

Notat

13.05.2021

ML/TT



Vedr. B262 ang. bilag 10 - Henvendelse fra de grønne organisationer

De grønne organisationer har rettet henvendelse til Folketingets Erhvervsudvalg vedrørende lovforslag B262. Det er GRAKOMs opfattelse, at henvendelsen fra de grønne organisationer er mangelfuld og bygger på forældede tal og analyser. GRAKOM finder det derfor nødvendigt at kommentere på deres henvendelse for at sikre at debatten ikke præges af forkerte oplysninger.

Mængden af husstandsomdelte tilbudsaviser overdrives

Mængderne af tilbudsaviser synes at være et diskussionspunkt, hvor alle synspunkter tilsyneladende anses for at være gyldige. De grønne organisationer hævder således, at der årligt uddeles 100.000 tons husstandsomdelte tilbudsaviser om året. Dette tal overvurderer klart omfanget af husstandsomdelte tilbudsaviser.

Mængden af tilbudsaviser kan helt konkret og korrekt opgøres. Det er nemlig FK Distribution, der står for uddelingen af tilbudsaviserne. Der blev i 2019 uddelt 64.000 tons tilbudsaviser og i 2020 blev der uddelt 57.000 tons. Altså henholdsvis 36 pct. færre og 43 pct. færre end hævdet afhængigt af året.

Dette er ikke skøn, estimerer eller gætteri. Det er faktisk korrekte tal.

DTU's analyse for Vestforbrænding er forældet og fejlbehæftet

De grønne organisationer henviser til en rådgivningsopgave som DTU udførte for Vestforbrænding "LCA on the prevention of unsolicited mail in the Vestforbrænding Municipalities" foretaget af DTU i 2011¹. Rapporten sammenligner energiforbruget ved at læse papirreklamer med at læse de tilsvarende reklamer i PDF-form på en strømbesparende bærbar computer.

Konklusionen i rapporten er, at udledningen af CO₂-ækvivalenter er 2,3 kg. pr. kilo reklamer (2,3 ton CO₂ pr. ton tilbudsaviser). Af rapporten fremgår det også, at hvis den tilsvarende mængde af reklamer blev læst online i pdf-format på en strømbesparende bærbar computer, ville udledningen falde med ca. 50 pct.

Rapporten fra DTU er på alle måder forældet her ti år efter, og den var i øvrigt allerede i 2011 fejlbehæftet. Rapporten kan simpelthen ikke seriøst danne udgangspunkt for vurderinger af CO₂-udledningen ved grafisk produktion i 2021. Slet ikke når der i virkelighedens verden findes et klimaberegningsværktøj særligt designet til

¹ Sanchez V M and Møller J (2011), DTU Environment (2011), LCA on the prevention of unsolicited mail in the Vestforbrænding municipalities.

grafisk produktion, der helt konkret kan beregne CO₂-udledningen på de konkrete tilbudsaviser, der omdeles i danske postkasser.

DTU fejlvurderer energiforbruget

I DTU's rapport for benyttes der gennemsnitlige værdier for energiforbruget ved produktion af alle tryksager, og ikke specifikt på netop reklametryksager. Det tager GRAKOM højde for i beregningerne af klimetrykket på danske tilbudsaviser, når GRAKOM kommer frem til at danske trykkerier har udledning på 1,23 kg. pr. kg tilbudsaviser. Når der tages højde for dette, er der basalt set ingen forskel på CO₂-udledningen som følge af online reklamer og danskproducerede tilbudsaviser.

De grønne organisationer bemærker, at en del af tryksagerne produceres i udlandet med dertil følgende højere energiforbrug. Man skal dog bemærke, at størstedelen af de udenlandsk producerede tilbudsaviser er miljømærket med EU-blomsten. EU-blomsten har ligesom det danske Svanemærke krav til både energiforbrug i produktion af papiret og krav til trykkeriets energiforbrug. Hvis dette energiforbrug er for højt, kan tilbudsaviserne ikke bære EU-blomsten.

Om end dansk produktion af reklametryksager altid er at foretrække, så er selv polske trykkerier med EU-blomsten betydeligt mere klimavenlige i dag end DTU-rapporten vurderede i 2011. DTU's rapport giver slet ikke i dag et retvisende billede af produktionen af reklametryksager.

