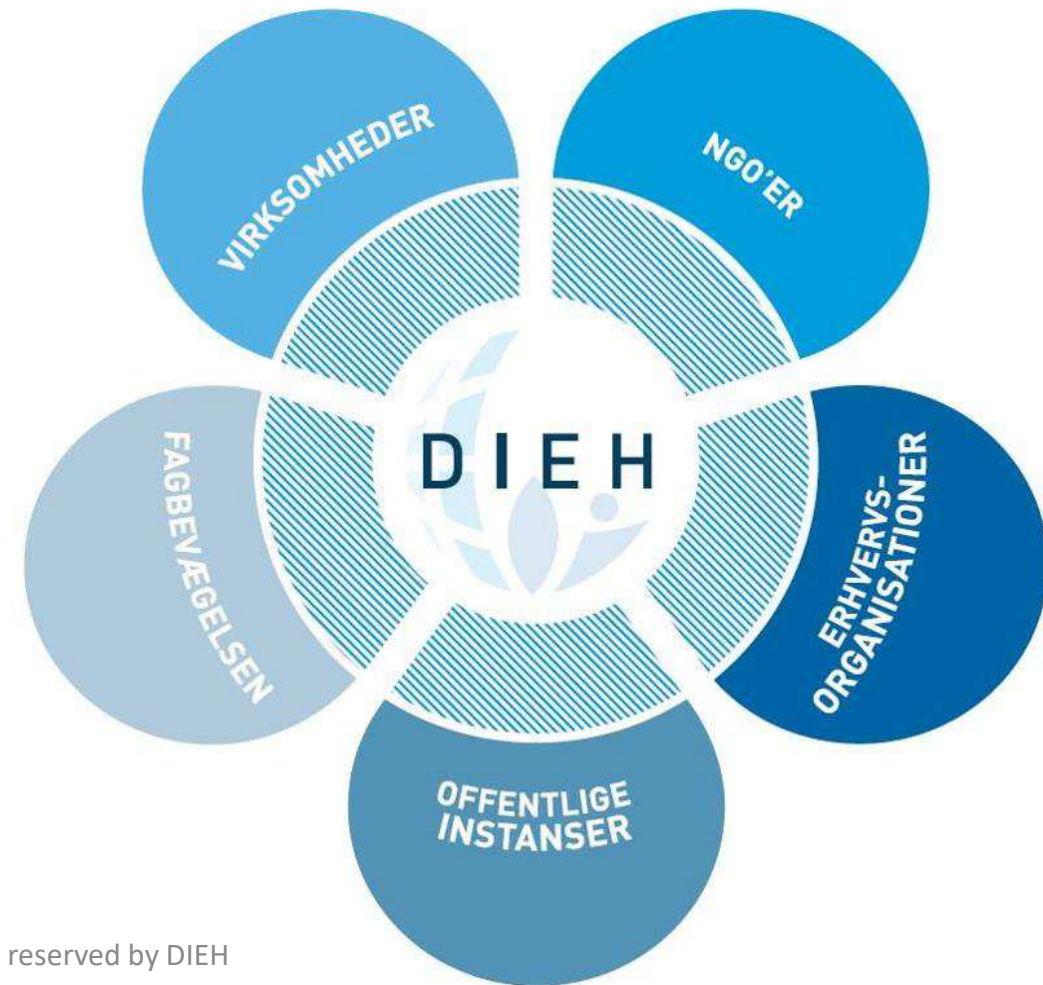
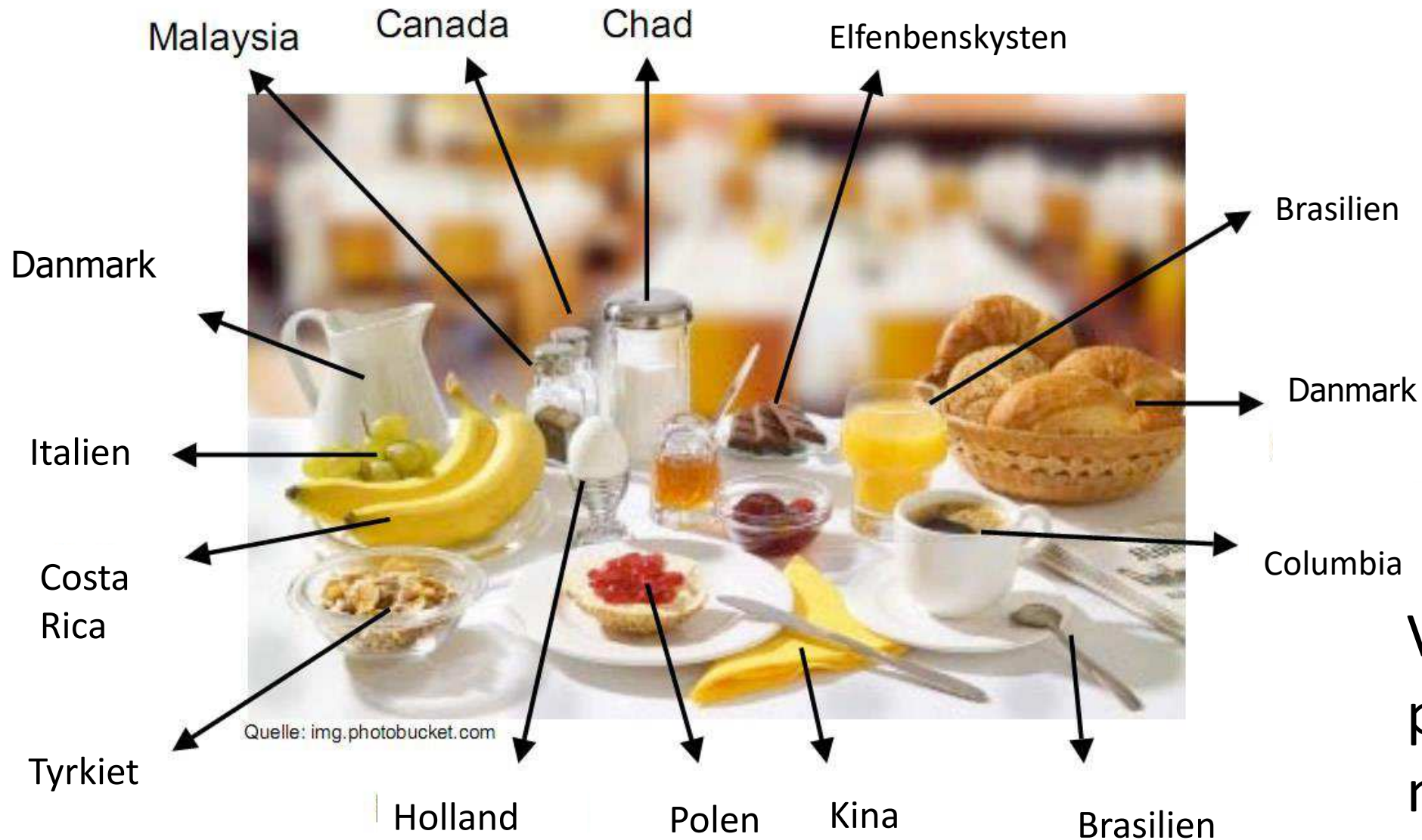


