

Miljömärkta Textilier

-

Underlag för en strategisk analys

*En studie genomförd under 1999 på uppdrag av
SIS Miljömärkning, Konsumentverket, KRAV och
Naturskyddsföreningen*

Grolink AB
December 1999

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| INNEHÅLLSFÖRTECKNING..... | 2 |
| SAMMANFATTNING..... | 3 |
| INLEDNING & SYFTE | 4 |
| ARBETS- & ANALYSMETODER..... | 4 |
| NÅGRA UTGÅNGSPUNKTER..... | 5 |
| FÖRETAGSENKÄTEN..... | 5 |
| ANALYS AV DE SVENSKA SVAREN - DEL A AV ENKÄTEN | 6 |
| ANALYS AV SVAREN - DEL B AV ENKÄTEN..... | 10 |
| DISKUSSIONER MED STÖRRE KLÄDIMPORTÖRTER..... | 12 |
| SAMMANFATTNING AV TEXTILIMPORTÖRERNAS SYNPUNKTER | 12 |
| SAMTAL MED SVENSKA TEXTILPRODUCENTER | 13 |
| INTERNATIONELLA TRENDER OCH MARKNADER..... | 14 |
| SAKNAS EFTERFRÅGAN ?..... | 16 |
| SLUTSATSER & KOMMENTARER | 17 |
| REKOMMENDATIONER..... | 18 |
| BILAGOR..... | 19 |

Sammanfattning

Denna rapport presenterar resultaten av en genomförd analys kring miljömärkning av textilier främst på den svenska marknaden. Studien bygger på enkätsvar från drygt 70 textilföretag, såväl importörer som företag med tillverkning i Sverige, liksom längre intervjuer med de största textilimportörerna, några av miljömärkningens pionjärföretag och samtal med företrädare för branschen och kontrollorgan.

Knappt 20 procent av de tillfrågade företagen besvarade enkäten. Av de företag som svarat ansåg de flesta att miljöanpassade textilers främsta egenskaper är att de tillverkas med mindre miljöfarliga produkter och i anläggningar med avloppsrening, men nästa lika många framhöll även ekologiska fibrer från växter och djur och hög kvalité som viktiga egenskaper.

På frågan om varför relativt få företag satsat på miljömärkta textilier, ansåg de flesta att det främst berodde på för dyra råvaror och en svag efterfrågan på marknaden. Vidare bedömde de flesta företagen marknaden för ekologiska textilier som måttlig, men intressant på vissa områden. Hälften betecknar dagens intresse bland kunderna som svagt, men två tredjedelar av företagen som besvarat enkäten önskar ändå ta del av slutrapporten. Något som kan tolkas som ett intresse att följa utvecklingen på området.

Av företagen med egen erfarenhet av miljömärkning har en relativt stor andel, förmodligen närmare 75 procent, även besvarat enkätens andra del. Här framgår det att bomull varit den helt dominerande fibern och att intresset för att miljömärka textilier kulminerade under mitten av nittiotalet.

Vid intervjuerna med de större svenska textilimportörerna bekräftas den svaga efterfrågan som det avgörande problemet. Många ansåg dessutom att märkningen kan komma i konflikt med övrigt eget sortiment och/eller det egna varumärket. När dagens miljömärkning har diskuterats har systemet ansetts vara tungrovt, med ett orealistiskt regelverk, som inte är tillräckligt internationellt förankrat och med för många kontrollorgan. I stället för märkning har många textilimportörer satsat på egna eller branschens minimikrav för hela sortimentet, utbilda personalen, miljöanpassa verksamheten i Sverige och införa miljöledningssystem. Några svenska textilproducenter bekräftar bilden av en dålig efterfrågan med bara enstaka undantag. Även dessa företag, med egen erfarenhet av miljömärkning, poängterade att nuvarande system är alltför trögt med alltför stränga regler.

Denna studie har försökt prioriterat en analys om efterfrågan och intresse verkligen saknas bland konsumenter, eller om dagens märkningssystem varit fel utformat. En preliminär slutsats pekar på att det är det *smala utbudet*, som främst stoppat utvecklingen av miljömärkning på det textila området. Klädköp skiljer sig på många sätt från inköp av livsmedel eller tvättmedel. Man köper inte bara något som skyddar mot kyla och främmande blickar, utan minst lika viktigt är textilier som bekräftar den egna identiteten. Inköpsrundan förväntas vara lustfylld och erbjuda möjligheter att välja ur ett rikt och varierat utbud. Det finns också tecken som antyder att miljöskälen inte bör överexponeras, eftersom det kanske skapar en konflikt med själva nöjet som klädinköp förknippas med.

Avslutningsvis fastslår rapporten att företagen åtminstone delvis visar ett intresse att ta sig an dessa problem. Ur det perspektivet borde miljömärkningen kunna bli ett verktyg för att främja teknikutveckling, sammanföra pilotprojektens lärdomar med grundläggande miljökrav på hela sortimentet och fungera som ett komplement till andra åtgärder. Kanske är en möjlighet att komplettera dagens märkning av enskilda produkter, med ett betydligt enklare system där hela

företag eller sortiment certifieras. Tanken är att sortimentet blandas med en viss mängd ekologiska fibrer och/eller tyger som producerats enligt miljöanpassade processer.

Inledning & Syfte

Enbart den svenska klädförsäljningen omfattar närmare 40 miljarder kronor, och svenska konsumenter spenderar drygt fem procent¹ av sin konsumtion på beklädnad det vill säga kläder, skor och accessoarer. Den totala svenska importen av tekovaror uppgick 1994 till över 250 tusen ton², vilket motsvarar drygt 30 kilo per svensk och år, av detta exporteras dock en betydande del vidare till andra länder. Det är välkänt att världens textilproduktion förorsakar omfattande miljöproblem. Stora mängder bekämpningsmedel sprids på bomullsfält världen runt. Beredningsindustrins avloppsvatten släpps ofta orenat ut i floder och sjöar. Bromerade flamskyddsämnen och tungmetaller tvingar reningsverken att lägga rötslammet på soptippen, istället för att sluta kretsloppet mellan stad och land. Listan kan göras mycket längre. Utifrån detta perspektiv, med en stor varugrupp som ger upphov till en omfattande global miljöförstöring, vore det strategiskt riktigt att försöka miljöanpassa tillverkning och odling via en miljömärkning baserad på aktiva konsumenters köpval.

I början av 1990-talet slog det så kallade ekomodet igenom. Kläderna som såldes i de stora kedjorna vara oblekta, med träknappar och påstods vara miljöanpassade på olika sätt. För ungefär fem år sedan introducerades de första kriterierna för miljömärkta textilier från Svenska Naturskyddsföreningen och SIS Miljömärkning, och något år senare presenterade KRAV sina normer för ekologiska textilier. Miljömärkningen av klädesplagg på den svenska marknaden nådde strax därefter sin kulmen, och har sedan fört en allt mer tynande tillvaro. Till skillnad från märkning av papper eller tvättmedel, har miljömärkningen av textilier aldrig fått ett genomslag och förmodligen enbart omfattat högst en halv procent av marknaden.

Mot bakgrund av ovanstående beslutade sig de tre kontrollorganen som är verksamma i Sverige - Svanen, KRAV och Bra Miljöval för att tillsammans med Konsumentverket försöka utröna orsakerna till miljömärkningens svårigheter att slå igenom på textilmarknaden.

