. Men øget brug af genanvendt plast og andre materialer kan fremmes via nye samarbejder og leverandørkrav. Der stilles derfor forslag om en fælles indsats for at ensrette og effektivisere måden, vi efterspørger materialer, der bruges i Danmark, samt at understøtte en øget genanvendelse af materialer:

- Der stilles krav til leverandører om, at i 2025 skal 50 procent af al primær plast (emballage på produkt på nonfoodvarer kunne genanvendes, og 50 procent skal være fremstillet af genanvendt plast.
- Det er desuden relevant med krav til andre materialetyper (tekstiler, elektronik, byggematerialer og så videre). Se her konkrete genanvendelsesmål fra blandt andet tekstil-sektoren.

Emne 3. Samarbejde om reparation og donationer af nonfood-varer

Der er et potentiale for at opnå økonomiske gevinster ved at undgå at kassere fejlproducerede varer, udgåede sæsonvarer og lignende, der ikke kan afsættes på markedsvilkår, men i stedet finde anvendelsesmuligheder for disse varer. Virksomheden, som afsætter en sådan restfraktion igennem donation,

opnår en direkte besparelse i form af reducerede omkostninger til lager og til bortskaffelse af affald. Virksomheden, som modtager restfraktionen, opnår en besparelse i form af lavere omkostninger til indkøb af råvarer i form af virginmaterialer. Det er dog ikke effektivt, hvis hver enkelt virksomhed skal etablere sin egen separate donationsordning for ukurante varer. I stedet bør der ses på udvikling af en landsdækkende markedsplads for genbrug af nonfood-produkter, som kan samle varerne et sted. Se desuden også anbefalinger om donationer af fødevarer.

Handlens egne tiltag

1. Landsdækkende markedsplads for genbrug af nonfood-produkter

Som situationen ser ud i dag, kan det være svært for virksomheder at komme af med ukurante varer, og det kræver ofte tid og vilje at finde en aftager. Det mindsker incitamentet til donationer fremfor kassering. Der findes allerede eksisterende markedspladser for overskudsprodukter på nonfood, men de skal styrkes og samtænkes med henblik på at skabe en landsdækkende markedsplads for genbrug af nonfood-produkter. I dag er de velgørende organisationer en væsentlig aftager af varerne. Samarbejdet mellem dem på den ene side og detail- og engros-handlen på den anden kan med fordel understøttes og gøres mere effektivt. Der kan desuden hentes inspiration fra platformen Inkind Direct, der opererer i Storbritannien og Tyskland. Inkind Direct blev grundlagt i 1996 og distribuerer forbrugsvarer, doneret af virksomheder, til britiske velgøringsorganisationer, der arbejder i Storbritannien og i andre lande.

Anbefalinger til regeringen

2. Forenkling af regler om udtagningsmoms

Fra detail- og engros-handlen kasseres varer, der indeholder utilsigtede stoffer, er behæftede med fejl og mangler, eller som af andre grunde ikke kan sælges. Varer, der ikke lever op til gældende sikkerheds- og sundhedskrav skal bortskaffes, mens andre varer kan forbruges, men ikke sælges under de almindelige betingelser.

Fælles momsregler i EU betyder, at virksomheder ikke må give varer gratis til genbrugsbutikker, hvis varen for

eksempel ikke kan sælges. Hvis en virksomhed modtager et parti håndklæder produceret med fejl – som ikke er salgbar men fuldt anvendelige – så skal de betale en såkaldt udtagningsmoms på 25 procent for at donere håndklæderne til velgørenhed. Fra den 1. januar 2020 er reglerne for udtagning af moms blevet ændret således, at momsgrundlaget for udtagningen ændres fra indkøbsprisen til at være baseret på den reelle markedsværdi af varen på udtagningsdatoen. Reglerne er endnu ikke trådt i kraft, da Danmark skal have tilladelse fra EU til at afvige fra reglerne. Det bemærkes, at denne ordning fortsat indebærer administrative omkostninger for virksomhederne, og at en løsning, hvor beregning af udtagningsmomsen kunne være nul kroner ved donation til almennyttige foreninger, fonde, institutioner med videre, vil være at foretrække. Det er derfor en sag, som det bør overvejes at rejse på EU-plan.

Emne 4. Generelle anbefalinger til ændrede rammevilkår

1. Naboland af konkurrencelovgivning

For at imødegå udfordringer i forhold til konkurrenceloven foreslås det, at gennemføres et naboland blandt vores nordiske nabolande af deres fortolkning af konkurrenceloven for så vidt angår branchesamarbejder, der omhandler bæredygtighed, klima og CSR.

2. Tjek af regulering i forhold til regel som skaber unødigt spild af produkter

Klimapartnerskabet foreslår, at regeringen udarbejder et regelcheck for lovgivning, som i dag er med til at skabe spild eller er med til at hindre tiltag i forhold til at reducere spild. Et eksempel er forbrugeres mulighed for at returnere brugte varer under fortrydelsesretten, som betyder, at de brugte varer, der i dag returneres med hjemmel i forbrugerrettighedsdirektivets regler om fortrydelse, resulterer i kasserede produkter, da forhandlerne ikke kan sælge brugte varer. Et opgør med retten til at returnere brugte varer vil derfor gavne miljøet, da mængden af let-brugte produkter, der kasseres, vil falde.

Emballage

Baggrund

Meget af det affald, der i dag forbrændes, er emballage, der har været omkring de produkter, som handlen leverer. Der sættes omkring 970.000 ton emballage på det danske marked hvert år.

Emballager udgør 10-20 procent af den mængde affald, som brændes. Samlet set udledes der i dag 29.000 ton CO₂ fra forbrændingen af affald, og Energistyrelsens fremskrivning viser, at 54 procent af CO₂-udledningen fra el- og fjernvarmeproduktionen vil komme fra affaldsafbrænding i 2030, hvis der ikke tages initiativ til nye indsatser.

På emballageområdet er det særligt ift. forbrugeremballagerne, at der må ske forandringer. Emballager, der anvendes mellem virksomheder, genanvendes i overvejende grad i dag. Målet er dog ikke alene genanvendelse, men også genanvendelse i højere kvalitet og udvikling af logistiksystemer, hvori emballager genbruges mange gange, før de genanvendes.

Det er oplagt, at handlen sammen med sine leverandører påtager sig et ansvar for aktivt at medvirke til, at emballagerne kan genbruges og genanvendes. Og desuden pege på forudsætninger for, at emballagerne faktisk bliver genanvendt i det danske affaldssystem.

Der er fire væsentlige grunde til, at vi skal angribe denne opgave, som en del af klimapartnerskabet for Handel:

- 1 EU har med affalds- og emballagedirektivet fastsat krav om et producentansvar for emballager, og med dette sat en klar retning for udviklingen af mere miljø- og klimavenlige emballager. Handlen står således over for en stor udviklingsopgave i forhold til at øge emballagernes miljø- og klimavenlighed.
- 2 Hovedparten af CO₂-bidraget fra emballager sker uden for de danske grænser i forbindelse med råstofindvindingen og bearbejdningen af råstofferne, men hvad vi gør i Danmark har en overordentlig stor indflydelse. For eksempel har antallet af gange en emballage genbruges eller brugen af

genanvendte materialer i produktion af nye varer/emballager en overordentlig positiv effekt på CO₂-bidraget, da ikke bare klimapåvirkninger, men også øvrige påvirkninger af miljøet, i råstofindvindingen og den første bearbejdning af materialerne helt undgås.

- 3 Potentialet for at genanvende mere affald generelt er enormt. Danmark lå i 2014 på en tiende plads i EU, når det kommer til genanvendelse. Der er derfor behov for en affaldsreform, der sikrer, at Danmarks performance løftes væsentligt.
- 4 Omtrent 20 procent af el- og fjernvarmeproduktionen i Danmark er baseret på affald. Energisektoren sigter på et gennemgående skift fra fossile brændsler og over til vedvarende energi, hvorfor affald til forbrænding slet ikke er ønsket i fremtiden.

Potentiale

Der ligger store forretningsmuligheder i at opfatte affald som en værdifuld ressource, og der er derfor behov for rammevilkår, der understøtter dansk grøn vækst i form af dels udviklingen af emballageløsninger, dels genanvendelsesteknologi.

Emballage er samtidig et område, hvor partnerskabet mener, at der ligger en stor mulighed for at udvikle nye forretningsmodeller i forbindelse med implementering af den nye lovgivning for udvidet producentansvar for alle emballager, som træder i kraft i 2025.

Prioriterede initiativer og anbefalinger

1: Etablering og efterlevelse af fælles emballageprincipper

Detailhandlen lancerede den 11. marts på MLDK.org en guide med et fælles sæt emballageprincipper, som skal sikre et forbedret valg af materialer og størst mulig genanvendelse. Over de kommende år vil foreløbig dagligvarebranchen konvertere alle emballager til de nye principper og samtidig arbejde for en udbredelse af guiden til andre brancher, blandt andet til nonfood produkter og

e-handelsemballager, som er i voldsom vækst. Guiden vil ikke alene sikre et løft i virksomhedernes performance, men også ensrette emballagerne, hvilket muliggør mere og bedre genanvendelse.

