



Det danska badrumsfenomenet - varför är inte svenskar lika giftfria?

Det danska badrumsfenomenet - varför är svenska konsumenter inte lika giftfria?

Miljömärkning Sverige ville få mer kunskap om hur danska och svenska konsumenter resonerar kring kosmetika, miljö och hälsa. I Danmark finns ett större intresse hos konsumenter och därmed ett större utbud av miljömärkta kosmetiska produkter. Varför är danska konsumenter mer medvetna om vad de har i badrumsskåpet? Är det hälsoaspekter som spelar in? Men hur går det ihop med att de röker och dricker mer än svenska konsumenter?

Miljömärkning Sverige gav våren 2017 författaren Fredrik Holm uppdraget att beskriva skillnader i attityder och dess möjliga orsaker. Syftet med rapporten är att Miljömärkning Sverige ska kunna få ett underlag till hur de ska kunna vägleda svenska konsumenter till bra val för miljö och hälsa vad gäller kosmetiska produkter.

Svanen är Nordens officiella miljömärke och Miljömärkning Sverige arbetar utan vinst- och branschintresse på uppdrag av regeringen. Miljömärkning Sverige ansvarar för Svanen och EU:s motsvarande miljömärke EU Ecolabel. Läs mer på **www.svanen.se**

Författare: Fredrik Holm

Idé och produktion: Anna Norberg, Miljömärkning Sverige

Bilder: Getty Images

Rapporten finns att ladda ned på **www.svanen.se/press/dokument**



Innehållsförteckning

Kapitel 1

Behöver vi bry oss om vad vi smörjer in oss med? Sid 4

Faktaruta Några ämnen vi inte vill ha i våra hav eller kroppar Sid 6

Kapitel 2

Varför har danskarna så många miljömärkta hudkrämer? Sid 7

Faktaruta Hormonstörande ämnen – vad är det? Sid 9

Kapitel 3

Det danska miljöintresset är mer hudnära än det svenska Sid 13

Faktaruta Cocktail-effekten: när ett plus ett blir tre, eller mer Sid 17

Kapitel 4

Miljömärkningens uppdrag: Att gå före lagstiftningen Sid 18

Faktaruta Natur, eko, allergi och miljö. Vad skiljer märkningarna åt? Sid 21



Kapitel 1

Behöver vi bry oss om vad vi smörjer in oss med?

Över hela världen använder människor olika produkter för att sköta om sin hud, sitt hår och sina tänder. Andra produkter ska få dem att lukta gott eller se vackrare ut. Vilka produkter det handlar om, hur mycket de används och hur de används skiljer sig åt från land till land, mellan fattig och rik och mellan kvinnor och män.

Samtidigt funderar många på om dessa produkter bara gör gott när huden mjuknar, armhålan slutar lukta svett och håret får ny lyster – eller om de också har baksidor? Kan de påverka min hälsa negativt? Direkt och på lång sikt? En snabb sökning på nätet ger dig inte bara tillverkarnas reklam utan också mängder med påståenden i den allmänna debatten om ingredienser som kan ge cancer och allergier. Är påståendena sanna, överdrivna eller bara elakt förtal?

Och vad händer när produkternas rester hamnar ute i naturen? För det gör de – förr eller senare. Vi sköljer schampot ur håret och vi tvättar av oss hudkrämen. Vi gnider bort mascaran och nagellacket flagnar. Via duschen, handfatet och soppåsen försvinner de ur vår åsyn, men ändå finns de kvar. Förr eller senare hittar vi dem i sjön eller havet. Är det ett problem eller inte?

Kort sagt: Behöver vi bry oss om vad vi smörjer in oss med?

Enkel matematik visar att det inte är några enorma volymer det handlar om, i alla fall om man jämför med andra kemikalieflöden i samhället. Vi kan utgå från att en svensk använder runt fyra kilo kosmetiska produkter per år. Samtidigt använder samma svensk runt femhundra kilo bensin eller diesel. Inte för att hudkräm och diesel går att jämföra i övrigt, men ändå: Kosmetiska produkter är knappast ett "volymproblem" som till exempel utsläppen av koldioxid till luften eller kväve till vattnet. Kosmetiska produkter bidrar till förekomsten av mikroplaster, men källor som bildäck och konstgräsplaner är sannolikt hundrafalt större.

Men visst finns det skäl att bry sig.

Ett skäl handlar om det som brukar kallas diffusa utsläpp: Att ämnen, låt vara i små mängder och i låga halter, sprider sig ut från våra samhällen till sin omgivning, utan att vi har riktig koll. De flesta av dessa ämnen innebär kanske inga problem i sig, men om de ansamlas och om de reagerar med varandra finns åtminstone misstankar om att de kan få negativa effekter. En del av ämnena har mer välkända negativa effekter, och då är problemet desto mer uppenbart.

När reningsverken byggdes ut i Sverige, på 1960- och 1970-talen, var deras uppdrag att fånga in fosfor och kväve för att minska näringstillförseln till våra vattendrag. Slammet som bildas i reningsverken skulle, i de bästa av världar, kunna användas som gödning på åkermarken. Men då måste slammet vara nästintill fritt från andra föroreningar. Det är en besvärlig fråga för många reningsverk: Slammet är bra, men innehåller små mängder av främmande eller dåligt kartlagda substanser som gör att lantbrukarna inte vill använda det. Rent teoretiskt kan resterna av våra kosmetiska produkter bidra till att slammet och näringen inte kommer till användning.

Ett annat skäl handlar förstås om att det gäller produkter som vi har nära inpå oss. Det faller sig rätt naturligt att vi är mer angelägna om att de är säkra än om det hade varit substanser vi aldrig kommer i kontakt med.

Från branschens sida betonar man det stränga regelverk som gäller enligt EU:s kosmetikaförordning. Just kosmetiska preparat har, i jämförelse med många andra produkter, tydliga krav på t ex innehållsdeklarationer, och det finns uttalade regler för hur höga halterna får vara av sådana ämnen som kan ge t ex allergiska reaktioner.

Från miljö- och konsumentorganisationernas sida menar man å andra sidan att det finns luckor och brister i samma regelverk som gör det möjligt att släppa fram ämnen med bristfällig dokumentation, eller rentav ämnen vars hälso- och miljöeffekter gör att de inte borde finnas där. Föga överraskande är branschen och organisationerna inte ense i sina bedömningar.

Ett tredje skäl kan handla om människors möjligheter och vilja att påverka. Kan mina köpval och min användning bidra till en minskad belastning på miljön?

Konsumenternas miljöengagemang har förändrat villkoren helt och hållet för vissa branscher. Papper, batterier och tvättmedel av idag skiljer sig rejält från hur de såg ut för några årtionden sedan. Inom livsmedelsbranschen växer marknaden för ekologiska produkter snabbt.

Marknaden för kosmetiska produkter påverkas också av konsumenters intresse för miljön. Såväl miljömärkta produkter som produkter som marknadsförs med ekologiska och organiska argument vinner nya marknadsandelar varje år.