Hvad er DIEH?





Vores forbrug er produceret globalt



Vores forbrug påvirker derfor mennesker og miljø globalt

Hvad er udfordringer: Ordentlige arbejdsforhold og menneskerettigheder



Hvad er udfordringerne: Miljø og klima



Vores forbrug har et markant højere ressourcefodaftryk end EU-gennemsnittet

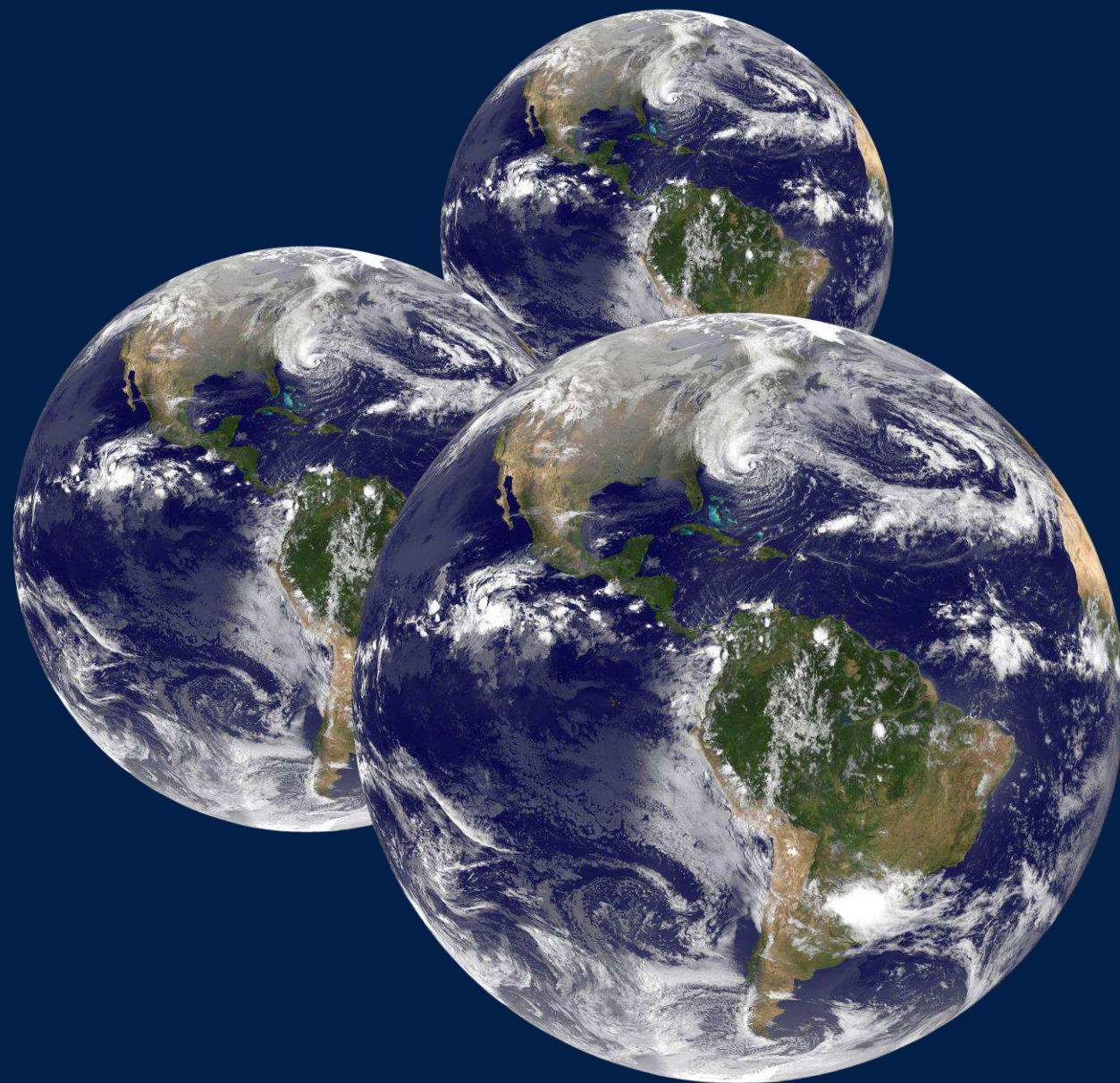
21.11.2019 08:00:00 CET | [Danmarks Statistik](#)



Det danske forbrug og investeringer i Danmark medførte et træk på jorden ressourcer på 125 mio. tons i 2016, hvilket svarer til indvinding af 22 tons råstoffer per person. Til sammenligning var det tilsvarende tal 14 tons for EU.

Hvor mange kloder har vi brug for?