2: Reform af det danske affaldssystem

Emballager skal designes, så de kan genanvendes i et effektivt affaldssystem og med en til stadighed øget kvalitet. Ansvar for det nuværende affaldssystem ligger hos 98 kommuner, hvorfor en national ensretning og optimering ikke er mulig. Regeringen anbefales at gennemføre en omfattende reform af affaldssektoren med det formål at understøtte den cirkulære økonomi. Affaldsindsamling og -sortering skal strømlines nationalt, således at der bliver en skala, som tillader investeringer i større og mere effektive genanvendelses anlæg. En affaldsreform skal resultere i rammevilkår, der understøtter ambitiøse mål for en cirkulær økonomi, hvor affald bliver betragtet som en ressource.

3: Implementering af producentansvaret for emballager

Producentansvaret for emballager skal implementeres på en måde, hvor økonomiske incitamenter understøtter en udvikling i markedet af både nye designløsninger for emballager samt udvikling af sorterings- og genanvendelsesteknologi. Implementeringen skal understøtte nye forretningsmodeller og teknologiudvikling, der er gangbar i konkurrencen på det europæiske marked.

Emne 1: Guides til udvikling af klimavenlige emballager

For at fremme at emballage til dagligvarer designes til genanvendelse, har dagligvarebranchens fælles samarbejdsorgan DagSam udarbejdet en emballageguide.

Emballageguiden bygger oven på de eksisterende guides, som flere dagligvarekoncerner allerede har udarbejdet, ligesom den bygger på Plastindustriens designmanual, udarbejdet i Forum for cirkulær plastemballage.

Formålet med DagSams emballageguide er, at give de leverandører, der leverer varer til de danske dagligvarekæder, et samlet overblik over, hvilke emballagematerialer og -designs som kæder/branchen ideelt set foretrækker,

og som kan fremme større emballagegenanvendelse.

Guiden udstikker branchens ønskede retning i forhold til valg og design af emballager, men er ikke en facitliste. Fokus i guiden er salgsemballager (primæremballager) til både fødevarer og ikke-fødevarer, der handles i dagligvarehandlen, men principperne i guiden vil umiddelbart kunne anvendes i alle andre brancher.

Emballageguiden bygger på nedenstående hovedprincipper:

- Emballagen er minimeret. Det vurderes om emballagen overhovedet er nødvendigt til det givne produkt ud fra et princip om at anvende så lidt emballage som muligt. Minimering af emballagen må dog aldrig kompromittere produktsikkerhed, holdbarhed eller kvalitet.
- Emballagen skal som udgangspunkt være designet til den cirkulære økonomi. Derfor skal al emballage kunne enten genbruges eller genanvendes. Når der anvendes plast, bør det i videst muligt omfang være mono-materialer og som udgangspunkt begrænset til typerne PET, PE, PP og, at producent vejleder forbrugeren i, hvordan den givne emballage skal sorteres til genanvendelse eller afleveres til genbrug.
- Emballagen er fremstillet af genanvendt materiale hvor muligt, idet materialer med en stor genanvendelsesandel, for eksempel glas og metal, har en markant lavere miljøbelastning end samme jomfruelige materiale.
- Emballagens samlede miljøbelastning er reduceret mest muligt. Fremstilling og bortskaffelse af emballagematerialer er en kilde til miljøbelastninger, og ikke mindst udledning af drivhusgasser. Derfor bør man vælge de emballageløsninger, der er årsag til mindst miljøbelastning. Det anbefales at anvende LCA-beregninger som et godt pejlemærke mod de rigtige løsninger.

Dermed søger guiden at leve op til intentionerne med producentansvaret nemlig at sikre indsamling og håndtering af affald og samtidigt motivere producenter til at designe emballager, der nemt kan genanvendes/genbruges og udgør så lille en miljø- og

klimabelastning som muligt.

Emballageguiden er offentliggjort i foråret 2020 og vil dermed kunne medvirke til, at dagligvareproducenter, herunder producenter af dagligvarehandelens private labels, kan designe emballageløsninger, der kan bidrage til at mindre emballageforbrug, fremme genanvendelse af emballagematerialer mindske CO₂-aftryk fra emballageanvendelsen, samtidigt med at emballagens primære funktion bibeholdes.

Handelens indsatser

1. DagSams Emballageguide lægges åbent ud til anvendelse og inspiration for alle. Guiden vil tjene som metode for ensretning, og som udgangspunkt for arbejdet i virksomheder, der står over for at skulle i gang, herunder særligt SMV'er med færre miljømæssige kompetencer og ressourcer.
2. Med udgangspunkt i DagSams emballageguide og andre emballageguides tager de relevante brancheorganisationer initiativ til, at der udarbejdes tilpassede emballageguides til eksempelvis nonfood produkter og e-handel forsendelser.

Emne 2: Reform af det danske affaldssystem

Emballager – såvel som alle andre varer – skal designes til genanvendelse, men uden et affaldssystem, der samler affaldet op og reelt sikrer, at genanvendelse finder sted, er der ingen miljø- og klimaeffekt. Danmarks evne til at sikre genanvendelse må øges. Det skal sikres, at materialeoparbejdning bliver et attraktivt forretningsområde i Danmark.

Den nuværende affaldsregulering har det grundlæggende formål at hjælpe borgere og virksomheder af med deres affald, men i fremtiden skal emballageaffald betragtes som en ressource. Det er centralt at sikre en tilpasning af den danske affaldsmodel, så den møder nutidens og fremtidens krav, hvor flere emballager reelt genanvendes i stedet for at blive forbrændt.

Der er således behov for en reform af den danske affaldsmodel, der stringent sigter på at opnå mere genanvendelse, og desuden genanvendelse i en til stadighed bedre kvalitet – samt en opbygning af en genanvendelsesindustri

i Danmark. I dag eksporteres stort set alt affald til oparbejdning i udlandet, da danske rammevilkår i affaldsreguleringen ikke understøtter private genanvendelses anlæg i Danmark. Og kommunerne kan alene udbyde til genanvendelse, ikke selv oparbejde materialer.

1. Konkurrenceudsæt affaldet

Affaldsbekendtgørelsens barrierer for etablering af private anlæg til affaldshåndtering skal fjernes gennem et opgør med favoriseringen af de kommunale affaldsanlæg. Konkret bør kommunernes ret til at anviser affald til egne anlæg fjernes.

Den danske affaldssektor er karakteriseret ved, at der ikke tænkes helhedsorienteret og i en europæisk sammenhæng. Private investeringer i genanvendelsesaktiviteter er markant mindre i Danmark end i de lande, som vi sammenligner os med. Kommunerne investerer i sorteringsanlæg, der dækker lokale behov og langt hovedparten af det genanvendelige affald sendes til udlandet for oparbejdning, da anlæg ikke findes i Danmark.

De private, danske genanvendelsesvirksomheder har således ikke et velfungerende hjemmemarked, og da anlæg er små, er de svækket på det europæiske marked. Danmark er med små mængder ad gangen en lille leverandør af affaldsressourcer på det europæiske marked, og der foregår stort set ikke nogen teknologiudvikling i Danmark.

2. Ensretning af affaldssortering og mærkning

Kommunerne har ansvaret for at organisere affaldsindsamlingen, og det skaber flere forskellige affaldssystemer i Danmark. Der skal allerede nu skabes et effektivt hjemmemarked gennem en sikring af større ensartede affaldsmængder. Dette skal ske ved at udforme standarder for sorteringen af affaldet. Standarderne skal være obligatoriske for kommunerne at anvende og ikke være vejledende, da vejledninger ikke skaber stabile rammevilkår for genanvendelsesindustrien. Med ensartethed – og dermed et forbedret hjemmemarked – understøttes teknologiinnovation i den danske genanvendelsessektor.

Der skal indføres krav til kommunerne

om ensartet anvendelse af piktogrammer til vejledning om affaldssortering. Dette vil i høj grad styrke forbrugernes og virksomhedernes evne til at sortere korrekt. Kommunale forskelle er forvirrende og giver anledning til fejlsorteringer til ugunst for kvaliteten af de genanvendte materialer.

Dele af detailhandlen har også allerede vist stor interesse for, hvor det er muligt at bruge kommunernes piktogrammer på deres emballager, og på denne måde skabes en en-til-en vejledning omkring sorteringen af emballagen. Da detailkæder opererer på tværs af kommunerne, kan det dog ikke implementeres i dag. Ligeledes kan det i dag ikke lade sig gøre at gennemføre informationskampagner rettet mod forbrugere og virksomheder.

Regeringen bør desuden løfte en

dagsorden om ensartede sorteringspiktogrammer i EU, da en stor mængde varer, og hermed emballager, sælges i flere lande.

3. Understøttelse af nye teknologier i forbindelse med mærkning

Nye teknologier giver på den lidt længere bane nye muligheder for effektiv sortering. Indførslen af eksempelvis et digitalt vandmærke vil kunne give betydelige forbedringer i sorteringen af emballager.