Arbets- & analysmetoder

Även om miljömärkning av textilier omfattar komplexa globala tillverkningsstrukturer, invecklade kemiska processer och oräkneliga produkter som skiljer sig till form, material, färg och funktion, så har denna analys inriktats på själva försäljningen och då främst kläder till enskilda konsumenter. Trots denna begränsning är området enormt, eftersom det handlar om allt ifrån yrkeskläder som säljs direkt till byggföretag, presentreklam i form av kepsar och frottéhanddukar, exklusiva plagg i speciella modeaffärer till försäljningen via de stora dominerande kedjorna. Därför behandlar rapporten enbart den generella situationen, och naturligtvis finns det mer än ett undantag mot de allmänna kommentarer och slutsatser som presenteras här.

Rapporten har främst inhämtat sin information från den skriftliga enkät som skickades ut till flera hundra företag, och längre intervjuer med de största textilimportörerna, några svenska textilföretag med specifik erfarenhet av miljömärkning och representanter för kontrollorgan och branschorganisationer. En viktig del i analysarbetet och processen att vaska fram de

¹ Uppgifter gällande för 1998 från branschtidningen Habit 8/99.

² Uppgift från Rapport från Kemikalieinspektionen 2/97- Kemikalier i textilier.

viktigaste slutsatserna har även varit diskussioner med både företrädare för branschen och olika kontrollorgan. På grund av en begränsad budget har det varit omöjligt att gräva djupare i flera frågeställningar, och många synpunkter och åsikter har även inte varit möjliga att inhämta. Inledningsvis fanns bland annat en ambition att titta närmare på intressanta danska erfarenheter, vilket tyvärr inte varit möjligt att förverkliga inom satta ekonomiska ramar. Trots dessa begränsningar och rapportens allmänna karaktär, är det sannolikt att rapporten relativt väl har lyckats med att peka ut de största problemen med miljömärkning av textilier.

Några utgångspunkter

Analysarbetet kan beskrivas som en process där några arbetshypoteser har jämförts mot den erfarenhet som främst branschfolk har av miljömärkning på området. I juni träffades en mindre referensgrupp för att diskutera arbetet, och tre preliminära hypoteser formulerades som svar på frågan varför ekologiska textilier³ inte har slagit igenom på den svenska/nordiska marknaden.

- En första möjlighet var att kontrollorganens snåriga regler, höga kostnader, bristande kompetens och interna byråkrati satte de avgörande käpparna i hjulen.
- Ett annat alternativ, främst framfört av små men aktiva aktörer för miljömärkta textilier, var att kundernas intresse finns, men de stora textilföretagen vägrar att stimulera en utveckling av miljömärkta textilier.
- En tredje förklaring var att konsumenterna inte efterfrågar miljövänliga plagg, eller kanske att dagens miljömärkning inte passar den särskilda köpsituationen som präglar inköp av främst kläder.

Den aktuella rapporten avfärdar ingen av ovanstående hypoteser som direkt felaktig, men under analysens gång har främst ett huvudsakligt skäl utkristalliserats.

Företagsenkäten

Med avsikten att sammanställa synpunkter från nordiska företag skickades en enkät ut till 360 svenska, 257 finska, 28 norska och 17 danska⁴ textilföretag.

Närmare 20 procent (19,7 %) av de svenska företagen svarade, och drygt 10 procent (10,5 %) av de finska. I Sverige var det dock möjligt att under sommaren påminna många av de företag som inte hade svarat inom utsatt tid. När det gäller de danska och norska företagen blev svarsfrekvensen drygt tio procent⁵. När företagen påmindes per telefon uppgavs tidsbrist av många som skäl för att inte svara, medan andra angav ointresse som orsak och flera inte gick att nå under sommaren. Det finns flera samverkande faktorer till de få svaren. Deras inbördes rangordning och hur de samverkat går bara att spekulera i, men det är troligt att följande skäl spelat in i större eller mindre omfattning.

- Enkäten har troligen uppfattats som svår och för lång att fylla i.
- Små företag med knappa resurser har ont om tid.
- För andra, exempelvis medelstora textilimportörer som bara packar upp inköpta produkter, upplevs säkerligen miljöfrågorna som avlägsna och svåra att påverka.

³ I enkätens följebrev och i denna rapport definieras ekologiska textilier som ”alla miljömärkta artiklar och/eller produkter som marknadsförs med någon typ av miljöargument”.

⁴ Merparten av de danska mottagarna var dock inte textilföretag.

⁵ I reella siffror innebar det svar från två danska och tre norska företag, vilket var för litet underlag för att analysera landsvis.

- En del av TEKO-industriernas medlemmar arbetar även med specialprodukter, exempelvis brandslangar, flytvästar och industritextilier, som knappast varit aktuella för miljömärkning.

I vilken mån de uteblivna svaren även beror på att branschen inte prioriterar miljöarbetet är svårt att uttala sig om. Däremot är det troligt att en stor efterfrågan på miljöanpassade textilier hade avspeglats sig i en högre svarsfrekvens.

Den genomförda enkäten har även en annan begränsning, eftersom flera svar tyder på svårigheter att förstå innebörden i ställda frågor, något som ytterligare minskar enkätstudiens tillförlitlighet. Samtidigt finns det skäl att framhålla att flera av de stora textilimportörerna såsom H&M, KappAhl, Lindex och Indiska har svarat, liksom närmare två tredjedelar (17 av totalt 26 företag) av de företag som miljömärkt någon textilprodukt. Utifrån strikt statistisk synpunkt finns det skäl att ifrågasätta sammanställningen, men å andra sidan är det troligt att anta att det är företrädesvis branschens mest intresserade företagen som gjort sig besväret att skicka in en ifylld enkät. Med en nypa skepsis och sunt förnuft, borde därför underlaget vara möjligt att använda.

Analys av de svenska svaren⁶ - del A av enkäten

Vem svarade ?

Av de 71 ifyllda enkätsvaren kom

- 24 från medlemmar i Textilimportörerna (Svarsfrekvens - 21.8 %).
- 38 från medlemmar i TEKO-industrierna (Svarsfrekvens - 16.2 %).
- 9 från övriga (Svarsfrekvens - 60.0 %).

De flesta svaren kommer från medelstora och större textilföretag. Över 40 procent har mellan 11 och 50 anställda, och en femtedel sysselsätter över 100 anställda. Minst 51 procent omsätter mer än 10 miljoner, och en fjärdedel mer än 100 miljoner svenska kronor.

De flesta av företagen sysslar med import av plagg eller vävning & stickning av tyg och distribuerar direkt via detaljhandeln. Överlägset vanligast produktområde, mer än hälften av svaren, är kläder, och den vanligaste kundgruppen är återförsäljare.

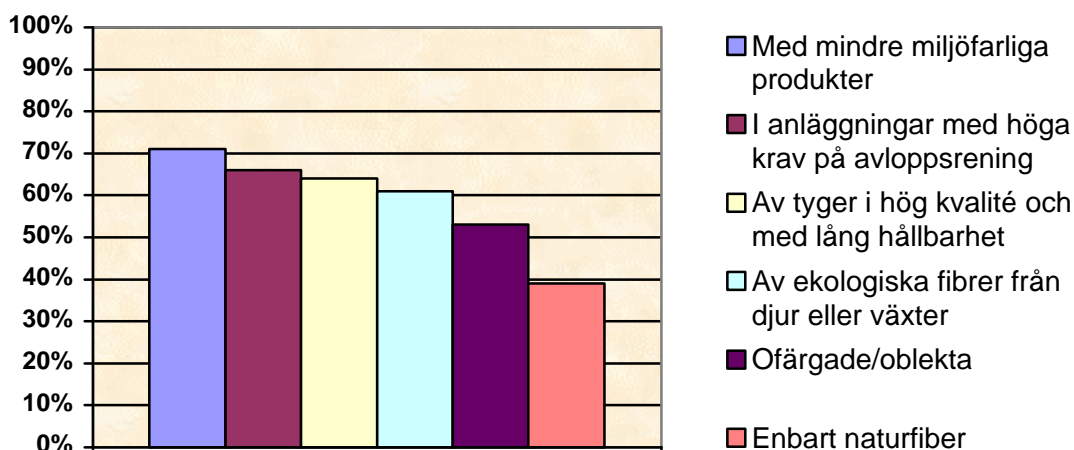
Miljöanpassade textiliers egenskaper.

