



Oppdragsrapport nr. 3-2000

Anna Risnes, Per Arne Tufte og Randi Lavik

## Helse- og miljøfarlige kjemikalier

Kunnskaper og forventninger rundt produkter  
inneholdene helse- og miljøfarlige kjemikalier

**SIFO**

© SIFO 2000  
Oppdragsrapport nr. 3 – 2000

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

**Oppdragsrapport nr. 3-2000**

**Helse- og miljøfarlige kjemikalier**

Kunnskaper og forventninger rundt produkter  
inneholdende helse-og miljøfarlige kjemikalier

av

**Anna Risnes, Per Arne Tufte og Randi Lavik**

November 2000  
STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING (SIFO)  
Postboks 173, 1325 Lysaker  
Tlf: 67599600 Fax: 67531948  
Internett.[www.sifo.no](http://www.sifo.no)



## Forord

Prosjektet ”Publikumsundersøkelse vedrørende helse- og miljøfarlige kjemikalier i produkter” er på oppdrag fra Riksrevisjonen. Undersøkelsen er gjennomført som en postal enquete blant et representativt utvalg av personer i Norge som er 18 år eller eldre. Selve undersøkelsen ble gjennomført av Gallup på forsommeren 2000. Antall personer som har svart er 1237. Svarprosenten var 67 %, noe som er ganske tilfredsstillende.

Lysaker, november 2000

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING



# Innhold

Forord .....	3
Innhold .....	5
1 Innledning .....	7
2 Utvalgets representativitet.....	9
2.1 Alder: 13 år og eldre i 1999, 14 år og eldre i 2000 .....	9
2.1.1 Kjønn.....	9
2.1.2 Alder .....	9
2.1.3 Aldersgrupper.....	10
2.1.4 Utdanning.....	10
2.2 Alder, 17 år og eldre i 1999, 18 år og eldre i 2000.....	10
2.2.1 Kjønn.....	11
2.2.2 Alder .....	11
2.2.3 Aldersgrupper.....	11
2.2.4 Utdanning.....	12
3 Helse og miljømerking.....	13
3.1 Beskrivelse av merkene.....	13
3.2 Oppfatninger om merkene.....	14
3.3 Oppfatninger og kunnskaper om merkene i forhold til kjønn, alder og utdanning .....	16
4 Oppfatninger om informasjon via merking .....	23
4.1 Tillit til at produsentene merker produkter som overstiger faregrensene .....	23
4.2 Tillit til offentlig merking og produsentmerking.....	24
4.3 Tillit til at helse- og miljøfarlige produkter ikke kommer ut på markedet .....	27
4.4 Oppfatninger om merkeplikt .....	28
4.5 Oppfatninger om informasjon via merking i forhold til bosted.....	29
5 Oppbevaring av produkter .....	31
5.1 Presentasjon av faresymbolene .....	31
5.2 Oppbevaring av faremerkede produkter.....	33
6 Håndtering av produkter .....	39
6.1 Miljømerking .....	39
6.2 Faremerking .....	43
6.3 Hensyntagen til merkingen .....	44
6.4 Vektlegging av helse og miljøegenskaper ved kjøp av maling .....	46
6.5 Vasking av klær og tekstiler før bruk.....	48
7 Miljøinformasjon .....	51
7.1 Hva er spesialavfall? .....	51
7.2 Oppfatninger om spesialavfall .....	51

8	Håndtering av avfall .....	55
9	Skader etter kontakt med kjemikalier .....	65
10	Offentlige instanser som arbeider med helse- og miljøfarlige kjemikalier .....	69
11	Oppsummering .....	75
11.1	Helse- og miljømerking .....	75
11.2	Oppfatning om informasjon via merking.....	76
11.3	Oppbevaring av produkter .....	76
11.4	Håndtering av produkter .....	76
11.5	Miljøinformasjon .....	77
11.6	Håndtering av avfall .....	78
11.7	Skader etter kontakt med kjemikalier .....	78
11.8	Offentlige instanser som arbeider med helse- og miljøfarlige kjemikalier .....	78
	Litteratur.....	79
	Vedlegg .....	81



# 1 Innledning

Denne rapporten bygger på resultater fra en publikumsundersøkelse utført på oppdrag fra, og i samarbeid med; Riksrevisjonen.

*Oppdragets formål var å foreta en representativ publikumsundersøkelse knyttet til forvaltningsrevisjon av myndighetenes kontroll med helse- og miljøfarlige kjemikalier i produkter.*

Følgende emner ble berørt i publikumsundersøkelse:

- Kunnskap om helse- og miljømerking
- Oppfatninger om informasjon gitt på merkede produkter
- Oppbevaring av faremerkede produkter
- Håndtering av merkede produkter
- Kunnskap, oppfatninger og behandling av spesialavfall
- Erfaringer med skader etter kontakt med kjemikalier
- Oppfatninger om informasjon fra institusjoner som arbeider innen området helse- og miljøfarlige kjemikalier.

Undersøkelsen er en postenquete. Spørreskjemaet ble sendt ut til et representativt utvalg på 2000 personer fra 13 år og oppover. Rapporten er skrevet som en tabellrapport, på grunnlag av resultatene fra denne undersøkelsen. Resultatene er angitt enten som frekvenser eller krysstabeller, bivarierte sammenhenger. De bivarierte sammenhengene er signifikantstestet ved bruk av kji-kvadrattest. Som bakrunnsvariable er hovedsakelig kjønn, alder og utdanning benyttet.



## 2 Utvalgets representativitet

Undersøkelsen er en postenquete. Spørreskjemaet ble sendt ut til et utvalg på 2000 personer på 13 år og eldre. Dette var trukket av et utvalg respondenter som hadde sagt seg villig til å delta i slike undersøkelser. Etter en gangs puring fikk vi tilbake 1271 svar. Dette er en svarprosent på 64, som er rimelig bra ut fra denne typer undersøkelser, spesielt tatt i betraktning at skjemaet ble sendt ut i slutten av juni. Sommeren er vanligvis ikke noe god tid for gjennomføring av postenquete.

I og med at utvalget var kjent i den forstand at vi hadde data for kjønn, alder og utdanning, kunne vi gjøre en frafallsanalyse. Dette er opplysninger fra 1999. Det vil si at personen nå (sommeren 2000) er ett år eldre, og enkelte utdanningsforhold kan ha endret seg. Dette vil gjenspeiles i resultatene fra vår undersøkelse (sommeren 2000). Personene er også blitt ett år eldre.

### 2.1 Alder: 13 år og eldre i 1999, 14 år og eldre i 2000

Det opprinnelige utvalg var blant personer som var 13 år og eldre i 1999, dvs de var 14 år og eldre i år 2000. Opprinnelig utvalg, pluss selve undersøkelsen, hadde følgende fordelinger:

#### 2.1.1 Kjønn

Tabell 2.1 Kjønnfordeling. I prosent.

KJØNN	Besvart 1999	Frafall 1999	Selve undersøkelsen uvektet 2000	Vekttegrunnlag
Mann	50.6	49.9	51.0	49.3
Kvinne	48.2	49.0	49.0	50.7
Ikke oppl om	1.3	1.1		
	100 (1271)	100 (729)	100 (1271)	1000 (1237)

Forskjell mellom besvart og frafall er ikke signifikant (Kji-kvadrat-test)

Kjønnfordelingen er ikke skjev.

#### 2.1.2 Alder

Tabell 2.1. Alder – 13 år og eldre i 1999, 14 år og eldre i 2000. I prosent

	Besvart 1999	Frafall 1999	Selve undersøkelsen uvektet 2000	Vektet
Gjennomsnitt	44.3 år	37.2 år	45.7 år	44.3 år
N	1245	712	1268	1268

Forskjellen mellom dem som har besvart og frafall, er signifikant for  $p < .001$  (T-test)

Vi ser at de som ikke har svart er gjennomsnittlig noe yngre enn dem som har besvart. Det er nok de yngste som har latt være å besvare. Dette ser vi når vi deler aldersvariabelen inn i grupper.

### 2.1.3 Aldersgrupper

Tabell 2.3. Aldersgrupper. I prosent

	Selve undersøkelsen	Vektgrunnlag
14-18 år	4	7
19-26 år	8	13
27-36 år	22	19
37-46 år	20	18
47-56 år	20	16
57-66 år	16	10
67 år og eldre	11	16
Totalt %	100	100
N	(1268)	(1271)

Vi ser at det er dem under 20 år som er underrepresentert. Dette er ikke uvanlig i denne type utvalgsundersøkelser.

### 2.1.4 Utdanning

Tabell 2.4. Utdanning. I prosent

	Besvart 1999	Frafall 1999	Undersøk 2000 uvektet	Undersøk 2000 vektet
Grunnskole	19	26	13	16
Videregående	41	42	47	47
Universitet	40	32	38	36
Ukjent			2	2
Totalt %	100	100	100	100
	1271	729	1271	1271

Signifikant for  $p < 0.001$  Kji-kvadrat

Fordelingen av utdanning ble også noe skjev, da det var de med lavest utdanning som var underrepresentert. Dette skyldes at det var de yngste som hadde oftere frafall. Vi ser også at utdanningsfordelingen fra undersøkelsen i 2000 er noe forskjellig fra opplysningene om de samme personene i 1999. Dette skyldes at de er blitt ett år eldre og noen har kommet over i nye utdanningskategorier.

Skjevheter i utvalget var svært liten med hensyn til kjønn, men var altså noe skjev i forhold til alder. Dette kunne vært justert med vektning.

## 2.2 Alder, 17 år og eldre i 1999, 18 år og eldre i 2000

Ettersom vi ikke var så interessert i de yngste respondentene, fant vi at vi ville ekskludere dem under 18 år i vår undersøkelse.

Det opprinnelige utvalg, pluss selve undersøkelsen, hadde følgende fordelinger (17 år og eldre i det opprinnelige utvalg, 18 år og eldre i vår undersøkelse):

### 2.2.1 Kjønn

Tabell 2.5. *Kjønnsfordeling. I prosent.*

<b>KJØNN</b>	<b>Besvart 1999</b>	<b>Frafall 1999</b>	<b>Selve undersøkelsen uvektet 2000</b>	<b>Vektegrunnlag</b>
Mann	50.8	49.9	51.0	49.3
Kvinne	49.2	50.1	49.0	50.7
Ikke oppl om				
	100 (1213) <sup>1</sup>	100 (661)	100 (1237)	100 (1237)

*Forskjell mellom besvart og frafall er ikke signifikant (Kji-kvadrat-test)*

Kjønnsfordelingen er ikke skjev.

### 2.2.2 Alder

Tabell 2.6. *Alder – 17 år og eldre i 1999, 18 år og eldre i 2000. I prosent.*

	<b>Besvart 1999</b>	<b>Frafall 1999</b>	<b>Selve undersøkelsen uvektet 2000</b>	<b>Vektet</b>
Gjennomsnitt	45.1 år	38.7 år	46.4	45.8 år
N	1213	668	1237	1237

*Forskjellen mellom dem som har besvart og frafall, er signifikant for  $p < .001$  (T-test)*

Vi ser at de som ikke har svart er gjennomsnittlig noe yngre enn dem som har besvart. Det er fortsatt de yngste som har latt være å besvare, selv etter at vi høynet aldersgrensen, men forskjellen mellom besvart og ikke besvart er noe mindre. Dette ser vi også når vi deler aldersvariabelen inn i grupper.

Når gjennomsnittsalderen i selve undersøkelsen er 46.4 år, mens de besvarte fra utvalget er 45.1 år, skyldes det først og fremst at personene i utvalget er blitt 1 år eldre, men også at vi har noen i det opprinnelige utvalg som det ikke var oppgitt alder på.

### 2.2.3 Aldersgrupper

Tabell 2.7. *Aldersgrupper. I prosent*

	<b>Selve undersøkelsen</b>	<b>Vektegrunnlag</b>
18 år	1	2
19-26 år	8	13
27-36 år	22	20
37-46 år	21	19
47-56 år	20	17
57-66 år	17	11
67 år og eldre	11	17
Totalt %	100	100
N	(1237)	(1237)

Vi ser at det fortsatt er de yngre som er underrepresentert, nå de mellom 18 og 26 år. Men skjevfordelingene. Også de eldste er noe underrepresentert, slik at vi velger fortsatt å vekte.

<sup>1</sup> Dette er opplysninger fra det opprinnelige utvalgsfilen. Der mangler vi opplysninger fra kombinasjonen de som har besvart og kjønn. Det gjør at vi har kjønnsfordelingen av 1213 personer i stedet for 1237.

## 2.2.4 Utdanning

Tabell 2.8. Utdanning. I prosent

	Besvart 1999	Frafall 1999	Undersøk 2000 uvektet	Undersøk 2000 vektet
Grunnskole	16.7	21.1	11	11
Videregående	41.9	44.9	48	49
Universitet	41.2	34.0	39	38
Ukjent	0.2		2	2
Totalt %	100	100	100	100
	1213	668	1237	1237

Signifikant for  $p < 0.001$  Kji-kvadrat

Etter at vi ekskluderte dem under 18 år, ble utdanningsforskjellene mellom besvart og frafall mindre. Igjen er det slik at utdanningsfordelingen på utvalget av dem som har besvart er noe forskjellig fra selve undersøkelsen. Dette skyldes igjen det vi har sagt tidligere, at det er gått ett år siden de første opplysningene om utdanning ble gitt, og etter ett år er noen gått over i andre utdanningskategorier.

Etter at vi ekskluderte dem under 18 år, blir det liten forskjell i utdanningsvariabelen enten utvalget er vektet eller ikke. Denne forskjellen var større når utvalget var dem som var 14 år og eldre i 2000.

Vi velger likevel å vekte på *kjønn* og *alder*, selv om vektingen synes nå å ha liten betydning for resultatene. Kjønn hadde det imidlertid ikke vært nødvendig å vekte på, men vektevariabelen er konstruert ut fra aldersfordelingen mellom de to kjønn. Det er disse to variablene vi har kunnskap om fra populasjonen, og da er dette enklest prosedyre. Etter vekting skulle nå datamaterialet på 1237 være rimelig representativ i forhold til personer som er 18 år og eldre. Når vi ekskluderte dem under 18 år, ble også svarprosenten høyere ettersom det var denne gruppen som var overrepresentert i frafallet. Vi fikk nå en svarprosent på 67. Dette er tilfredsstillende.