Regeringen bør gennem støtte aktivt medvirke til, at Danmark udvælges som testland for en ny digital mærkning, for eksempel digital watermark under projektet HolyGrail, som kan have banebrydende potentiale, idet emballager udstyres med en, for det blotte øje, usynlig strejkode, som er trykt eller

indgraveret på hele emballagens flade. Dette muliggør en effektiv maskinel sortering af de brugte emballager.

Den digitale mærkning kan udover at identificere emballagematerialet også give information om, hvilken type vare emballagen har været anvendt til for eksempel identificeres som en fødevareremballage, hvilket giver mulighed for igen at anvende materialerne til fødevarer og dermed bevare en højere værdi og undgå en down-cycling.

4. Udfasningsplan for forbrændingssektoren

Idet mere affald skal genanvendes, skal der udarbejdes en udfasningsplan for forbrændingssektoren. I dag udbygges sektoren løbende for at skabe økonomisk rentabilitet, hvilket fastholder Danmark i en forældet teknologi. En



mindre forbrændingskapacitet vil også motivere kommunerne til at sikre en øget udsortering af affald til genanvendelse hos borgere og virksomheder. I dag sendes en del emballager, der ellers kunne genanvendes, til forbrænding. Genanvendelsen kan i dag ikke konkurrere med forbrændingen på pris.

5. Kommunernes affaldstilsyn med erhvervet skal styrkes

Kommunernes affaldstilsyn med erhvervet skal styrkes og suppleres med kampagner, sådan at udsortering af emballager til genanvendelse øges. Affaldstilsynet er i dag ikke velfungerende, og der er behov for at gennemføre en justering af systemet.

6. Differentierede afgifter

Der bør foretages et servicecheck af afgifter og arbejdes på differentierede afgifter for at understøtte nye forretningsmodeller inden for den cirkulære økonomi i markedet. Det handler blandt andet om en undtagelse af den tredoblede afgift for genanvendt plast, men også andre differentieringer, der kan fremme udviklingen af klima- og miljøvenlige løsninger.

7. Revision af forordningen for grænseoverskridende affald

Regeringen skal arbejde for en revision af forordningen for grænseoverskridende affald, så det bliver lettere at sende affald til det mest effektive genanvendelsesanlæg i EU.

Eksempelvis klassificeres plastikbøjler med metalrog som affald med særlig bevågenhed, blot fordi bøjlen er af to sammenblandede materialer, omend bøjlen ikke er miljøfarlig. Det er behæftet med betydelige administrative og ressourcemæssige omkostninger at eksportere affaldet til de bedste egnede sorteringsanlæg. EU har et mål om europæisk forsyningssikkerhed på affaldsområdet, men det indre marked er ikke velfungerende. Dette er vigtigt, fordi der med et mål om øget genanvendelse er brug for en til stadighed mere specialiseret genanvendelsesteknologi, og medlemslandene kan ikke hver især have alle typer specialiserede anlæg, men må samarbejde om at håndtere affaldet.

Emne 3: Implementering af producentansvaret for emballager

Emballager skal designes til at bestå af mindst muligt materiale, kunne genbruges og/eller genanvendes: Reduce, reuse og recycle – et fornuftigt hierarki, der er fastsat i EU's affaldsdirektiv.

Danmark står over for et paradigmeskifte på emballageområdet, når de nye regler fra EU træder i kraft. I 2025 er emballager omfattet af et producentansvar, der betyder, at producenterne selv har ansvaret for emballagernes bortskaffelse.

Producentansvaret fastsætter, at det er producenterne, der skal finansiere håndteringen af emballageaffaldet, og med reglerne gives producenterne samtidig mulighed for at varetage det operative ansvar for håndteringen af emballageaffaldet. Dette giver mulighed for et grundlæggende paradigmeskift i affaldssektoren for emballager og et stringent sigte på cirkulær økonomi. Producenterne kan fra bunden opbygge et system uden de bindinger, der er givet af fortidens affaldssystemer.

Krav til kvaliteten af emballage med henblik på genbrug og genanvendelse er fastlagt af EU's regler, og disse krav er bakket op af en økonomisk incitamentsstruktur. EU har udarbejdet en vejledning, der relativt præcist giver anvisning på, hvordan emballager bør designes, for eksempel ved brug af monomateriale og mulighed for, at emballagens forskellige materialer kan skilles ad i genanvendelsesindustrien, og derved recirkulere så rene som muligt. Incitamentet for at sætte mere miljømæssige emballager på markedet er, at virksomheder med de bedste materialer får en lavere omkostning til affaldshåndtering end andre virksomheder. Virksomheder, der lever op til EU-kriterierne, slipper billigere ved betaling til producentansvarssystemet.

Fra EU er ambitionen tydelig, og genanvendelsesmålene er skærpet fra 2025. En effektiv dansk affaldsorganisering kan understøtte teknologisk udvikling og udbygning af anlæg i Danmark, og derved bidrage til den danske grønne vækst dagsorden. Hele Europa skal se efter nye løsninger, hvorfor Danmark dels kan blive modtager af affaldsressourcer til oparbejdning, dels teknologiudvikle og gøre nye løsninger til en eksportvare. På denne måde kan

effektive danske løsninger også bidrage til CO₂-reduktion uden for Danmark.

Med implementeringen af producentansvaret er det således vigtigt, at Danmark ikke alene formår at hæve sin miljøperformance, men også skaber grøn vækst. Det skal ske gennem en etablering af rammevilkår, der understøtter nye forretningsmodeller og teknologiudvikling.

En miljøøkonomisk effektiv implementering af producentansvaret for emballager skal nøje kædes sammen med forslagene til en reform af den danske affaldssektor.

Anbefalinger til regeringen

1. Producentansvaret skal implementeres i direktivets ånd

Producentansvaret for emballage skal implementeres på en sådan måde, at producenterne, der via EU-direktivet er givet ansvaret for bortskaffelsen af emballager, også reelt får mulighed for at løfte det ved at varetage de operationelle opgaver og opbygge et system, der understøtter materialernes cirkularitet. Ved at overdrage det operative ansvar for emballagehåndteringen til producenterne, kan der opbygges et system, der stringent tager sit afsæt i cirkulære forretningsmodeller.

2. Afgifter på emballager skal ophøre i 2025

Når producentansvaret er i kraft fra 2025, skal afgifter på emballager helt ophøre. Regler for implementering af producentansvaret fastsætter en økonomisk incitamentsstruktur, og en fortsat afgift vil betyde en u hensigtsmæssig dobbeltregulering af området og modvirke direktivets klare sigte på en omstilling til cirkulær økonomi.

Cirkulær økonomi

Baggrund

Ifølge FN's klimapanel, IPCC, er de menneskeskabte klimaforandringer koblet til den globale jordforvaltning og påfører skadelige effekter for jordens landarealer og økosystemer. Konklusionen er, at skal vi redde os fra uafvendelige klimaforandringer, skal vi ikke kun bremse hårdt op for forbruget af fossile brændsler. Det er også helt afgørende, at vi forbruger færre råstoffer, og at vi bruger bioressourcer på en mere bæredygtig og ressourceeffektiv måde. Ifølge den grønne tænketank Concito er danskernes ressourceforbrug i form af de varer, som vi dagligt forbruger, årsag til tæt på 50 procent af danskernes klimaaftryk på 17 ton CO₂ per borger om året. Der er derfor store miljø- og klimagevinster at hente i at udvikle den cirkulær økonomi, som vil genanvende og nedbringe ressourceforbruget. Alene ved at genanvende eksempelvis tekstilforbruget på 85.000 ton årligt kan vi reducere CO₂-udledningens med 1.3 millioner ton.

Omstillingen er nødvendig, for vi forbruger flere ressourcer, end Jorden kan levere. Cirkulære økonomiske forretningskoncepter er en del af løsningen og skal bane vejen for et mindre ressourceforbrug og en styrket konkurrenceevne for virksomheder og samfund. Hvis omstilling til cirkulær økonomi håndteres effektivt, kan der skabes 7.000-13.000 nye job i Danmark inden 2035.

Hvordan man som virksomhed håndterer cirkulær økonomi, afhænger af positionen på markedet og i værdikæden. Omstilling til cirkulær økonomi i handlen er vigtig, fordi det er herfra salget af produkter sker til slutkunder. Handlen knytter så at sige den cirkulære økonomi sammen til en cirkel, når den for eksempel sammen med kunderne sikrer, at produkter bliver genanvendt og re-designet med henblik på anvendelse i nye produkter. Handelsvirksomheder vil opnå konkurrencefordele, hvis de formår at bringe sig på forkant med relevante, cirkulære forretningsmodeller, som styrker ressourceeffektiviteten i samfundet.

