

## Notat

18.03.2021

ML

### Ingen væsentlig miljøeffekt af en ”Ja tak”-ordning

SF har fremsat et beslutningsforslag om at indføre en reklamer ja tak-ordning af hensyn til miljø og klima.

Forslaget løser i virkeligheden Danmarks mindste miljøproblem. Den danske grafiske branche er helt i front globalt i indsatsen for miljø- og klimavenlige kommunikationsløsninger. Ingen steder i verden har man en højere miljø- og klimastandard for husstandsdelte tilbudsaviser end i Danmark. Forslaget om indførelse af en ”Ja tak”-ordning har reelt ingen nævneværdig miljø- og klimaeffekt.

Beslutningsforslaget rummer dog en række faktuelle fejl, der kan give et helt forkert indtryk af den faktiske miljø- og klimaeffekt af forslaget.

Forslaget er desuden allerede i 2012 erklæret EU-stridigt af EU Kommissionen. Der er ingen juridiske forhold i denne forbindelse, der er ændret siden, og intet tyder på, at det i dag skulle være lovligt at indføre en ”Ja tak”-ordning.

#### Forslaget er i strid med EU-retten

Erhvervs- og Vækstministeriet undersøgte i 2012 mulighederne for at indføre en ”Ja tak”-ordning<sup>1</sup>. I den forbindelse var ministeriet i kontakt med Europa-Kommissionen, som var af den opfattelse, at ordningen ville være i strid med EU-retten, da den vil begrænse udenlandske virksomheder i at reklamere over for danske forbrugere.

I 2020 har advokatselskabet Bech Bruun<sup>2</sup> set på, om en ”Ja-tak”-ordning er forenelig med EU-retten, herunder i relation til miljøgarantien i TEUF artikel 114. I et notatet konkluderer Bech Bruun:

- Et forbud mod trykte reklamer (tilbudsaviser) – hvilket er den konkrete konsekvens af at indføre en Ja tak-ordning – udfordres af flere juridiske regler og principper og vurderes i hvert fald at stride mod EU-retten.
- Et sådant forbud kan i øvrigt ikke uden videre indføres – og slet ikke med henvisning til miljøgarantien i TEUF artikel 114 – og med et formål (miljø- og klimamæssige hensyn), som ikke er nærmere undersøgt, og som formentlig kun i meget begrænset omfang vil nås ved indførelse af forbuddet.

Den hollandske by Amsterdam er foreløbig det eneste sted i Europa, hvor der er indført en ”Ja tak”-ordning. Lovligheden af ”Ja-tak”-ordningen bliver i skrivende stund udfordret ved den hollandske højesteret. Baggrunden for Amsterdams indførelse af ordningen er, at Amsterdam har haft udfordringer med at indsamle papiraffald og dermed har et miljøproblem. Det har vi ikke i Danmark.

---

<sup>1</sup> Europaudvalget: Besvarelse af spørgsmål 176 alm. del stillet af udvalget den 16. maj 2017/2018.

<sup>2</sup> Notat – Juridiske overvejelser vedrørende eventuel indførelse af en Ja tak-ordning for trykte reklamer (tilbudsaviser), Bech Bruun, Februar 2020.

### Faktuelle fejl overdriver klimaeffekten

I beslutningsforslaget omtales, at der ifølge Miljøstyrelsen blev omdelt 113.000 ton tilbudsaviser i 2016. Det er ikke korrekt<sup>3</sup>. I virkeligheden blev der i 2019 uddelt ca. 64.000 ton tilbudsaviser, mens der i 2020 blev uddelt ca. 57.000 ton<sup>4</sup>.

**Fakta:**

Der omdeles kun halvdelen af den mængde, der er forudsat i beslutningsforslaget.

Ifølge forslaget koster de husstandsomdelte tilbudsaviser hvert år samfundet 200.000 ton CO<sub>2</sub>. Denne beregning bygger på et alt for højt estimat for tilbudsavisernes CO<sub>2</sub>-udledning pr. uddelt ton, forkerte uddelte mængder samt en oprunding<sup>5</sup>.