Denna rapport handlar inte så mycket om vilka ämnen som är bra och dåliga, eller vilka bedömningar som är riktiga. Den diskuterar just konsumenternas intresse för kosmetiska produkter i allmänhet och miljömärkta sådana i synnerhet. Det har visat sig att intresset är mycket större i Danmark än i Sverige. Och den intressanta frågan blir då: Hur kommer det sig?

Några ämnen vi inte vill ha i våra hav eller kroppar

Konserveringsmedel

Konserveringsmedlen gör så att produkten behåller de önskade egenskaperna länge, och inte påverkas av att det t ex kommer in bakterier i förpackningen. Ett argument för konserveringsmedel är därför att produkten räcker längre och att inte så mycket behöver kastas.

Men bland de konserveringsmedel som används finns ämnen som vällat diskussion. Omtalade är de s k parabenerna, eftersom vissa typer av dem har misstänkts ha hormonstörande verkan. För tillfället är alla parabener förbjudna i Svanenmärkta produkter. Men frågan om parabeners farlighet är komplicerad och bedömningarna kan ändras i framtiden.

Konserveringsmedlet MI är allergiframkallande och därför inte tillåtet i Svanenmärkta produkter. Det är också akut giftigt för vattenlevande djur.

Parfyer

Vissa parfymämnen kan i höga halter ge allergiska reaktioner. Därför är det vanligt med krav på parfymfrihet, t ex i de märkningar som drivs av astma- och allergiförbund. I Svanenmärkningen är vissa parfyer tillåtna, men med särskilda hälso- och miljökrav, och aldrig i produkter för babyvård.

Mikroplaster

Begreppet mikroplaster har seglat upp i diskussionen de senaste åren, sedan man kunnat konstatera att mycket stora mängder plast svävar runt i havet i form av mycket små partiklar. Där kan de störa det marina livet, och de har också egenskapen att dra till sig andra, miljöfarliga ämnen så att de blir än mer olämpliga som t ex fiskföda.

Mikroplast förekommer i en del kosmetiska produkttyper, t ex för skrub, rengöring och make-up. De bidrar sannolikt med en mindre del av den totala belastningen av mikroplaster, men osäkerheten är stor om vilka volymer det handlar om. En uppskattning från Svenskt Vatten är att kosmetiska preparat bidrar med cirka 60 ton per år i Sverige, som en del av de 250-2 000 ton som man antar kommer från hushållens avlopp. Mikroplaster är inte tillåtna i Svanenmärkta produkter.



Varför har danskarna så många miljömärkta hudkrämer?

Om du bor i Danmark och vill ha en miljömärkt tvål, schampo, hudkräm eller kosmetika har du sex gånger så många produkter att välja på, jämfört med om du bor i Sverige. Allt tyder på att danskarna bryr sig mer än svenskarna om vad de använder på kroppen och att det i sin tur påverkar utbudet. Men varför denna skillnad? Så olika är vi väl inte på varsin sida Öresund?

– Här i Danmark har vi just nu runt 2 400 kosmetiska produkter som har licens för det nordiska miljömärket Svanen, berättar Lisbeth Engel Hansen som är kriteriechef på Miljömärkning Danmark. Lisbeth är utbildad kemiingenjör och har jobbat med miljömärkningen i Danmark sedan dess början på 1990-talet.

– Det innebär inte att det finns 2 400 olika godkända recept, påpekar Lisbeth. Flera av produkterna finns med olika sorters parfym tillsatt, med ett produktnamn för varje sammansättning. Dessutom har vi miljökrav även på förpackningen, vilket gör att antalet licenser för samma grundrecept kan bli ännu fler.

I Sverige finns det runt 400 Svanenmärkta kosmetiska produkter. Kriterierna är desamma i alla nordiska länder, och ställer samma krav, så skillnaden ligger inte där. Den handlar snarare om vilka produkter som tillverkarna anser vara värda att lansera i respektive land. Det, i sin tur, beror på hur stor man bedömer att efterfrågan är.

– Vi kan också se att det är fler inhemska produkter i det miljömärkta sortimentet, fortsätter Lisbeth. Vi får intrycket att några av de riktigt stora och internationella tillverkarna inte är intresserade av att tillmötesgå de krav vi ställer via miljömärkningen. För dem är Danmark en rätt liten marknad, och de miljökrav som ställs här påverkar inte deras försäljning i stort. Däremot är samma krav mycket viktigare för våra inhemska tillverkare. Det är lite synd, för några riktigt exklusiva och lyxiga märken i det miljömärkta sortimentet skulle ge en bra signaleffekt till konsumenterna, och även locka nya konsumentkategorier att börja använda miljömärkta produkter.

Hur många miljömärkta produkter det finns är ju bara ett sätt att mäta intresset hos konsumenterna. Ett annat är att mäta hur stora mängder vi förbrukar. Eller hur mycket pengar vi är beredda att lägga på kosmetiska produkter i allmänhet och miljömärkta sådana i synnerhet. Sådana siffror finns men är svåra att få tillgång till eftersom många av dem är affärshemligheter. Ett riktmärke att utgå från är att den totala försäljningen i Sverige låg på ca 16 miljarder kronor år 2014¹, och att den då hade ökat med ca 17 procent över fyra år. Om den ökningen stått sig sedan dess handlar svenska konsumenter idag kosmetiska produkter för ungefär 1 900 kr per person och år.

Av allt att döma lägger danskar mer pengar på kosmetiska produkter – miljömärkta såväl som övriga. I en europeisk rapport från 2008² anges att danskar då lade 187 euro per capita på området, medan svenskar nöjde sig med 138 euro. Det är en skillnad på 35 procent! Samma rapport anger också att andelen miljömärkta produkter i Danmark låg i intervallet 10-15 procent år 2009, medan eko- och naturkosmetik då hade en marknadsandel på 1,8 procent.

– Vi bedömer att det miljömärkta sortimentet utgör någonstans mellan fem och tio procent av det totala saluvärdet för kosmetiska produkter i Sverige, säger Ulf Eriksson på Miljömärkning Sverige. Några tillverkare har varit mer målmedvetna än andra med att introducera miljömärkta produkter. Och de miljömärkta produkterna växer – men att vi ligger efter danskarna med kanske fem-tio år är helt klart.

¹ Enligt KoHF hemsida läst 2017-05-18

² SPT Brancheorganisationen för såbe, parfume och teknisk/kemiske artiklar. Powerpoint 2009-11-08



Enligt Världshälsoorganisationen WHO dricker en dansk 25 procent mer ren alkohol än en svensk.



Begreppet "kemi" finns närvarande på ett annat sätt i det danska samtalet än det gör vid de svenska. En orsak kan vara vilken industri som finns i respektive land, menar **Lisbeth Engel Hansen**, kriteriechef på Miljömärkning Danmark.