Potentiale

Den cirkulære økonomi har stort potentiale til at blive et afgørende bidrag til at løse ressource- og klimakrisen, fordi den fastholder ressourcerne i et lukket kredsløb og bidrager derfor til, at vi udtrækker færre råmaterialer fra naturen. Et cirkulært, effektivt ressourceforbrug vil nedbringe både klimabelastningen og mindske det skadelige tryk på de naturlige økosystemer og dermed truslen for biodiversitet. Cirkularitet for vores ressourceforbrug kan opnås ved at re-designe vores varer, sortere ensartet, mindske materialespild i værdikæden, genanvende mere, levetidsforlænge vores varer, genbruge dem og oplyse borgere og kommuners indkøb for, at de bidrager til en omstilling til et mere bæredygtigt forbrug. Vores nuværende forbrug kan så kun fortsætte, hvis vi arbejder målrettet for at omstille det til at blive cirkulært og dermed mere bæredygtigt.

Information til borgere kan skabe den efterspørgsel, som giver virksomhederne incitament til at være innovative. Der er gode eksempler, blandt andet at danskernes madspild er nedbragt med 14 procent, og en stor del af detailhandlen har halveret eller stærkt begrænset udledning af plastbæreposer til forbrugere.

Det er vigtigt at tænke helhedsorienteret i omstillingen til mere bæredygtige materialer. Der skal fokus på kompetencer, for det er vigtigt, at virksomhederne forstår, hvordan man henter råmaterialerne bæredygtigt, så biodiversitet og klimaet ikke lider skade. En måde er certificering og dokumentation fra uafhængig part, især når man får materialer fra lande udenfor EU. Virksomhederne har brug for solid viden og støtte, der kan hjælpe dem med at finde vej uden om disse udfordringer.

I dag bruger vi i EU omkring 50 millioner ton plast om året, hvor omkring 40 procent alene går til emballager. Vi anvender omkring seks millioner ton tekstiler i Europa, som udleder omkring 200 millioner ton CO₂. Vi har et madspild på omkring 700.000 ton om året.

Ovenstående viser, at der er store miljøgevinster ved omstilling til cirkulær økonomi. Med et mindre forbrug af

for eksempel plast vil man samtidig også skabe forsyningsikkerhed for essentielle råvarer som plast og bomuld og gøre os mere uafhængige af import. Men det er vigtigt, at regeringen forstår, at erhvervslivet skal støttes til at bidrage til omstillingen til cirkularitet. Der skal igangsættes initiativer, der fremmer virksomhedernes, især SMV'ernes, muligheder for at indgå i de nødvendige værdikædesamarbejder.

Forbrugerne skal tilbydes bæredygtige løsninger

Vi skal øge indsatsen for at gøre Danmark til et internationalt foregangsland og udstillingsvindue for cirkulære forretningsmodeller. Det haster derfor med, at regeringen igangsætter partnerskaber med erhvervslivet, så den igangværende vækst dagsorden justeres, og så vores samfund bliver innovativt og bidrager til at mindske ressourcekrisen via et grønt bæredygtigt forbrug.

En del af erhvervslivet er i fuld gang med bæredygtig omstilling med den cirkulære økonomi som sigtekorn. Vi ser allerede nu forretningsmodeller, der medfører klistermærker på vores varer, der oplyser om, at plasten eksempelvis er genanvendelig. Forbrugerne får i stigende grad glæde af servicetilbud i butikker, der levetidsforlænger produkter, for eksempel ved reparation af elektronik og tøj. Der kan udgives reparationsvejledninger, så forbrugere selv kan udføre reparationer, når det vurderes uproblematisk. Dette vil medvirke til, at især billige produkter oftere repareres i stedet for at blive kasseret. Producenterne skal i videst muligt omfang sørge for, at produkter kan skilles ad, når de kasseres. I dag er der mange produkter, der ikke kan skilles ad for genanvendelse, hvor man for eksempel ikke kan skille plastik fra metal, og forbrugerne kan ikke vurdere, hvordan produkterne skal sorteres for genanvendelighed. Ligesom virksomhederne skal udvikle bæredygtige løsninger, er det også vigtigt, at forbrugerne får mulighederne for at vælge bæredygtige løsninger.

Uden de rette rammebetingelser sker der ingen nævneværdig omstilling og de konkurrencemæssige fordele for samfundet mistes, for eksempel teknologudvikling der kan eksporteres, hvilket i sidste ende vil skabe nye job i Danmark.



Anbefalinger til regeringen

- 1** Danmark skal revidere sine egne nationale handlingsplaner for cirkulær økonomi og plast i 2020, så de bidrager til EU's Green Deal og EU's nye cirkulære handlingsplan samt det kommende producentansvar. Den danske indsats skal bidrage til høj ressourceeffektivitet for materialeforbruget og til et sammenhængende indre marked for genanvendelse.
- 2** Regeringen skal sikre, at de danske handlingsplaner fremmer et dansk genanvendelsesmarked for højkvalitetsmaterialer, der efterspørges til brug i

nye produkter, og som kan konkurrere europæisk og internationalt. For at det kan ske, skal revisionen af handlingsplanerne igangsætte initiativer, der skaber et effektivt og systemisk (se tekstilsporet) samarbejde mellem myndigheder, kommuner, organisationer, vidensinstitutioner og erhvervslivets værdikæder.

- 3** Regeringen skal gennemføre de nødvendige rammevilkår i 2020, der gennemfører anbefaling 1) og 2). Disse er nærmere beskrevet i sporene for klimapartnerskabet for Handel.

Grønne og klimarigtige offentlige indkøb

Baggrund

Det offentlige køber ind for 380 milliarder kr. om året. Beløbet svarer til hele 17 procent af det danske BNP. Derfor kan det undre, at der historisk ikke har været større politisk fokus på offentligt indkøb som katalysator for den grønne omstilling, end tilfældet er.

Anbefalinger til regeringen

Indkøb som forandringsmotor – offentlige prioriteringer kan flytte og skabe private markeder

En offentlig, målrettet indsats i forbindelse med indkøb kan flytte eller skabe nye markeder. Et konkret eksempel kan hentes i foodservice, hvor det offentlige står for 43 procent af det samlede økologiske forbrug for foodservice-sektoren¹. Ved at være frontløber og driver har det offentlige sikret udbredelse af det Økologiske Spisemærke, så de væsentligste markedsaktører har et mere bæredygtigt tilbud som en del af deres portefølje.

1. En samlet bæredygtig indkøbspolitik

Det foreslås, at regeringen indfører krav til bæredygtighed i offentlige udbud og indkøb. Det bør fremgå af indkøbspolitikken lokalt hos ordregivere, hvordan kvalitet, så som klimarelaterede konkurrenceparametre, inddrages i vurderingen af offentlige udbud. Den bør rumme en klar handlingsplan for, hvordan dette gøres i praksis, samt sætte klare mål for de væsentligste sektorer. Det vil skabe rum for, at virksomheder kan byde ind med bæredygtige alternativer og udgøre en driver for udvikling, samtidig med at en bred vifte af markedsaktører skal kunne byde. Endvidere er der behov for øgede kompetencer blandt indkøberne i forhold til klima- og miljøkrav, da kompetencerne i dag ikke er gode nok til at sikre de kloge klima- og grønne indkøb. Konkret opfordres til, at regeringen

understøtter etablering af uddannelser for offentlige indkøbere. Med tanke på, at det offentlige årligt køber ind for hele 380 milliarder kr. eller 17 procent af Danmarks BNP, er det tankevækkende, at der ikke eksisterer en videregående uddannelse i offentlige indkøb. Dygtige indkøbere medfører bedre indkøb, der både vil fremme den grønne omstilling og bedre dansk konkurrencekraft, når danske virksomheder leverer innovative løsninger på klodens klimamæssige udfordringer. Lokale udfordringer bliver til globale løsninger.

2. Øget brug af totalomkostninger og funktionskrav i offentlige indkøb

Klimavenlige løsninger kan i flere tilfælde være dyrere end andre løsninger på kort sigt, men ofte fuldt økonomisk bæredygtige på længere sigt. Det offentlige skal gå foran og sikre, at der bliver udviklet markeder for nye klimaløsninger ved at fokusere langt mere på de samlede omkostninger – totalomkostningerne – og bruge livscyklusanalyser (LCAer) i projekterne. Konkret anbefales det derfor, at tilbud vurderes i forhold til totalomkostningerne og ikke alene den simple indkøbspris.

3. Styrket markedsdialog

Det foreslås, at regeringen indfører et "følg eller forklar" – princip for markedsdialog. Det skal sikre, at der som udgangspunkt er dialog med markedet i forbindelse med udbud. Fraviges dette, skal der være en forklaring. Markedsdialog er et centralt redskab i udvikling og indkøb af nye bæredygtige løsninger med væsentlige komponenter af innovation indarbejdet i den fortløbende ydelse. Den gode indledende markedsdialog vil set over det samlede samarbejde mellem det offentlige og den private leverandør desuden nedbringe de samlede transaktionsomkostninger og

dermed øge produktiviteten i Danmark.