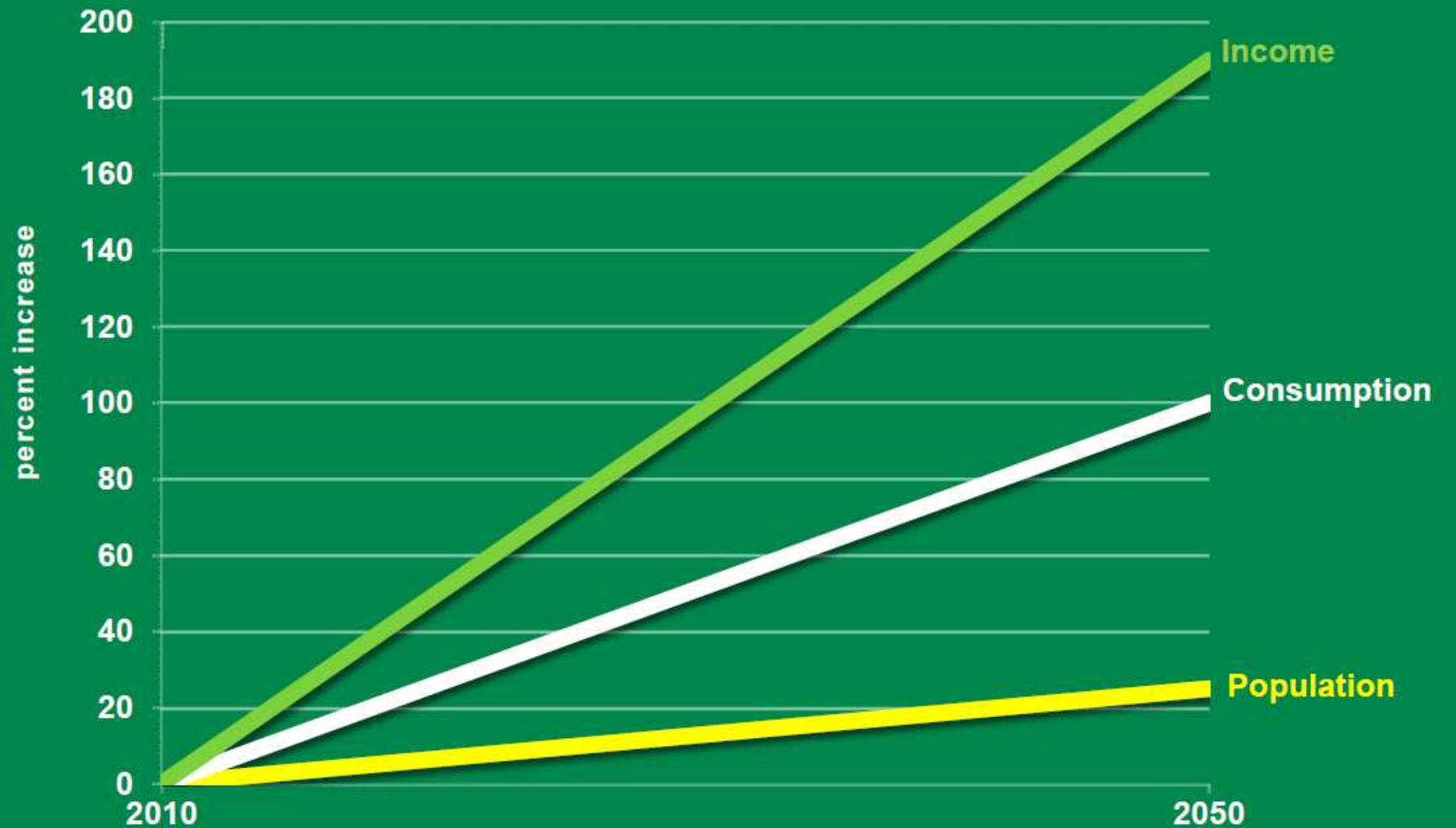
Danmarks befolkning bruger
planetens ressourcer
3-4 gange



