

Henvendelse til 262 ang. bilag 7: Reklamer forurener

Foreningen Reklamer Ja tak har rettet henvendelse til Folketingets Erhvervsudvalg vedrørende lovforslag B262. Det er GRAKOMs opfattelse, at henvendelsen fra Reklamer Ja Tak er særdeles misvisende og indeholder adskillige postulater uden hold i virkeligheden. GRAKOM finder det nødvendigt at gendrive nogle af disse.

Om ClimateCalc

Det er helt korrekt, at GRAKOM er en del af Foreningen ClimateCalc og at GRAKOM varetager sekretariatsfunktionen for ClimateCalc. I modsætning til hvad Reklamer Ja Tak hævder, forsøger GRAKOM bestemt ikke at skjule, at GRAKOM er en del af foreningen. Tværtimod, er vi i GRAKOM stolte af at have været den bærende kraft i udviklingen af ClimateCalc¹.

Det er vi stolte af, fordi GRAKOMs miljøeksperter er Europas førende, og det er GRAKOM, der er den drivende kraft i den europæiske grafiske branches miljøindsats. Det udmønter sig også i den danske grafiske branches førende position i miljø- og klimaindsatsen. Vi anser på grund af vores mangeårige indsats på området den danske grafiske branche for at være verdens grønneste.

Vi er stolte af, at ClimateCalc er ret unikt. ClimateCalc kan nemlig beregne klimabelastningen af en tryksag. Det er altså en standardiseret klimaberegner for grafiske produkter. Det betyder, at trykkeriers kunder kan sammenligne klimaaftrykket på grafiske produkter - blandt andet tilbudsaviser - på tværs af producenter og lande. Ingen anden branche kan tilbyde dette ned på produktniveau.

Når man producerer tryksager, er der særligt to steder, der kan sættes ind, hvis klimapåvirkningen skal sænkes. I valg af råvarer, hvor særligt typen af papir har stor betydning for klimabelastningen, samt trykkeriets energiforbrug.

Med ClimateCalc kan trykkerierne rådgive kunderne til at vælge de mest klimarigtige papirkvaliteter. Standardiserede beregninger betyder også, at kunder kan vælge de trykkerier, som har det laveste klimaaftryk. Endeligt muliggør ClimateCalc, at de enkelte trykkerier kan få et overblik over deres klimabelastning, og hvor de skal sætte ind for at mindske den.

For at sikre, at ClimateCalc er baseret på tidssvarende beregningsmodeller af høj kvalitet, er der løbende blevet inddraget relevante fageksperter fra universiteter og andre specialister. Derudover overholder ClimateCalc beregningsværktøjet kravene til udarbejdelse af klimaregnskaber i henhold til ISO 14064-1, ISO 16759 samt den internationale The Green House Gas Protocol (GHG Protocol).

¹ GRAKOM har fremhævet tilhørsforholdet i GRAKOMs 2025-vision; Cirkulær Økonomi i den Grafiske Branche, udgivet i efteråret 2019 på side 4. <https://grakom.dk/media/8756/grakomsmiljoevision.pdf>

ClimateCalc er grundlagt på GRAKOMs initiativ, i samarbejde med en række andre grafiske organisationer i Europa. Foreningen er en selvstændig international forening, hvor 11 lande er med lige nu. Senest er Letland kommet med i ClimateCalc².

Reklamer Ja Tak's kilder til klimaberegninger

Reklamer Ja Tak refererer i deres notat til flere kilder med klimaberegninger. Nedenfor er GRAKOMs kommentarer til de enkelte undersøgelser.

American Forest and Paper Association

Reklamer Ja Tak refererer til et studie fra American Forest and Paper Association, som omhandler klimaaftrykket på amerikanske kataloger i perioden 2006 og 2007. Det er derfor en ældre undersøgelse. På baggrund af det amerikanske studie opgør Reklamer Ja Tak CO₂-emissionerne som følge af katalogproduktion til 1,519 kg pr. kg kataloger.

Imidlertid er der forskel mellem amerikansk produktion og dansk produktion, hvilket har indflydelse på CO₂-udledningen i nedadgående retning. Her er det helt centralt, at genanvendelsesraten af papir er markant højere i Danmark end i USA. I det amerikanske studie opgøres genanvendelsesraten af kataloger til 32,7 pct. I Danmark indsamles stort set alt papir, og genanvendes efterfølgende.

Det betyder, at energiforbruget til produktion af nyt papir falder, da en højere andel af papiret genanvendes. Det betyder også, at mindre papir forbrændes, fordi det genanvendes i stedet. I store tal vil dette reducere CO₂-udledningen fra afbrændingen til omkring en tredjedel af det estimerede i det amerikanske studie. I det amerikanske studie udgør afbrændingen af reklamerne 37,7 pct. af CO₂-udledningen.

Hvis der tages højde for den højere danske papirgenanvendelse, vil tallene i den amerikanske undersøgelse være på niveau med det danske estimat på 1,23 kg CO₂ pr. kg husstandsdelte tilbudsaviser, som GRAKOM tidligere har opgivet.