Kritisk review af DTU-rapporten afslører en tvivlsom model

Et kritisk review fra Aalborg Universitet² fra 2014 viser, at DTU's livscyklusanalyse har brugt flere tvivlsomme antagelser i deres underliggende model, som har indflydelse på resultaterne. Aalborg Universitets rapport sammenligner miljø- og klimaeffekterne af henholdsvis trykt og digital kommunikation i forskellige livscyklusundersøgelser.

Undersøgelsen fra Aalborg Universitet konkluderer, at der reelt ikke findes videnskabeligt belæg for at konkludere, at trykt kommunikation skader miljø og klima mere end digital kommunikation.

Undersøgelsen fra Aalborg Universitet er offentligt tilgængelig på GRAKOMs hjemmeside.

² Critical review of four comparative life cycle assessments of printed and electronic communication (2014), Jannick H. Schmidt og Massimo Pizzol, se https://www.grakom.dk/media/7272/review-of-four-lcas-on-printed-versus-electronic-media_20141204-final_opti_elec.pdf

EU-Blomsten indeholder krav til afsværtning af papir

Når de grønne organisationer hævder, at brugte tilbudsaviser kun kan genanvendes til lavkvalitetsprodukter, er dette ikke rigtigt. I det europæiske miljømærke EU-blomsten er der standardkrav til afsværtning af tryksager netop for at papiret kan genanvendes til de nye produkter man ønsker at producere – herunder grafisk papir. Kravene har eksisteret i flere år.

I de kommende kriteriekrav til Svanemærket, som har ikrafttræden indenfor det kommende år, findes lignende krav.

Dette ændrer dog ikke ved, at papirfibre i sidste ende godt må ende som æggebakker, idet æggebakker alternativt skal produceres af nye papirfibre eller plastik, hvilket ikke er hensigtsmæssigt set ud fra en klimavinkel. Tilsvarende er det også muligt at producere toiletpapir af genbrugspapir.

COOP's undersøgelse er ikke retvisende

De grønne organisationer henviser til en undersøgelse fra COOP³ med henvisning til at 55 pct. af danskere ønsker et direkte forbud mod reklamer. Udsagnet om, at 55 pct. ønsker et direkte forbud mod trykte reklamer, er en betydelig stramning af, hvad der med rimelighed kan konkluderes på baggrund af COOPs undersøgelse.

Konklusionen stammer fra svarene på følgende spørgsmål: "Hvilket udsagn er du mest enig i?"

- Tilbudsaviser bør afskaffes
- Tilbudsaviser skal fortsætte

Med undersøgelsens svarmuligheder er det sandsynligt, at besvareren af spørgsmålet, har taget udgangspunkt i sig selv, og eftersom godt halvdelen af alle danske husstande har fravalgt tilbudsaviser vil disse svare, at tilbudsaviser bør afskaffes. Resultaterne fra COOP's analyse stemmer dog ikke overens med andre meningsmålinger på området.

Generelt er det dog sådan helt enkelt, at i det store hele har halvdelen af danske husstande tilmeldt sig NejTak-ordningen. Disse husstande har generelt en tendens til at være imod tilbudsaviserne. Den anden halvdel af danske husstande har fravalgt NejTak-ordningen, og har valgt i stedet at fortsætte med at modtage tilbudsaviser. Den halvdel af husstandene ønsker så tydeligvis ikke at afskaffe tilbudsaviserne. Derfor er det også en fordel, at vi i Danmark har den mest effektive og

³ COOP Analyse, Januar 2020, <https://om.coop.dk/coop+analyse/analyser.aspx>

velfungerende NejTak-ordning i Europa. Stort set alle danskere kender ordningen, og den er uhyre nem at tilmelde sig. Det sikrer, at den del af befolkningen, der er imod tilbudsaviser også kan slippe for at modtage dem.

Til gengæld kan pensionister og børnefamilier, som er blandt de flittige brugere af tilbudsaviserne, fortsætte med at modtage og bruge dem uden at være tvunget til lede på internettet for at finde gode tilbud fra den lokale købmand. Tilsvarende slipper den lokale købmand slipper for at betale annoncekroner til Google og Facebook for at reklamere for ugens tilbud i lokalområdet.