Baseret på de rigtige mængder og konkrete beregninger for CO<sub>2</sub>-udledningen<sup>6</sup> var den faktiske udledning 80.000 ton i 2019 og 70.000 ton i 2020.

**Fakta:**

CO<sub>2</sub>-udledningen udgjorde i 2020 kun 35 pct. af det postulerede i lovforslaget.

Forslaget bygger på, at CO<sub>2</sub>-udledningen falder, når aviserne forsvinder. Det er ikke tilfældet. Stort set al aktivitet er forbundet med CO<sub>2</sub>-udledning. Også digital aktivitet. Færre husstandsomdelte tilbudsaviser betyder flere digitale reklamer og apps, hvilket er forbundet med et øget strømforbrug samt CO<sub>2</sub>-udledning fra medfølgende loyalitetsprogrammer, kundeklubber, gaver, konkurrencer mm. De seneste ti års udvikling viser, at detailhandlen har lanceret flere nye tiltag for at reklamere. I takt med at "Nej tak"-ordningen har vundet indpas, har supermarkederne lanceret rabatordninger blandt andet i apps for at holde på kunderne. Flere rabatordninger medfører et øget forbrug og højere CO<sub>2</sub>-udledning.

**Fakta:**

En afskaffelse af husstandsomdelte tilbudsaviser vil øge den digitale markedsføring, hvilket også fører til CO<sub>2</sub>-udledning. Den reelle CO<sub>2</sub>-besparelse vil derfor være marginal og langt mindre end forudsat i beslutningsforslaget.

Samlet kan det ikke konkluderes ud fra faktuel viden, at en indførelse af en "Ja tak"-ordning vil resultere i en CO<sub>2</sub>-reduktion.

<sup>3</sup> Se fuld forklaring her: <https://grakom.dk/media/9993/grakom-notat-om-tilbudsavisers-co2-udledning.pdf>

<sup>4</sup> Kilde. FK Distribution

<sup>5</sup> Se fuld forklaring her: <https://grakom.dk/media/9993/grakom-notat-om-tilbudsavisers-co2-udledning.pdf>

<sup>6</sup> Estimatet bygger på konkrete virksomhedstal fra ClimateCalc, der kan klimaberegne tryksager. Estimatet omfatter ca. 90 pct. af de reklamer, der trykkes i Danmark. Tallet er inklusive papirproduktion, produktion af blæk, transport, uddeling og affaldsindsamling. Det vil sige hele værdikæden.

## Verdens strengeste miljøstandard for husstandsomdelte tilbudsaviser

Den danske grafiske branche er helt i front globalt i indsatsen for miljø- og klimavenlige kommunikationsløsninger. Branchen stiller krav til sig selv om at være verdens grønneste grafiske branche.

Størstedelen af danske tryksager kommer i dag fra svanemærkede trykkerier. Tryksagens livscyklus er miljøoptimeret og klimabelastningen reduceret. Der er skabt mere energieffektive produktioner, og transporten er minimeret. Samtidig dokumenterer FSC- og PEFC-certificeringer hele vejen fra papiret og tilbage til skoven, hvor træet kommer fra. Den danske grafiske branche tager ansvar både for miljøet, klimaet, skoven og samfundet.

Den danske grafiske branche indførte i 2020 verdens strengest miljøstandard for husstandsomdelte tilbudsaviser. Initiativet sikrer, at de danske tryksager produceres med en minimal belastning af klima og miljø. Ingen andre lande har indført tilsvarende høje krav til husstandsomdelte tilbudsaviser.

Den nye standard bygger på, at alle uadresserede husstandsomdelte reklametryksager produceret i Danmark fremadrettet vil være Svanemærkede, FSC-mærkede og klimaberegnet med ClimateCalc.