4. Øg andelen af offentlige udbud

Det vil fremme den grønne omstilling, at flere offentlige opgaver kommer i udbud med miljø- og klimakrav som konkurrenceparameter. Det er, fordi erhvervslivet mere agilt kan omstille sig og dermed levere løsninger, der tilgodeser klimaet og miljøet og nedbringer det globale CO₂-aftryk.

5. Styrkelse af det offentliges kompetence til grønne indkøb

Stærke værktøjer og dermed øgede kompetencer i forhold til indkøb bør også være en integreret del af udviklingen af det offentliges indkøbsmuskel. Der er brug for en målrettet indsats, som vil ruste offentlige indkøbsfunktioner til at anvende eksempelvis totalomkostningsprincipper, funktionsudbud og håndtere og vægte krav om innovation i udbuddene. I samråd med det private erhvervsliv bør der derfor initieres en udvikling af værktøjer og om nødvendigt træning, som kan give den offentlige sektor et kompetenceløft.

6. Benchmark af kommuner og regioner

Det foreslås, at kommuner og regioner i langt højere grad måles på deres klimaaftryk, og om deres indkøb sker grønt og bæredygtigt. For at animere til et fokus på tværs af kommuner, regioner og staten, bør der fastlægges en række bæredygtighedskriterier, som den offentlige sektor benchmarkes ud fra.

Energioptimering i handelsbranchen

Baggrund

I handelssektoren eksisterer der en række energisparepotentialer, som med fordel kan realiseres til gavn for virksomhedernes effektivitet og ikke mindst klimaet. Disse energisparepotentialer er særligt indenfor anvendelsesområderne rumvarme og belysning. De følgende tiltag relaterer sig derfor alle til et af disse to anvendelsesområder og er baseret på rapporten "Kortlægning af energisparepotentialer i erhvervslivet", udarbejdet af COWI, på vegne af Energistyrelsen.

Handlens egne tiltag

1. Udnyt overskudsvarme

Overskudsvarme er et restprodukt fra køling, processer og så videre. Selv om mere og mere effektiv teknologi vil mindske behovet for køling og reducerer produktionen af overskudsvarme, så er det eneste klimamæssigt forsvarlige at udnytte overskudsvarmen ordentligt frem for at fyre for fuglene, hvilket i dag forhindres af en kombination af kompleks regulering og høje afgifter.

Det skal kunne betale sig at anvende overskudsvarme, hvor det klimamæssigt giver mening, så varmen ikke spildes. Det gælder, uanset om det er supermarkeder, frysehuse eller storkøkkener.

I dag skal virksomhederne bevise, at deres projekt er lovligt, og her bør bevisbyrden vendes som i andre sammenhænge, så virksomheder som udgangspunkt slipper for afgiftsbyrden.

Overskudsvarme batter

CASE: Såfremt halvdelen af de 2300 danske supermarkeder udnytter overskudsvarme til at fortrænge forbrænding af kul, naturgas eller biomasse til fjernvarmeproduktion, så svarer det til en CO₂-besparelse på 199.000 ton CO₂ og 618.000 ton biomasse.

Beregning fra Dansk Erhverv og Copenhagen Economics.

Hvis de teknisk kan producere falsk overskudsvarme, skal myndighederne kunne begrunde og dokumentere, at det forekommer for at fremsætte et afgiftskrav. Hvis overskudsvarmen fra datacentrene anvendes i fjernvarmesystemet i stedet for at gå tabt, er der et potentiale til at fortrænge et betydeligt brændselsforbrug i varmesektoren.

2. Energibesparende ventilation

En del af bygningsmassen, blandt andet butiksbjggerier, er af nyere dato, som allerede er omfattet af krav om varmegenvinding på ventilation. Der er dog lagerbygninger, hvor der er et stort energibesparelsespotentiale.

3. Udskiftning af armaturer og lyskilder

Andelen af belysningsanlæg, der installeres med LED, er næsten fordoblet inden for de sidste par år. En stigning, der forventes at fortsætte fremover, da armatur-producenterne efterhånden udelukkende producerer belysningsarmaturer med LED-lyskilder.

4. Optimering af belysningsanlæg

I forbindelse med udskiftning af belys-

ningsanlæg bør virksomheder revurdere hele lysdesignet. Med implementering af en LED-løsning vil flere armaturer kunne give en energibesparelse i forhold til den eksisterende løsning samt kunne forbedre arbejdsmiljøet for de ansatte eller bedre oplevelser for kunder.

5. Lysstyring

Klimapartnerskabet for Handel opfordrer handelsvirksomheder til at forholde sig aktivt til driften af belysningsanlæg, så energiforbruget til belysning optimeres og reduceres, hvilket vil reducere CO₂-udledningen i handelssektoren og dermed gavne klimaet.

6. Tilskud til investeringer i energiforbrugende udstyr

Handelsvirksomheder har i mange år investeret i optimering af deres energiforbrug, men der er fortsat et potentiale for energieffektiviseringer i handelssektoren. På den baggrund anbefaler klimapartnerskabet for Handel, at tilskud til investeringer i udskiftning og i modernisering af energiforbrugende udstyr, for eksempel køle- og frysemøbler, varmepumper og belysning.



Grønnere transport i handelen

Baggrund

CO₂-udledningen i handelsbranchen foregår i høj grad, når varer transporteres fra produktionsleddet til detail- og engros-virksomheder samt fra handelsvirksomheder til forbrugeren. I dag er for meget af denne transport sort, og varer transporteres i for mange tilfælde ikke klimaeffektivt.

Handlens egne tiltag

Klimapartnerskabet for Landtransport og Logistik er kommet med en række tiltag, der kan reducere udledningen for transport, som dette klimapartnerskab henviser til.



Appendix

Processen i klimapartnerskabet for Handel

Klimapartnerskabet for handel har ønsket en proces, der har haft til formål at sikre, at partnerskabets anbefalinger har bred opbakning, så vi i fællesskab kan nå i mål med denne vigtige opgave. Arbejdet i klimapartnerskabet har derfor været tilrettelagt som en åben og involverende proces med en bred vifte af aktører med deltagelse af virksomheder, erhvervsorganisationer, civilsamfundsor-

ganisationer, forbrugerorganisationer og myndigheder.

Derfor har hvert udvalg rakt ud til virksomheder og organisationer med relevans for det enkelte udvalgsområde og inviteret til workshops, møder og eksperthøringer for at kvalificere tiltag og anbefalinger til regeringen og få så mange stærke, faglige input med.

Arbejdet har været organiseret dels med to, store fællesmøder som kick-off og som afslutning, hvor alle interes-

senter har haft mulighed for at være til stede, og dels i de fem udvalg, der har arbejdet med at komme med forslag til CO₂-reducerende tiltag inden for hver deres indsatsområde. Udvalgenes forslag har løbende været præsenteret, drøftet og prioriteret på udvalgsmøder, og det er disse forslag, som er skrevet sammen i denne afrapportering.

Klimapartnerskabet for Handel har i alt involveret 165 personer, 49 virksomheder, 28 organisationer og 6 myndigheder. Fra formandskabet skal der lyde en stor tak til alle virksomheder, organisationer og myndigheder for deres bidrag og input til klimapartnerskabet for handel.

Deltagere i klimapartnerskabet for Handel

Virksomheder (49):

A&O Johansen
 Aldi
 Arla Foods
 Arnold Busck
 Bestseller
 Biltema
 CEMAsys
 Coleco
 COOP
 Dagrofa
 DAKA Refood
 Danish Crown
 Davidsens Tømrerhandel
 DK Company
 ECCO
 Elgiganten

Flying Tiger Copenhagen
 Fritz Schur Consumer Group
 H&M
 House of Amber
 Hørkram
 ID Identity
 IKEA
 Imerco
 JYSK
 L'Oreal
 Lagkagehuset
 Lidl
 Løgmose
 Matas
 Multiline
 Nemlig.com

Netto
 Neutral
 Nomeco A/S
 Orkla Foods
 Ragn-Sells
 Re-Bag
 Reitan
 Salling Group
 Samsøe Samsøe
 Schou Company a/s
 Sport 24
 STARK
 Synoptik A/S
 TooGoodToGo
 Trioplast
 Unilever
 Wefood

Organisationer (27):

Bager- og konditormestre
 CONCITO
 Dansk Detail
 Dansk Erhverv
 Danske Guldsmede og Urmagere
 DI Handel
 DIEH
 DM&T
 De Samvirkende Købmænd
 DTU

Dyrenes beskyttelse
 FDIH
 Forbrugerrådet Tænk
 Foreningen mod madspild
 Fødevarebanken
 Guldsmedebranchens
 Leverandørforening
 KFI
 Kunstakademiets Designskole
 Landbrug & Fødevarer

Miljømærkning Danmark
 MLDK
 Plastindustrien
 SMV Danmark
 Stop Spild Lokalt
 Stop Spild af Mad
 Varefakta
 WEAR
 Økologisk landsforening

Myndigheder (6):

Erhvervsministeriet
 Erhvervsstyrelsen

Klima- Energi- og Forsyningsministeriet
 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Miljø- og Fødevarerministeriet
 Udenrigsministeriet

Bliv klog på emballage

Forbrugeremballage er i høj grad emballager, der kun anvendes en gang, og materialer herfra cirkulerer ikke i nævneværdig grad over i nye produkter. De forbrændes hovedsageligt. Langt bedre går det med emballager, der bruges til håndtering af varer mellem leverandører og handlen. De genanvendes hovedsageligt.