De flesta anser att miljöanpassade textiliers främsta egenskaper är att de är tillverkade

- Med mindre miljöfarliga produkter.
- I anläggningar med höga krav på avloppsrening.
- Av tyger i bra kvalitet och med lång hållbarhet.
- Av ekologiska fibrer från djur eller växter.

⁶ Se även vidare bilagan för sammanställningen av enkätsvaren. Eftersom mycket få enkätsvar inkom från Danmark respektive Norge, totalt fem svar, bedömdes det som mest meningsfullt att enbart analysera de svenska svaren. Den som önskar ta del av sammanställningarna av de danska, finska och norska svaren kan göra det genom att beställa dessa från Grolink AB.

Miljöanpassade textiliers främsta egenskaper



Drygt 40 procent av de svarande uppger sig ha erfarenheter av ekologiska textilier.

Varför få miljömärkta plagg?

På frågan om varför relativt få företag satsat på miljövänliga textilier angav runt hälften av de tillfrågade företagen

- för dyra råvaror & halvfabrikat.
- svag efterfrågan på marknaden.
- brist på information om ekologiska textilier.
- svåra och orealistiska regelverk.

Av mindre betydelse uppges kostnaderna för kontrollsystemet vara, problem att finna leverantörer, nödvändigheten att investera i dyr utrustning eller brist på egen kompetens.

Andra miljöåtgärder

På frågan om vilka andra miljöåtgärder som genomförs, uppger 15 procent eller fler att de

- Har eller är på väg att införa ett miljöledningssystem, typ ISO 14001 och EMAS.
- Källsorterar avfall eller återvinner spill.
- Kontrollerar textiliernas kemikalieinnehåll enligt uppsatta normer, exempelvis enligt Textilimportörernas inköpsvillkor.

Andra miljöåtgärder som genomförs i mindre utsträckning handlar om användning av Ökotex-godkända varor, bättre energianvändning, reningen av avlopp från beredning och miljövänliga förpackningar och transporter. Några gör även gällande att de i själva produktutvecklingen tar aktiv miljöhänsyn.

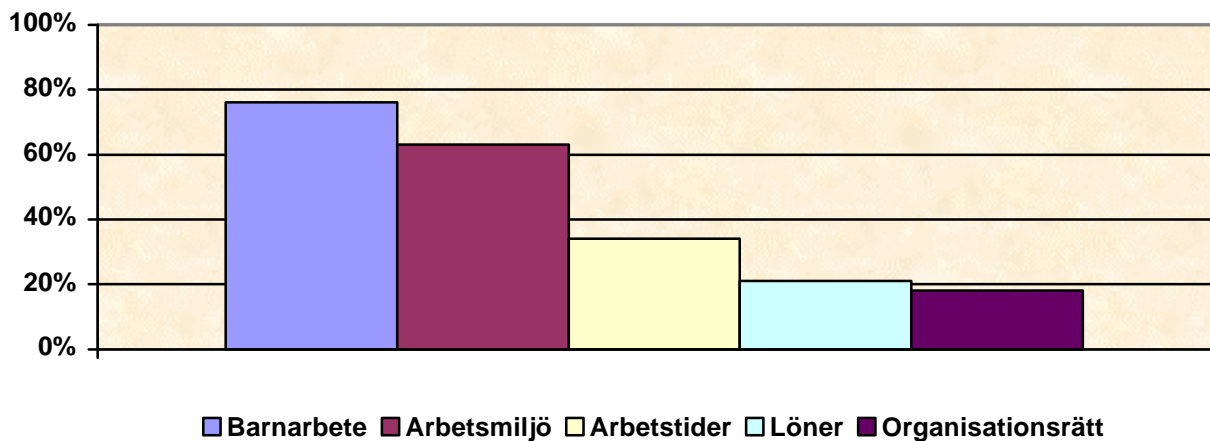
Mindre än en tiondel av de svarande uppger att de använder TEKOindustriernas Miljövarudeklaration.

Sociala villkor.

De flesta företagen (40 %) vill även ta ansvar för sociala frågor, en stor grupp (28 %) svarar med ett tveksamt *delvis*, men bara sju procent vill helt avstå från det ansvaret. Det går inte att se något samband mellan de företag som önskar ta ansvar för sociala villkor, och deras erfarenheter av miljömärkning. Av de närmare 20 företag som *fullständigt* instämmer med påståendet om ansvar för sociala arbetsvillkor, svarar nästan hälften att dyra kontroller och/eller att svåra och olämpliga regler *bar delvis* har fått som resultat att få företag satsat på ekologiska textilier.

De absolut viktigaste sociala missförhållandena som bör rättas till är barnarbete (76 %) och dålig arbetsmiljö (63 %). Många bekymrar sig även för orimliga arbetstider (34 %), medan låga löner (21 %) och fri organisationsrätt för personalen (18 %) bedöms mindre viktiga. Att svenska textilföretag, från ett land med lång fackföreningstradition, inte prioriterar denna sistnämnda fråga kan tyckas aningen anmärkningsvärt.

Viktiga sociala faktorer att reglera



En större grupp företag (40 %) anser att det vore en fördel om miljömärkningen kunde kombineras med kontroll av sociala förhållanden.

Marknaden.

Den största gruppen (28 %) bedömer den framtida marknaden för ekologiska textilier som *måttlig, men intressant på vissa områden*. Drygt en fjärdedel beskriver den framtida marknaden som svag för miljövänliga textilier, men något fler (27 %) betecknar framtiden som intressant eller mycket intressant för ekologiska textilprodukter.

Mer än hälften (56 %) anser att kläder är den intressantaste varugruppen för miljöanpassade alternativ, men många pekar också på hygienprodukter som ett möjligt område. Det är troligt att dessa svar påverkas av den egna verksamheten. Många svarande klädföretag lär bidra till att just kläder pekas ut heta.

Kundernas nuvarande intresse bedöms dock vara svagt (49 %) eller måttligt (25 %). Tio procent betecknar det som helt obefintligt, och ännu färre (9 %) anser att det är starkt eller mycket starkt.

Olika miljömärkningar.

När det gäller bedömningen av dagens miljömärken är det uppenbart att merparten av de svarande företagen har begränsad egen erfarenhet. Saknar kunskap är genomgående det vanligaste svaret, och om även de blanka svaren tolkas som brist på kännedom, så uppger mer än hälften av de svarande att de saknar kunskap om olika miljömärken. Allt ifrån brist på kännedom om exempelvis KRAV:s trovärdighet (drygt 50 %) till EU-blommans kostnader (över 90 %). Men de blanka svaren, som generellt uppgår till en fjärdedel, behöver inte tolkas som bristande kunskap. Dessa kan också uttrycka en ovilja att betygsätta, eller något annat. Eftersom mindre än en tredjedel bedömt miljömärkenas regler, service och kostnader, bedöms underlaget vara otillräckligt för en vettig analys.