## 3 Helse og miljømerking

Merking av produkter og produktemballasje med ulike symboler og merker er en viktig kanal for informasjon om helse- og miljøskadelige stoffer i produkter. Svanemerket har f.eks. til hensikt å gjøre det lettere for forbrukerne å identifisere og kjøpe produkter som er mindre miljøskadelige enn andre. Slike merker konkurrerer imidlertid med andre merkeordninger og ikke minst med forskjellige typer merking og symboler som er påført av produsenten. Dette kapitlet fokuserer på folks kjennskap til og kunnskaper om fem ulike typer merking som er å finne på norske produkter. De enkelte merkene er beskrevet nedenfor.

### 3.1 Beskrivelse av merkene

#### RESIRKULERINGSMERKENE



Disse merkene er frivillige for produsentene og indikerer at *emballasjen* kan resirkuleres, eller at emballasjen er produsert av resirkulert materiale. Merket sier ikke noe om selve produktet er produsert av resirkulert materiale eller eventuelt kan resirkuleres. Det er produsentene selv som står bak merkingen.

#### SVANEMERKET



Svanemerket er Nordens offisielle miljømerke. Ordningen ble besluttet innført i 1989 av Nordisk Råd. I Norge besluttet så Stortinget å danne en stiftelse; Stiftelsen Miljømerking, som skulle ha ansvaret for merkeordningen i Norge. Merket er frivillig for produsentene, som betaler for å være med. Formålet er å hjelpe forbrukerne til å velge ut de produktene som holder en høy miljø- og kvalitetsmessig standard.

## LILLEBORGS MILJØINFORMASJON



Dette er Lilleborgs (norsk produsent av blant annet vaskemidler) eget merke. Merket sies å være miljøinformasjon, men indikerer egentlig kun at produktet er merket med en innholdsdeklarasjon, hvor de kjemiske komponentene i produktet er listet opp og hvor informasjonen i noe grad er miljørelatert.

## GRØNT PUNKT



Produkter som er merket med dette symbolet, er produsert av bedrifter som har betalt vederlag for emballasjeforbruket. Dette vederlaget benyttes til finansiering av innsamlingsordninger for gjenvinning av emballasje, og gir medlemskap i Materialretur AS. Det er Materialretur AS som er hovedlisensinnehaver av varevaremerket "Grønt punkt" i Norge. Ansvar for Materialretur AS ligger hos næringslivet, dvs. produsentene.

Merket "Der grüne punkt" har i flere år vært å finne på produkter fra Tyskland, og betyr da at det er betalt avgift til tysk gjenvinningsindustri for å ta hånd om emballasjen når den kastes i Tyskland. Den norske merkeordningen, "Grønt punkt", ble startet opp i januar 2000, og er altså helt nytt på det norske markedet.

## GODT NORSK



Stiftelsen Godt Norsk er dannet for å innføre en merkeordning for norske matvarer, med krav til norske råvarer, produktkvalitet og kvalitetssikringssystem, synliggjøre norske konkurransefortrinn og drive fellesmarkedsføring av norske matvarer. Stiftelsen er et samarbeid mellom næringslivet og myndighetene. Merket er ikke å regne som et offisielt miljømerke.

## 3.2 Oppfatninger om merkene

I spørreskjemaet ble respondentene vist de fem merkene som er beskrevet ovenfor. Deltakerne ble så bedt om å angi hvilke helse- eller miljøkvaliteter de mente merket symboliserer: at produktet garantert er mindre miljøbelastende enn konkurrerende produkter, at produktet garantert er mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter eller om produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert. I neste omgang ble respondentene bedt om å angi hvem de tror står bak hvert av de fem merkene: produsentene, det offentlige eller miljøvernorganisasjonene.

Tabell 3.1 gir en oversikt over hvilke av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene som respondentene tiller de enkelte merkene. Tabellen viser at de best kjente merkene, med hensyn til hva de betyr, er *resirkuleringsmerkene* og *Svanemerket*. Det er likevel omtrent en av fire som er usikre på hva disse merkene betyr. Mange (44 prosent) vet at "Godt Norsk" ikke indikerer



noen av de nevnte kvalitetene. På den annen side tror en av fem at produkter med dette merket er mindre helseskadelig. Minst kjent er Lilleborgs ”Miljøinformasjon” og ”Grønt punkt”. Mer enn halvparten av de spurte vet ikke hva disse merkene betyr. Dessuten tror en av fem at ”Grønt punkt” innebærer at produktet kan bli eller er resirkulert. At disse to merkene ikke er så godt kjent, skyldes antakelig at Lilleborgs ”Miljøinformasjon” kun finnes på et utvalg av produktene fra Lilleborg, og at ”Grønt punkt” er relativt nytt som et norsk merke. Generelt kan en si at det hersker stor usikkerhet omkring betydningen av de fem merkene. Det er interessant å merke seg at selv om det offisielle norske miljømerket Svanen har eksistert i over 10 år, er det bare halvparten av respondentene som angir riktig betydning av det.

Tabell 3.1. Oversikt over hvilke merker som antas å ha de oppgitte helse- og miljøkvalitetene. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	M E R K E				
	Resirkulering	Svanen	Lilleborgs	Grønt punkt	Godt Norsk
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	2	52	10	10	7
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	1	8	6	5	20
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	68	4	3	19	1
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	1	4	14	5	44
Vet ikke	22	23	56	52	20
Ubesvart	6	8	12	10	8
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	1237	1237	1237	1237	1237

Tabell 3.2. Oversikt over hvem som antas å stå bak de ulike merkene. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

HVEM	M E R K E				
	Resirkulering	Svanen	Lilleborgs	Grønt punkt	Godt Norsk
Produsentene	28	29	14	19	73
Det offentlige	35	21	11	8	6
Miljøvernorganisasjonene	8	21	19	15	1
Vet ikke	25	21	47	49	13
Ubesvart	5	8	9	9	7
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	1237	1237	1237	1237	1237

I tabell 3.2 følger så en oversikt over fordelingene over hvem respondentene tror står bak de ulike merkene. Her ser det ut til å herske stor forvirring, noe som stemmer med funn som er gjort i tidligere undersøkelser (Tuft og Lavik 1997). For *resirkuleringsmerkene*, som næringslivet står bak, er det en liten overvekt som mener at det offentlige står bak. Det motsatte er tilfelle for *Svanemerket*. Her er det en noe større andel som tror at produsentene selv står bak enn som tror det er det offentlige. I tillegg er det også omtrent en av fem som tror at miljøvernorganisasjonene står bak Svanemerket.

Svært mange (73 prosent) av de spurte angir at det er produsentene som står bak merket ”Godt Norsk”, en merkeordning som altså er basert på samarbeid mellom næringslivet og myndighetene. Ut fra dette synes kunnskapene om ”Godt Norsk” å være forholdsvis gode. Når det derimot gjelder ”Grønt punkt” og Lilleborgs ”Miljøinformasjon” er det stor usikkerhet. Dette gir seg utslag i en høy andel som svarer ”vet ikke”. For begge merkene er denne andelen nær 50 prosent.

Det er nærliggende å tro at kunnskapene om hvem som står bak de ulike merkene er bedre for dem som vet hva disse merkene står for. I tabell 3.3 følger en oversikt over responsen blant de som visste betydningen av de ulike merkene på spørsmålet om hvem som stod bak disse merkene. Resultatene viser som forventet at kunnskapene i disse gruppene er noe bedre sammenliknet med dem som ikke kjenner merkene. Det er likevel et påfallende trekk at usikkerheten fortsatt er stor. Blant dem som vet hva resirkuleringsmerkene og svanemerket betyr, er det fremdeles mange som ikke vet hvem som er ansvarlig for merkene. Hele 45 prosent tror det offentlige står bak resirkuleringsmerkene, og 37 prosent tror produsentene står bak Svanemerket. Andelen som mener at produsentene står bak "Godt Norsk" er steget til 89 prosent.

Tabell 3.3. Oversikt over hvem de som visste riktig betydning av merkene antok at stod bak de samme merkene. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

HVEM	M E R K E				
	Resirkulering	Svanen	Miljøinfo	Grønt punkt	Godt Norsk
Produsentene	33	37	24	37	89
Det offentlige	45	28	19	5	4
Miljøvernorganisasjonene	9	26	24	18	1
Vet ikke	10	6	26	30	4
Ubesvart	3	3	7	9	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	847	647	170	61	550

Sammenlignet med tidligere undersøkelser (Lavik, 1999), er andelen som tror det offentlige står bak svanemerket blant dem som vet hva merket står for større (fra 15 % i 1999 til 28 % i vår undersøkelse). Forskjellen i andelen som mener produsentene står bak er enda mer dramatisk (fra 6 % til 37 %). Konklusjonen er at det for alle merkene er meget stor usikkerhet når det gjelder hvem som står bak er stor, uansett om man kjenner til betydningen av merket eller ikke.

### 3.3 Oppfatninger og kunnskaper om merkene i forhold til kjønn, alder og utdanning

Nedenfor ser vi nærmere på hvordan oppfatningene og kunnskapene om de enkelte merkene varierer med hensyn til forskjeller i kjønn, aldersgruppe og utdanningsnivå. I tabell 3.4 og tabell 3.5 vises oversikt over fordeling etter kjønn, alder og utdanning for de ulike alternativene for *resirkuleringsmerkene*. Når det gjelder hva merket betyr er ingen sammenheng mellom kjennskap til resirkuleringsmerkene og kjønn eller utdanning, men tabell 3.4 tyder forskjell i fordelingen mellom de ulike aldersgruppene. Det er de yngste som har best kjennskap til merket, i de eldste aldersgruppene er det dessuten flere i "vet ikke" gruppen. Andelen som har svart "vet ikke" eller "ubesvart" er høyere jo eldre respondentene er og jo lavere utdanningsnivå de har. I den eldste aldersgruppen og blant dem med grunnskoleutdanning er andelen "vet ikke" og "ubesvart" over 50 prosent.

Tabell 3.4. Oversikt over fordelingen av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene for resirkuleringsmerkene etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	2	2	0	1	2	3	7	4	2	2
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	1	1	1	0	2	1	1	4	0	1
Viser at produkt/emballasjen kan bli eller er resirkulert	95	95	98	98	95	94	84	89	96	95
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	2	2	0	1	1	1	8	3	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	455	437	223	226	168	135	141	70	437	375
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.001</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	20	24	7	9	20	27	45	42	21	17
Ubesvart	5	6	5	5	4	4	9	9	7	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	628	254	261	220	197	307	141	603	465

Tabell 3.5. Oversikt over hvem som antas å stå bak resirkuleringsmerkene etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert med grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Produsentene	42	36	38	38	35	45	43	36	39	40
Det offentlige	48	51	56	53	51	44	39	39	51	52
Miljøvernorganisasjonene	9	12	6	9	14	11	18	25	10	8
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	453	414	204	218	170	128	147	69	426	360
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.01</b>					<b>p&lt;0.001</b>		
Vet ikke	22	27	18	13	20	30	42	43	23	21
Ubesvart	4	6	2	3	4	5	11	9	6	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	255	260	221	196	306	141	602	466

Kjennskap til hvem som står bak resirkuleringsmerket (tabell 3.5) følger stort sett det samme mønstret. Det er ingen signifikant forskjell mellom menn og kvinner. I de yngste aldersgruppene mener de fleste at det er det offentlige som står bak merket, mens det blant dem over 60 år er en liten overvekt som holder på produsentene. Utdanningsvariabelen viser at de med utdanning utover grunnskole er mer tilbøyelige til å tro at det offentlige står bak merkene. Blant dem som utelukkende har grunnskole, tror en av fire at miljøvernorganisasjoner står bak. Andelen som svarer ”vet ikke” eller ”ubesvart” viser samme mønster som i tabell 3.4: andelen er høyest i de eldste aldersgruppene og blant respondenter med det laveste utdanningsnivået. Også her er andelen ”vet ikke” og ”ubesvart” over 50 prosent.

Tabell 3.6 og tabell 3.7 viser de tilsvarende fordelingene for Svanemerket. Heller ikke her er det signifikant forskjell mellom kvinner og menn eller de ulike utdanningsgruppene når det gjelder kjennskap til hva Svanemerket betyr (tabell 3.6). Aldersvariabelen gir derimot et statistisk signifikant utslag. De eldste (over 60 år) har dårligst kjennskap til betydningen av

merket. Blant disse oppgir mange feil svaralternativ, og mer enn fire av ti svarer ”vet ikke”. Også blant de lavest utdannede er andelen som svarer ”vet ikke” over 40 prosent.

3.6. Oversikt over fordelingen av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene for svanemerket etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	75	76	84	81	76	75	57	65	77	76
Garantert mindre helse-skadelig enn konkurrerende produkter	11	13	8	8	10	13	23	24	12	9
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	7	6	2	4	7	6	14	9	5	7
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	7	5	6	7	6	7	6	3	6	7
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	435	418	212	211	144	134	153	68	423	352
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.001</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	20	24	7	9	20	27	45	42	21	17
Ubesvart	5	6	5	5	4	4	9	9	7	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	628	254	261	220	197	307	141	603	465

Tabell 3.7. Oversikt over hvem som antas å stå bak Svanemerket etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert med grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Produsentene	38	44	34	38	52	40	43	52	41	41
Det offentlige	31	28	33	29	25	34	25	26	29	31
Miljøvernorganisasjonene	31	28	32	33	23	25	32	22	31	28
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	458	421	215	217	162	131	154	65	434	367
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.05</b>					<b>p&lt;0.05</b>		
Vet ikke	21	22	13	12	23	23	33	35	20	19
Ubesvart	4	11	2	5	3	10	16	19	8	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	254	262	220	197	305	141	602	466

Når det gjelder spørsmålet om hvem som står bak Svanemerket (tabell 3.7) ser en igjen at kjønnsvariabelen ikke gir signifikant utslag. I aldersgruppen 40-49 år mener omtrent halvparten at det er produsentene som står bak merket. Og blant de eldste (over 60 år) er det mange som svarer ”vet ikke”. Det samme gjelder de lavest utdannede: omtrent halvparten tror det offentlige står bak merket, og ”vet ikke”- andelen er høyere i denne utdanningsgruppen enn i de andre.