Den globale
befolkning vokser
→ 9,7 mia. mennesker
i 2050

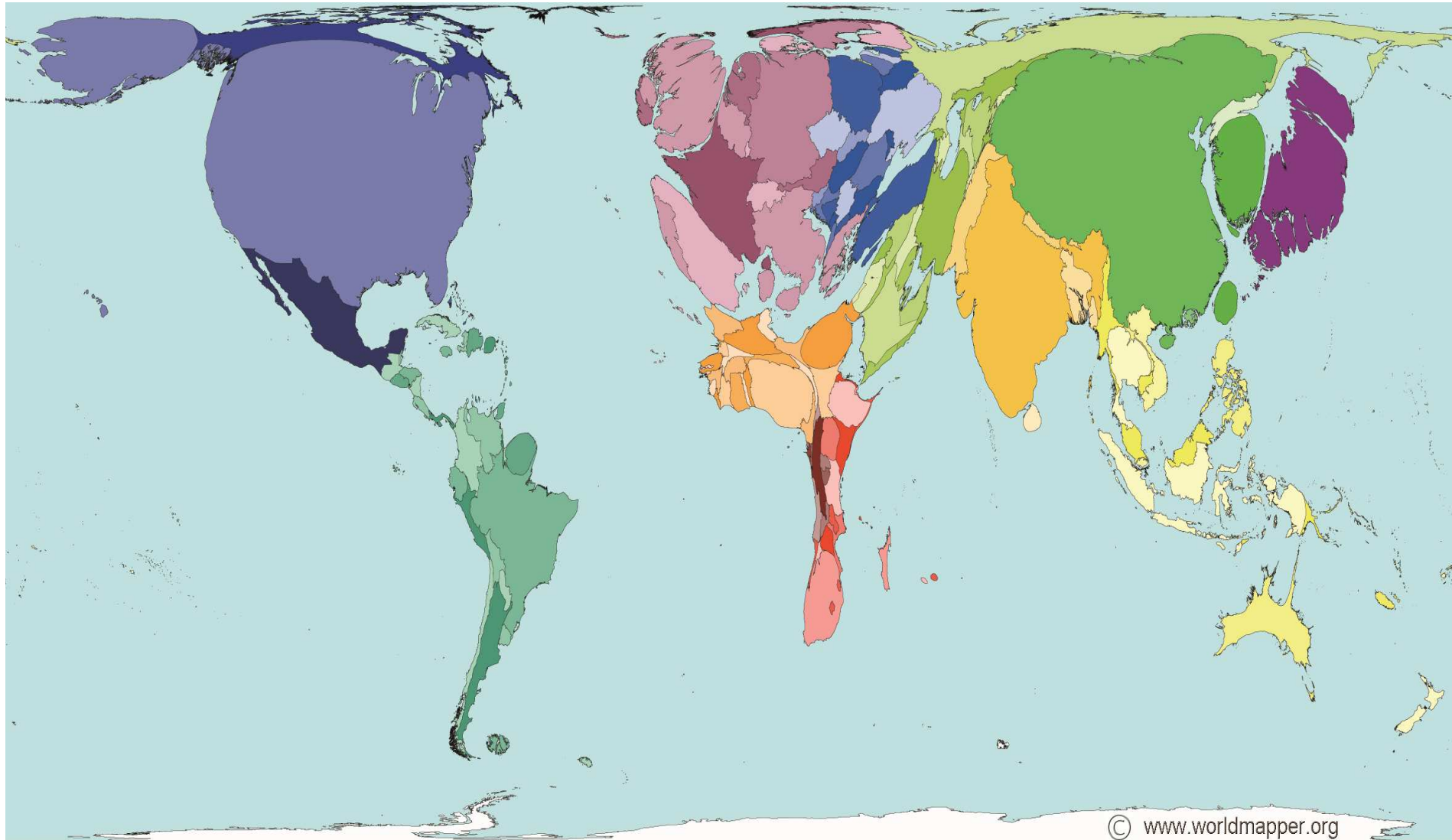


Global trends by 2050



Sources for income and
population figures:
UN (United Nations)

Også et spørgsmål om fordeling



Også et spørgsmål om fordeling



Kilde: What the world eats, Peter Menzel

Hvorfor er det afgørende at se på danske virksomheders værdikæder udenfor Danmark?

En stor del af påvirkningen sker udenfor Danmarks grænser

To eksempler:

Fødevarer:



Udledningen af drivhusgasser relateret til den **soja**, der anvendes i foder til produktion af kød og mejeriprodukter i Danmark skønnes til ca. 6 mio. tons CO₂e/år.

Det svarer til over 80 % af udledningen fra de danske personbiler eller næsten halvdelen af den nationale udledning fra dansk landbrug.

(kilde: Concito, 2014)



Tekstiler:

- 76% af drivhusgasemissionerne,
- 85% af forbruget af råmaterialer og
- 92% af vandforbruget

forbundet med Europæisk forbrug af tøj, sko og tekstiler sker udenfor Europa. (kilde: EEA, 2014)

Danske forbrugere vil i stigende grad bæredygtighed

Danske forbrugervaner

Er danske forbrugere villige til at justere deres adfærd og købe produkter eller serviceydelser, der bidrager til bæredygtig udvikling?

57%

kigger efter certifikater på bæredygtighed, når de handler

73%

er villige til at betale mere!

47%

har betalt mere for et mere bæredygtigt produkt eller service inden for det seneste år

64%

er enige i at bæredygtig udvikling kræver en ændring i hans/hendes forbrugervaner