Bland många tänkbara förklaringar vill Ulf peka på att de danska apoteken avreglerades tidigare än de svenska – och att just kosmetiska produkter är en viktig del av apotekens sortiment, vid sidan av den receptbelagda medicinen. Det lockar de olika apoteksföretagen att ta fram butiksegna märken. Det får även de större kedjorna att haka på tåget.

Noga med hälsan? Nej, knappast!

Hur man än vänder och vrider på siffrorna tycks ett faktum uppenbart: Intresset för miljömärkta kosmetiska produkter är avsevärt större i Danmark än i Sverige. Det räcker med en snabb titt i de stora butikernas hyllor, eller i skyltningen hos någon av butikerna i Matas-kedjan, för att få det intrycket.

Ska vi förklara det med att danskarna är så mycket mer måna om sitt eget skinn? Att de är petigare med vad de lägger på huden?

Ja, kanske. Men i så fall är det också en omsorg om den egna hälsan som står i kontrast till andra skillnader mellan danska och svenska levnadsvanor. För statistiken bekräftar det som de flesta av oss nog anar: danskar både dricker och röker mer än svenskar. Enligt Världshälsoorganisationen WHO dricker en dansk 25 procent mer än en svensk, räknat som ren alkohol. Och 28 procent av danskarna är rökare, mot 24 procent av svenskarna.

Och om nu danskarna njuter av sina laster så betalar de också ett pris för dem. En dansk löper nära tre gånger större risk än en svensk att dö i levercancer; en cancerform som till ungefär två tredjedelar kan förklaras med högt alkoholintag. WHO konstaterar också att den danska vägtrafiken skördar nära dubbelt så många offer än den svenska, ställt i relation till hela befolkningen. Här sticker framför allt de danska männens alkoholkonsumtion ut som en viktig bakomliggande orsak till dödsolyckorna.

På samma sätt skördar rökningen fler danska offer än svenska. Risken att insjukna och även dö i lungcancer är ungefär dubbelt så stor för en dansk som för en svensk. I Sverige ligger dessa risker på ungefär samma nivå, sett över tid, medan dödligheten i lungcancer minskar för danska män och ökar för danska kvinnor.

WHO's uppgifter är visserligen från 2010 och 2011, och bruket av såväl alkohol som tobak sjunker i både Danmark och Sverige. Men ändå: Är det den egna hälsan som förmår danskarna att välja miljömärkt hudkräm är det knappast frukten av ett mer konsekvent hälsomedvetande. Vi måste leta efter andra förklaringar.

Faktaruta

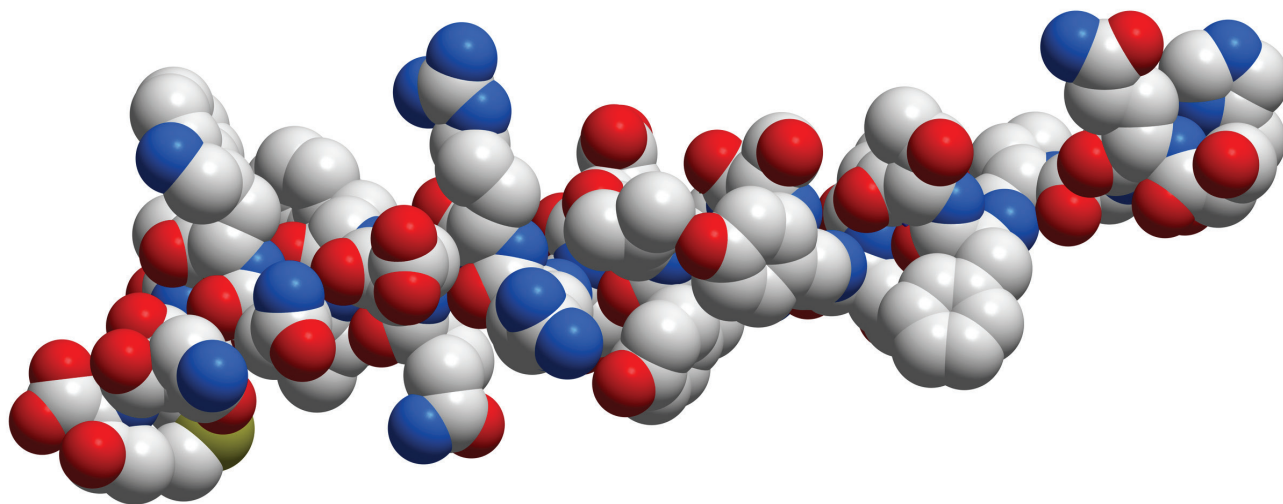
Hormonstörande ämnen – vad är det?

Hormoner har vi ju alla i kroppen, som en sorts kemiska signaler. De kan t ex slå på eller stänga av olika kemiska processer i kroppen och har stor betydelse för hur vi mår och utvecklas. Vissa ämnen, såväl syntetiska som naturliga, kan likna hormoner och därför finns en oro för att dessa ämnen ska kunna störa kroppens egna kemiska processer om de kommer in i kroppen. Särskilt stor är oron för att barn som utsätts för hormonstörande ämnen ska få livslånga utvecklingsskador. Men även risker för hormonella effekter på djur och växter är såklart intressanta i sammanhanget.

Naturligt förekommande hormonstörande är ju inte så mycket att göra åt, mer än att försöka undvika dem. När det kommer till syntetiska ämnen reser många kravet att sådana ämnen bör förbjudas eller begränsas, för att minska risken för skador.

Andra typer av miljö- och hälsorisker har varit uppmärksammade längre och är i regel lättare att definiera. Det finns regler för vad som räknas som allergiframkallande, giftigt, cancerframkallande eller som påverkar reproduktionen. Diskussionen om ämnens hormonstörande egenskaper är inte lika långt gången och det är betydligt svårare att vara lika exakt. Vilka hormoner avses? Vid vilka nivåer ska ämnena anses vara hormonstörande? På vilka sätt ska de störa kroppens hormoner? Vilka effekter ska de ha för att räknas som hormonstörande?

Därför handlar diskussionen om hormonstörande ämnen än så länge ofta om huruvida misstankar är befogade eller ej, om sannolikheten för skador, och om ett förbud eller en begränsning skulle ha någon positiv effekt på hälsa och miljö.





En dansk konsument lägger 35 procent mer pengar på kosmetiska produkter än en svensk.

Ett flärdfullt folk med en kritisk attityd?

Det är lätt gjort att påstå saker om typiska drag hos befolkningar i olika länder. Redan våra närmaste grannar brukar vi beskriva som annorlunda – på gott och ont. Du har säkert massor med åsikter om hurdana danskar är, och kanske brukar du sucka om oss själva och säga – ofta lite nedlåtande – att det vi gör är ”typiskt svenskt”.

I regel finns det väldigt lite fog för sådana generaliseringar. Såväl danskar som svenskar som alla andra är förstås olika. Det är klokt att inte dra för stora växlar på sådana påstådda karaktärsdrag, hur mycket man än tycker sig se dem eller har hört talas om dem.