Tabell 3.8. Oversikt over fordelingen av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene for miljømerket fra Lilleborg etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18	30	40	50	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk	
			-29	-39	-49	-59				60+
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	25	37	30	29	38	34	22	17	31	33
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	19	18	17	22	14	22	16	17	23	13
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	8	9	4	6	5	17	13	20	8	6
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	49	36	49	43	43	27	49	47	37	47
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	216	182	90	106	74	64	63	30	189	171
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.05</i>		<i>p&lt;0.05</i>					<i>p&lt;0.05</i>		
Vet ikke	57	55	56	52	55	55	60	57	57	56
Ubesvart	8	16	8	7	11	13	19	22	12	7
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	254	260	219	197	305	141	602	465

Tabell 3.8 og tabell 3.9 gir oversikt over fordeling etter kjønn, alder og utdanning for de ulike alternativene når det gjelder *miljøinformasjonen til Lilleborg*. Dette merket er relativt ukjent. Som tidligere nevnt, er andelen som enten ikke vet eller ikke har svart, stor. I de fleste grupper er andelen godt over 60 prosent. Av dem som har svart et av de fire alternative betydningene, viser alle variablene små forskjeller. Flere menn enn kvinner har svart riktig betydning; at merket ikke indikerer noen av de nevnte kvalitetene. Videre er det flere kvinner enn menn som tror at dette merket garanterer mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter. I aldersgruppen 50 – 59 år er det færrest som svarer riktig svaralternativ. Utdanning gir varierende utslag. Blant de med lavest utdanning er det mange som tror merket viser at produktet eller emballasjen kan bli eller er resirkulert, mens andelen som tror merket garanterer mindre miljøbelastning er noe mindre enn for dem med høyere utdanning enn for dem med grunnskole

Tabell 3.9. Oversikt over hvem som antas å stå bak miljømerket fra Lilleborg etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert med grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18	30	40	50	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk	
			-29	-39	-49	-59				60+
Produsentene	34	31	29	29	31	33	43	34	29	36
Det offentlige	27	24	33	28	25	21	16	19	28	24
Miljøvernorganisasjonene	39	45	39	43	44	45	41	47	43	39
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	260	286	129	137	112	84	86	47	276	218
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>Ikke sig.</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	50	44	45	44	43	47	55	48	45	50
Ubesvart	7	10	4	4	6	11	17	19	9	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	254	261	220	197	306	141	601	465

Også når det gjelder spørsmålet om hvem som står bak dette merket, er det svært mange som ikke vet og ikke har svart. Ingen av variablene gir signifikante forskjeller. Blant de eldste, og de med lavest utdanning er det en svak tendens til at flere ikke svarer eller svarer ”vet ikke”, men denne sammenhengen er ikke signifikantstestet.

I tabell 3.10 og tabell 3.11 vises oversikt over fordeling etter kjønn, alder og utdanning for de ulike alternativene for merket ”Grønt punkt”. Som miljøinformasjonen fra Lilleborg, er også ”Grønt punkt” et relativt ukjent merke når det gjelder betydningen (tabell 3.10). Det er ingen signifikante forskjeller mellom menn og kvinner, heller ikke mellom de ulike aldersgruppene. Når det gjelder utdanning, er det en tendens til at få blant de med høyest utdanning oppgir riktig betydning; at merket ikke indikerer noen av de nevnte kvalitetene. Andelen som svarer ”vet ikke” eller ”ubesvart” er høyere for den eldste aldersgruppen og for dem som har det laveste utdanningsnivået.

Tabell 3.10. Oversikt over fordelingen av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene for ”Grønt punkt” etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	24	26	19	29	29	24	26	23	25	25
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	11	14	13	7	13	15	16	13	9	16
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	51	48	53	52	44	51	47	50	48	51
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	14	12	16	11	14	9	12	13	19	7
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	264	209	139	109	93	74	58	30	220	222
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>p&lt;0.05</b>		
Vet ikke	49	54	41	51	50	51	63	59	53	47
Ubesvart	7	13	4	7	8	12	18	20	10	5
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	255	261	220	196	305	141	603	466

Tabell 3.11. Oversikt over hvem som antas å stå bak ”Grønt punkt” etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert med grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Produsentene	45	47	56	47	48	34	39	41	46	47
Det offentlige	20	16	14	22	15	19	23	15	17	21
Miljøvernorganisasjonene	35	37	30	31	37	47	38	44	38	32
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	280	235	118	122	111	79	87	39	245	226
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	48	50	50	49	43	50	53	52	51	47
Ubesvart	5	12	4	5	6	10	18	21	9	5
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	255	260	219	197	306	141	602	465

Heller ikke på spørsmålet om hvem som står bak ”Grønt punkt” (tabell 3.11) gir noen av variablene signifikante forskjeller. Andelen som ikke har svart på dette spørsmålet er imidlertid høyeste for den eldste aldersgruppen og for dem som har grunnskole som høyeste utdanning.

I tabell 3.12 og tabell 3.13 vises oversikt over fordeling etter kjønn, alder og utdanning for de ulike alternativene for merket ”Godt Norsk”. Det ser ut til at det blant menn er noe bedre kjennskap til hva merket betyr enn blant kvinner. De eldste (over 60 år) har dårligst kjennskap til merket, idet færre svarer riktig og flere tror merket garanterer enten at produkter er mindre miljøskadelig, eller at det er mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter. Også blant dem med lavest utdanning er det færre som vet hva merket betyr. Nesten en av fire i denne gruppen tror merket garanterer mindre miljøbelastning. Andelen som svarer ”vet ikke” eller ”ubesvart” viser det samme mønsteret som for de fleste andre merkene: i den eldste aldersgruppen og blant dem som kun har grunnskoleutdanning er denne andelen høyest.

Tabell 3.12. Oversikt over fordelingen av de oppgitte helse- og miljøkvalitetene for ”Godt Norsk” etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert i grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18	30	40	50	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk	
			-29	-39	-49	-59				60+
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	7	11	7	8	9	4	18	23	7	8
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	25	32	28	24	20	32	36	38	33	21
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	1	1	0	1	1	1	1	7	0	0
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	67	57	65	68	69	63	44	32	60	71
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	460	425	212	200	159	145	171	73	430	372
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.05</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>p&lt;0.001</i>		
Vet ikke	19	22	12	17	21	20	29	35	20	15
Ubesvart	6	11	4	7	7	7	15	14	9	5
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	261	220	197	306	142	603	466

Tabell 3.13. Oversikt over hvem som antas å stå bak ”Godt Norsk” etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Riktig alternativ er markert med grått.

BESKRIVELSE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18	30	40	50	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk	
			-29	-39	-49	-59				60+
Produsentene	92	90	89	93	93	94	87	88	90	93
Det offentlige	7	8	8	5	7	6	11	9	8	6
Miljøvernorganisasjonene	1	2	3	2	1	1	3	3	2	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	510	477	224	231	188	157	190	78	492	407
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>Ikke sig.</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	11	15	8	8	10	7	14	28	11	11
Ubesvart	5	9	4	3	5	7	14	17	7	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	255	260	220	198	307	142	604	465

Det er ingen signifikante forskjeller for kjønn, alder eller utdanning når det gjelder spørsmålet om hvem som står bak merket ”Godt Norsk”. Men igjen finner vi at andelen som svarer ”vet

ikke” eller ”ubesvart” er høyest i den eldste aldersgruppen og blant dem som har det laveste utdanningsnivået.



## 4 Oppfatninger om informasjon via merking

For at informasjonen via faremerking skal være effektiv er det ikke tilstrekkelig at merkingen blir lagt merke til. Effektiv informasjon forutsetter også at publikum har tillit til den merkingen som finnes, og at samtlige helse- og miljøskadelige produkter faktisk blir merket.

Tabell 4.1. Oversikt over hvor stor tillit en har til at en blir gitt informasjon. I prosent.

PÅSTAND	Stor tillit	Ganske stor tillit	Middels tillit	Ganske liten tillit	Liten tillit	Totalt* (%)(n)
Produsenter har ansvar for å merke produkter som overskrider faregrenser.	7	36	46	8	4	100 1233
Produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et offentlig godkjent miljømerke	12	47	33	5	2	100 1230
Produkter som kan skade deg faller innenfor merkesystemet, hvor det offentlige bestemmer faregrenser i forhold til <b>helse- og miljørisiko</b> .	10	42	38	8	2	100 1236
Produkter som kan skade miljøet faller innenfor merkesystemet, hvor det offentlige bestemmer faregrenser i forhold til <b>miljørisiko</b> .	5	34	47	11	3	100 1233
Produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et merke som produsenten selv står bak.	2	16	50	24	8	100 1230

\* Andelen av ubesvarte tilsvarende fra 0.3 til 1.7 prosent

I undersøkelsen ble deltakerne bedt om å angi hvor stor tillit de hadde til at en ble gitt riktig og viktig informasjon i form av merking av produktet. Flere ulike påstander ble fremstilt. Svarfordelingen for disse påstandene er vist i tabell 4.1.

### 4.1 Tillit til at produsentene merker produkter som overstiger faregrensene

Tabellen viser at de spurte ser ut til å ha tillit til at *produsentene merker produkter som overskrider visse faregrenser*. Hele 89 prosent sier de har fra ”middels tillit” til ”stor tillit”. Den type merking som dette spørsmålet berører er blant annet faremerkene (giftig, irriterende, etsende, brannfarlig, miljøskadelig) og merking av YL-gruppe (på maling- og lakkprodukter).

Tabell 4.2 Oversikt over tilliten til at produsentene merker produkter som overskrider visse faregrenser, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent

TILLIT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Stor tillit	6	7	9	8	5	6	5	5	7	6
Ganske stor tillit	41	31	45	37	33	31	33	28	37	38
Middels tillit	43	49	38	47	47	49	49	51	46	44
Ganske liten tillit	7	8	4	6	11	9	9	9	7	8
Liten tillit	4	4	4	2	4	5	5	7	2	4
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	609	624	255	262	219	197	303	141	601	464
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.05</b>		<b>p&lt;0.05</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Ubesvart	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	255	262	220	197	306	142	603	465

Tabell 4.2 viser fordelingen i hvor stor tilliten er til at produsentene merker produkter som overskrider visse faregrenser. Det er noe flere menn enn kvinner som svarer at de har ”ganske stor tillit”. Når det gjelder alder, er det en tendens at de yngste har noe større tillit enn de eldre. Utdanningsvariabelen gir ingen signifikante forskjeller.

## 4.2 Tillit til offentlig merking og produsentmerking

Når det gjelder tilliten til at produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et offentlig godkjent miljømerke, er den vesentlig større enn tilliten til tilsvarende merker som produsentene selv står bak. 92 prosent sier de har tillit (her er alle de som har svart at de har enten ”stor tillit”, ”ganske stor tillit” eller ”middels tillit” tatt med i beregningen) til offentlig godkjente miljømerker. Til sammenligning er det 67 prosent som sier de har tillit (”stor tillit”, ”ganske stor tillit” eller ”middels tillit”) til et merke som produsentene selv står bak. Av alle påstandene som ble lagt frem her, var det denne påstanden om at produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et merke som produsentene står bak, som kommer dårligst ut når det gjelder tillit. Det er likevel et klart flertall (67 prosent) som har tillit, også når produsentene står bak merket.

Tabell 4.3 Oversikt over tilliten til at produkter som er merket med et offentlig godkjent miljømerke er mindre miljøskadelig, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

TILLIT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Stor tillit	13	11	19	10	11	10	11	7	14	12
Ganske stor tillit	46	48	53	47	44	47	46	46	45	52
Middels tillit	33	33	25	39	37	32	33	36	35	28
Ganske liten tillit	5	5	3	4	6	8	6	7	5	6
Liten tillit	1	3	1	1	2	4	4	4	1	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	609	620	254	261	219	197	299	137	600	463
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig</b>		<b>p&lt;0.005</b>					<b>p&lt;0.01</b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	2	3	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	254	261	220	197	305	141	602	464

Det er ingen signifikant forskjell mellom kvinner og menn i tilliten til et offentlig godkjent miljømerke (tabell 4.3). Den yngste aldersgruppen er igjen den som gir uttrykk for størst tillit. Videre er det en tendens til at de med høyest utdanning gir uttrykk for størst tillit.

Tabell 4.4 Oversikt over tilliten til at produkter merket med et miljømerke som produsentene står bak er mindre miljøskadelig, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

TILLIT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Stor tillit	2	2	1	3	3	2	2	1	2	2
Ganske stor tillit	14	19	14	14	12	16	23	21	15	17
Middels tillit	50	49	50	49	47	55	48	49	55	43
Ganske liten tillit	24	24	26	28	27	20	21	19	22	30
Liten tillit	9	6	9	6	10	7	6	9	6	8
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	609	619	253	262	220	196	299	140	597	466
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig</b>		<b>p&lt;0.05</b>					<b>p&lt;0.001</b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	2	1	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	262	220	196	306	141	603	463

Det er ingen signifikant forskjell i hvor stor tillit kvinner og menn har til miljømerking som produsentene står bak (tabell 4.4). Når det gjelder aldersvariabelen, ser det ut til at de eldste (over 60 år) har noe større tillit til produsentenes merking. Videre er det de med høyest utdanning (universitet/høyskole) som har minst tillit, sammenlignet med de andre utdanningsgruppene. Sammenligner en tendensene i de to tabellene, 4.3 og 4.4, er det interessant å merke seg følgende: De yngste aldersgruppene, hvor tilliten til et offentlig godkjent miljømerke er høyest, er de som har lavest tillit til miljømerker som produsentene står bak. Tilsvarende ser en også innen utdanningsgruppene. De med høyest utdanning har størst tillit til et offentlig godkjent miljømerke, og minst tillit til produsentenes miljømerking.