När det gäller trovärdigheten bedöms Svanens anseende vara bra eller utmärkt av över 40 procent. Tätt efter följer Bra Miljöval och KRAV, medan Ökotex får nöja sig med drygt 30 procent. Att EU-blomman är relativt okänd i Sverige bekräftas av att mindre än fem procent sätter någon större tilltro till dess trovärdighet. Även Svanen bedöms ha störst marknadsvärde, eftersom 25 procent anser det vara bra eller utmärkt. Även här följer Bra Miljöval och KRAV tätt efter. Förtroendet för Ökotex värde på marknaden uppgår till drygt 15 procent, medan EU-blommans (mindre än 5 %) bekräftar sin anonymitet i Sverige.

Bara enstaka företag (knappt 15 %) valde att ytterligare kommentera de aktuella märkningarna. Främst framförs synpunkter på att det finns för många märken, vilket försvårar både för slutkonsument och för företag. En annan brist är att dagens svenska och nordiska märkningar är alltför geografiskt begränsade på en allt mer global marknad. Slutligen anser enstaka företag att miljömärkning är alltför dyrt för små företag, att det är svårt att certifiera en bransch med många skilda produkter och tillverknings sätt, att samarbetet mellan branschen och de organisationer som miljömärker bör utvecklas och att mer information bör spridas till kunderna om miljömärkta textilier.

För att miljöanpassade textilier ska utvecklas anser de flesta att det krävs marknadsföring och fortbildning av kunderna (35 %) och upplysning om miljömärkning av textilier (30 %). Många efterlyser även hjälp med att finna lämpliga leverantörer (25 %) och bra försäljningskanaler (25 %).

Övriga kommentarer.

Drygt ett tiotal (17 %) av företagen utnyttjade möjligheten att framföra övriga kommentarer och synpunkter. Flera företag ansåg att enkäten inte var relevant för deras specialproduktion. Någon tyckte att enkäten var alltför inriktad på bomull, och ett annat företag välkomnade enkäten, men ansåg att följebrevets ton var alltför provocerande. Några företag har bifogat längre redogörelser kring företagets miljöpolicy, medan flertalet lämnat någon kortare kommentarer. Här sammanfattas merparten av dessa.

- Processen att miljömärka går för långsamt, vilket ställer till problem i en bransch med snabba leverans- och beslutstider.
- Miljömärkning av textilier är för krångligt och dyrt, och efterfrågan alltför svag.
- Miljömärkning av textilier kräver globala system eller enhetlig EU-standard.
- I offentlig upphandling har miljökrav på textilier börjat förekomma. Få kan dock uppfylla kraven, vilket riskerar att beställningarna gå till mindre seriösa leverantörer.

- Bra Miljövals två märkningssystem för Bra Fiber och/eller Bra Beredning framhålls som ett föredöme, eftersom det ger många svenska textilföretag att utan dyra extrakostnader tillverka miljömärkta textilier.
- Miljömärkningen av fibrer har ibland tenderat att glömma bort kvalitén. Idag saknas exempelvis ekologiskt odlat lin av bästa kvalitet.

Att två tredjedelar av företagen önskar ta del av slutrapporten, och att knappt en fjärdedel är intresserad av ett seminarium kring miljömärkning av textilier kan uppfattas som en värdemätare på företagens engagemang.

Analys av svaren - del B av enkäten

Vem svarade ?

Den del av enkäten som behandlar ekologiska och miljöanpassade textilier har besvarats av totalt 27 företag, vilket är nästan alla som uppgett att de har arbetat med ekologiska textilier i enkätens första del.

- 7 från medlemmar i Textilimportörerna (29 % av svaren från Textilimportörerna).
- 12 från medlemmar i TEKO-industrierna (32 % av svaren från TEKO-industrierna).
- 8 från Övriga (89 % av svaren från Övriga).

Antalet svar är alltså begränsat, men eftersom det förmodligen inte finns fler än 40 svenska företag med erfarenheter på området borde underlaget ändå vara relativt representativt. Tolv företag (44 %) uppger att det handlat om små och begränsade satsningar, som berört mindre än en procent av försäljningen. Det finns också en relativt stor grupp av företag där det ekologiska sortimentet står för mer än en tredjedel. Strukturen för de ekologiska textilierna avviker inte nämnvärt från tidigare mönster. Det handlar främst av import av plagg, egen vävning/stickning och konfektion, och försäljningen sker främst via detaljhandeln. Vanligast är ekologiska kläder, och i mindre utsträckning hemtextilier.

Vilka fibrer, märkningar och när ?

Den mest förekommande ekologiska fibern är bomull (89 %) och långt därefter ull (19 %) och lin (19 %). Företag som svarat har främst märkt sina produkter med Bra Miljöval och Ökotex (båda 44 %), därefter KRAV (37 %) och i mindre utsträckning Svanen (22 %).

Intresset för miljömärkta textilprodukter kulminerade i mitten av nittiotalet. Under perioden 1990 – 1993 inledde 22 procent av företagen sin lansering av ekologiska textilier. Mellan åren 1994 till 1996 växte antalet lanserande företag till 52 procent, för att sedan dala till 15 procent som inlett sin lansering av miljömärkta textilier efter 1997.

Efterfrågan

Trots att många inom branschen framhåller en svag eller mycket dålig efterfrågan, och att marknaden för ekologiska textilier står och stampar eller går tillbaka, fortsätter hela 56 procent med ekologiska textilier. Lite förvånande är att bara 22 procent uppger att de helt upphört med sin miljömärkning, medan lika många företag är osäkra över hur de bäst bör agera på framtidens marknad. Nästan alla företag, som avbrutit eller avvaktar med försäljningen av miljömärkta textilier, anger den obefintliga eller dåliga efterfrågan som främsta skäl. Enstaka företag lyfter även fram dyra avgifter som en orsak, och ett företag anser det vara meningsfullare att arbeta med lägre miljökrav på hela sortimentet.

Erfarenheter av miljömärkning.

I och för sig är gruppen företag som betecknar sina allmänna erfarenheter som dåliga (33 %) eller acceptabla (19 %) störst, men det är ändå något förvånande att över 40 procent anser sig ha god erfarenhet av ekologiska textilier. De olika svarsalternativen till följdfrågan vittnar om att ett negativare omdöme förväntades när enkäten framställdes. Det uppstår därför ett logiskt glapp, när de flesta först anser sig ha goda erfarenheter, men sedan svarar att dålig efterfrågan är den främsta anledningen till detta omdöme. Trots detta lär svaren ge en fingervisning om vilka problem som finns i gruppen av företag med egna erfarenheter.

- Ingen efterfrågan (48 %).
- Dyra kontroller och egen administration (26 %).
- Dyra råvaror & halvfabrikat (22 %).

Det kan noteras att ganska många (22 %) avstått från att svara på denna fråga, men också att bara ett företag ifrågasätter systemet med miljömärkning av textilprodukter.

Positiva erfarenheter.