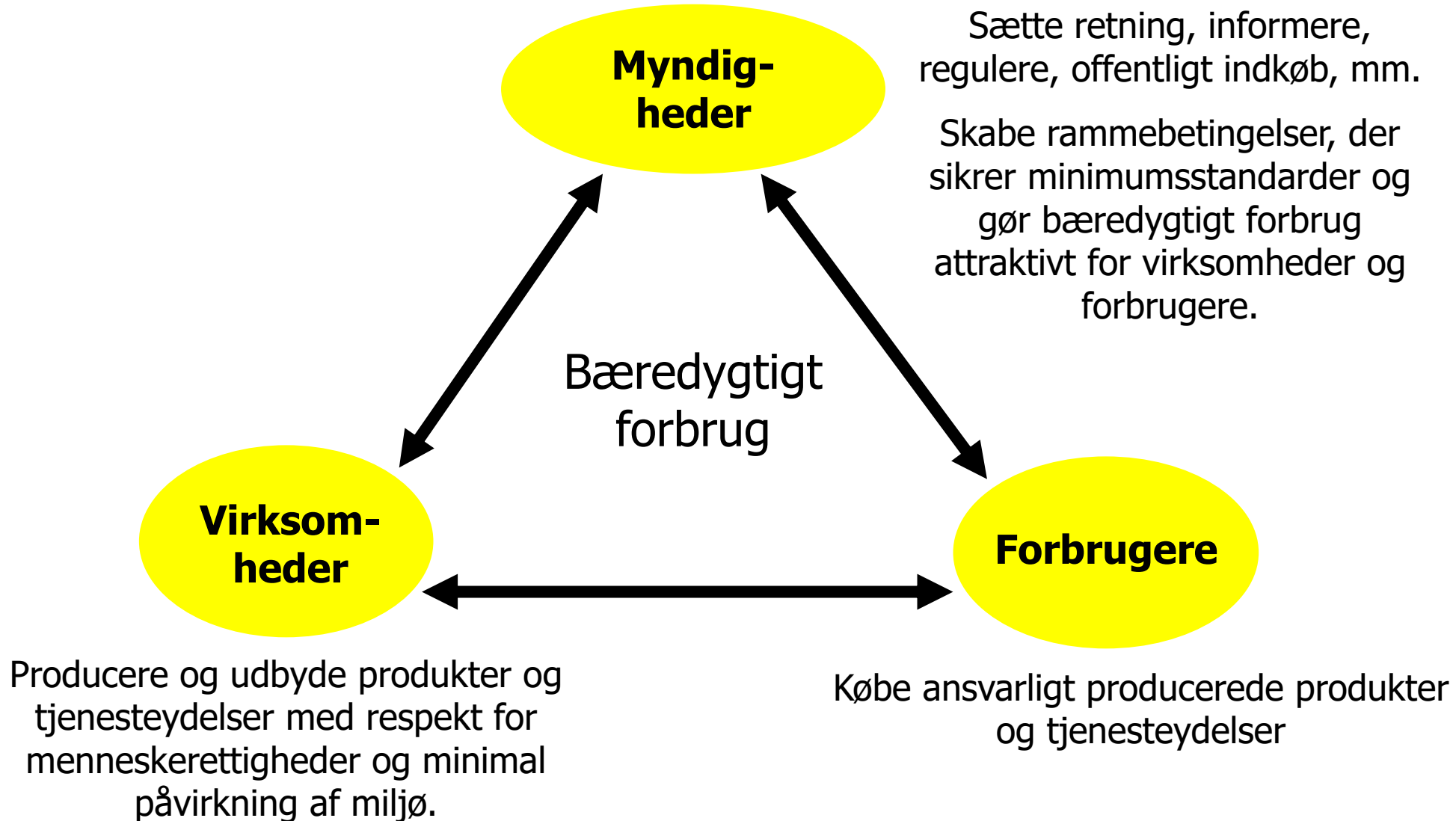
73%

synes det er vigtigt, at produkter hun/han køber er ansvarligt produceret



Kilde: Bæredygtighedsbarometret, Advice