Med den reservationen på plats: Det brukar ibland hävdas att danskar är mer ”kontinentala” och ”flärdfulla” än svenskar. En dansk lägger mer krut på att vara snyggt sminkad, medan en svensk hellre betonar sin naturlighet, sägs det.

Ett resonemang för att förklara denna skillnad går tillbaka till krigsåren och den tyska ockupationen. Vid frigörelsen, sägs det, längtade danskarna efter lyx och flärd på ett helt annat sätt än svenskarna.

Och, visst, om nu en dansk lägger 35 procent mer pengar på kosmetiska produkter än en svensk är det naturligtvis en förklaring som passar in. Förklaringen blir mer trovärdig om samma mönster syns på andra håll, så vi tittar på den europeiska statistiken igen. Där toppas per capita-inköpen av kosmetiska produkter av Norge, vilket ju är ett stöd för förklaringen. Men som god tvåa kommer Schweiz. Där föll den teorin, eller blev i alla fall motsagd.

Ibland talas det också om att vi i de skandinaviska befolkningarna skulle ha olika karaktärer eller kynnen. Danskar ska, enligt de här resonemangen, vara mer skeptiska och kritiska till t ex myndigheter än vad svenskar är. Vi skulle, å andra sidan, vara noga med att ”göra rätt”, både gentemot våra värderingar och gentemot vårt samhälle. Här brukar den starka svenska centralmakten sedan Gustav Vasas och Axel Oxenstiernas tid dyka upp som argument. Frånvaron av systembolag i Danmark brukar på samma sätt lyftas fram som bevis. Konsten att sköta sitt drickande skulle vara den enskildes ensak i Danmark men ett samhällsansvar i Sverige.

Överfört till frågan om kosmetiska produkter skulle resonemanget kunna se ut ungefär såhär: Medan vi svenskar i högre grad förlitar oss på att de produkter vi hittar i butikerna är trygga att använda, rentav att de måste vara godkända ("annars skulle de inte få säljas" är en vanlig uppfattning), tänker danskarna mer kritiskt och föredrar att handla utifrån egna övertygelser. En produkt som lanseras som ett alternativ eller uppstickare blir då uppskattad just för att den avviker och ifrågasätter, medan den hos oss blir lite besvärlig eftersom den stör och ställer frågor.

Det går förstås bra att spekulera i förklaringar av detta slag. Kanske finns det stöd för dem i t ex sociologisk forskning. Ändå är det klokt att inte göra sig alltför stereotypa bilder av vare danskar eller svenskar. Skillnaderna inom länderna är mycket större än mellan dem.

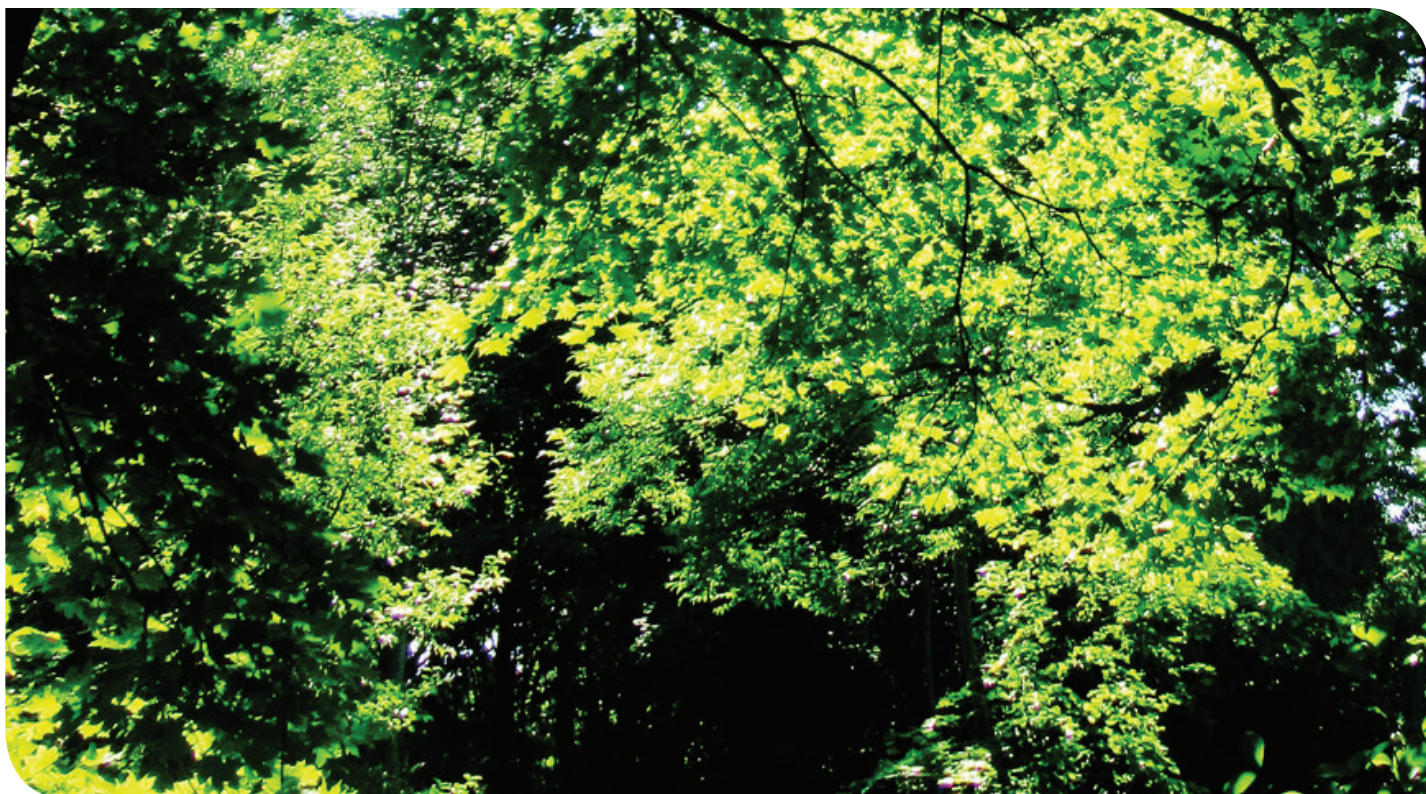
En dansk industritradition

Lisbeth Engel Hansen, kriteriechefen på den Miljömärkning Danmark, kastar fram ytterligare en intressant idé:

– Svensk industri har ju i så hög grad baserats på alla era naturresurser, säger hon. Ni har byggt ert välstånd på skogen, stålet och vattnet. I Danmark har vi ingenting av detta. Vi har däremot en relativt stor kemteknisk industri. Andelen danskar som jobbar med kemikalier och kemiska produkter och processer är sannolikt betydligt större än motsvarande andel i Sverige. Man kan tänka sig att begreppet "kemi" finns närvarande på ett annat sätt i det danska samtalet än det gör vid de svenska, att det föder ett större intresse för kemiska produkter och även funderingar på samma produkters förtjänster och tillkortakommanden.