Norge

I henvendelsen henviser Reklamer Ja Tak til, at det norske blad "Fjell og Vidde" har sænket deres CO₂-udledning med 64 pct., efter de flyttede produktionen af bladet fra Polen til Norge. Af artiklen fremgår det også, at bladet har skiftet til en lettere papirtype. En stor del af en tryksags CO₂-udledning kommer fra produktionen af papiret. Når der skiftes til en lettere papirtype (tyndere papir) bruges der mindre papir, og derfor falder CO₂-udledningen i forbindelse med papirproduktionen. Reelt set,

² Se: <https://grakom.dk/nyheder/seneste-nyheder/grakom-hilser-velkommen-nu-kan-lettiske-trykkerier-og-saa-udregne-deres-klimaaftryk/>

skyldes faldet CO₂-udledningen dermed en kombination af kortere transport og andet papir. Selve CO₂-udledningen pr. kg blade fremgår ikke af artiklen. Derfor er det ikke muligt på baggrund at konkludere noget om størrelsen af CO₂-udledningen.

COOP

I COOP's åbne brev til klimaminister Dan Jørgensen hævdes det, at CO₂-udledningen som følge af udgivelse af tilbudsaviser årligt udgør 336.000 ton. Det hævdes også, at der årligt uddeles 84.000 ton tilbudsaviser. Disse tal er forkerte. Ifølge FK Distribution blev i 2019 uddelt 64.000 ton tilbudsaviser og i 2020 blev der uddelt 57.000 ton tilbudsaviser.

Ifølge COOPs tal svarer CO₂-udledningen til 4,0 ton CO₂ pr. ton uddelte tilbudsaviser (4,0 kg CO₂ pr. kg tilbudsaviser). COOP's åbne brev til politikerne skal dog ses i lyset af, at COOP med det åbne brev ønskede et forbud mod tilbudsaviser. COOP har ingen henvisninger til undersøgelser, og estimatet for CO₂-udledning virker som taget ud af den blå luft.

DTU's undersøgelse for Vestforbrænding

Reklamer Ja Tak henviser endeligt til en rapport fra DTU Environment udgivet i 2011 og lavet for Vestforbrænding. Her opgøres CO₂-udledningen til 2,3 ton pr. ton tilbudsaviser. Ud over at rapporten i dag er stærkt forældet, var estimatet allerede fejlagtig på udgivelsestidspunktet.

En af de mest fundamentale fejl bestod i, at undersøgelsen gjorde brug af en papirtype forbundet med et markant højere energiforbrug end den type papir, der rent faktisk bruges i produktion af tilbudsaviser.

Efter udgivelsen tilbød GRAKOM at medvirke med mere detaljeret viden omkring produktion af tilbudsaviser. Et tilbud, der ikke blev imødekommet. Udover en for høj CO₂-udledning indeholder rapporten indeholder også flere andre kritisable antagelser om tilbudsaviser.

Elforbrug

Endeligt hævder Reklamer Ja Tak, at strømforbruget til at producere 48 kg reklamer omtrent er 178 kwh om året. På baggrund af egne beregninger kommer Reklamer Ja Tak frem til, at alene elforbruget til produktionen af tilbudsaviser udgør 2,02 kg CO₂ pr. kg tilbudsaviser. Her bør det præciseres, at husstande, som enten modtager reklamer eller er tilmeldt NejTak+, i gennemsnit modtager 30 kg.

I kildehenvisningen refereres til Henrich, Jakob; Untersuchungen zum spezifischen Aufkommen von Werbung in Privathaushalten. Denne undersøgelse er efter GRAKOMs vidende ikke offentligt tilgængelig. Undersøgelsen er refereret enkelte andre

steder, hvor det også fremgår, at undersøgelsen er en bacheloropgave på et tysk universitet.

Konklusion

Reklamer Ja Tak's konklusioner om klimabelastningen af danske tilbudsaviser bygger således på en stærkt forældet og fejlbehæftet analyse fra 2011, et åbent brev til Klimaministeren fra COOP samt en tysk bacheloropgave.

Den eneste reelle kilde er en amerikansk undersøgelse, der reelt bekræfter GRAKOMs analyser, når der tages højde for, at genanvendelsen af papir er højere i Danmark end i USA. GRAKOM har tidligere fremlagt beregninger med en CO₂-udledning på omkring 1,23 kg CO₂ pr. kg tilbudsaviser. GRAKOMs beregninger bygger på helt konkrete ClimateCalc beregninger på konkret producerede tilbudsaviser.

EU-blomsten har også emissionskrav

Reklamer Ja Tak skriver, at en stor del af danske tilbudsaviser er udenlandsk producerede. Stikprøven fra Reklamer Ja Tak fra en tilfældig uges tilbudsaviser giver et lidt skævt billede af de faktiske markedsforhold på fordelingen mellem dansk og udenlandsk produktion. Men det væsentlige er, at det skal bemærkes, at Reklamer Ja Taks egen opgørelse viser, at en stor del af de udenlandsk producerede tilbudsaviser har EU-blomsten. EU-blomsten har – ligesom Svanemærket – en øvre grænse for størrelsen af CO₂-udledning forbundet med det papir, som indgår i tilbudsaviserne.

Det betyder, at der også i produktionen af klart størstedelen af udenlandske tilbudsaviser tages hensyn til klimaaftrykket.

I øvrigt er det ikke usædvanligt at produktion på fx et svanemærket trykkeri ikke medfører, at man rent faktisk svanemærker tryksagen.

Grunden til at GRAKOM generelt anbefaler brugen af Svanemærket i stedet for EU-blomsten er, at Svanemærket stiller krav til hele trykkeriet og alle trykkeriets produkter, mens EU-blomsten kun stiller krav til tryksagen, der bærer miljømærket. Svanemærket umuliggør dermed at det svanemærkede trykkeri producerer produkter, der har høj klimabelastning.

Det har selvfølgelig betydning for klimaaftrykket, hvor langt tilbudsaviser transporteres, men det betyder betydeligt mere, at papiret brugt til tilbudsavisen har en lav klimabelastning.