For alle emballager gælder dog, at de skal videreudvikles til at bestå af monomaterialer, der kan genanvendes flere gange. Og emballagerne skal designes sådan, at forskellige materialer kan adskilles igen i genvindingsprocessen og recirkulere så rene som muligt. Endelig skal der udvikles logistiksystemer, hvori emballager genbruges mange gange før de genanvendes.

Inspiration til udvikling af emballageløsninger

Følgende forslag illustrerer, hvordan der allerede arbejdes eller kan arbejdes med en omstilling til mere bæredygtig emballageanvendelse. Emballage-cases er udvalgt dels i forhold til den mængde, som de udgør på markedet, men også fordi de repræsenterer en særlig problemstilling, som kan være illustrativ for andre områder.

Primær emballage er de emballagetyper, som er omkring de varer, vi køber i supermarkeder eller specialbutikker og dermed de emballager, som forbrugerne bortskaffer via det kommunale affaldssystem.

Primæremballager kan miljø- og klimamæssigt optimeres gennem et reduceret materialeforbrug, gennem brug af mindre miljøbelastende materialer eller ved at emballagerne er designet til genanvendelse.

Men det er vigtigt at understrege, at det samlede aftryk for emballagen er dybt afhængig af det system, som behandler emballagen, efter den har forladt forbrugeren. En emballage, der er designet til genbrug, mister en stor del af sin miljømæssige værdi, hvis emballagen ender i affaldsforbrændingen. Komposterbare plastemballage kan ikke realisere de fordele, de måtte have,

hvis ikke vi har et system for industriel kompostering. Rene emballager designet til genanvendelse kan miste sin værdi, hvis de i indsamlingssystemet blandes med andre emballager.

Fremtidens emballagedesign og anvendelse må ses i sammenhæng med fremtidens affaldssystem. Producenter kan og bør vælge bedre emballageløsninger og med producentansvaret kan producenterne også få en afgørende indflydelse på affaldssystemet og dermed medvirke til at realisere potentialet for mindre miljø- og klimabelastning.

Primære emballager

I det følgende beskrives en række eksempler, hvor virksomheder enten har taget skridt til at reducere miljø- og klimapåvirkningen af deres emballageanvendelsen eller har en klar retning for, hvorledes man kunne optimere anvendelsen, også på kort sigt.

Eksemplerne kan ses som enkeltstående cases, men kan også ses som inspiration for andre anvendelser.

A) Genanvendelse af lamineret karton (herunder mælkekartoner)

Kartoner af lamineret karton anvendes til mange flydende produkter, men langt størstedelen anvendes som mælkekartoner. Lamineret karton kan genanvendes. Det sker allerede i dag i lande omkring os. I Danmark har vi hidtil valgt forbrænding af denne emballagetype, men det er ikke emballagen, som er problemet, men derimod affaldssystemet, som hidtil ikke har leveret en løsning. Hvis kartoner indsamles særskilt (eller sammen med materialer, som de miljøøkonomisk let kan adskilles fra igen), kan såvel emballagens papir og plastdele genanvendes enten via mekanisk eller kemisk genanvendelse. Og da kartonerne er fremstillet af virgin papirfibre, er det papir i en høj kvalitet med mange, nye anvendelsesmuligheder.

CO₂ effekter ved initiativet

Det estimeres, at op mod halvdelen af CO₂-udledningen fra papirdelen kan spares ved genbrug svarende til en

reduktion på omkring 8.000 ton/år.

Fra plastdelen ligeledes halvdelen af den oprindelige CO₂ omkring 4.800 ton/år

Egne tiltag

1. De største brugere af lamineret karton, eksempelvis mejerierne, kan være med til at understøtte kampagner om ændret sortering ved at vejlede og informere forbrugeren via kommunikation på kartonerne.
2. Der er stor interesse for at gennemføre et forsøg med særskilt indsamling og genanvendelse af mælkekartoner og andet, lamineret karton. Der er allerede gennemført afgrænsede forsøg.

Anbefalinger til regeringen

1. Der er behov for konkrete krav på affaldsområdet, der muliggør separat indsamling og genanvendelse af væskekartoner og andre papirkompositter.

B) Plastikemballage til vaskemidler samt personlige plejeprodukter

Plastemballage af PP/PE samt i nogen udstrækning også PET anvendes i stor udstrækning til emballering af produkter som flydende vaske- og rengøringsmidler samt til personlig pleje. Plast udgør en afgørende faktor for produkternes sikre anvendelse, funktionalitet og forbrugeropfattelse.

Det anslås, at cirka 80 procent af affaldet fra disse produkttyper kommer fra primæremballagen samt produktrester/spild. 20 procent kommer fra sekundær/tertiær emballage.

Plastik anvendt til emballage for disse produkttyper er ofte høj kvalitetsplastik, som med fordel kan genanvendes eller genbruges, og der ses allerede flere emballager til vaskemidler og produkter til personlig pleje, hvor der anvendes genanvendt plastik.

Udbuddet af genanvendt plast (PP/PE) begrænser et hurtigere og mere udbredt skifte i branchen. Et skifte skal derfor understøttes af større tilgang af genanvendte råvarer gennem mere/bedre sortering og genanvendelse.

CO₂-effekter ved initiativet

Den samlede mængde plastik anvendt for ovenstående produktkategorier

estimeres til min. 3.200 ton i DK/år. Det giver en besparelse på 7.700 ton CO₂ (2,4 kg CO₂/kg plastik), hvis mængden omlægges til genanvendelse i stedet for at gå til forbrænding.

Egne tiltag

1. Designe emballager med fokus på reduceret klimabelastning, herunder efterspørge recirkulerede råvarer.
2. Anvende refills, koncentrering af produkter samt høj fyldningsgrad
3. Undgå unødige emballager.
4. Kommunikation til forbrugeren om korrekt sortering af tomme emballager.

Anbefalinger til regeringen

2. Økonomiske incitamentter rettet mod producenter skal understøtte design af emballager. Det skal ske ved at udnytte de muligheder, der er i affaldsdirektivet omkring producentansvarets graduerede betalingsstruktur. Fremme fælles kommunale sorteringsstandarder.

C) Plastbakker og -bøtter til fødevarer

Plastbakker og -bøtter til fødevarer anvendes primært til hakket oksekød, frugt og grønt og andre fødevarer, men kan også anvendes til ikke-fødevarer. Der bruges flere forskellige plasttyper både pga. vane, men også af hensyn til funktionskrav, og der er forskel på om plasten kan genanvendes efter endt brug.

Kødbakker udgør langt det største anvendelsesområde med et estimeret årligt forbrug i Danmark på 160 millioner stk., svarende til 3.200 ton.

Lidt over halvdelen af det plastaffald, som indsamles hos borgerne, består af fødevareremballage. Heraf er langt størstedelen bakker og bøtter. På nuværende tidspunkt bliver denne mængde kun i begrænset omfang genanvendt og kun til ikke-fødevareremballage, da det ikke er tilladt at bruge de indsamlede materialer, hvis det ikke kan dokumenteres, at de er fødevarergodkendt. Der sker dermed en "downcycling" af materialerne.

Der er derfor behov for at udvikle løsninger til genanvendelse af fødevareremballage i en såkaldt bakke-til-bakke genanvendelse. Denne genanvendelse er kun mulig, hvis vi anvender fødevarerem-

ballage af mono-materiale PET. Derfor er PET også den eneste form for plast, der kan indeholde genanvendt materiale, når det skal bruges i fødevarerkontaktmateriale.

CO₂ effekter ved initiativet

Ved anvendelse af 90 procent genanvendt PET-materiale vs. 100 procent PET ny-materiale (virgin) er CO₂-besparelsen cirka 50 procent på råvareproduktionen.

Ved at øge kvaliteten af affaldssorteringen og mængden af genanvendelsen af mono-materiale PET, kan CO₂ reduktionen bevæge sig op mod 80 procent, hvis der sammenlignes med 100 procent ny-materiale som bortskaffes via forbrænding.

Handlens egne tiltag

1. Virksomhederne skal efterspørge og anvende materialevalg i monomaterialet PET.
2. Der skal gennemføres informationskampagner rettet mod forbrugeren for at fremme korrekt sortering.
3. Forbrugeren skal oplyses om, hvad der udgør CO₂-besparende og miljøvenlig fødevareremballage.