Hm. Nu börjar det likna något. Tanken är svår att helt leda i bevis, men den verkar rimlig. Den får stanna i bakhuvudet i jakten på fortsatta förklaringar.

Skogen - en stötspelare inom svensk industri.
Kan det ha påverkat vår inställning till miljöfrågor?



Danska röster om kosmetiska produkter

Line Bang Eriksson, 31 år, bosatt i Köpenhamn:

”Jag och min familj köper nog kosmetiska produkter för 4 000 danska kronor per år, mest schampo, tvål, balsam och hudkräm. Vi köper dem för att hålla oss rena och för att göra torr hud mjuk. Jag blev betydligt mer uppmärksam på produkternas innehåll när jag väntade barn. Jag hade hört en hel del om att vissa produkter kunde innehålla ämnen som kunde ge allergier och kanske rentav cancer, eller miljöfarliga ämnen eller plastpartiklar som spolats ut i sjöar och hav. Det gjorde att jag började leta mer efter såväl miljömärkta produkter som ekoprodukter.



Line blev mer uppmärksam på innehållet i de kosmetiska produkterna hon använde när hon blev gravid.

Det är mycket möjligt att farhågorna är överdrivna, men för mig är det tryggt att välja Svanen. De varor jag köper ska inte få innehålla tveksamma komponenter.

Jag är inte särskilt märkestrogen utan köper de produkter som motsvarar mina krav. Parfymerade produkter går numera oftast bort helt och hållet, och så har jag hört att alla ingredienser som heter något med ”poly” innehåller plast, så de går också bort. Jag väljer däremot produkter som har ett miljömärke, är ekologiska, gärna parfymfria eller märkta med allergiförbundets godkännande.

Jag har bott i Sverige under större delen av mitt liv och kan skriva under på att det finns skillnader. Ni svenskar är bättre på att källsortera sopor, och vi danskar bryr oss mer om vad vi smetar på oss.”

Ulla Kjaer Kaspersen, 57 år, bosatt i Odense:

”I vår familj (två vuxna, två ungdomar) köper vi kosmetiska produkter för runt 3 000 kr per år. Tonårsdottern lägger säkert ut en tusenlapp till! Vi väljer de märken som inte innehåller ftalater och andra komponenter vi ogillar – eller där vi helt enkelt inte vet tillräckligt. Nu råkar jag vara utbildad toxikolog, och därför kanske inte särskilt representativ för många andra. Jag läser på rätt noga om vad produkterna innehåller, och tar del av de olika kampanjer som förekommer.

Jag är överhuvudtaget noga med att produkterna vi köper inte får innehålla ämnen som kan misstänkas bidra till cancer eller annat. Därför använder jag t ex bara olja och aldrig hudkräm. Och totalt sett skulle jag tro att 80 procent av mina inköp är sådana där jag uteslutit produkter med oönskade kemiska tillsatser.

Jag är inte förvånad över att intresset är större i Danmark än i Sverige. Det räcker att titta i vilken butik som helst och se skillnaden.”



80 procent av mina inköp är sådana där jag uteslutit produkter med oönskade kemiska tillsatser, menar Ulla Kjaer Kaspersen, som själv är utbildad toxikolog.

Det danska miljöintresset är mer hudnära än det svenska

– Jag tror att en avgörande skillnad är att ni i Sverige har så mycket natur kvar att värna, och det gör ni rätt i. Men här i Danmark har vi andra frågor som pockar på svar.

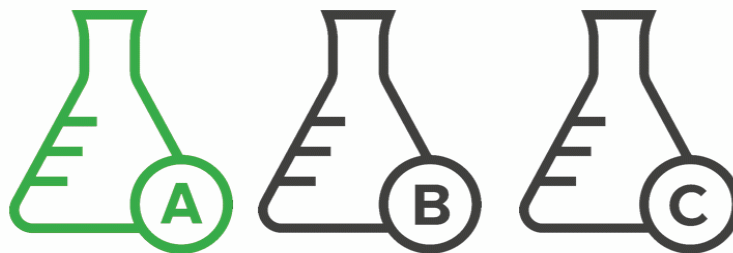
Claus Jörgensen öppnar vårt samtal på ett sätt som får mig att studsa till lite. Han har tagit emot mig på Forbrugerrådet Tænks kontor på Fiolstraede, en av de många gågatorna i centrala Köpenhamn. Kontoret fyller hela den vackra fastigheten och totalt har man runt 130 anställda.

Forbrugerrådet Tænk är Danmarks stora konsumentorganisation, en ideell verksamhet med 78 000 medlemmar och en årlig budget på 90 miljoner danska kronor. Av dessa är en femtedel statliga medel, medan resten är medlemsavgifter och projektmedel. Föreningen grundades 1947 och är världens näst äldsta konsumentorganisation – bara en i USA har funnits längre.

Därmed har vi också identifierat en viktig skillnad mellan Danmark och Sverige, och kanske funnit en viktig ledtråd till gåtan med de miljömärkta kosmetiska produkterna. Danmark har en stor och inflytelserik men ändå oberoende konsumentorganisation av ett slag som vi inte alls har i Sverige. Sveriges Konsumenter och övriga konsumentorganisationer får ursäkta! Forbrugerrådet har en position i dansk konsumentpolitik som motsvaras rätt väl av Svenska Naturskyddsföreningens position i svensk miljöpolitik. Å andra sidan är konsumentmyndigheten Forbrugerstyrelsen (notera skillnaden i namnet fastän den är hårfin!) en betydligt svagare aktör än sin svenska motsvarighet Konsumentverket.

Varför det blivit så, det kan man mest spekulera i. Kanske är det ett uttryck för ett folkkyne i alla fall? Att danskar hellre litar till sig själva än till sina myndigheter?

Claus leder Forbrugerrådet Tænk Kemi, en avdelning som består av sex personer. En växande opinion tyckte att EU-arbetet för att riskvärdera och säkra kemikalieflödet gick alltför långsamt, i synnerhet med den omdiskuterade frågan om hormonstörande ämnen. Därför började Forbrugerrådet Tænk arbeta med komplicerade kemiska bedömningar, berättar Claus.



A, B eller C-kolv

Men Danmark är ju inte stort i EU, och danska konsumenter har en rätt blygsam inverkan på europeiska marknader. Därför har idén från början varit att bygga en sådan verksamhet som lätt kan överföras till andra länder. Ett exempel på det är den app som hjälper konsumenter att få besked om innehållet i olika produkter. Den som installerat appen "Kemiluppen" på sin mobiltelefon kan enkelt scanna streckkoden på en kosmetikprodukt och mycket snart få svar i form av en A, B eller C-kolv.