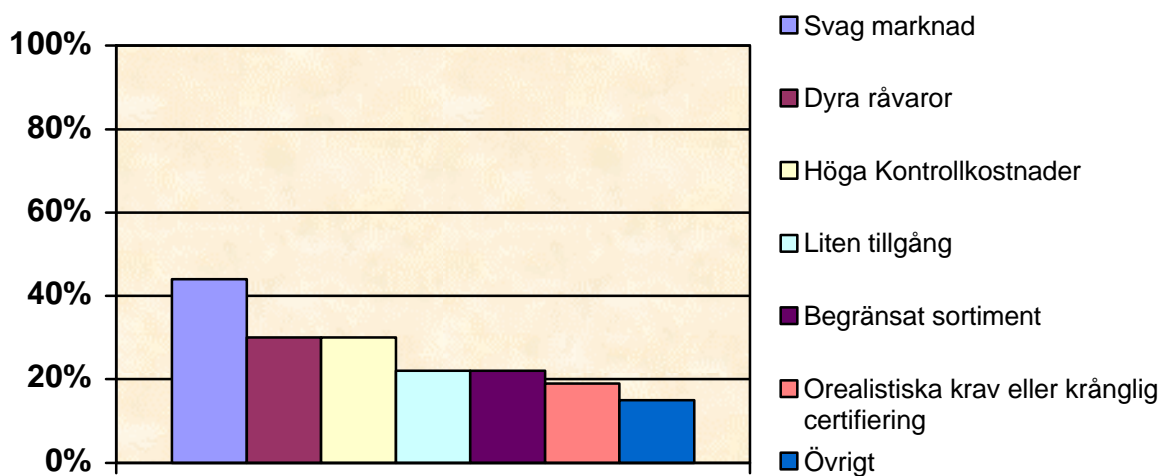
Drygt hälften av de svarande har framfört synpunkter om vad som varit positivt med ekologiska textilier. Mer än tredjedel (fem företag) anser att arbetet med miljömärkning har ökat den egna kunskapen och medvetenheten om textilproduktionens miljöpåverkan. Lika många ser det som en viktig del i det egna miljöarbetet och något som ger ett bättre miljömedvetna köparens behov, och för några har miljömärkningen blivit ett extra försäljningsargument, bidragit till goda PR-effekter och öppnat nya marknader. Enstaka företag pekar på att miljömärkningen gett dem ökad efterfrågan, att det är ett bra komplement till det normala sortimentet, att man fått tillgång till halvfabrikat av högre kvalitet och att man nu säljer en produkt med ett mervärde.

Vilka problem ?

När det gäller att betygsätta de främsta problemen kring ekologiska textilier valde i snitt en tredjedel att avstå från att svara. Följande problem bedömdes som störst av de som betygsatte.

- Svag marknad
- Dyra råvaror & halvfabrikat
- Höga kontroll- & inspektionskostnader

Problem med ekologiska textilier



Problemens orsaker och övriga orsaker.

På enkätens sista fråga om varför problemen uppstod har drygt 40 procent valt att svara. Återigen framförs en svag, dålig, sviktande marknad som det största enskilda problemet. Enstaka synpunkter framförs om att det är dyrt att miljömärka, att miljömedvetna klädkonsumenter saknas, att små konfektionsföretag med varierande plagg i små serier har svårt att tillverka miljömärkta kläder på grund av det begränsade utbudet. Ett litet konfektionsföretag anser ett begränsat kapital omöjliggör inköp av större mängder miljömärkt tyg. Andra företag menar att processen kring miljömärkning försvårats på grund av kommunikationsproblem mellan leverantörer, kontrollorgan och kund, och efterlyser ett bollplank för att utveckla miljöanpassade textilprodukter. En annan kommentar är att en större svensk klädkedja fortsätter att arbeta aktivt med att förbättra och utöka sortimentet av miljöanpassade plagg, men väljer numera att inte kommunicera detta till kunderna. Slutligen hävdar ett företag att deras satsningar på sängkläder till sjukvård och hotell, liksom tamponger har lett till ökad efterfrågan och goda erfarenheter.

Diskussioner med större klädimportörer

Underlaget bygger på att miljöansvarig eller någon annan företrädare för närmare ett tiotal viktiga kläd- och textilföretag har besökts och intervjuats. Bland annat har företrädare för Hennes & Mauritz, Ikea och Lindex intervjuats. Dessa samtal har varit förhållandevis fria, med avsikten att försöka fånga upp de konkreta erfarenheter som finns av miljömärkta textilier, företagens inställning till miljömärkning och framtidsplaner. Det är inte troligt att all information kommit fram under dessa samtal, och dessutom lär delar av deras erfarenheter, åsikter och framtidsplaner klassas som konfidentiella.

Det har exempelvis varit omöjligt att få fram konkreta försäljningssiffror av miljömärkta textilier, med hänvisning till att sådan statistik inte finns sparad. Trots dessa begränsningar är det författarens åsikt att dessa samtal har varit mer berikande för analysarbetet än enkätens anonyma frågeformulär.

Sammanfattning av textilimportörernas synpunkter

Nästa alla de större aktörerna på textilmarknaden, främst då klädföretag, har egna erfarenheter av miljömärkta produkter eller egna miljöanpassade varor. Även om det är svårt för en utomstående att bedöma hur seriösa och omfattande satsningar varit, finns det få skäl att ifrågasätta den samstämmiga uppfattningen att miljöargumenten väger lätt i det ögonblick kunden gör sitt köp. Istället anser merparten av de tillfrågade att ett plagg eller en hemtextil främst säljs med hänsyn till mode, kvalitet, form & färg och inte minst vad som står på prislappen. Företagen sammanfattar enligt detta i slutsatsen att efterfrågan på miljömärkta textilier är ringa. En del aktörer pekar emellertid på att det finns områden med en något större efterfrågan, då främst på baby-, barn- och underkläder.

Även om miljömärkta spetsprodukter inte behöver stå i motsättning till att arbeta med hela sortimentets miljöpåverkan, har de stora företagen i praktiken satsat på att hela sortimentet ska uppfylla ett antal ställda minimikrav, ofta Textilimportörernas inköpsvillkor. Dessutom hävdar flera företrädare att man inte vill miljömärka, eftersom det egna varumärket i sig anses stå för bra miljö. Ett annat exempel som åskådliggör motsättningen mellan spets och bredd, är oviljan att skylta med en särskild miljökollektion, eftersom det eventuellt kan ställa det övriga sortimentet i sämre dager. Flera miljöansvariga påpekar också att den totala vinsten för miljön

blir större med minimikrav på hela sortimentet, än med höga krav på endast en liten del av utbudet.

Trots den huvudsakliga satsningen på heltäckande minimikrav har flera företag konkreta erfarenheter av miljömärkning. Alla är överens om att dessa satsningar får betecknas som mer eller mindre misslyckade, åtminstone ur försäljningssynpunkt.

Förutom den svaga efterfrågan finns en hel del kritik, vilken ofta delas av flertalet, bland de företag som antingen har egna erfarenheter av miljömärkta produkter eller åtminstone har gjort en ordentlig analys av denna nischmarknad.

Kritiken kan sammanfattas i följande punkter.

- För mycket med tre kontrollorgan. Många efterlyser ett närmare samarbete mellan Bra Miljöval, Krav & Svanen.
- Orealistiska regler, som varit svåra eller närmast omöjliga att uppnå.
- Ett tungt system, som är krångligt, långsamt och dyrt.
- För de större företagen är märkningen, även om den omfattar hela Norden, alltför lokal. En gemensam europeisk märkning efterlyses.
- Något företag uttrycker en ovilja att lämna ut konfidentiell information till oberoende kontrollorgan.
- Några företag efterlyser bättre kompetens och rådgivning från kontrollorganen.