Også i tidligere undersøkelser (Tuft, Lavik 1997) er disse spørsmålene om tillit til offentlige miljømerker og produsentenes miljømerker blitt stilt. Dessverre er ikke spørsmålsutformingen, skalaen eller innsamlingsmetoden identiske i disse undersøkelsene. Dette gjør det vanskelig å sammenligne de ulike resultatene. Meningen med og tolkningen av spørsmålet er den samme, derfor settes skalaene opp mot hverandre. Det er imidlertid viktig å ikke trekke for mye ut av disse sammenligningene.

Tabell 4.5. Sammenstilling av undersøkelser med spørsmål om hvor stor tilliten til et offentlig godkjent miljømerke er. I prosent. Skalaen brukt i denne undersøkelsen er markert i grått.

SKALA	1996 <sup>1</sup>	2000 <sup>3</sup>
Meget stor tillit	12	
Stor tillit		12
Stor tillit	45	
Ganske stor tillit		47
Både...og...	30	
Middels tillit		33
Liten tillit	7	
Ganske liten tillit		5
Meget liten tillit	2	
Liten tillit		2
Ubesvart	4	1
Totalt (%)	100	100
Antall (n)	1025	461

<sup>1</sup> Spørreundersøkelse fra 1996 ved Norsk Gallup Institutt A/S (telefonintervju)

<sup>3</sup> Spørreundersøkelse fra 2000 ved Norsk Gallup Institutt A/S (spørreskjema)

Hvis en betrakter skalaen som en fempunktsskala, og dermed lik i de to spørreundersøkelserne, ser tilliten til et offentlig godkjent miljømerke ut til å være uforandret i perioden fra 1996 til 2000 (tabell 4.5). Det er imidlertid viktig å være forsiktig med å trekke for bastante konklusjoner på bakgrunn av denne sammenlikningen.

Tabell 4.6. Sammenstilling av undersøkelser med spørsmål om hvor stor tilliten er til produsentenes merking. I prosent. Skalaen brukt i denne undersøkelsen er markert i grått.

SKALA	1996 <sup>1</sup>	1999 <sup>2</sup>	2000 <sup>3</sup>
Meget stor tillit	5	6	
Stor tillit			2
Stor tillit	24	30	
Ganske stor tillit			16
Både...og...	53	54	
Middels tillit			49
Liten tillit	12	6	
Ganske liten tillit			24
Meget liten tillit	5	4	
Liten tillit			8
Ubesvart	2		1
Totalt (%)	100	100	100
Antall (n)	1025	461	1237

<sup>1</sup> Spørreundersøkelse fra 1996 ved Norsk Gallup Institutt A/S (telefonintervju)

<sup>2</sup> Spørreundersøkelse i 1999 ved Norsk Gallup Institutt A/S (omnibus)

<sup>3</sup> Spørreundersøkelse fra 2000 ved Norsk Gallup Institutt A/S (spørreskjema)

Dersom en sammenlikner tilliten til produsentenes merking på ulike tidspunkter, indikerer tabell 4.6 at tilliten til produsentenes merking kan ha blitt mindre. En kan likevel ikke se bort fra at forskjeller i skalaer, spørsmålsformulering og innsamlingsmetode kan virke noe inn på fordelingen.

Tabell 4.7 viser sammenhengen mellom tillit til et offentlig godkjent miljømerke og kjennskap til Svanemerket. Andelen som har "stor tillit" eller "ganske stor tillit" til et offentlig godkjent miljømerke er størst blant de som svarte riktig både på hva Svanemerket betydde, og hvem som stod bak merket. De som har best kjennskap til merket, har en tendens til å ha størst tillit til merkeordningen. Forskjellene er imidlertid ikke store.

Tabell 4.7. Sammenligning mellom ulike utvalg i hvor stor tilliten er til et offentlig godkjent miljømerke. I prosent.

UTVALG	Ganske					Totalt* (%) (n)
	Stor tillit	Ganske stor tillit	Middels tillit	liten tillit	Liten tillit	
Alle de som besvarte dette spørsmålet	12	47	33	5	2	100 1237
Alle de som visste hva svanemerket betydde	14	50	31	3	1	100 647
Alle de som både visste hva svanemerket betydde, og hvem som stod bak	16	57	22	1	2	100 179

Tabell 4.8. Sammenligning mellom ulike utvalg i hvor stor tilliten er til et miljømerke som produsentene står bak. I prosent.

UTVALG	Stor tillit	Ganske stor tillit	Middels tillit	Ganske		Totalt* (%) (n)
				liten tillit	Liten tillit	
Alle de som besvarte dette spørsmålet	2	16	49	24	8	100 1237
Alle de som visste hva resirkuleringsmerkene betydde	2	14	50	27	7	100 847
Alle de som både visste hva resirkuleringsmerkene betydde, og hvem som stod bak	1	16	54	22	8	100 280

En tilsvarende sammenligning er satt opp for resirkuleringssymbolene, i tabell 4.8. Utvalgene er foretatt etter hvor godt kjennskapet var til resirkuleringsmerkene. Når det gjelder tilliten til disse merkene, er det ingen tydelige forskjeller mellom de ulike gruppene.

### 4.3 Tillit til at helse- og miljøfarlige produkter ikke kommer ut på markedet

Ser en videre på de påstander som ble fremstilt i spørreskjemaet, og som det skulle tas stilling til, viser tabell 4.1 i begynnelsen av kapitlet at det er stor tillit til at *produkter som kan være skadelige for helse og miljø*, med faregrenser som er bestemt av det offentlige, ikke når ut på markedet. Tilliten til at produkter som er helsefarlige ikke når ut er større enn tilliten til at miljøskadelige produkter når ut. Hele 39 prosent har stor eller ganske stor tillit til at produkter som kan skade miljøet faller innenfor systemet. Det er bare rene kjemikalier som er underlagt merkeplikt på dette området. For de som oppgir at de har sett faresymbolet for miljøskadelig (se tabell 5.8) på produkter, er det ingen forskjell i hvor stor tilliten er til merkingen på dette området i forhold til de som ikke har sett merket.

Tabell 4.9 viser fordelingen i tilliten til at produkter som overstiger faregrenser i forhold til helseisiko faller innenfor merkesystemet. Menn og kvinner ser ut til å ha like stor tillit til at helsefarlige produkter blir riktig merket. Mellom de ulike aldersgruppene er det tendens til at de eldste er noe mer reserverte i sin tillit til merkeordningen. Videre har de med lavest utdanning minst tillit til at helsefarlige produkter blir merket før de kommer ut på markedet.

Tabell 4.9. Oversikt over tilliten til at produkter som overstiger faregrenser i forhold til helseisiko faller innenfor merkesystemet, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

TILLIT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Stor tillit	10	9	11	11	7	8	11	7	10	9
Ganske stor tillit	43	41	48	44	43	40	35	39	41	46
Middels tillit	37	38	30	38	40	39	42	39	40	34
Ganske liten tillit	7	9	8	6	5	10	11	11	7	8
Liten tillit	3	2	3	2	4	2	1	4	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	261	220	198	305	141	603	465
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig</i>		<i>p&lt;0.05</i>					<i>p&lt;0.005</i>		
Ubesvart	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	628	254	262	220	198	306	142	603	465

Tabell 4.10. Oversikt over tilliten til at produkter som overstiger faregrenser i forhold til miljørisiko faller innenfor merkesystemet, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

TILLIT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Stor tillit	6	5	5	6	3	5	8	4	6	6
Ganske stor tillit	35	33	33	33	36	33	34	33	34	35
Middels tillit	46	48	46	51	47	47	43	49	48	44
Ganske liten tillit	10	13	13	9	10	12	14	12	10	13
Liten tillit	3	2	3	1	5	3	2	2	3	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	623	254	261	219	196	303	141	600	465
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	628	254	262	220	198	306	142	603	465

Tabell 4.10 viser tilsvarende fordeling for tilliten til at produkter som overstiger faregrenser i forhold til miljørisiko faller innenfor merkesystemet. Her er det små forskjeller, uansett kjønn alder eller utdanning.

#### 4.4 Oppfatninger om merkeplikt

Reglene i dag er slik at det kun er rene kjemikalier (for eksempel White-spirit) som er merkepliktige. Det finnes imidlertid ikke noe system for miljøfaremerking av kjemiske produkter (for eksempel bilshampoo, vaskemidler og maling). I tabell 4.11 ser en at de fleste mener at både kjemikalier og kjemikalieblandinger som kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktige. Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at den vanlige forbruker stort sett ikke ser at det er forskjell i disse to produktgruppene. Kan det være en miljørisiko forbundet med produktet, bør dette merkes.

Tabell 4.11. Oversikt over hvor mange som mener at miljøskadelige kjemikalier bør være merkepliktige. I prosent.

SPØRSMÅL	Ja	Nei	Vet ikke	Ubesvart	Totalt (%) , (n)
Mener du at <b>kjemikalieblandinger</b> som vil være eller kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktig?	90	3	7	1	100 , 1237
Mener du at <b>rene kjemikalier</b> som vil være eller kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktige?	94	2	2	2	100 , 1237

Tabell 4.12 og 4.13 ser på sammenhengen mellom bakgrunnsvariablene og oppfatninger om merkeplikt for henholdsvis miljøskadelige kjemikalier og kjemikalieblandinger.

Tabell 4.12 viser at de fleste, både blant menn og kvinner, mener at kjemikalieblandinger som kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktig. Det er likevel flest menn som svarer nei til dette, 6 prosent mot bare 1 prosent blant kvinnene. Verken alders- eller utdanningsvariablen gir signifikante forskjeller.

Tabell 4.12. Oversikt over fordelingen av de som mener at miljøskadelige kjemikalieblandinger bør være merkepliktige, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

SVAR	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Ja	94	99	97	94	95	98	98	98	96	96
Nei	6	1	3	6	5	2	2	2	4	4
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	567	582	236	236	203	188	287	128	556	439
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.001*</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	7	6	7	9	7	5	4	9	7	5
Ubesvart	0	1	0	0	1	0	2	1	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	255	261	220	197	305	142	603	465

\* Skjev fordeling

Tabell 4.13. Oversikt over fordelingen av de som mener at miljøskadelige kjemikalier bør være merkepliktige, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

SVAR	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Ja	96	99	100	96	98	97	97	98	98	98
Nei	4	1	0	4	2	3	3	2	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	582	601	245	252	214	189	288	133	580	445
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.001*</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	3	2	2	3	2	2	3	5	2	2
Ubesvart	2	1	1	1	1	2	3	1	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	254	262	220	197	306	142	603	464

\* Skjev fordeling

Nesten alle, både blant menn og kvinner, mener at kjemikalier som kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktige (tabell 4.13). Det er en noe større andel blant menn enn kvinner som svarer nei på dette spørsmålet. Verken alders- eller utdanningsvariabelen gir signifikante forskjeller.

#### 4.5 Oppfatninger om informasjon via merking i forhold til bosted

Har bosted betydning for hvor stor tilliten er til spørsmålene som er fremsatt her? Dette ble undersøkt, resultatet er satt opp i tabell 4.14. Bostedsvariabelen ble delt inn i tre grupper: Stor by (Oslo, Bergen, Trondheim), by/tettbygd strøk og spredtbygd strøk (færre enn 2000 innbyggere i klynge).

Det er kun for et av spørsmålene det var signifikante forskjeller i tilliten, når bosted ble brukt som variabel. I spørsmålet om hvor stor tillit de har til at produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et offentlig godkjent miljømerke, ser en at de som kommer fra spredtbygd strøk har noe mindre tillit til slike merker.

Tabell 4.14. Oversikt over fordelingen i tillit med bosted som variabel. I prosent.

SPØRSMÅL	Bosted	Tillit					Totalt 100% n
		Stor tillit	Ganske stor tillit	Mid dels tillit	Ganske liten tillit	Liten tillit	
Produsentene merker produkter som overskrider visse faregrenser <i>Ikke signifikans</i>	By	9	33	44	9	5	237
	By/tett.	6	37	46	7	4	771
	Spredt.	6	35	46	8	4	221
Produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et offentlig godkjent-miljømerke <i>p&lt;0.005</i>	By	15	47	30	6	1	236
	By/tett.	11	51	31	5	2	771
	Spredt.	11	35	44	7	3	221
Produkter som kan skade deg faller innenfor merkesystemet <i>Ikke signifikans</i>	By	11	44	34	9	3	237
	By/tett.	9	43	39	7	1	771
	Spredt.	8	39	39	9	4	223
Produkter som kan skade miljøet faller innenfor merkesystemet <i>Ikke signifikans</i>	By	7	28	48	14	3	237
	By/tett.	5	36	45	10	2	771
	Spredt.	4	31	50	12	3	222
Produktet er mindre miljøskadelig når det er merket med et merke produsentene står bak <i>Ikke signifikans</i>	By	3	14	50	23	9	239
	By/tett.	2	15	51	25	7	770
	Spredt.	3	23	43	22	10	220



## 5 Oppbevaring av produkter

Et viktig mål på om fareinformasjonen når fram, er i hvilken grad forbrukerne er oppmerksom på og tar hensyn til merkingen på produktene ved oppbevaring og lagring. I spørreskjemaet ble deltakerne presentert symbolene som brukes ved faremerkingen: giftig, helseskadelig, etsende, meget brannfarlig og miljøskadelig. Det ble spurt om de kjente til de ulike merkene, og hvordan de oppbevarte eventuelle produkter merket med slike faresymboler.