Anbefalinger til regeringen

1. Ensartet affaldssystem på tværs af kommunegrænser
2. Fremme systemer der muliggør en udsortering af emballager, hvor den oprindelige anvendelse er kendt
3. Undtag mono-materiale fødevareremballage, der er produceret af genanvendt plast fra afgift. På den måde vil afgiften stimulere brugen af genanvendte materialer og sørge for, at virksomhederne vælger mono-materiale, der kan genanvendes effektivt og indgå i rene affaldsstrømme, hvilket er fundamentet for den cirkulære økonomi.
4. Undersøge, om det er muligt, under hensyn til fødevarerikkerhed, at anvende regenererede råvarer, uden at der er 100 procent sporbarhed

D) Metal – aluminium og jernholdige emballager

Til emballageformål anvendes metal primært til dåser til drikkevarer og forskellige fødevarer. Metaldåser til drikkevarer er allerede i et velfungerende pant og retursystem og behandles

derfor ikke yderligere.

Miljøstyrelsen har beregnet, at Danmarks samlede potentiale for indsamling af metal til genanvendelse udgør cirka 172.000 ton, baseret på en gennemsnitsbetragtning pr husholdning.

EU's emballagedirektiv påbyder, at der skal indsamles 50 procent aluminium i 2025 stigende til 60 procent i 2030, mens indsamlingsmålet for jernholdige emballager er 50 procent i 2025 stigende til 80 procent i 2030. Der indsamles allerede i dag godt 80 procent af potentialet, dels gennem kildesortering dels gennem udtagning fra slaggen fra affaldsforbrænding.

Uagtet at indsamlingskravet er opfyldt, vil det være ønskeligt at hæve indsamlingen yderligere, idet den indsamlede råvare har en meget høj værdi, da genanvendt emballagemateriale i princippet har samme kvalitet som virgine råvarer.

CO₂ gevinster ved initiativet

Der er store CO₂ gevinster ved at genanvende brugte emballager, idet fremstilling af emballager ud fra recirkulerede råvarer kun reducerer CO₂-udslip med omkring 90 procent sammenlignet med produktion fra virgine råvarer.

Egne tiltag

1. Der bør gives bedre information til forbrugeren omkring sortering af metal og alu emballager, herunder de klimamæssige gevinster.

Anbefalinger til regeringen

1. Der bør igangsættes en undersøgelse af, i hvilket omfang kvaliteten af de indsamlede råvarer er betinget af, hvorvidt råvaren er indsamlet gennem kildesortering eller gennem udtagning fra slaggen.

E) Forbedret indsamling af glas til genanvendelse

Der er behov for en indsamlingsstruktur for glasset, der i højere grad værner om glassets genanvendelsespotentiale.

Glasemballage blev tidligere primært indsamlet via igloer og genbrugsstationer. Disse metoder er de mest skånsomme for glasindsamling, da glasset kun delvist knuses og forbrugeren ikke blander andet affald sammen med glasset.

I dag indsamler 22 kommuner glas

sammenblandet med plast og metal (MGP-systemet). Affaldet skal derfor eftersorteres, og det er på grund af indsamlingsmetoden vanskeligt, da glasset er knust i indsamlingssystemet og glassplinter sidder i plasten. Dette kan ikke håndteres i glasgenanvendelsen i Danmark. Derfor eksporteres dansk glasaffald og omvendt må den danske industri importere glas-affaldsråstoffer.

Der produceres i Danmark årligt 800 millioner glasemballager til forskellige emballageformål. Råvareforbruget er primært glasskår (140.000 ton årligt, hvorfra cirka 100.000 ton er indsamling i Danmark og resten fra øvrige nordiske lande).

CO₂-effekter ved initiativet

Genbrug af skår reducerer udledning af CO₂. Glasskår smelter lettere end de rene råvarer. Ved en skårprocent på 90 procent reduceres energiforbruget med cirka 30 procent i produktionen af ny glas. En vugge til vugge analyse viser, at der spares 670 kg CO₂/ ton i glasproduktionen.

Anbefalinger til regeringen

1. Regeringen skal indføre obligatoriske sorteringsstandarder for kommunernes anvendelse, som fastsætter, at glas ikke sorteres sammen med plast eller andre materialer, der forringer genanvendelseskvalitet eller økonomi.
2. Miljøstyrelsen skal udarbejde minimumskrav til indsamling af genbrugsglas for at sikre, at der i processen ikke sker unødigt tab af mængder, samt at kvaliteten overholdes, således at genbrugsglas kan anvendes som råvare og ikke ender som deponi eller eksporteres til 3. lande, hvor man ikke ved, hvad der reelt sker med det indsamlede genbrugsglas.

Sekundære emballager

Sekundære emballager er emballager, der samler et antal salgsenheder. I nogle tilfælde kan emballagen hjemtages af forbrugerne, men som oftest forbliver de i detailhandlen og skal affaldshåndteres derfra. I de tilfælde hvor emballagen hjemtages af forbrugeren, indgår den i affaldssystemet på en måde, der svarer til de primære emballager og vejledning til forbrugeren om affaldshåndtering er relevant.

I det tilfælde hvor den sekundære emballage forbliver i detailhandlen og skal affaldshåndteres derfra, er der særligt grundlag for at undersøge mulighed for alternative emballagesystemer, herunder muligheder for at etablere genbrugssystemer.

De fleste sekundære emballager består af en papbakke og en krympefolie af plast, der samler et antal enheder – for eksempel en bakke med 12 dåser – som kan placeres enten løst eller direkte på hylden i butikken. Disse emballager bortskaffes sammen med butikkens øvrige affald, altså typisk i pappressen, mens plast sorteres sammen med øvrig strækfilm fra paller.

Der er imidlertid også mere specielle, sekundære emballager, som i visse dele af handlen kan udgøre en betragtelig mængde, og som derfor kan gøres til genstand for en særskilt indsamling og individuelle genbrugssystemer.

A) Blomsterpotter, spande og bakker

Forbrug af emballager til transport og udsalg af blomster er estimeret til 100 millioner enheder/år.

De fleste emballageløsninger på markedet i dag er produceret af genanvendt plast – plast, der er overskudsplast fra industrien.

En omstilling fra plast til pap/papir er ikke hensigtsmæssig på grund af jord og vand omkring planterne. Derfor er det primære fokus at sikre genbrug og genanvendelse af emballagerne.

En udfordring med at genbruge spande og bakker er, at de skal vaskes før de anvendes igen.

Eget tiltag

1. Et bredt samarbejde i værdikæden skal undersøge mulighederne for en miljøøkonomisk fordelagtig særskilt indsamling, rengøring og genbrug af emballagerne.

B) Bøjler

Detailhandlen benytter i stor grad plastikbøjler til beklædning. En del af beklædningen bliver leveret på bøjler fra produktionslandene. Alternativt hænger de selv på bøjler. Det estimeres, at der forbruges 2.000 ton bøjler/år.

Bøjler er af helstøbt monoplast, af plast med metal krog eller af helstøbt metal. I forskellig grad kan de genbruges

og genanvendes. Bøjler, der kan genbruges, koster i størrelsesorden af 10 procent mere end de mindre stabile.

Beklædningen leveres hovedsagligt uden bøjler i en kasse – i et ”flat pack” system. Tøjet kan dog også være bøjlet i kassen. Flat pack systemet er billigere og mere CO₂-venligt på leverancesiden, men det er ressourcekrævende i detailhandlen, hvor tøjet efterfølgende skal bøjles op eller lægges på hylder.

Efter brug skal bøjlerne genanvendes. Bøjler, der er sammensat af plast og metal er dog omkostningstunge at eksportere til genanvendelse i udlandet, hvor genanvendelsesanslæggene er. Alle varer, der består af blandede materialer, er i EU's regler for import og eksportvarer, som kræver særlig tilladelse fra myndighederne at eksportere. Regler for overførelse af affald over EU's grænser bør derfor smidiggøres, så affald i lettere grad kan overføres til egnede genanvendelsesanslæg i EU.

Eget tiltag

1. Bøjler skal i højere grad genbruges og i øvrigt designes til genanvendelse efter brug. Således skal der stilles krav til leverandører af bøjler og krav til leverandører af beklædning, der leveres på bøjler.

Anbefalinger til regeringen

1. Regeringen skal påvirke EU-kommissionen til at revidere forordning vedrørende grænseoverskridende affald på en sådan måde, at regler for overskridende affaldstransport i langt højere grad understøtter den cirkulære økonomi. Genanvendelsesanslæg specialiseres i stigende grad, og der er behov for et europæisk samarbejde. EU-kommissionen er i gang med overvejelser omkring en revision af reglerne.

Tertiære emballager

Det meste transportemballage består af papkasser, som altovervejende bruges fra producent til butik eller andre erhverv. De fleste transportemballager er derfor koncentreret på store enheder, butikker eller lagre, hvorfra det som hovedregel går til genbrug.

E-handlen medfører, at forbrugere kan handle globalt og dermed øges mængden af transportemballage og

transportemballager ender i husholdningerne. E-handel er generelt i voldsom vækst. Og medfører voksende mængder emballageaffald ved husholdningerne, typisk pap, som skal bortskaffes.