C-kolv betyder att produkten innehåller komponenter som kan vara till exempel hormonstörande. Det betyder inte att produkten är farlig att använda. Skillnaden kan verka hårfin men är viktig, och vi ska återkomma till den.

A-kolv ges till produkter som saknar problematiska substanser, enligt Forbrugerrådet Tænks uppfattning. Dit hör de produkter som märks med Svanen – med vissa undantag:

– Det finns miljömärkta produkter som är parfymade, vilket kan verka konstigt med tanke på att vissa parfymer kan vara allergiframkallande, berättar Claus. Argumentet är att det innebär större möjligheter för märkta produkter att nå ut på marknaden – och att den som helt vill undvika parfymer lätt kan avgöra själv genom att lukta på innehållet. Alla sådana produkter placeras vi i B-kategorin.

Kemiluppen har blivit en succé i Danmark. Den har laddats ned av över 210 000 danskar som gjort totalt mer än 4 miljoner scannningar av över 10 500 olika produkter. Intressant nog är de miljömärkta produkterna överrepresenterade när danskarna kollar innehållet. Om det beror på att man misstror märkningen, eller om det är ett sätt att bekräfta att man köpt schyssta varor är det ingen som vet. Det kan förstås också hänga samman med att det är fler miljöintresserade konsumenter som använder Kemiluppen; samma som köper miljömärkta produkter. Enligt Forbrugerrådet Tænks undersökningar är det främst kvinnor mellan 25 och 45 år som är de typiska Kemiluppen-användarna.

Om en konsument scannar in streckkoden till en ny vara, som Kemiluppen ännu inte har granskat, kommer det naturligtvis inte svar med en gång. Däremot får Forbrugerrådet Tænk besked om att här finns en ny vara att granska, och kan återkomma med sin bedömning i ett senare skede.



- Jag tror att en avgörande skillnad är att ni i Sverige har så mycket natur kvar att värna, och det gör ni rätt i. Men här i Danmark har vi andra frågor som pockar på svar. Det säger Claus Jörgensen, Forbrugerrådet Tænk, inflytelserik konsumentorganisation i Danmark.



Appen Kemiluppen är en succé och har laddat ner av över 200 000 danska konsumenter



Problem med vattnet

Forbrugerrådet Tænk är en stark organisation i Danmark och den bedriver en aktiv opinionsbildning av ett mer offensivt slag än vad som är möjligt för en statlig myndighet. Det förklarar förstås en del av skillnaderna mellan Danmark och Sverige. Men Claus Jörgensen menar att det finns andra, mer grundläggande skillnader mellan våra länder.

– Kopplingarna mellan personliga val och miljöpåverkan började diskuteras i slutet av 1980-talet, i våra länder precis som i övriga västvärlden, säger han. Men diskussionen tycka ha följt olika spår. Jag har intrycket av att ni i Sverige riktade er uppmärksamhet mot den yttre miljön. Det var klorblekningens effekter på havsmiljön som engagerade er, liksom det resursslöseri det innebär att inte sortera sopor. Ni har också stora skogar och andra värdefulla naturområden att slå vakt om på ett helt annat sätt än vi har i Danmark. Det är i grunden samma miljöopinion – den bara tar sig annorlunda uttryck.

– Här i Danmark bekymrar vi oss mycket om kvaliteten på vårt dricksvatten. Vi är ett litet och trångt land med en stor andel jordbruk. Det skapar ett hårt tryck på vattenresurserna – och det ökar risken för föroreningar. Vi har haft larm om att danskt dricksvatten kunde innehålla glyfosat (en komponent i bekämpningsmedel mot ogräs). Dansk press har också gjort stora rubriker av att parabener skulle kunna vara hormonstörande, och att vissa läppstift kunde innehålla bly.

Diskussionen i Danmark handlar då inte bara om oron för den egna hälsan, utan också om kvaliteten på det vatten som både ska drickas och användas i jordbruket. Och uppmärksamheten förstärktes av att vissa forskare profilerade sig hårt i frågan – och att vissa politiker valt att haka på.

Den svårbedömda cocktaileffekten

– När larmet går handlar det ofta om enskilda produkter eller ämnen, fortsätter Claus. Media fungerar ju så, och knyter an till en känsla av att kemiska ämnen är okända eller främmande. Det kan ibland räcka med en krånglig kemisk beteckning för att konsumenter ska bli oroliga – även om det handlar om ett helt harmlöst ämne. Det finns en utbredd "kemi-oro" i samhället, och vi vet att den ökar med tiden. Det är också en av anledningarna till att Kemiluppen blivit så flitigt använd.

Företrädarna för den tillverkande branschen har av samma skäl varit kritiska till Kemiluppen. Man anser att Kemiluppen bidrar till en kemikalieskräck, och att Forbrugerrådet Tænk på så vis spär på en oro för produkter som är helt obefogad.

– Vi är noga med att påpeka att en produkt som får C-kolv inte är farlig att använda och att den i regel innehåller godkända ämnen, säger Claus. Vi har respekt för de regler som gäller enligt Kosmetikaförordningen, och för att de flesta produkter är tillverkade enligt dessa regler.

Att förordningen sedan har sina brister är en annan sak. Men C-kolv innebär ändå att varan innehåller ämnen som kan leda till problem – om inte på huden så ute i miljön, när den sköljts av kroppen. Vill man ta den sortens hänsyn som konsument undviker man helt enkelt den sortens varor.

– Men visst, några konsumenter uppfattar säkert C-kolven som att produkten skulle vara ”farlig”, hur tydligt vi än beskriver vad det är vi bedömer. Det är alltid en svår balansgång att gå när man behöver förenkla sitt budskap så mycket som vi gör i Kemiluppen.

Forbrugerrådet Tænks oro handlar alltså inte om att enskilda produkter skulle vara farliga att använda. Däremot bekymrar man sig för den s k cocktaileffekten: Att man vet så lite om vad som händer när många olika ämnen förekommer samtidigt – i en produkt, eller ute i miljön. Vad händer när dessa ämnen bryts ned, och vad händer om de reagerar med varandra? Om flera olika ämnen innebär varsin risk för negativa effekter – ska man då addera riskerna till varandra, eller förstärker de varandra? Eller kan det motsatta inträffa – att de släcker ut varandra? Det är närmast omöjligt att göra en god riskbedömning. I de allra flesta sammanhang är cocktaileffekten sannolikt inget problem alls. Komponenterna bryts ned till ofarliga beståndsdelar, hinner aldrig ansamlas i höga halter och hinner knappast reagera med varandra. Men det är fullt rimligt att det också finns situationer där cocktaileffekten blir till ett problem. Var i höstacken finns nålen?

– Enligt vår uppfattning tar inte den nuvarande lagstiftningen tillräcklig höjd för cocktail-effektens risker, säger Claus. Därför är det viktigt att ge konsumenterna möjlighet att själva välja om de vill utsätta sig för risken eller ej.