### 5.1 Presentasjon av faresymbolene

Kjemikalier benyttes på de fleste arbeidsplasser, og finnes også i de fleste hjem. Om et kjemikalie er skadelig, avhenger av dets egenskaper, hvor mye en utsettes for, og om kontakten med kjemikallet er kortvarig eller langvarig. Det finnes foreskrifter som stiller krav til faremerking av kjemikalier. Farlige kjemikalier omfatter kjemiske stoffer og stoffblandinger som kan medføre helse-, miljø-, brann eller eksplosjonsfare. Slike kjemikalier skal klassifiseres og merkes i en eller flere av følgende fareklasser<sup>2</sup>:

- eksplosiv
- oksiderende
- ekstremt brannfarlig
- meget brannfarlig
- brannfarlig
- meget giftig
- giftig
- helseskadelig
- etsende
- irriterende
- allergifremkallende
- kreftfremkallende
- arvestoffskadelig
- reproduksjonsskadelig
- miljøskadelig

Produktet skal utstyres med faresymbol og norsk utfyllende tekst (Risikosetninger og Sikkerhetssetninger), i tillegg til blant annet kjemikallets handelsnavn, kjemisk sammensetning, navn og adresse på produsent, importør eller omsetter. Det er produsent, importør eller omsetter som har plikt til å fremskaffe den nødvendige dokumentasjon og sørge for at kjemikalien blir korrekt merket.

Følgende faresymboler ble satt opp i spørreskjemaet:

---

<sup>2</sup> <http://www.lovdatab.no/for/sf/md/td-19970821-0996-002.html>:

## GIFTIG



Definisjon på **giftige** kjemikalier:

*Kjemikalier som i små mengder forårsaker død eller akutte, irreversible eller kroniske helseskader etter innånding, svelging eller absorpsjon gjennom huden.*

Symbolet kan også stå sammen med teksten **meget giftig**:

Definisjon på **meget giftige** kjemikalier:

*Kjemikalier som i meget små mengder forårsaker død eller akutte, irreversible eller kroniske helseskader etter innånding, svelging eller absorpsjon gjennom huden.*

## HELSESKADELIG



Definisjon på **helseskadelige** kjemikalier:

*Kjemikalier som kan forårsake død eller akutte, irreversible eller kroniske helseskader etter innånding, svelging eller absorpsjon gjennom huden.*

Symbolet kan også stå sammen med teksten **irriterende**:

Definisjon på **irriterende** kjemikalier:

*Kjemikalier som uten å være etsende, gjennom umiddelbar, langvarig eller gjentatt kontakt med hud eller slimhinner inklusive øynene, kan medføre betennelsesreaksjon.*

## ETSENDE



Definisjon på **etsende** kjemikalier:

*Kjemikalier som i kontakt med intakt (ubeskadiget) hud fører til varig vevsskade.*

**MEGET BRANNFARLIG**

Definisjon på **meget brannfarlige** kjemikalier:

- I) *kjemikalier som kan utvikle varme og deretter antennes i kontakt med luft ved normal romtemperatur uten energitilførsel, eller*
- II) *kjemikalier i fast form som lett kan antennes etter kortvarig kontakt med en tennkilde, og som fortsetter å brenne eller gløde etter at tennkilden er fjernet, eller*
- III) *flytende kjemikalier som har et meget lavt flammepunkt, eller*
- IV) *kjemikalier som i kontakt med vann eller fuktig luft utvikler meget brannfarlige gasser i farlige mengder.*

Symbolet kan også stå sammen med teksten **ekstremt brannfarlig**:

Definisjon på **ekstremt brannfarlige** kjemikalier:

*Flytende kjemikalier som har ekstremt lavt flammepunkt og lavt kokepunkt, samt kjemikalier i gassform som er brannfarlige i kontakt med luft ved normal temperatur og trykk.*

Kjemikalier som er **brannfarlige**, merkes også med faremerke. Symbolet inneholder ingen figur, men kun teksten "brannfarlig" på orange bunn:

Definisjon på **brannfarlige** kjemikalier:

*Flytende kjemikalier som har lavt flammepunkt.*

**MILJØSKADELIG**

Definisjon på **miljøskadelige** kjemikalier:

*Kjemikalier som, hvis de kommer ut i miljøet, vil eller kan representere en øyeblikkelig, langsiktig og/eller forsinket fare for miljøet.*

## 5.2 Oppbevaring av faremerkede produkter

I spørreundersøkelsen ble det spurt om det ble oppbevart produkter merket med faresymbole-  
ne for giftig, helseskadelig, etsende og meget brannfarlig. Tabell 5.1 gir en oversikt over  
hvilke typer produkter informantene mente ble oppbevart i hjemmene. Det er overraskende  
mange som mener at de oppbevarer produkter merket giftig. For å selge giftige kjemikalier til  
privat bruk må alle, bortsett fra apotek, søke SFT om tillatelse (produkter som er unntatt fra  
denne bestemmelsen er; motorbensin, bunnstoff, enkelte ferdigproduserte farger/penner og  
kjemikalier til fotofremkalling). Det er også mange som har produkter merket helseskadelig  
og brannfarlig, men disse merkene finnes på en mengde produkter som er til salgs uten rest-  
riksjoner. Og under halvparten av de spurte har etsende produkter, selv om dette er et merke  
som er å finne på vanlige husholdningskjemikalier, blant annet vaskemiddel til maskinopp-  
vask. En kan ikke se helt bort fra at disse svarene i noen grad reflekterer hvor godt kjent de  
ulike merkene er for den jevne forbruker.

Tabell 5.1. Oversikt over hvor mange som oppbevarer de ulike faremerkede produktene i hjemmet. I prosent.

TYPE PRODUKT	Ja	Nei	Vet ikke	Ubesvart	Totalt (%) , (n)
Merket med symbolet <b>giftig</b>	62	33	4	1	100 1237
Merket med symbolet <b>helseskadelig</b>	71	21	8	0	100 1237
Merket med <b>etsende</b>	47	46	6	0	100 1237
Merket med <b>brannfarlig</b>	74	21	4	1	100 1237

I tabell 5.2 vises fordelingen over hvor mange som oppbevarer de ulike faremerkede produktene hjemmet, etter kjønn, alder og utdanning. Det er flere menn enn kvinner som svarer at de oppbevarer produkter merket helsefarlig. En årsak til dette kan være at produkter merket helsefarlig blant annet er slike som benyttes til oppussing og bilpleie (White-spirit, maling og lakk, bilshampoo), arbeidsoppgaver menn utfører oftere enn kvinner.

Innen de ulike aldersgruppene er det tydelige forskjeller for alle typer faremerkede produkter, bortsett fra for produkter merket etsende. I den eldste aldersgruppen (over 60 år) finner vi den laveste andelen som oppgir at de oppbevarer slike produkter. Den høyeste andelen som oppbevarer merkede produkter i hjemmet finner vi i de to aldersgruppene fra 30 til 49 år. Dette kan skyldes at i disse aldersgruppene blir aktiviteter som oppussing og vedlikehold i heimen oftest utført. Også hvordan en bor vil kunne påvirke her; type hus og om en eier eller leier.

Oppbevaring av produkter merket helsefarlig, etsende og brannfarlig viser signifikante forskjeller mellom utdanningsgruppene. I gruppen med de lavest utdannede er det færrest som oppbevarer slike produkter i hjemmet. Det er ingen opplagte forklaringer til dette. Mulige årsaker kan være forskjeller i kunnskap om slike produkter, forskjeller i aktivitet som krever bruk av slike produkter eller ulikhet i boform.

Tabell 5.2. Oversikt over fordelingen av de som har svart ja på at de oppbevarte de ulike faremerkede produktene, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent. Gråfargen indikerer signifikans basert på  $\chi^2$ -test, med  $p < 0.01$  og med svarene ja og nei med i beregningsgrunnlaget.

TYPE PRODUKT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Merket giftig	68	62	68	70	71	64	56	61	67	65
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	558	595	228	253	210	190	299	139	576	439
Merket helsefarlig	81	73	84	86	80	76	62	57	78	84
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	569	563	222	248	200	184	278	124	564	420
Merket etsende	51	50	54	55	54	48	42	36	51	55
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	582	573	221	251	208	188	287	133	565	433
Merket brannfarlig	80	77	85	84	84	76	65	70	81	79
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	591	579	238	250	208	191	283	133	571	441

Tabell 5.3 angir hvordan merkede produkter blir oppbevart, og viser at de fleste er bevisste på å oppbevare slike produkter utilgjengelig for barn. Det er kun de som svarer ja på at det aktuelle merket finnes på produkter som oppbevares i hjemmet som er tatt med i oversikten.

Tabell 5.3. Oversikt over hvordan faremerkede produkter oppbevares. I prosent.

TYPE PRODUKT	I låst skap	Utilgjengelig for barn	Lett tilgjengelig for alle	Totalt (%), (n)
Giftige	11	77	13	100 770
Helseskadelige	7	75	18	100 872
Etsende	9	74	18	100 581
Medisiner	89	7	4	100 1030

De fleste ser ut til å være bevisste i forhold til det å oppbevare slike produkter utilgjengelig for barn. Mest forsiktige er man med medisiner, svært mange har låsbart skap til medisinene sine. Det er rimelig å tenke seg at det er forskjeller i hvordan faremerkede produkter og medisiner ble oppbevart, avhengig av om det finnes små barn i husholdningen eller ikke. I tabell 5.4 er det gitt en oversikt over fordelingen i hvordan husholdninger med barn fra 0 til 6 år oppbevarer denne type produkter sammenlignet med husholdninger uten små barn. Det er tydelig at med små barn i hjemmet, blir en ekstra påpasselig med hensyn til hvordan produktene oppbevares, i alle fall til at produktene plasseres utilgjengelig for barn. Når det gjelder medisiner, er det imidlertid ikke mulig å påvise forskjeller i hvordan de oppbevares, avhengig av om det finnes små barn i husholdningen eller ikke. Andelen som låser inn medisiner er uansett svært høy, rundt 90 prosent.

Tabell 5.4. Sammenstilling av hvordan faremerkede produkter oppbevares i husholdninger med barn under 6 år og i husholdninger uten barn under 6 år. I prosent.

OPPBEVARING	Merket giftig		Merket helsefarlig		Merket etsende		Medisiner	
	Barn 0-6 år	Ikke barn	Barn 0-6 år	Ikke barn	Barn 0-6 år	Ikke barn	Barn 0-6 år	Ikke barn
I låst skap	6	11	8	6	6	10	89	90
Utilgjengelig for barn	89	74	84	73	84	72	6	8
Lett tilgjengelig	5	15	9	21	10	18	6	3
Total (%)	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	140	488	165	554	116	371	200	712

p<0.005                      p<0.005                      p<0.05                      ikke sig.

I tabell 5.5 er satt opp hvor stor andel av det totale utvalget som ikke har noen av de oppgitte faremerkene på produkter som oppbevares i hjemmet, hvor mange som har ett, to, tre og fire. Andelen som oppbevarer alle typer faremerkede produkter i hjemmet er stor, hele en av fire mener de gjør det.

Tabell 5.5. Oversikt over hvor mange som har bare ett, to, tre og alle fire av de faremerkede produktene. I prosent.

	Ingen	1 type	2 typer	3 typer	4 typer
Antall (%)	9	12	23	31	26
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Totalt antall (n)	1237	1237	1237	1237	1237

Respondentene ble spurt om de tok forholdsregler ved bruk av produkter som var merket brannfarlige, med tanke på at de var brannfarlige. Svarfordelingen er satt opp i tabell 5.6, og viser at de fleste tar forholdsregler ved bruk av slike kjemikalier.

Tabell 5.6. Oversikt over fordelingen av om det tas forholdsregler ved bruk av brannfarlige produkter. I prosent.

SVAR	Prosent
Ja	89
Nei	7
Vet ikke	3
Ubesvart	1
Totalt (%)	100
Antall (n)	916

Tabell 5.7 gir en oversikt over svarfordelingen for spørsmålet om forholdsregler ved bruk av brannfarlige kjemikalier etter kjønn, alder og utdanning. I samtlige grupper er andelen som sier de tar forholdsregler ved bruk av slike kjemikalier svært høy. Kvinner har en tendens til å være noe mer forsiktige enn menn. Samme tendens ser en blant de yngste (18-29 år). Utdanningsvariabelen gir ingen signifikante forskjeller.

Tabell 5.7. Oversikt over fordelingen av de som tar forholdsregler ved bruk av brannfarlige kjemikalier. I prosent.

SVAR	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Ja	90	95	85	93	94	94	97	93	94	90
Nei	10	5	15	8	6	6	3	7	6	10
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	445	428	188	200	169	141	183	89	444	337
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.005</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	4	2	6	5	2	2	0	4	3	3
Ubesvart	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	474	442	200	211	174	146	184	93	461	350

Faresymbolet for miljøskadelige kjemikalier er ukjent for svært mange. Tabell 5.8 viser hvordan svarene fordelte seg på spørsmål om man har sett produkter som er merket med dette symbolet. Dette er et merke som er lite kjent, det er bare en av fire som har lagt merke til det på produkter som er i handelen. Dette gjenspeiler nok at det faktisk er relativt få produkter i salg som er merket med dette symbolet.

Tabell 5.8. Oversikt hvor mange som har sett faremerket for miljøskadelig på produkter. I prosent

SVAR	Prosent
Ja	26
Nei	73
Ubesvart	1
Totalt (%)	100
Antall (n)	1237

Fordelingen etter kjønn, alder og utdanning satt opp, i tabell 5.9. Det er ingen signifikant forskjell mellom menn og kvinner, mens både alders- og utdanningsvariabelen gir utslag. I den yngste aldersgruppen finner vi den laveste andelen som har sett dette symbolet. Det er nesten dobbelt så mange i den eldste aldersgruppen som har sett dette merket, sammenlignet med den yngste. Dette kan muligens skyldes at de yngste er mindre oppmerksomme på merkingen

av produkter. Vi skal senere, i kapittel 6, se at denne tendensen kommer frem i flere av tabellene, for eksempel 6.3 og 6.10.

Tabell 5.9. Oversikt over fordelingen av de som har sett produkter merket med symbolet for miljøskadelig. I prosent.