A/S, 2019

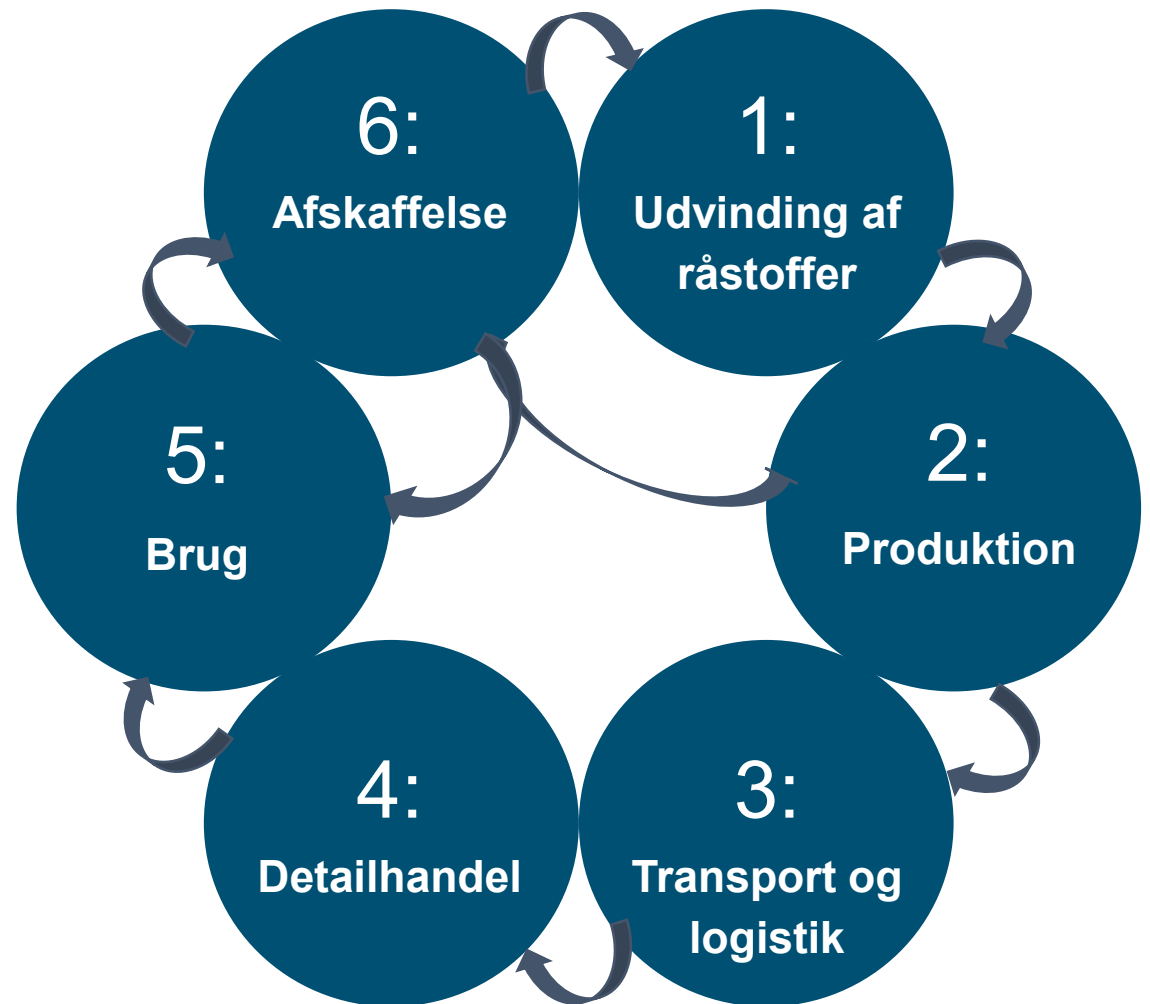
Omstillingen skal ske i samspillet mellem myndigheder, erhvervsliv og borgere