Inhemska leverantörer mer lyhörda

Opinionsbildningen har haft effekt. Såväl tillverkare som handeln försöker tillmötesgå danskarnas intresse för kosmetiska produkter utan problematiskt innehåll. Danmark har, som konstaterats, en förhållandevis stor och inhemsk kemteknisk industri, och dess hemmarknad är viktig.

– Därför är produkter från danska tillverkare vanligare i kategorin A-kolv, berättar Claus, trots att vi i vår bedömning inte tar någon hänsyn till var produkten är tillverkad. Av samma skäl har de globala, stora företagen i branschen fler produkter i C-kategorin.

Lisbeth Engel Hansen, Miljömärkning Danmark, har gjort samma iakttagelser, men tycker också att bilden är motsägelsefull:

– Å ena sidan är det begripligt om en internationell leverantör tycker att den danska marknaden är så liten att den inte kräver särskild hänsyn. Å andra sidan vet vi att de som har i uppdrag att spana efter trender i nya konsumtionsmönster håller noga koll på trender i de skandinaviska länderna, eftersom det är länder med köpstark och välutbildad befolkning. Det gör vårt arbete på hemmaplan extra betydelsefullt. En miljöanpassning av det danska produktutbudet kan få efterföljare i många andra länder.

Även handeln är, som sagt, med på noterna. Såväl några av de stora kedjorna för dagligvaror som de mer specialiserade kedjorna för just kosmetiska produkter ser till att profilera de miljömärkta varorna tydligt. Lisbeth konstaterar också att samma profilering märks på andra plan:

– Det har, åtminstone i Danmark, förekommit en diskussion om att vissa kartong- och pappersförpackningar för t ex micro-popcorn och hämtpizza behandlats med fluorbaserade ämnen för att inte förpackningen ska påverkas av värmen. Det här är ämnen med misstänkt hormonpåverkande egenskaper. Därför har t ex danska Coop beslutat sig för att helt sluta använda sådana förpackningar.

Faktaruta

Cocktail-effekten: när ett plus ett blir tre, eller mer

När man testar olika ämnens hälso- och miljöegenskaper testas man dem ofta ett och ett, för att dels ta reda på om de har negativa effekter eller ej, och vid vilka halter effekterna märks. Det är förstås enda sättet att lära känna det enskilda ämnet, och inget konstigt i sig. Än så länge är det bara en mindre del av alla kemiska substanser som testats fullt ut på detta sätt.

Men det finns misstankar att flera ämnen i kombination kan ge helt nya och oväntade effekter – t ex vara hormonstörande. Här vet man ännu väldigt lite, och att undersöka alla tänkbara kombinationer av ämnen och hur de reagerar i olika miljöer, det är förstås en oändlig arbetsuppgift.

I vissa fall kan man tänka sig ämnen som neutraliserar varandra så att den sammantagna effekten uteblir helt. Ett minus ett blir noll. Det är förstås en önskedröm för den som gör riskbedömningar. I många fall kan man sannolikt lägga effekten av ett ämne till effekten av ett annat ämne: ett plus ett blir två. Men man kan heller inte utesluta att ämnena tillsammans åstadkommer en mycket kraftigare effekt – som om ett plus ett blir tre, eller ännu mer.

Det är mot bakgrund av de här kombinationseffekterna, eller misstankarna om dem, som såväl Nordisk Miljömärkning som många myndigheter och andra parter förordar en så liten förekomst som möjligt av sådana kemiska ämnen vars egenskaper är illa kända. Försiktighet och substitution gäller som riktlinjer.



När ett plus ett blir tre, eller mer. Än vet inte forskningen tillräckligt om coctail-effekten. På Nordisk Miljömärkning gäller försiktighet och att ämnen man vet för lite om ska ersättas av ämnen som är mer väldokumenterade.



Vad är säkra produkter? Åsikterna går isär mellan branchorganisationen och miljö- och konsumentorganisationer.

Kapitel 4

Miljömärkningens uppdrag: Att gå före lagstiftningen

Spelar det då någon roll för miljön att danskarna uppmärksammar kosmetiska produkterna på ett helt annat sätt än vad vi svenskar gör? Minskar det exponeringen av sådana ämnen som Forbrugerrådet Tænk och Nordisk Miljömärkning ser som problematiska? Minskar risken för allergier eller – ännu värre – cancer och hormonstörningar? Minskar riskerna för skador på dricksvattnet?

Eller är det tvärtom, som t ex läkaren Agnes Wold brukar hävda – att det finns större risker med obefogad eller överdriven oro för substanser som inte har en chans att ställa till med den förmodade skadan³?

Branschen betonar: Säkra produkter

Den svenska branschorganisationen för kosmetiska produkter heter Kosmetik- och hygienföretagen, förkortas KoHF och har ungefär 150 medlemsföretag. KoHF betonar, i likhet med sin danska systerorganisation SPT, att produkterna tillverkas i enlighet med EU:s kosmetikaförordning, som ställer höga krav på att alla ingående komponenter ska vara granskade och säkra för användning.

Man betonar också den säkerhetsmarginal på en faktor hundra som ska råda mellan de halter där ämnen gett oönskade effekter och de halter som är tillåtna i produkterna. Enkelt uttryckt ska en sådan marginal effektivt förhindra att produkterna ska kunna ge användarna några oönskade effekter vid normal och förutsägbar användning. Och gentemot dem som upprörs över djurförsök – förvisso en helt annan fråga men ändå en aspekt som ofta lyfts fram - påpekar man att sådana varit förbjudna för kosmetikaframställning sedan 2004.⁴

³ Se t ex krönikan "Kejsarens nya hormonkläder", Fokus nr 46/2016

⁴ Underlag till båda ovanstående stycken hämtade från KoHF hemsida 20 maj 2017

Just begreppet "säker" är viktigt att framhålla, enligt branschorganen. Därav kan man ana en viss irritation över den danska Kemiluppen, som man menar kan uppfattas som en farlighetsmärkning av konsumenterna. Och därav kan man också förstå Forbrugerrådet Tænks resonerande text som förklarar att produkter C-kolven är säkra för konsumenten, men att de ändå kan innehålla komponenter som kan ha oönskade effekter i andra sammanhang än på huden.

Naturskyddsföreningen: Luckor i lagen

I Sverige har Naturskyddsföreningen i viss mån börjat driva samma frågor som Forbrugerrådet Tænk, via kampanjerna Fräsch på riktigt och Surfejs. I rapporten Hygienbubblan beskriver man hur Kosmetikaförordningen reglerar tillverkningen av kosmetiska produkter. Men, menar man, här finns brister. En av de brister man pekar på är att kraven på dokumentation enligt kemikaliedirektivet REACH inte gäller för kemiska ämnen som används i mindre mängder än ett ton per år och företag. Det gör att många lågvolymerkemikalier "går under radarn", och eftersom t ex kosmetika sällan handlar om stora kemikalieflöden blir det förhållandevis många komponenter som förblir oredovisade inom denna bransch. Samtidigt råder det oklarheter om vilka tester som ska utföras. En annan brist i REACH är att den endast gäller industrikemikalier, vilket gör att naturliga ämnen som är vanliga ingredienser i kosmetiska produkter saknar dokumentationskrav.