SVAR	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Ja	29	24	18	23	28	27	35	38	30	17
Nei	71	76	82	77	72	73	65	62	70	83
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	606	617	254	260	219	193	296	138	598	461
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.001</b>					<b>p&lt;0.001</b>		
Ubesvart	1	2	0	0	0	2	3	3	1	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	254	261	220	196	306	142	603	465

Videre er det flest blant de med lavest utdanning som har sett merket, og færrest blant de med høyest utdanning (dvs. universitet eller høyskole). En mulig årsak til dette kan også her være at de med lavest utdanning er mest oppmerksomme på produktmerkingen i kjøps- eller bruksøyeblikket. Tabell 6.3, som viser hvor ofte det sees etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes/brukes støtter opp om dette. Det gjør derimot ikke tabell 6.10, som viser hvor ofte en leser faremerkingen på produkter første gang de kjøpes/brukes.

Tabell 5.10. Bivariat sammenheng mellom de som har sett produkter merket med symbolet for miljøskadelig, og om de leser faremerkingen som er på produkter første gang de kjøpes/brukes. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Ja	26	29	26	26	13
Nei	74	71	74	74	87
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	344	389	279	158	46
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>				
Ubesvart	2	2	1	1	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	350	395	281	159	47

Hvordan er forholdet mellom hvor ofte faremerkingen leses på produkter, og om en har sett produkter merket med symbolet for miljøskadelig? Denne bivariante sammenhengen er satt opp i tabell 5.10. En skulle i utgangspunktet tro at det blant dem som oppgir at de alltid og ofte ser etter faremerking, er flere som hadde lagt merke til faresymbolet miljøskadelig. En slik sammenheng kan imidlertid ikke påvises. En mulig forklaring er at dette symbolet fremdeles finnes på relativt få produkter som er i salg i dag.

Kan en se en sammenheng mellom hvor stor tilliten til at produkter som kan skade miljøet faller innenfor merkesystemet, og kjennskap til dette merket? En slik bivariat sammenheng er satt opp i tabell 5.11, men heller ikke her har en signifikante forskjeller. Det er altså ikke slik at de som har størst tillit til at merkesystemet for faremerking av miljøskadelige kjemikalier, har så stor tillit fordi de faktisk har sett produkter med slik merking.

Tabell 5.11. Bivariat sammenheng mellom de som har sett produkter merket med symbolet for miljøskadelig og hvor stor tillit de har til at produkter som kan skade miljøet faller innenfor merkesystemet. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Ja	27	24	27	26	33
Nei	73	76	73	74	67
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	66	413	569	140	30
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>				
Ubesvart	2	1	1	1	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	67	418	575	141	31



## 6 Håndtering av produkter

I dette kapitlet ser vi videre på hvordan publikum forholder seg til miljø- og faremerkingen, om de leser slik informasjon og hvordan de eventuelt forholder seg til den. Deltakerne i spørreundersøkelsen ble presentert for en del ulike måter å behandle merkede produkter på, og spurt om hvor ofte de fulgte den beskrevne handlingen.

Tabell 6.1. Oversikt over hvor ofte følgende behandlinger ble utført. I prosent

HANDLING	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri	Totalt* (%) (n)
Ser etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes/brukes	9	22	33	26	10	100 1234
Leser faremerkingen på produkter første gang de kjøpes/brukes	28	32	23	13	4	100 1231
Lufter nøye når det males innendørs	65	24	9	2	1	100 1231
Følger anbefalingene for produktets bruksområder og bruksmåter	56	39	4	0	0	100 1230
Vektlegger helse- og miljøegenskaper når maling kjøpes	17	30	28	20	5	100 1230
Vasker nye klær som kommer i kontakt med hud, før de tas i bruk	29	22	18	15	15	100 1228
Vasker tekstiler til barna, som kommer i kontakt med hud før de tas i bruk	51	23	11	7	8	100 237

\* Andelen ubesvarte er fra 0.2 – 4 %

### 6.1 Miljømerking

Tabell 6.1 viser en oversikt over hvor ofte respondentene følger de handlingsbeskrivelsene de ble presentert for. I forhold til de andre påstandene, er andelen som alltid eller ofte ser etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes/brukes liten. Dette gjelder omtrent en av tre respondenter.

I tabell 6.2 er det satt opp resultater fra forskjellige spørreundersøkelser hvor det ble spurt om hvor ofte det ble sett etter miljøinformasjon/miljømerking. I tidligere undersøkelser har man stilt spørsmålet "Når du handler dagligvarer, ser du konkret etter om produktene inneholder informasjon om miljø?" (Lavik, 1999). Sammenlignet med disse undersøkelsene, er det en forholdsvis markert endring i retning av at forbrukerne oftere ser etter miljømerking og at norske forbrukere følgelig er blitt mer opptatte av slik merking. Det er imidlertid grunn til å

være noe forsiktig ved en slik sammenlikning av resultater. Noe av den observerte forskjellen kan skyldes at spørsmålet ikke er stilt på samme måte i den siste spørreundersøkelsen som i de andre. Selv om spørsmålene ikke er identiske, er meningen med og tolkningen av dem nokså lik. I tillegg benyttes den samme skalen i alle undersøkelsene. Det er derfor rimelig å anta at oppmerksomheten mot miljømerking har blitt større. En grunn til dette, kan ganske enkelt være at dette er ordninger som nå har eksistert i mange år og har blitt forholdsvis utbredt på markedet. Dessuten kommer det stadig nye typer merker på norske produkter, som for eksempel ”Grønt punkt”.

Tabell 6.2 Sammenligning mellom ulike spørreundersøkelser hvor det ble spurt om hvor ofte det ble sett etter miljøinformasjon (1995, 1996, 1997)/ miljømerking (2000). I prosent.

SKALA	1995	1996	1997	2000
Alltid	2	3	4	9
Ofte	12	9	12	22
Av og til	27	22	24	33
Sjelden	33	20	28	26
Aldri	27	45	30	10
Totalt (%), (n)	100, 959	100, 970	100, 995	100, 1234

Tabell 6.3 viser fordelingen over hvor ofte man ser etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes/brukes avhengig av kjønn, alder og utdanning. Tabellen viser at det er forskjeller både mellom menn og kvinner, de ulike aldersgruppene og utdanningsgruppene. Kvinner ser oftere etter miljømerking enn menn. Videre er det de eldste som oftest ser etter miljømerking, mens de yngste er minst opptatte av dette. Mellom de ulike utdanningsgruppene er det ikke fullt så entydige forskjeller. Tendensen her er at det er de med lavest utdanning (kun grunnskole) som oftest ser etter miljømerking.

Tabell 6.3. Oversikt over hvor ofte det sees etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes/brukes, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Alltid	6	12	6	6	6	12	14	10	9	9
Ofte	19	24	13	17	23	26	30	26	19	23
Av og til	32	34	31	34	35	31	33	40	33	30
Sjelden	31	23	34	33	30	23	14	16	30	27
Aldri	13	7	17	11	5	7	9	8	9	12
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	607	627	255	261	218	198	304	141	601	463
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.001</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>p&lt;0.01</i>		
Ubesvart	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	255	262	219	198	305	142	601	465

En interessant problemstilling er om det er en sammenheng mellom hvor ofte en ser etter miljømerking, og kjennskap til ulike typer miljømerking av produkter. Er det slik at de som hevder at de alltid eller ofte ser etter miljømerking på produkter første gang de kjøpes eller brukes, har bedre kjennskap til hva miljømerkene betyr, enn de som gjør dette sjeldnere? Vi skal se på kjennskapen til to ulike miljømerker, Svanemerket og resirkuleringsmerkene.

Den bivariate sammenhengen mellom hvor ofte en ser etter miljømerking og *kjennskap til Svanemerket* er satt opp i tabell 6.4. Tabellen viser at vi ikke kan påvise noen signifikant sammenheng mellom disse variablene. Dette tyder på at det ikke er Svanemerket folk ekspli-

sitt ser etter når de undersøker miljømerkingen. Enten ser de etter andre konkrete merker (som f.eks. resirkuleringsmerkene) eller så er resultatene et uttrykk for en generell forvirring blant forbrukerne med hensyn til hva de ulike produktmerkene betyr.

Tabell 6.4. Bivariat sammenheng mellom kjennskap til Svanemerket, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	49	49	53	57	47
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	9	10	8	6	10
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	3	5	4	5	2
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	3	3	5	5	7
Vet ikke	22	23	21	22	28
Ubesvart	14	11	9	5	5
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	112	266	405	327	123

*ikke sig.*

Er det samme tilfelle når det gjelder kjennskap til hvem som står bak merket? Er det slik at de som ofte ser etter miljømerking på produkter, har bedre kjennskap til hvem som står bak Svanemerket enn de som sjeldnere ser etter slike merker? Fra tabell 6.5 ser en at andelen som kjenner til at det offentlige står bak svanemerket ikke er større blant dem som oppgir at de alltid eller ofte ser etter miljømerking enn blant dem som sjelden eller aldri ser etter slik merking. Derimot er færre i den først nevnte gruppen som tror at produsentene står bak. Vi ser også at det i denne gruppen er en svært høy andel som ikke har svart på spørsmålet (en av fem). Dette kan sees på som nok en indikasjon på at informasjon om det offisielle norske miljømerket ikke er tilstrekkelig.

Tabell 6.5. Bivariat sammenheng mellom kjennskap til hvem som står bak Svanemerket, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Produsentene	21	26	29	35	31
Det offentlige	23	21	22	20	20
Miljøvernorganisasjonene	16	23	22	21	17
Vet ikke	21	22	20	20	26
Ubesvart	20	9	7	4	6
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	111	267	406	326	123

*p<0.005*

Tilsvarende kan en se på sammenhengen mellom kjennskap til resirkuleringsmerkene, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. Dette er satt opp i tabell 6.6 og 6.7, og viser samme tendenser som for Svanemerket. Kjennskapet til disse merkene er ikke bedre blant de som alltid eller ofte ser etter miljømerking. Heller ikke er det flere som er klar over at dette er merker som produsentene står bak. Disse resultatene tyder på at det ikke er resirkuleringsmerkene forbrukerne konkret ser etter, i stedet for Svanemerket.

Tabell 6.6. Bivariat sammenheng mellom kjennskap resirkuleringsmerkene, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Garantert mindre miljøbelastning enn konkurrerende produkter	1	3	2	1	2
Garantert mindre helseskadelig enn konkurrerende produkter	1	2	1	1	0
Viser at produktet/emballasjen kan bli eller er resirkulert	62	66	70	71	67
Merket indikerer ingen av de ovenfor nevnte kvalitetene	1	2	2	1	2
Vet ikke	28	21	20	22	29
Ubesvart	8	7	7	5	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	112	269	406	326	123

*ikke sig.*

Tabell 6.7. Bivariat sammenheng mellom kjennskap til hvem som står bak resirkuleringsmerkene, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Produsentene	18	28	32	28	20
Det offentlige	30	31	34	41	35
Miljøvernorganisasjonene	13	9	7	5	10
Vet ikke	27	24	23	23	35
Ubesvart	13	8	4	3	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	112	268	405	325	124

$p < 0.001$

Dette fører oss inn i en ny diskusjon. Er det slik at de som sier at de alltid eller ofte undersøker miljømerking på produkter, stoler mer på et offentlig godkjent miljømerke enn andre? Denne sammenhengen er satt opp i tabell 6.8, og viser at det ikke er slik at de som hyppig kikker etter miljømerking på produkter samtidig har størst tillit til et offentlig godkjent miljømerke. Kategoriene ”alltid”, ”ofte”, ”av og til” og ”sjelden” skiller seg ikke fra hverandre, mens de som aldri ser etter miljømerking har noe høyere tilbøyelighet til å ha både stor tillit og liten eller ganske liten tillit til et offentlig godkjent miljømerke.

Tabell 6.8. Bivariat sammenheng mellom tillit til et offentlig godkjent miljømerke, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Stor tillit	13	12	12	10	17
Ganske stor tillit	43	49	49	49	35
Middels tillit	29	34	34	33	32
Ganske liten tillit	8	4	3	6	9
Liten tillit	2	2	1	2	7
Ubesvart	4	0	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	113	268	406	326	123

$p < 0.001$

Tabell 6.9. Bivariat sammenheng mellom tillit til et miljømerke som produsentene selv står bak, og hvor ofte en ser etter miljømerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Stor tillit	5	2	2	1	1
Ganske stor tillit	19	19	16	13	15
Middels tillit	45	51	58	47	29
Ganske liten tillit	20	21	18	33	36
Liten tillit	6	8	6	6	19
Ubesvart	4	0	0	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	113	268	405	326	123

$p < 0.001$

Vi kan foreta den samme analysen for tilliten til miljømerker som produsentene selv står bak. Er det slik at de som alltid eller ofte undersøker om produktene har miljømerking på merker, stoler mer på merker som produsentene selv står bak enn andre? Denne sammenhengen er vist i tabell 6.9. Her ser en at tilliten er minst blant dem som sjelden eller aldri ser etter slik merking. Det er altså en svak tendens til at de som oftest ser etter miljømerker på produkter, også har noe større tillit til produsentenes merkeordninger.

## 6.2 Faremerking

Tabell 6.1 viser at det er en betraktelig større andel som er opptatt av å sjekke faremerking på produkter første gang de kjøpes eller brukes, sammenliknet med miljømerking. Mens seks av ti svarer at de alltid eller ofte leser faremerkingen som er på produkter første gang de kjøper/braker dem, er det som nevnt tre av ti som alltid eller ofte ser etter miljømerking.

Tabell 6.10. Oversikt over hvor ofte faremerkingen på produkter leses første gang de kjøpes/brukes, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videregående	Univ/høysk
Alltid	23	33	20	24	30	30	38	25	29	28
Ofte	33	31	23	34	37	34	33	32	32	32
Av og til	22	23	30	22	21	21	21	23	21	26
Sjelden	16	10	20	17	11	12	6	15	14	12
Aldri	5	3	8	4	1	3	3	5	4	3
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	608	624	253	260	220	195	302	138	602	463
<b>Signifikansnivå</b>	$p < 0.001$		$p < 0.001$					Ikke sig.		
Ubesvart	1	0	0	0	0	1	1	2	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	253	261	220	196	305	141	603	465

I tabell 6.10 er sammenhengen mellom hvor ofte faremerkingen leses og kjønn, alder og utdanning satt opp. Kvinner ser ut til å være mer opptatt av faremerkingen enn menn. Oppmerksomheten mot faremerking øker dessuten med økende alder. Det er nesten dobbelt så mange blant de over 60 år som svarer at de alltid leser faremerkingen på produkter første gang de kjøpes/brukes, enn det er i den yngste aldersgruppen (fra 18 – 29 år). Utdanningsvariabelen gir ingen signifikante forskjeller.