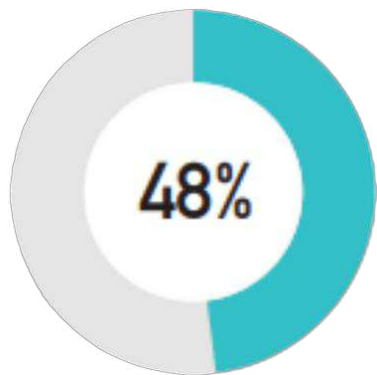
Hvad kan danske virksomheder gøre?

Fremme arbejdstagerrettigheder, menneskerettigheder og klima og miljø i Leverandører – egen drift – kunder

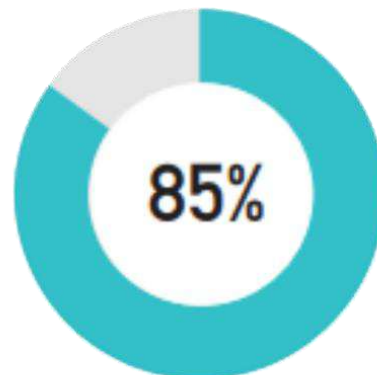
- Ansvarlige **indkøb**
- Ansvarlig **leverandørstyring**
- **Produktdesign og produktion** - producere / sælge mere **bæredygtige produkter og tjenesteydelser**
- **Egen drift**
- **Forretningsmodeller**
- Bruge **mærknings- og certificeringsordninger**
- **Forbrugerkommunikation**
- Indgå i **samarbejder og partnerskaber** med andre virksomheder – og andre aktører- herunder myndigheder, NGOer og fagbevægelsen



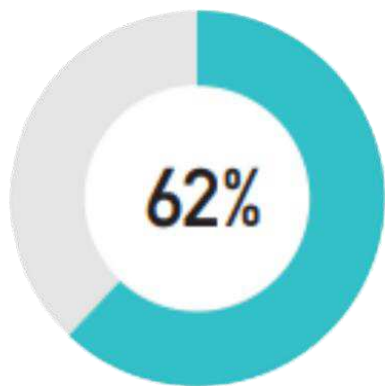
Danske borgeres holdning til bæredygtighed



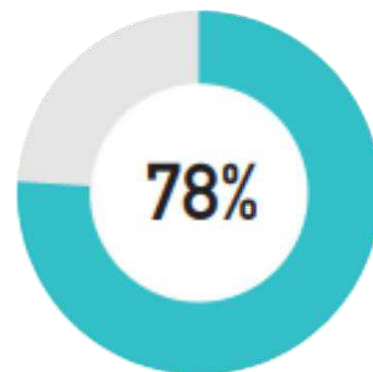
Bæredygtighed er det vigtigste politiske emne i øjeblikket