Branchens standard sikrer følgende tre krav:

### 1. Svanemærket trykkeri

Tryksagerne produceres på et svanemærket trykkeri. Svanen er det officielle nordiske miljømærke, og mærket stiller de højeste krav til trykkeriets miljøpræstation med udgangspunkt i tryksagernes livscyklus. Der er krav til råvarerne herunder papiret, produktionen og genanvendelsen. Kravene strammes jævnlige i takt med ny viden og materialer. Før et trykkeri kan blive godkendt til Svanemærket, skal virksomheden igennem en omfattende certificeringsproces, der sikrer dokumentation og kontrol af, at alle krav opfyldes.

### 2. FSC-mærket papir

Tryksagerne mærkes med FSC. FSC® er et sporbarhedsmærke, der har til formål at fremme en miljømæssig, social og økonomisk forsvarlig drift af skovbrugene. I en FSC-skov bliver der ikke fældet mere træ, end skoven kan nå at reproducere samt, at træfældningen opretholder skovens biologiske mangfoldighed, produktivitet og økologiske processer. FSC-mærket sikrer, at materialeforbruget til en tryksag bidrager til bæredygtigt skovbrug. FSC-certificering kræver, at papiret kan spores tilbage i forsyningskæden og med garanti lever op til kravene. Alternativt kan anvendes PEFC-mærke.

### 3. Klimaberegning med ClimateCalc

Alle tryksagerne kan klimaberegnes med ClimateCalc. ClimateCalc kan beregne klimabelastningen af den enkelte tryksag set i et livscyklusperspektiv.

Trykkerierne kan dermed rådgive kunder om valg af materialer, som kan reducere en tryksags CO<sub>2</sub>-udledning, ligesom den enkelte tryksag kan klimaneutraliseres. ClimateCalc bygger på den internationale Green House Gas Protocol samt på standarden for klimaberegning vedtaget af den europæiske brancheorganisation, Intergraf. ClimateCalc overholder kravene til klimaberegninger i ISO 16759 og klimaregnskaber i ISO 14064-1.

Erfaringerne med klimaberegningerne er, at man med det mest klimavenlige papirvalg og andre klimavenlige valg i produktionen, typisk kan reducere CO<sub>2</sub>-udledningen med omkring 25-30 pct. i forhold til standardtryksager.

Den grafiske branche i Danmark garanterer, at mindst 90 pct. af dansk producerede husstandsomdelte tilbudsaviser overholder den ny miljøstandard.

Den grafiske branche i Danmark bidrager således markant til nedbringelse af miljø- og klimabelastningen af ikke bare de husstandsomdelte tilbudsaviser men af al grafisk produktion i Danmark. Samtidigt er GRAKOM toneangivende på den grønne omstilling i hele branchen på europæisk plan i Intergraf. Danmark er således grønt foregangsland i Europa indenfor grafisk produktion.

## Værd at vide om tryksager, miljø og klima

- Ingen miljømærkningsordninger er bedre til at sikre miljøvenlig grafisk end Svane-mærket. Danske svanemærkede tryksager er ikke tilsat tungmetaller, de skader ikke miljøet med kemikalier og indeholder ingen farlige stoffer.
- Tryksager er bionedbrydelige og komposterbare. Men papir er naturens egen fornybar ressource, og man bør sortere brugt papir, så det bliver genanvendt. Ellers går vigtige naturressourcer til spilde. I Danmark er vi blandt de bedste i verden til at indsamle og genanvende papir.
- Danske trykkerier kan dokumentere og minimere klimabelastningen med ClimateCalc.
- Danske trykkerier benytter papir fra ansvarlige skandinaviske og europæiske skove. FSC-mærket sikrer papir fra bæredygtigt skovbrug, og der bruges ikke træ fra truede skove til danske tryksager.
- De europæiske skove vokser med et areal svarende til 1,5 gange Fyn hvert år. Det skyldes efterspørgsel efter træ til tømmer, papir og meget andet. 44 pct. af Europas areal er nu dækket af skov.
- Internettet er ikke grønnere end skoven. Digital kommunikation sætter også miljø- og klimaaftryk, og der findes intet videnskabeligt belæg for, at digital kommunikation generelt er bedre for klima og miljø end trykt kommunikation.

Man kan læse mere på [www.trykmedansvar.dk](http://www.trykmedansvar.dk)