Tabell 6.11. Bivariat sammenheng mellom tillit til et faremerke for helserisiko, og hvor ofte en ser etter faremerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Stor tillit	13	8	7	9	15
Ganske stor tillit	38	46	41	42	40
Middels tillit	40	36	40	35	33
Ganske liten tillit	7	8	10	8	6
Liten tillit	2	1	1	5	6
Ubesvart	0	0	0	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	350	394	282	159	48

*ikke sig.*

Tabell 6.12. Bivariat sammenheng mellom tillit til et faremerke for miljørisiko, og hvor ofte en ser etter faremerking på produkter. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Stor tillit	7	5	4	4	8
Ganske stor tillit	34	37	31	32	31
Middels tillit	44	45	52	47	44
Ganske liten tillit	10	11	11	14	15
Liten tillit	4	2	2	3	2
Ubesvart	1	0	0	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	349	395	280	159	48

*ikke sig.*

Hvordan er tilliten til faremerkingen blant de som oppgir å alltid eller ofte lese denne på produkter som kjøpes for første gang? Sammenhengen mellom tillit til faremerker i forbindelse med helserisiko og oppmerksomhet mot faremerker på produkter er satt opp i tabell 6.11. Tabell 6.12 viser den tilsvarende sammenhengen for tillit til faremerket miljøskadelig. Ingen av disse tabellene indikerer forskjell i tillit mellom de som ofte ser etter faremerking og de som gjør dette sjeldnere eller aldri. Det ser med andre ord ikke ut til å være slik at de som leser faremerkingen på produktene oftere enn andre også har større tillit til faremerkingsordningen.

### 6.3 Hensyntagen til merkingen

Tabell 6.1 viser at det store flertallet av respondentene, 90 prosent, oppgir at de alltid eller ofte *lufte nøye når det males innendørs*. I tabell 6.13 ser vi på hvordan denne andelen varierer etter kjønn, alder og utdanning. Kvinner er mer tilbøyelige til å lufte enn menn ved bruk av slike produkter. Verken alders- eller utdanningsvariabelen gir signifikante forskjeller mellom gruppene.

Tabell 6.13. Oversikt over hvor mange som sier de lufter nøyer når det males innendørs, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Alltid	56	73	64	62	70	61	67	70	66	62
Ofte	27	21	22	27	23	26	23	21	25	25
Av og til	13	4	10	9	6	11	8	7	7	11
Sjelden	2	1	3	2	0	1	2	1	2	1
Aldri	1	0	2	0	0	1	0	1	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	622	252	259	218	197	303	139	600	463
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.001</b>		<b>Ikke sig.</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	612	627	253	260	219	197	306	141	602	465

På spørsmål om hvor ofte de prøver å følge anbefalingene for produktets bruksområder og bruksmåter, svarer nesten samtlige (94 prosent) at de alltid eller ofte gjør dette. Tabell 6.14 viser denne svarfordelingen etter kjønn, alder og utdanning.

Tabell 6.14. Oversikt over hvor mange som sier de prøver å følge anbefalingene for produktets bruksområder og bruksmåter, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Alltid	48	63	48	55	51	56	66	51	58	55
Ofte	45	34	46	39	44	39	31	42	37	42
Av og til	6	3	5	5	5	4	3	6	5	3
Sjelden	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
Aldri	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	607	622	254	260	219	196	300	137	603	464
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.001</b>		<b>p&lt;0.05</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	2	4	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	254	261	220	196	306	143	603	466

Igjen er det en klar tendens at kvinner er mer tilbøyelige enn menn til å følge anbefalingene for produktet. Ellers er det de yngste som er minst opptatte av å følge produktets anbefalinger, de eldste mest. Og de med lavest utdanning (grunnskole), er de minst opptatt av å følge anbefalinger, selv om det også i denne gruppen er hele 89 % som alltid eller ofte gjør det.

Sammenhengen mellom hvor ofte en følger anbefalinger på produktet, og i hvilken grad en oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker, er satt opp i tabell 6.15. Denne viser at de som alltid prøver å følge anbefalingene, også er de som oppfatter seg selv som mest miljøbevisste. Pga. den lave andelen som har svart sjelden eller aldri på dette spørsmålet, er  $\chi^2$ -testen noe tvilsom. Ved få observasjoner i enkelte celler, påvirker dette  $\chi^2$ -testen. Tilsvarende beregninger basert på gruppene "alltid", "ofte" og "av og til" gir fremdeles samme verdi for p ( $p<0.001$ ). Dermed kan en likevel konkludere med at forskjellen mellom gruppene er signifikant.

Tabell 6.15. Bivariat sammenheng mellom oppfatning av seg selv som en miljøbevisst forbruker, og hvor ofte en ser på produktets anbefalinger. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
I stor grad	10	4	6	0	0
I ganske stor grad	42	31	9	17	0
Både og	41	56	62	33	0
I ganske liten grad	6	7	19	17	100
I liten grad	1	1	4	33	0
Ubesvart	0	0	0	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	686	485	53	6	1

$p < 0.001$

Tilsvarende kan en se på sammenhengen mellom de som oppgir at de tar forholdsregler ved bruk av brannfarlige produkter, og de som følger produktets anbefalinger. Denne sammenhengen er satt opp i tabell 6.16, og tyder på at det er en sammenheng. Som i forrige tabell, blir det også her for få observasjoner i enkelte celler, slik at  $\chi^2$ -testen er lite egnet. Men også her viser beregninger basert på gruppene ”alltid”, ”ofte” og ”av og til” signifikante forskjeller.

Tabell 6.16. Bivariat sammenheng mellom om det tas forholdsregler ved bruk av brannfarlige produkter, og hvor ofte en ser på produktets anbefalinger. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
Ja	77	72	58	40	100
Nei	4	8	23	20	0
Vet ikke	1	5	2	40	0
Ubesvart	18	15	17	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	686	485	53	5	1

$p < 0.001$

## 6.4 Vektlegging av helse og miljøegenskaper ved kjøp av maling

Det er i underkant av halvparten (47 prosent) av respondentene som alltid eller ofte vektlegger helse- og miljøegenskaper når de kjøper maling (tabell 6.1). Tidligere undersøkelser (Tufte, Lavik 1997) har da konkludert med at kvalitet er det viktigste kriteriet ved valg av maling og lakk. I denne undersøkelsen ble det funnet at gode helseegenskaper ble lagt mer vekt på enn gode miljøegenskaper.

I tabell 6.17 gir variablene kjønn, alder og utdanning alle signifikante forskjeller. Kvinner ser ut til å vektlegge helse- og miljøegenskaper sterkere enn menn ved kjøp av maling. Videre vektlegger de yngre disse egenskapene sjeldnere enn de eldre. Det er nesten tre ganger så mange blant de over 60 år som hevder at de alltid vektlegger slike egenskaper ved kjøp av maling, sammenlignet med de yngste (18-29 år). Utdanningsvariabelen viser at de med lavest utdanning (grunnskole) legger mest vekt på helse- og miljøegenskaper når de kjøper maling.



Tabell 6.17. Oversikt over hvor mange som sier de vektlegger helse- og miljøegenskaper når de kjøper maling, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Alltid	12	22	10	12	15	18	29	20	15	17
Ofte	27	33	24	27	35	36	31	35	28	30
Av og til	29	27	28	33	30	30	20	20	28	31
Sjelden	27	13	30	23	18	12	14	18	22	18
Aldri	7	4	8	5	3	5	6	7	5	5
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	607	622	253	260	220	196	301	140	601	464
<b>Signifikansnivå</b>	<b><math>p &lt; 0.001</math></b>		<b><math>p &lt; 0.001</math></b>					<b><math>p &lt; 0.05</math></b>		
Ubesvart	0	1	0	0	0	0	2	1	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	609	627	254	261	220	196	306	142	602	465

Også dette spørsmålet er det naturlig å sette opp mot spørsmålet om i hvilken grad en oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker (tabell 6.18). Her er det en klar sammenheng. Blant de som oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker, er det flest som alltid vektlegger helse- og miljøegenskaper ved kjøp av maling. Og blant de som ikke oppfatter seg selv som miljøbevisst, er det motsatt. Her er det flest som sjelden eller aldri vektlegger disse egenskapene.

Tabell 6.18. Bivariat sammenheng mellom oppfatning av seg selv som en miljøbevisst forbruker, og hvor ofte en vektlegger helse- og miljøegenskaper ved kjøp av maling. I prosent.

SVAR	SKALA				
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri
I stor grad	22	8	3	1	2
I ganske stor grad	48	46	32	22	8
Både og	28	42	56	60	58
I ganske liten grad	2	2	9	14	18
I liten grad	0	1	0	4	14
Ubesvart	0	2	0	0	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100
Antall (n)	209	370	344	244	65

**$p < 0.001$**

## 6.5 Vasking av klær og tekstiler før bruk

Tabell 6.1 viser at over halvparten (51 prosent) vasker alltid eller ofte tekstiler som kommer i kontakt med hud, før de brukes. Fordelingen etter kjønn, alder og utdanning er satt opp i tabell 6.19, og viser at kvinner vasker slike tekstiler oftere enn menn. Verken alders- eller utdanningsvariabelen viser signifikante forskjeller.

Tabell 6.19. Oversikt over hvor ofte en vasker nye egne tekstiler som kommer i kontakt med hud, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Alltid	23	35	27	34	28	32	26	31	31	27
Ofte	21	23	20	23	22	18	26	23	22	21
Av og til	18	19	20	15	21	16	19	17	19	19
Sjelden	19	11	11	14	17	19	13	15	15	14
Aldri	19	12	21	14	11	14	16	14	13	20
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	608	620	251	256	220	197	304	140	597	463
<b>Signifikansnivå</b>	<b><i>p</i>&lt;0.001</b>		<b><i>Ikke sig.</i></b>					<b><i>Ikke sig.</i></b>		
Ubesvart	0	1	1	2	0	0	0	1	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	254	261	220	197	305	141	603	465

Det er 20 prosent av deltakerne i denne spørreundersøkelsen som har barn under 6 år. Disse ble spurt om de før bruk, vasket tekstiler til barna som kom i kontakt med hud. Hele 71 prosent svarte at de alltid eller ofte gjorde dette (tabell 6.1). Fordelingen etter kjønn, alder og utdanning er vist i tabell 6.20. Det eneste signifikante forskjellen vi kan påvise her, er mellom menn og kvinner. Kvinner svarer noe oftere enn menn at de vasker slike tekstiler.

Tabell 6.20. Oversikt over hvor ofte en vasker nye tekstiler til barna som kommer i kontakt med hud, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR OFTE	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Alltid	50	52	52	52	45	67	50	53	49	53
Ofte	21	25	27	19	31	33	0	20	23	22
Av og til	14	8	10	10	12	0	25	7	13	9
Sjelden	12	4	3	10	2	0	25	13	8	5
Aldri	5	11	8	8	10	0	0	7	6	12
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	111	126	60	126	42	3	4	15	128	93
<b>Signifikansnivå</b>	<b><i>p</i>&lt;0.05</b>		<b><i>Ikke sig.</i></b>					<b><i>Ikke sig.</i></b>		
Ubesvart	6	2	8	3	0	0	0	12	4	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	118	128	65	130	42	3	4	17	133	95

I tabell 6.21 har vi krysset tilbøyelighet til å vaske nye klær og tekstiler til eget bruk mot tilbøyelighet til å vaske nye klær og tekstiler til barna. Tabellen viser at det er en klar sammenheng mellom de som vasker tøy til seg selv og de som vasker tøy til barna.

Tabell 6.21. Bivariat sammenheng mellom de som vasker egne klær før de brukes og de som vasker barnas klær før de brukes. I prosent.

VASKER EGNE KLÆR	VASKER BARNAS KLÆR					
	Alltid	Ofte	Av og til	Sjelden	Aldri	Ikke barn 0-6 år
Alltid	61	6	3	4	0	27
Ofte	26	40	9	0	0	22
Av og til	6	43	58	7	0	18
Sjelden	4	12	15	64	14	15
Aldri	3	0	15	21	86	17
Ubesvart	1	0	0	4	0	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	186	68	33	28	28	893

*p*<0.001



## 7 Miljøinformasjon

I undersøkelsen ble det også tatt opp en del spørsmål omkring informasjon og behandling av spesialavfall. En ønsket gjennom dette å undersøke om informasjonen om hva som er spesialavfall og hvordan en kaster slikt avfall er god nok. Og dessuten undersøke hvordan spesialavfall virkelig ble kastet.

### 7.1 Hva er spesialavfall?

Spesialavfall er avfall som ikke kan håndteres sammen med vanlig forbruksavfall, fordi det kan føre til skade på mennesker og dyr. Miljøfarlig avfall kan også være spesialavfall<sup>3</sup>.

De viktigste typene spesialavfall for den vanlige forbruker er; olje og oljeprodukter, brukte løsemidler, rengjørings- og vedlikeholdsmidler, brukte batterier og lysstoffrør, termometre, rester av plantevernmidler og hobbykjemikalier.

Spesialavfall kan leveres direkte til avfallsstasjonen i distriktet en er bosatt i, eventuelt i butikk der det ble/kan bli kjøpt. Slikt avfall skal leveres i tett og sikker emballasje, om mulig i orginalemballasjen, og skal merkes tydelig med innhold og mengde. All innlevering av spesialavfall fra private husholdninger er dekket gjennom renovasjonsavgiften.