De positiva erfarenheterna kring miljömärkning handlar mest om utveckling av den egna personalens kompetens, och enstaka företag betonar att de har haft en konstruktiv dialog och ett gott samarbete med kontrollorganen.

I stället för miljömärkning har företagens främst satsat på egna miljöplaner, miljöledningssystem typ ISO 14001 och framför allt en gemensam minimistandard för hela det egna sortimentet. Som ett resultat av detta och den egna infrastrukturen, främst i form av inköps- och försäljningsorganisationer, har det konkreta miljöarbetet bland företagen i första hand inriktats på följande.

- Miljöutbildningar av stora personalgrupper.
- Minimikrav för resthalter i textilierna av vissa miljö- & hälsofarliga kemikalier.
- Miljöanpassade butiker med sopsortering, miljövänligare förpackningar och transporter.
- Kartläggande miljöutredningar.

Endast ett fåtal företag har på allvar jobbat sig bakåt i produktionskedjan och då främst försökt åtgärda problem kring beredningsprocessens utsläpp av avloppsvatten.

Sällsynta exempel finns på satsningar som täcker hela kedjan från fiberframställning till färdig produkt. Intrycket är dock att det rör sig om isolerade erfarenheter och inget företag har kunnat eller haft intresse av att presentera sina lärdomar från dessa satsningar.

Samtal med svenska textilproducenter

Undersökningen omfattade även besök hos ett par medelstora textilföretag i Sjuhäradsbygden, några kompletterande telefonintervjuer med ett par andra och ett samtal med en företrädare för TEKOindustriernas, vilka alla har egna erfarenheter av miljömärkta textilier.

Alla dessa företag betonade att efterfrågan är dålig eller mycket svag. Inledningsvis hade ett företag noterat en viss sug, men under de senaste åren har efterfrågan dalat och de miljömärkta plaggen är nu på väg ut ur sortimentet. Ett annat företag berättade att deras ekologiska produkter hade fått ett varmt mottagande på mässor och utställningar, men att efterfrågan inte alls stod i relation till dessa uppskattande kommentarer. Enda undantaget var

ett Svanenmärkt ulltyg som säljer hyfsat, men där var priset också samma som för likvärdiga konventionella alternativ.

Ett företag som för några år sedan storsatsade på en ekologisk kollektion av underkläder, trodde inledningsvis att det stora intresset för ekologisk mat automatiskt skulle skapa ett sug efter miljömärkta textilier. Så blev det inte alls. Ännu har företaget i fråga inte kunnat sätta fingret på den felande länken, men man tror inte att det handlar om bristande marknadsföring eller för dyra produkter. Snarare om mer psykologiska begrepp om att textilier inte säljs med miljöargument, och att det finns en *praktighetsfaktor* vilken kanske kan ge en negativ rekyleffekt. Ett annat företag med erfarenhet av frottéplagg hävdade att det snarare var det smala utbudet, i deras fall enbart vita och oblekta plagg, än ett något högre pris som begränsade efterfrågan.

Ett tredje företag betonade att miljömärkta tyger för offentlig inredning möter stort intresse, men att kunskaperna om miljömärkningen brister hos inköparna, och att där finns ett konkret informationsbehov. Ett annat företag bekräftade bilden, men menade också att nedskärningar och besparingar gör att prislappen ändå blir avgörande när beslutet tas. Ett företag har som alternativ till miljömärkning börjat köpa sitt garn från spinnerier som är certifierade enligt ISO 14 0001, vilket i många fall fungerar bra som argument vid försäljning till inköpare på företag och inom offentlig sektor.

Företagen var mer eller mindre samstämmiga när de beskriver nuvarande miljömärkning som omständlig, krånglig, långsam och dyr. Någon menade att kvalitén på miljömärkningen måste säkras, och merparten efterlyste gedigen kompetens på området och bättre kunskaper om den produktionsmässiga verkligheten. Det nämndes även en del tekniska problem där miljöargument kolliderar med brandsäkerhet eller vad som är praktiskt rimligt att uppnå, exempelvis kring flamskyddsmedel och ullgardiner som behöver kemtvättas. Ett färgeri efterfrågade även enkla handledningar för att utveckla godkända recept och listor över godkända insatsmedel.

Internationella trender och marknader

Detta avsnitt innehåller uppgifter om textilier från ekologiskt odlade fibrer samt uppgifter om Ökotex systemet. Det ingick inte i uppdraget att göra en kartläggning av den internationella situationen, därför har uppgifterna begränsats till sådana som var lätta att få tag på.

Textilier av ekologiskt odlade fibrer⁷

Inte heller utanför Norden har ekologiska textilier lyckats ta några större marknadsandelar. Förmodligen ligger andelen ekologiska textilier under en procent på alla viktiga marknader. Detta betyder dock inte att vissa stora klädmarknader som den tyska, amerikanska och den japanska har stor betydelse för framväxten av framför allt ekologiska bomullsprogram i länder som Indien och Turkiet. Den internationella organisationen för ekologiskt lantbruk – IFOAM – har utvecklat internationella regler för ekologiska textilier, vilka är snarlika KRAV:s normer. Ganska få certifieringsorganisationer arbetar dock med textilier från ekologiskt odlade fibrer, och bara en mindre del av de ekologiskt odlade fibrerna kontrolleras/certifieras i de senare beredningsleden.

⁷ Detta avsnitt bygger främst på samtal med Verner Frang AB, som har flera års erfarenhet av export av ekologiskt bomullsgarn och i vissa fall även bomullsvävar till den europeiska, nordamerikanska och japanska marknaden.

Den **tyska marknaden** betecknas som långsamt växande, och det tycks finnas ett ökat intresse bland konsumenterna. Försäljningen domineras av ett antal postorderföretag, som exempelvis Hess Natur, vilka profilerar sig med miljöanpassade textilier. Det finns ingen enhetlig tysk oberoende märkning. Däremot har en grupp företag, främst verksamma i Tyskland, utarbetat ett eget system - IVN, vilket är en blandning av egna regler och internationella system. Den tyska marknaden utmärks idag av en ökande konkurrens och fallande priser, som närmar sig konventionell bomull. Det finns därför en risk att eko-bomullens faktiska extrakostnader och mervärde inte ersätts.

Den **holländska marknaden** påminner om den tyska, men är av mindre betydelse. Näst störst i Europa är den skandinaviska marknaden. **Danska textilindustrier** som producerar för den tyska marknaden är viktiga aktörer. Däremot är det oklart hur den interna danska marknaden ser ut. **I Sverige** har försäljningen i sin helhet backat de senaste åren, men en växande efterfrågan går att skönja när det gäller offentlig miljö. **Finland** är också relativt intressant mot bakgrund av att landet har långa traditioner av naturfibrer och enkel design, och i samband med designutmärkelser under det senaste året har företag som arbetar med ekologiska textilier premierats.

Den engelska marknaden går idag emot strömmen i bemärkelsen att här finns idag ett relativt starkt konsumenttryck, som tvingar stora etablerade aktörer att göra seriösa satsningar på ekologiska plagg. Dagens konsumenttryck hänger samman med ett uttalat motstånd mot genmanipulerade livsmedel. Kläder som kan tänkas innehålla genmanipulerad bomull är ett rött skynke för de mest militanta delarna av den engelska miljöopinionen. De engelska företag som studerat dagens regelsystem för miljömärkta textilier, menar att dessa är för svåra, krångliga och i stora delar praktiskt omöjliga att efterleva. Därför har man begränsat sig till att köpa ekologiska råvaror i form av garn och väv. Om dagens planerade satsningar genomförs lär den engelska marknaden under år 2000 bli lika stor som den tyska.