I likhet med Forbrugerrådet Tænk oroar sig Naturskyddsföreningen också för cocktail-effekterna, dvs följderna av att olika ämnen med varierande riskfaktorer blandas i miljön och kanske också reagerar med varandra.



Lagstiftning är bra för att tvinga bort dåliga produkter med erkänt skadliga effekter. Miljömärkningen verkar i den andra änden av produktspektrat: Den hjälper konsumenterna att driva på en god produktutveckling.

Svanen: Fullgoda alternativ finns, sista ordet går till Nordisk Miljömärkning

Ulf Eriksson på Miljömärkning Sverige betonar att miljömärkningen inte är statisk. I Svanens fall gäller kriterierna för en viss produktgrupp i snitt i fem och därefter förändras kraven utifrån nya vetenskapliga rön och annat som hänt i omvärlden. Syftet är att konsumenten alltid ska få en av marknadens bästa produkter när den väljer Svanen. Och under kriterieperioden kan bara vissa justeringar förekomma:

– Vi kan inte skruva åt kriterierna under den perioden, säger Ulf, eftersom produkterna har fått miljömärket på samma villkor för denna tid. Men om nya bedömningar av ingredienser kommer under perioden som visar att Svanens krav på hälsa och miljö inte längre uppfylls, får producenterna ändra i recepten om de vill behålla Svanen. Och omvänt kan forskningen mildra bedömningen och vi kan då lätta lite på kraven under kriterieperioden eftersom det inte drabbar licenserna.

Man kanske får bilden av att miljömärkningen skjuter tillverkarna framför sig med milt våld. Men Ulf menar att den bilden inte är helt sann:

– Det finns många företag som på eget initiativ väljer bort vissa komponenter som kan ge bekymmer och är ifrågasatta, t.o.m. utöver Nordisk Miljömärknings krav. Dessutom ser jag flera produkter utan Svanenmärkning som troligen skulle klara våra krav, men det är ju inte lätt för alla att veta. Enklast för konsumenterna är om det finns ett märke på. Men det händer också att tillverkare inte vill hänga med hela vägen när vi förändrar kraven efter en kriterieperiod, och då förlorar produkterna sin miljömärkning vid omprövningen.

Lisbeth Engel Hansen, Miljömärkning Danmark, menar att man kan förlora sig i ändlösa diskussioner om riskbedömningar för de komponenter som anses vara problematiska. Men, säger hon, leverantörerna har ju i hög grad kunnat visa att de kan leverera fullgoda produkter som klarar Nordisk Miljömärknings alla krav, och därmed faller hela den diskussionen. Varför ens diskutera risker och säkerhetsmarginaler för komponenter som inte behövs?

– Det finns aktörer som ifrågasätter att vi ställer strängare krav än lagstiftningen, säger Lisbeth. De ser på Nordisk Miljömärkning som någon sorts myndighet och på miljömärkning som en skarp linje mellan "tillåtna" och "förbjudna" produkter. Men inget av det stämmer. Vi arbetar med att hjälpa konsumenterna till bra val inom det utbud som klarar gällande lagstiftning – men konsumenten har fortfarande ett fritt val! Lagstiftning är bra för att tvinga bort dåliga produkter med erkänt skadliga effekter. Miljömärkningen verkar i den andra änden av produktspektrat: Den hjälper konsumenterna att driva på en god produktutveckling.

Natur, eko, allergi och miljö. Vad skiljer märkningarna åt?

Vid sidan av miljömärkta kosmetiska produkter finns det också produkter som benämns som "naturkosmetik" eller "eko-kosmetik". Därtill finns också en särskild märkning av produkter som tar hänsyn till astmatiker och allergiker.

Här är ett försök att reda ut begreppen:

Miljömärkt kosmetika

Miljömärkningar som Svanen, EU-Blomman och Bra Miljöval (Naturskyddsföreningen) utgår från att de komponenter som finns i produkterna motsvarar de kriterier som satts upp och som bestämmer vilken miljö- och hälsopåverkan produkterna får ha. Fokus ligger alltså på produkternas innehåll, även om t.ex. Svanen också ställer krav på redovisning av ursprung för alla förnybara råvaror dvs. från växt- och djurriket. För Svanenmärkt kosmetika finns också krav på resurseffektiva förpackningar, eftersom mycket kosmetiska marknadsförs just genom påkostade förpackningar.

Ytterligare en utgångspunkt är att en part utan egna ekonomiska intressen i produkten utför bedömning, kontroll och godkännande av att kraven uppfylls, en s.k. tredjepartsmärkning. Även kriterier fastslås av en oberoende tredje part, Nordiska Miljömärkningsnämnden. Svanen, Bra Miljöval och EU-Blomman är Typ 1 miljömärkningar enligt ISO 14024.

Naturlig kosmetik och eko-kosmetik

Kosmetika som marknadsförs som "naturlig" innehåller i regel en viss andel naturliga råvaror. Ekologiskt certifierad kosmetika har ekologiskt odlade råvaror vilket innebär att råvaran inte odlats med t.ex. syntetiska bekämpningsmedel och konstgödning. Dessa märkningar lägger alltså sin tyngdpunkt vid ursprung och framställning.

Att en råvara är naturlig eller ekologiskt odlad behöver dock inte innebära att den är utan miljö- och hälsoeffekter. Som Naturskyddsföreningen brukar påpeka är även flugsvampar naturliga! Naturligt förekommande ämnen ingår inte heller i det som kontrolleras via regelverket REACH. Och till skillnad från ekologiska livsmedel, som bara får kallas ekologiska med certifierad produktion och innehåll, finns det inga motsvarande sådana bestämmelser för kosmetika.

Nu låter det kanske som att miljömärkt kosmetika står i skarp konflikt till naturlig eller eko-kosmetika. Så illa är det inte. Som framgår av redogörelsen ovan har man lite olika tyngdpunkter i vad som är värt att uppmärksamma i märkningen och inte. En god kombination vore naturligtvis att en produkt klarade hårda krav såväl på ursprung och framställning som på miljö- och hälsoeffekter vid användningen – men sådana är ännu få på marknaden.

Astma- och allergimärkning

En annan typ av märkning tar fasta på att produkterna inte får skapa besvär för astmatiker, allergiker och människor med olika typer av överkänslighet för vissa ämnen. Den som söker astma- och allergimärkta produkter i Sverige letar lämpligen efter Svalanmärket. I Danmark sker motsvarande märkning genom Det Blå Korset (Den Blå Kryds).



Miljömärkning  
Sverige

Miljömärkning Sverige AB · Box 38114 · 100 64 Stockholm
Västgötagatan 2 (7 trappor) · tel 08-55 55 24 00 ·
info@svanen.se · svanen.se