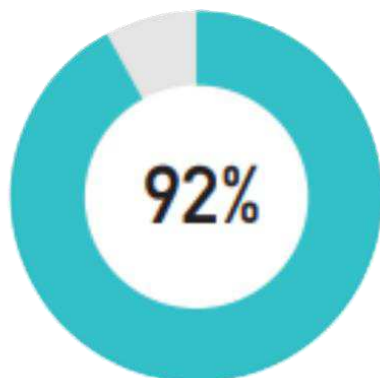
Virksomheder skal spille en rolle i at sikre bæredygtig udvikling



Bæredygtighed vil være det vigtigste politiske emne de næste fem år



Den offentlige sektor skal være frontløber i bæredygtig udvikling, ved at sikre ansvarligt og bæredygtigt indkøb



Virksomheder skal agere etisk og moralsk

Kilde: Bæredygtighedsbarometret, Advice A/S, 2019



Mange danske virksomheder er frontrunnere inden for bæredygtighed – og belønnes for det

Den ansvarlige forbruger er ikke længere niche

- Miljømærket **Svanen**: Mere end 16.000 produkter og tjenesteydelser og omsætning: > 8 mia. kr. – en firdobling på 10 år
- Miljømærket **Blomsten**: Mere end 4.500 produkter og tjenesteydelser
- **Fairtrade** mærket: Omsætningen af Fairtrade-mærkede varer i Danmark mere end fordoblet i perioden 2008-2016
- **FSC**: Antal certifikater næsten ti-doblet i perioden 2008-2018
- **MSC**: Mere end 1500 produkter – svarende til en tidobling siden 2010.
- **Økologimærket**: Detailomsætningen er steget fra 8,7 mia. kr. i 2016 til 12,9 mia. kr. i 2018 – en stigning på 48%.



Samtlige mærker har oplevet en markant øget udbredelse i Danmark de seneste år.

Eksempler på, hvad der kan gøres politisk (1)

- Dansk indsats for ansvarlig import
- Incitament, der kan gøre det bæredygtige valg mere attraktivt
- Monitorere udviklingen i prisen på det grønne valg
- Værdikædefokus med i CSR-rapportering
- Monitorere og sætte mål for ansvarligt forbrug - fx med inspiration fra Sverige



Eksempler på, hvad kan der gøres politisk (2)

Offentlige indkøb – kan bidrage til bæredygtigt forbrug direkte og indirekte:

- Koordineret dansk national indsats
- Monitorering – vi ved i dag ikke, hvor vi står
- Uddannelsesforløb til offentlige indkøbere
- Indarbejde krav til respekt for menneskerettigheder i offentlige indkøb i udbudsloven med inspiration fra Norge
- Rapporteringskrav til kommunerne om ansvarlige offentlige indkøb?



Eksempel på samarbejde



Virksomhedsdeltagere



Støttemedlemmer



- Lanceret i september 2019

Vision:

- *Alliancens vision er, at **al soja importeret til Danmark er produceret ansvarligt**, herunder produceret lovligt og ikke bidrager til afskovning eller konvertering af anden naturlig vegetation.*

Forpligtelser (for deltagende virksomheder – udover at understøtte visionen):

For at opnå visionen forpligter deltagere sig til at:

1. *Offentliggøre en handlingsplan for ansvarlig soja, inkl. tidsplan, senest d. 31. marts 2020, der beskriver initiativer, der skal sikre fremdrift mod visionen*
 2. *Af rapportere fremgang årligt til alliancens sekretariat - første gang inden udgangen af maj 2021*
- DIEH fungerer som sekretariat
 - Gør det nemt for forbrugerne at træffe et ansvarligt valg!

Opsummering

1. Danskeres forbrug påvirker mennesker og miljø globalt
2. Vores forbrug i dag er ikke bæredygtigt - vi har en udfordring
3. Bæredygtigt forbrug er helt centralt i at nå verdensmålene – SDG12 er et transformativt mål, der kan bidrage til de andre mål
4. Danske forbrugere vil gerne – men det skal være nemt og attraktivt
5. Virksomhederne kan spille en afgørende rolle
6. Forbrugerne forventer, at virksomhederne spiller en aktiv rolle
7. Myndighederne kan drive omstillingen ved at skabe de rigtige rammebetingelser og incitamenter for virksomheder og forbrugere, der gør det nemt og attraktivt for dem at træffe bæredygtige valg
8. Store potentialer i samarbejder mellem aktører





Tak for opmærksomheden

www.dieh.dk

ms@dieh.dk