Som helhet är den **amerikanska försäljningen** av ekologiska textilier förmodligen störst i världen, men procentuellt är den mycket liten. Det finns bara ett fåtal större försäljare och producenter. Med amerikanska mått mätt finns ett visst konsumenttryck och trenden är att marknaden långsamt växer. I USA finns ännu en efterfrågan på ekomodets naturvita och enkla design. En joker är globala jätteföretags funderingar att blanda upp konventionell bomull med ekologisk till en viss procent – *blendning*, något som redan gjorts av Levis och Gap. Företagen själva hävdar att detta är deras sätt att ta ansvar på ett rationellt sätt. Ofta efterfrågas enbart ekologiskt odlad bomull, och efterföljande beredning kan vara konventionell.

Japan är kanske den marknad som idag växer fortast. Trender och mode hämtas ofta ifrån USA, vilket lett till att amerikanska eko-kläder efterfrågas. Många japaner uppskattar även enkel design och naturvitt. Här efterfrågas inte miljömärkta kläder, utan bara att plagget är tillverkat av ekologisk bomull. Kontrollen tycks fram till nu varit ganska svävande, och något japanskt kontrollorgan finns inte. Istället dominerar nordamerikanska certifieringsorgan.

Ökotex⁸

"Antalet Ökotex-certifikat har ökat stadigt under hela 90-talet. Under de senaste tre åren har antalet certifierade produkter närmast fördubblats och uppgick 1999 till över 13 000 licenser

⁸ Avsnittet bygger på uppgifter från Stefan Posner på IFP Research AB i Mölndal.

från uppskattningsvis drygt åtta tusen företag. Produktstandarden Ökotex100 är ingen miljömärkning, utan garanterar bara att ett antal hälsovådliga ämnen inte finns kvar i den textila varan, och märkningen har sin starkaste förankring i de tysktalande länderna som Tyskland, Österrike och Schweiz. På grund av importen till dessa länder är Ökotexlicenser även relativt vanliga hos producenter i Portugal, Spanien, Italien och Turkiet, medan märkning är relativt liten på den nordiska marknaden. Över 70 procent av Ökotexlicenser innehåller europeiska tillverkare och importörer, men Asiens omfattande textilexport till Europa har inneburit att närmare en fjärdedel av certifikaten har utfärdats till länder som Kina, Indien, Pakistan och andra. Vid sidan om Ökotex 100 för produkter finns även en färsk standard för tillverkningsenheter - Ökotex 1000, som i mångt och mycket är en miljömärkning av producenter. Denna märkning har mött stort intresse, men åtminstone inledningsvis har stora delar av marknaden valt att avvakta. En första version av regelsystemet för Ökotex 1000 blev klar i början av 1999 och några månader senare fanns sju Ökotex 1000 certifierade företag, varav merparten i Schweiz."

Saknas efterfrågan ?

Denna analys av miljömärkta textilier visar tydligt att den svaga efterfrågan är den springande punkten. Företag med konkreta erfarenheter är i det närmaste enstämiga om att det inte finns något speciellt sug efter miljöanpassade kläder eller hemtextilier. Denna svaga efterfrågan kan ha flera förklaringar.

- Till skillnad från livsmedel finns det inga starka skäl för kunden att tro att han eller hon tar skada av konventionella plagg. Galna kosjukan och dioxinskandaler i Belgien tvingar däremot ständigt konsumenterna att fundera på vad vi äter.
- Dagens textiltillverkning påverkar sällan svensk natur. Tvättmedel som stoppas i den egna maskinen kan däremot kopplas direkt till den egna badviken. Kopieringspapperet hänger i sin tur samman med den svenska skogen. Men det upplevs säkerligen som avlägset när giftiga bekämpningsmedel sprids på kinesiska bomullsfält, och när avloppsvatten från beredningsindustrin förorenar indiska floder.
- Det saknas ännu en hel del kunskap och medvetenhet bland svenska konsumenterna om textiliernas miljöpåverkan.
- På det textila området saknas en tung aktör som tagit på sig rollen som aktiv påtryckare. Det är oomtvistat att de tre stora aktörerna på dagligvarumarknaden har spelat en aktiv roll för att utveckla och börja producera miljömärkta livsmedel och dagligvaror som tvättmedel och schampo.

Ovanstående behöver dock inte innebära att svenska klädköpare är ovilliga att med aktiva val försöka främja en mer miljöanpassad textiltillverkning. Däremot visar de senaste årens miljömärkning av plagg och andra textila varor att miljöargumenten vid varje själva köptillfället har svårt att hävda sig mot färg, form, kvalitet och framför allt priset.

Det finns goda skäl att ytterligare analysera den specifika köpsituation som gäller när ett klädesplagg eller en hemtextil inhandlas, men här presenteras några möjliga faktorer.

- Inköp av textilier handlar om betydligt mer än att bara betala för en bruksvara. Ingen skyltar med vilket tvättmedel man använder, men våra kläder bedöms, granskas och betygsätts i alla sammanhang. Hur vi klär oss och ordnar våra hem är *en del av vår identitet*, och då vill vi kunna välja ur hela utbudet.
- Medan den dagliga inköpsrundan i livsmedelsbutiken andas rutin, är köp av kläder för *mågan något lustfyllt*. Få shoppa kläder med en inköpslapp i näven, utan man bestämmer sig någonstans mellan provhytten och kassan.

- Konsumenten är van att **välja mellan hundratals** eller kanske tusentals plagg, och finns det inga byxor som passar blir det kanske en skjorta i stället. Valet av mjölk i kyldisken blir vid den jämförelsen synnerligen okomplicerat.

Mot bakgrund av ovanstående finns det skäl att misstänka ett samband mellan ett minimalt utbud av miljömärkta kläder och en svag efterfrågan. Det är tänkbart att många är intresserade av att köpa miljöanpassat till ett något högre pris, men man vill inte avstå ifrån att få välja bland alla butikens modeller, färger och prisalternativ. Det är också möjligt att det existerar en konflikt i klädbranschens lustfyllda, trendiga och köpglada budskap, och miljöargumentens nyttiga, resurssnåla och ofta något präktiga evangelium. Ett av de företag som satsat mest på att marknadsföra ekologiska underkläder spekulerar kring hypotesen att "*vi kanske överexponerade miljöskälen, och i stället borde vi ha lyft fram de vanliga klassiska textila argumenten om komfort, naturmaterial och kvalité*". Något att reflektera över.

Slutsatser & kommentarer

Denna rapport försöker enbart utvärdera miljömärkning av textilier ur ett övergripande perspektiv. Detta till trots finns det relativt goda förutsättningar att slå fast följande.

Om märkning som princip och redskap för miljöarbete inom textiltillverkningen.