En særlig miljødudfordring ved de transportemballager, e-handlen bruger, er, at de typisk har et generelt design og med få variationer i rumindhold. Det medfører, at e-handlens transportemballager ofte er overdimensionerede og varerne er omgivet af plastmaterialer for at give beskyttelse. Det medfører overemballage. Der er derfor brug for et tiltag, der kan nedbringe den relativt store CO₂-belastning, som de nuværende typer transportemballager i e-handlen bevirker. Kun få e-handelsvirksomheder tilbyder varelevering i genbrugsemballage, der tilbagetages.

Der bør derfor udvikles en designguide til transportemballager med særligt fokus på emballagetyper med størst muligt potentiale for CO₂-reduktioner i e-handlen.

Tiltaget skal derfor reducere emballageforbruget af pap og plastmaterialer også ved designregler for genbrugsemballager, der eventuelt kan indgå i en e-handels genbrugssystemer. Formål for tiltaget er at vise vejen for e-handlen til mere klimavenlig transport ved hjælp af ressourceeffektive transportemballager, som også kan genbruges.

Eget tiltag

Der igangsættes et branchesamarbejde for at udvikle designregler for transportemballager, der kan indgå i e-handlen ved at samarbejde med projekter, der optimerer e-handels logistik.

Anbefalinger til regeringen

Regeringen skal med økonomiske midler støttet innovationsprojekt, der udvikler designregler for nye typer ressourceeffektive og klimavenlige transportemballager, der især kan benyttes af e-handlen. Designreglerne skal også sikre genbrugsemballager, der kan indgå i e-handlens tilbagetagningslogistik.

Da e-handel typisk er grænseoverskridende bør regeringen løfte problemstillingen på EU-niveau, således at der kan stilles fælles europæiske krav til anvendelse af emballager.

Særligt fokus på plast

Uagtet at alle emballager medfører en

miljø- og klimabelastning, er der ingen tvivl om, at især forbruget af plast udgør en særlig problemstilling. Dels fordi plast som hovedregel fremstilles af ikke-fornyelige fossile råstoffer, men også fordi plast er meget udbredt, let anvendeligt emballagemateriale med en række gode egenskaber og udgør et meget synligt forbrug. Ydermere er plast svært nedbrydeligt i naturen herunder også i havet, hvor der globalt er store problemer med microplast.

Uagtet at vi i Danmark har en velfungerende affaldsbortskaffelse, og emballager fra Danmark kun i meget begrænset omfang bidrager til dannelsen af microplast, er der behov for, at der gøres en særlig indsats for at nedbringe forbruget af plast og sikre større genanvendelse.

A) Bæreposer

Med et forbrug af bæreposer på 400 millioner stk. ultimo 2017 er der fokus på dels en reduktion af forbruget, dels et re-design af mere bæredygtige poser.

Fra januar 2021 bliver det ved lov forbudt at uddele gratis bæreposer og en pose skal som minimum koste 4 kr. For at nedbringe forbruget af poser har regeringen desuden i 2020 tredoblet afgiften på bæreposer af plast og papir.

Afgiften er flad og rammer derfor ligeligt alle typer materialer og favoriserer dermed ikke brugen af genanvendt plast og papir til bæreposer gennem prissætning.

Indsatsen omkring poser bør være helhedsorienteret og sikre en bæredygtig omstilling af materialeforbruget. Plast er et udmærket materiale, særligt hvis det

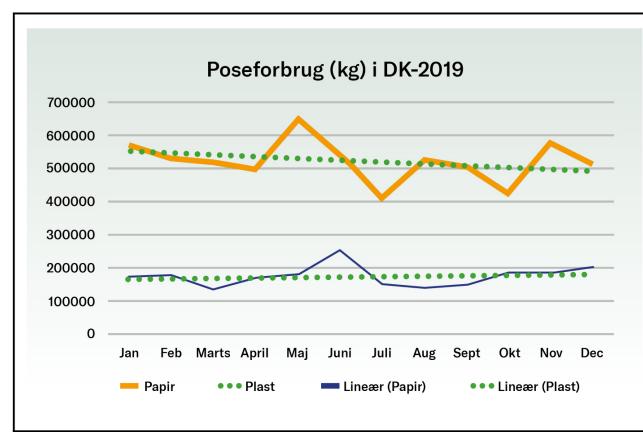
genanvendes. Skubbes markedet derimod i en retning med større forbrug af papir og bomuld, viser miljøvurderinger, at den negative påvirkning på miljøet og klimaet øges. Også et øget forbrug af bionedbrydeligt plast vil medføre negative miljøpåvirkninger, da de alene kan nedbrydes i industrielle anlæg, og sådanne findes ikke i Danmark, hvorfor de forbrændes. Sorteres det bionedbrydelige plast ved en fejl sammen med andet plast, ødelægges genanvendelsen af hele batch 'et, da kemien i plasttyperne er forskellige.

Således viser en miljøvurdering udarbejdet af DTU også, at en bærepose af papir skal bruges 1-2 gange for at opveje den miljøbelastning, der fremkommer, når man bruger en bærepose af plast en enkel gang. For en almindelig bomuldsbærepose skal den bruges mellem 52-149 gange i forhold til en almindelig plastbærepose.

Den vægtbaserede afgift gør det mindre attraktivt at anvende plastbæreposer af genanvendt plast. Med den flade afgift bliver poser af genanvendt plast dyrere end poser af ny plast, da der til en pose baseret på genanvendt plast bruger cirka 15 procent mere materiale for at opnå samme styrke som en pose af ny plast. CO₂-reduktionen er stor, når råstofindvindingen og råstofbearbejdningen undlades og ved brug af genanvendt plast frem for ny plast kan man reducere CO₂ belastningen med 80 procent.

Eget tiltag

Flere kæder arbejder allerede med at begrænse forbruget af bæreposer blandt andet ved at tilbyde net og andre



Der er en tendens til faldende plastforbrug (11 %) og stigende papirforbrug (6 %) til bæreposer, uagtet at der ikke er miljømæssigt belæg for et sådant materialeskift. Medvirkende årsager er detailhandlens og forbrugernes ønske om at udfase plast.



former for bæreposer, der kan anvendes mange gange og ved at informere og opfordre forbrugerne til at bruge bæreposer flere gange.

Derudover er det afgørende, at forbrugeren nemt kan foretage det rigtige valg af bæreposer. Der er derfor behov for at formidle informationer til detailhandelsvirksomheder om, hvilke materialer, der giver den mindste miljø- og klimabelastning. Efterfølgende kan denne information viderekommunikeres til forbrugerne, med henblik på at give viden og forståelse for, hvad der udgør en miljøvenlig bærepose og dermed motivere forbrugerne til at købe den miljømæssigt set bedste pose, herunder særligt at genbruge den flest mulige gange.

CO₂-effekter ved initiativet

Hvis bæreposeforbruget nedbringes med 50 procent reduceres forbruget med 200 millioner poser årligt inden 2024. Dermed reduceres forbruget med 5.000 ton plast (25 g per pose). Produktionen af plast udleder 2.1 ton CO₂ per ton plastmateriale, hvilket giver en samlet CO₂ reduktion på 10.500 ton CO₂ årligt.

Anbefalinger til regeringen

1. Undtag bæreposer, der er produceret af genanvendt plast og papir fra afgiften på bæreposer

B) European Plastics Pact

Danmark skal opfylde kravene i EU's emballagedirektiv. Der er generelt enighed om, at det især vil give udfordringer at opfylde kravene, hvad gælder plastemballage.

Der er allerede mange EU-lande, som har udarbejdet planer for at nedbringe forbruget af plast, og også på internationalt niveau er der igangsat en række initiativer, eksempelvis Den Cirkulære Plastalliance og Global Plastic Action Partnership.

“European Plastics Pact (EPP)” er lanceret som et nyt frontløberinitiativ, som samler aktive nationer, organisationer og virksomheder fra hele værdikæden. Formålet for EPP er at nedbringe forbruget af plastik brugt til emballager og engangsserviceprodukter. Initiativet er udviklet i et samarbejde mellem Holland, Frankrig og Danmark.

De miljømæssige og forretningsmæssige fordele ved at tilslutte sig EPP som

virksomhed skal fremmes. Tilslutter organisationer og virksomheder sig initiativet bidrager man til at styrke samarbejdet i hele værdikæden på tværs af EU og bidrager til at booste teknologiudvikling, der fremmer sortering og plastgenanvendelse og bedre design for emballager og produkter. Tiltaget bidrager til at harmonisere regelpraksis og andre aspekter, der knytter sig til at fremme bæredygtigt forbrug af plast. Deltagende virksomheder opnår et samarbejde med de deltagende medlemsstaters myndigheder omkring lovudvikling og andre aspekter, der knytter sig til regulering.

CO₂-effekter ved tiltaget

Ved at bidrage til at virksomheder tilslutter sig European Plastics Pact, boostes omstillingen til et mere bæredygtigt forbrug af plast. Det er ikke muligt at lave en effektberegning for dette tiltag, men tiltaget fremmer CO₂-effekten for de konkrete initiativer, der sigter på at genanvende mere plast og på at nedbringe forbruget.