- Även om merparten av de textilier som säljs på den svenska marknaden produceras långt utanför våra gränser finns det en miljöpåverkan som branschen och vi konsumenter har ett gemensamt ansvar för att lösa.
- Det verkar finnas ett uppriktigt intresse bland många av branschens företag att ta denna utmaning på allvar. Försöken att miljömärka enskilda varor är ett uttryck. Textilimportörernas inköpsvillkor och att certifiera sig enligt miljöledningssystem typ ISO 14 001 är andra prov på en vilja att ta ett ansvar.
- Många företag är av princip tveksamma till att miljömärka enskilda plagg i sortimentet, då man fruktar att detta skapar en oönskad spänning i butiken mellan miljöanpassade produkter och icke märkta varor. Andra menar att företagets eget varumärke står fören bra miljöpolicy, och då önskar man inte udda spetsprodukter som riskerar punkterar det egna varumärket.
- Miljömärkningen av textilier har under sina första år främst hämmats av en blygsam försäljning. Den svaga efterfrågan beror förmodligen främst på det smala utbudet och begränsningarna i färg och form, men också på ett avsevärt högre pris.
- Denna rapport har inte försökt att kartlägga i vilken mån märkning och andra åtgärder skapat en bättre miljö. Men eftersom detta är det övergripande målet, bör några korta kommentarer göras. Det är svårt att upptäcka ett gemensamt miljöarbete inom branschen. Undantag finns bland annat i form Textilimportörernas inköpsvillkor. Uppenbart har även svenska miljölagar, liksom TEKOindustriernas ansträngningar, haft stor betydelse för utvecklingen på svenska textilfabriker. För en utomstående är det emellertid svårt att se att miljöledningssystem eller den nuvarande miljömärkningen lett fram till avgörande förbättringar inom branschen. Det finns företag som gör stora enskilda ansträngningar och sliter hårt med problemen, men erfarenheterna sammanfattas inte och sprids ej heller vidare till andra företag. Något som uppenbart borde ske om systemet fungerade.

Om det nuvarande systemet för miljömärkning.

Att miljömärkningens akilleshäla har varit bristen på efterfrågan ute i butikerna, innebär inte att den nuvarande modellens praktiska problem inte bör synas och sammanfattas. Studien har

inte analyserat enskilda regler eller försökt jämföra kontrollorganens olika kriterier. Det mesta tyder på att alla tre kontrollorgan dras med liknande problem och brister.

- Dagens system för märkning har visat sig vara alltför komplicerat, detaljerat och svårt att genomföra i praktiken. Regler och normer är i mångt och mycket utvecklad för nordisk tillverkning, men i Sverige importeras ungefär 90 procent av våra textilier. Ett annat praktiskt problem som inneburit ökade problem vid certifiering är att de vanliga blandmaterialen exempelvis mellan natur- och konstfibrer.
- Tre ungefär lika starka miljömärkningar har ytterligare bidragit till en avvaktande hållning bland intresserade företag. Ingen har velat "satsa på fel häst".
- Det har varit en mycket kostsam och tidskrävande process för de tre kontrollorganen att bygga upp regelverk och en nödvändig kompetens på det textila området. Mot bakgrund av den blygsamma märkningen av textilier har alla kontrollorgan till dags datum investerat större belopp än vad som varit möjligt att få in via licenser och inspektioner.
- Trots dessa satsningar från kontrollorganens sida, har det textila området visat sig var så komplext och omfattande att tillräcklig kompetens, infrastruktur och rutiner ännu saknas, för att certifieringen ska ske så snabbt som branschen önskar. Handläggningstider på flera månader är en omöjlighet för många av marknadens aktörer.
- Krångliga och alltför detaljerade regelsystem har under detta uppbyggnadsskede fått som konsekvens att miljömärkningen ofta blivit alltför dyrt för de inblandade företagen.

Rekommendationer

Det finns ännu inga avgörande skäl som av princip diskvalificerar miljömärkning av textilier. Branschens orsakar, åtminstone indirekt, mycket stora miljöproblem, och det är troligt att en ganska stor grupp konsumenter är beredda att ta ett grönt ansvar för detta, under förutsättning att ett märkningssystem utformas på ett lämpligt sätt. Naturskyddsföreningens initiativ och deras enskilda medlemmars intresse visar också att Sveriges största miljöorganisation vill påverka hur våra textilier tillverkas. Det är också uppenbart att branschen behöver pilotprojekt och spetserfarenheter för att kunna lyfta miljökvaliteten på hela sitt sortiment, och det vore naturligt att detta miljöarbete åtminstone delvis skedde i samarbete mellan företagen. Ett väl genomtänkt märkningssystem kan bli ett viktigt komplement till företagets och branschens egna miniminivåer och miljöledningssystem. Ett sådant system skulle främst syfta till ett ökat erfarenhetsutbyte, teknikutveckling, att främja pilotprojekt och att ge konsumenterna ett verktyg för att ta ett grönt ansvar vid sina klädinköp.

Därför föreslås att textilbranschen och aktuella kontrollorgan överväger följande:

- ❖ Initiera först och främst en diskussion med några av branschens viktigaste företrädare och företag om behovet av nya modeller för miljömärkning av textila produkter.
- ❖ u Utvärdera möjligheten att tillsammans med kemikalieleverantörer och pionjärföretag ta fram rådgivande standardrecept tips på bra tekniska lösningar och listor med redan i förväg godkända insatsmedel, för att underlätta dagens komplicerade procedur att godkänna textila beredningsprocesser. En formell certifiering av insatsmedel kan övervägas.
- ❖ Granska intresset för en företags- eller sortimentcertifiering. Mot bakgrund av att helt igenom "gröna textilier", tillverkade i särskilda processer och enbart av godkända ekologiska fibrer, inte verkar efterfrågas särskilt mycket, borde kunden istället erbjudas

produkter som främjar företagets verksamhet att minska miljöpåverkan. Ett grönt alternativ - genom att köpa från ett certifierat företag eller ur ett godkänt sortiment. En sådan certifiering kan utgå ifrån att vissa bestämda mängder ekologiska fibrer blandas in i produkterna, och att en viss andel av tygerna har färgats och behandlats i miljöanpassade processer. Detta borde tillåta utvecklingen av ett enkelt och avsevärt billigare system, som inte ständigt kör fast i enstaka tekniska problem och dessutom slår ut kostnaderna för pilotprojekt och teknikutveckling på hela sortimentet. Särskilt viktigt blir att knyta samman spetserfarenheter med hela sortimentets miljöpåverkan, och se till att lärdomar och erfarenheter effektivt sprids inom hela branschen.

De berörda kontrollorgan uppmanas att:

- ❖ Behålla dagens system för märkning av enskilda produkter. Det finns inga tecken på att dagens märkning omedelbart skulle ryckas upp ur sin tynande tillvaro, men en specifik miljömärkning kan fylla ett behov inom vissa varugrupper som babykläder, hygienprodukter, sänglinnen till hotell och textilier för offentlig miljö.
- ❖ Samordna ytterligare arbetet mellan de nuvarande kontrollorganen. Dagens marknad är för liten för tre organisationer, och inledningsvis kunde dagens olika regelsystem med fördel harmoniseras. I ett senare steg vore det även tänkbart att utveckla framtida system där alla tre, men med skilda funktioner, fortsätter att arbeta med miljöanpassade textilier.

Organisationer och myndigheter som arbetar med konsumentupplysning och/eller miljöinformation föreslås:

- ❖ Fördjupa analysen kring vilka faktorer som påverkar konsumentens val av skilda textila varor, främst kläder & hemtextilier. Målet bör vara att bättre anpassa miljöargumenten till denna specifika köpsituation. Risken finns annars att framtida informations- och upplysningsinsatser inte hörsammas av stora konsumentgrupper, och i värsta fall även riskerar uppfattas som en oönskad inblandning i en *privat angelägenhet*. Med fördel kan sedan en långsiktig strategi för information om textiliernas sociala och miljömässiga avigsidor utvecklas.

Helsingborg den 30 december 1999

Per Jiborn

Bilagor

1. Enkät
2. Följebrev
3. Sammanställning av enkätresultat Sverige
4. Sammanställning av totala enkätresultat