### 7.2 Oppfatninger om spesialavfall

Innledningsvis ble følgende spørsmål om spesialavfall stilt: ”Hvor godt kjennskap vil du si at du har til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall?” Tabell 7.1 viser hvordan svarene fordelte seg. Over halvparten mener at de har god eller ganske god kjennskap til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall. Bare 10 prosent synes de har ganske dårlig eller dårlig kjennskap.

Tabell 7.1. Oversikt over hvor godt kjennskap de synes de har til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall. I prosent.

SPØRSMÅL						Ubesv.	Totalt (%) (n)
	God	Ganske god	Mid-dels	Ganske dårlig	Dårlig		
Hvor godt kjennskap vil du si at du har til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall.	15	38	36	8	2	2	100 1237

<sup>3</sup> <http://www.frevar.no>

Sammenhengen mellom kjennskap til spesialavfall og kjønn, alder og utdanning er satt opp i tabell 7.2. Denne viser at det ikke er forskjell i oppfatning mellom kjønnene, heller ikke utdanning har noe å si i dette spørsmålet. Derimot er det tydelige forskjeller mellom de ulike aldersgruppene. De yngste synes de har minst kjennskap til hva som er spesialavfall, de eldste mest.

Tabell 7.2. Oversikt over fordelingen av hvor godt kjennskapet til spesialavfall er, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR GODT	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
God	14	16	10	11	15	18	22	13	16	14
Ganske god	39	38	27	41	40	43	40	43	40	34
Middels	38	35	47	38	36	30	31	35	35	40
Ganske dårlig	7	9	12	9	7	8	6	9	7	10
Dårlig	2	1	4	2	1	2	0	1	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	605	614	249	258	220	194	297	141	593	458
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Ubesvart	1	2	2	2	0	1	3	1	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	254	262	220	196	305	142	603	465

Respondentene ble videre spurt om hvordan de stilte seg til påstandene om at *forbrukerne blir tilstrekkelig informert om spesialavfall, og om hvordan spesialavfall skal behandles*. Svarfordelingen for disse spørsmålene er satt opp i tabell 7.3. De fleste plasserer seg i midtkategoriene: Delvis enig, både og, og delvis uenig. Dette tyder på at slik informasjon kan forbedres, slik at den når bedre ut til målgruppene.

Tabell 7.3. Oversikt over hvor godt kjennskap de synes de har til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall. I prosent.

PÅSTAND	Helt enig	Delvis enig	Både og	Delvis uenig	Helt uenig	Ubesv.	Totalt (%) (n)
Forbrukerne blir tilstrekkelig informert om hva som er spesialavfall	7	29	41	16	6	1	100 1237
Forbrukerne blir tilstrekkelig informert om hvordan spesialavfall skal behandles	7	26	37	20	7	2	100 1237

Sammenhengen mellom spørsmålene om forbrukerne er tilstrekkelig informert om hva som er spesialavfall, og hvordan spesialavfall skal behandles, og kjønn, alder og utdanning, er satt opp i tabellene 7.4 og 7.5. I disse spørsmålene er det ingen signifikant forskjell mellom menn og kvinner. Når det gjelder alder, er det en tydelig tendens til at de yngste er minst fornøyde, mens de eldste er mest fornøyde. Videre er det de med lavest utdanning som er minst misfornøyd med informasjonen en får om spesialavfall.

Tabell 7.4. Oversikt over hvordan de stilte seg til påstanden om at forbrukerne ble tilstrekkelig informert om hva som er spesialavfall, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR ENIG	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Helt enig	5	8	1	4	4	6	16	9	8	4
Delvis enig	29	30	28	32	34	31	24	32	31	27
Både og	43	40	39	40	42	43	43	45	40	41
Delvis uenig	16	17	23	17	16	13	12	9	16	19
Helt uenig	7	5	9	7	5	7	5	5	4	10
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	605	618	251	257	219	196	298	139	593	460
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>p&lt;0.001</i>		
Ubesvart	1	1	1	2	0	1	3	1	1	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	612	627	254	261	220	197	306	140	602	466

Tabell 7.5. Oversikt over hvordan de stilte seg til påstanden om at forbrukerne ble tilstrekkelig informert om hvordan spesialavfall skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR ENIG	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Helt enig	7	8	3	4	7	7	15	10	9	5
Delvis enig	25	28	19	27	28	33	28	33	24	28
Både og	38	38	37	41	40	35	37	36	42	33
Delvis uenig	22	19	30	20	19	20	14	14	20	25
Helt uenig	8	6	11	8	6	6	6	6	6	10
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	601	615	250	255	219	195	297	141	591	456
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>p&lt;0.001</i>		
Ubesvart	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	256	260	221	197	305	142	602	466

Hvordan foretrekker forbrukerne å bli informert om hvilke produkter som er spesialavfall, og hvordan slike produkter skal håndteres? Svarfordelingen fra disse spørsmålene er satt opp i 7.6, og viser at de fleste (ca. 80 prosent) ønsker å få denne informasjon på selve produktet. De ønsker altså å få denne informasjonen hver gang produktet anskaffes. I underkant av 20 prosent ønsker at slik informasjon skal gis via media eller brosjyrer. Verken kjønn, alder eller utdanning påvirker svarfordelingen i hvordan informasjon om spesialavfall foretrekkes.

Tabell 7.6. Oversikt over hvordan informasjon som spesialavfall foretrekkes. I prosent

TYPE INFORMASJON	På produktet/ emballasjen	Fra det offent- lige i medier eller brosjyrer	Vet ikke/ ubesvart	Totalt (%) (n)
Hvordan vil du bli informert om hvilke produkter som er spesialavfall	80	16	4	100 1237
Hvordan vil du bli informert om hvordan spesialavfall skal håndteres	77	19	4	100 1237

Det ble videre spurt om hvor enkelt eller vanskelig det var å bli kvitt spesialavfall. Her fordelte svarene seg ganske jevn, som vist i tabell 7.7. Omtrent en av tre syntes dette var enkelt eller ganske enkelt, omtrent en av tre syntes dette var middels enkelt/vanskelig, og omtrent en av tre syntes dette var ganske vanskelig eller vanskelig.

Tabell 7.7. Oversikt over hvor enkelt eller vanskelig man syntes det er å bli kvitt spesialavfall. I prosent.

SPØRSMÅL	Enkelt	Ganske enkelt	Middels	Ganske vanske- lig	Vanske- lig	Ubesv.	Totalt
							(%) (n)
Hvordan er det å bli kvitt spesialavfall	13	22	32	22	9	1	100 1237

Sammenhengen mellom hvor vanskelig en synes det er å bli kvitt spesialavfall, og kjønn, alder og utdanning er satt opp i tabell 7.8. Det er flere menn enn kvinner som er helt eller delvis enig i at det er enkelt å bli kvitt spesialavfall. I de to eldste aldersgruppene er det flere som er helt enig eller enig i at det er enkelt å kvitte seg med slikt avfall, enn det er i de øvrige aldersgruppene. Mellom de ulike utdanningsgruppene er det ingen signifikante forskjeller.

Tabell 7.8. Oversikt over fordelingen av hvor enkelt eller vanskelig det er å bli kvitt spesialavfall, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

HVOR ENIG	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18	30	40	50	Grunn- skole	Videre gående	Univ/ høysk	
			-29	-39	-49	-59				60+
Helt enig	14	12	9	13	8	16	18	15	14	10
Delvis enig	27	19	20	18	27	25	25	19	24	23
Både og	30	35	41	36	30	26	29	34	33	32
Delvis uenig	21	24	22	23	25	23	20	21	21	25
Helt uenig	8	11	9	11	10	9	8	11	9	9
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	607	615	253	253	217	197	299	140	591	463
<b>Signifikansnivå</b>	<b><i>p</i>&lt;0.01.</b>		<b><i>p</i>&lt;0.005</b>					<b><i>Ikke sig.</i></b>		
Ubesvart	1	2	0	3	1	0	2	1	2	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	256	260	221	197	305	142	602	466



## 8 Håndtering av avfall

Hvor god er kunnskapen om hva som er spesialavfall, og hvordan behandles slikt avfall? For å undersøke dette nærmere, ble det listet opp en del produkter. Noen av disse er og skal behandles som spesialavfall, noen ikke. Det ble spurt om hvilke av disse produktene som skulle behandles som spesialavfall, og hvordan de selv håndterte produktene når de ble kastet. Svarfordelingene er vist i tabell 8.1

Tabell 8.1. Oversikt over hvilke produkter man tror skal behandles som spesialavfall. Riktig alternativ er markert i grått. I prosent

PRODUKT	Kan kastes som ordi-nært avfall	Skal be-handles som spesialavfall	Totalt (%) , (n)	Vet ikke/ ubesvart	Totalt (%) , (n)
Lysstoffrør	19	81	100, 1061	14	
Sparepærer	35	65	100, 981	21	
Farget glass	48	52	100, 1140	8	
Trykkimpregnert trevirke	18	82	100, 1030	17	
Avispapir	78	22	100, 1189	4	
Malingrester	2	98	100, 1190	4	
Engangsbatterier	33	67	100, 1186	4	100,
Oppladbare batterier	4	96	100, 1133	8	1237
Knappecellebatterier	19	81	100, 1016	18	
White-spirit	2	98	100, 1178	5	
Hvitevarer <sup>4</sup>	7	93	100, 1171	5	
Matavfall	87	13	100, 1198	3	
Kvikksølvtermometer	1	99	100, 1202	3	
Ubrukte medisiner/-rester	3	97	100, 1194	4	
Tekstiler	94	6	100, 1182	5	

Det er svært mange av respondentene som tror at farget glass og engangsbatterier skal behandles som spesialavfall, hvilket ikke er tilfelle. Det er også overraskende mange som mener at avisavfall er spesialavfall. Det er nok en del som har blandet begrepet spesialavfall med kildesortering, selv om det i spørreskjemaet stod spesifisert at spesialavfall er giftig/farlig. Blant de produkter som virkelig er spesialavfall, er det størst misforståelse og usikkerhet omkring sparepærer (omtrent en av tre mener dette er ordinært avfall). Det er også noe usikkerhet omkring behandlingen av knappecellebatterier, lysstoffrør og trykkimpregnert trevirke. Men for de sistnevnte produktene er det mer enn 80 prosent av de spurte som vet hvordan de skal behandles.

Tabell 8.2 som bygger på en sammenstilling av spørsmål om hvor god kjennskap respondentene oppgir at de har til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall (spørsmål 23 i spørreskjemaet) og hva de har svart for enkelte produkttyper. Svarene er grupper i tre kategorier: de som oppgir at de har god og ganske god kjennskap er gruppert i kategorien ”god”, de

<sup>4</sup> <http://www.mistin.dep.no/Tema/Avfall/avfall.stm>

som oppgir at de har middels kjennskap i kategorien ”middels”, og de som svarer de har ganske dårlig og dårlig er slått sammen i kategorien ”dårlig”.

Tabell 8.2. Sammenstilling av de som svarer de har god kjennskap til spesialavfall, og hvordan de så svarer at ulike produkttyper skal behandles. I prosent.

PRODUKT	Kjennskap spes.avf.	Som ord. avf.	Som spes. avf.	Total (%), (n)	Vet ikke/ubesv	Total (%), (n)
Lysstoffrør <i>p&lt;0.05</i>	God	17	83	100, 586	10	100, 654
	Middels	21	79	100, 366	18	100, 445
	Dårlig	28	72	100, 95	20	100, 120
Sparepærer <i>p&lt;0.01</i>	God	31	69	100, 541	17	100, 653
	Middels	39	61	100, 340	24	100, 445
	Dårlig	47	53	100, 80	28	100, 122
Farget glass <i>Ikke sig.</i>	God	47	53	100, 614	6	100, 653
	Middels	49	51	100, 413	7	100, 445
	Dårlig	51	49	100, 101	16	100, 120
Trykkimpreg- nert trevirke <i>p&lt;0.05</i>	God	16	84	100, 564	14	100, 654
	Middels	18	82	100, 366	18	100, 445
	Dårlig	28	72	100, 88	27	100, 121
Avispapir <i>Ikke sig.</i>	God	78	22	100, 625	4	100, 654
	Middels	78	22	100, 436	2	100, 445
	Dårlig	81	19	100, 116	4	100, 121
Malingrester <i>Ikke sig.</i>	God	3	97	100, 639	2	100, 655
	Middels	1	99	100, 424	5	100, 445
	Dårlig	3	97	100, 114	6	100, 121
Engangs- batterier <i>p&lt;0.05</i>	God	35	65	100, 626	4	100, 653
	Middels	32	68	100, 429	3	100, 444
	Dårlig	22	78	100, 117	3	100, 121
Oppladbare batterier <i>Ikke sig.</i>	God	4	96	100, 605	7	100, 653
	Middels	5	95	100, 401	10	100, 443
	Dårlig	4	96	100, 111	8	100, 120
Knappecelle- batterier <i>Ikke sig.</i>	God	19	81	100, 556	15	100, 653
	Middels	19	81	100, 356	20	100, 445
	Dårlig	24	76	100, 94	22	100, 121
White-spirit <i>Ikke sig.</i>	God	3	97	100, 637	3	100, 653
	Middels	2	98	100, 414	7	100, 445
	Dårlig	3	97	100, 115	4	100, 120
Hvitevarer <i>p&lt;0.05*</i>	God	9	91	100, 631	4	100, 655
	Middels	5	95	100, 417	6	100, 444
	Dårlig	5	95	100, 110	9	100, 121
Matavfall <i>p&lt;0.05</i>	God	85	15	100, 633	3	100, 654
	Middels	88	12	100, 433	3	100, 444
	Dårlig	93	7	100, 118	2	100, 120
Kvikksølv- termometer <i>Ikke sig.</i>	God	0	100	100, 643	2	100, 653
	Middels	1	99	100, 427	4	100, 445
	Dårlig	1	99	100, 117	3	100, 120
Ubrukte medi- siner/-rester <i>p&lt;0.005*</i>	God	2	98	100, 642	2	100, 654
	Middels	3	97	100, 424	5	100, 445
	Dårlig	8	92	100, 115	5	100, 121
Tekstiler <i>Ikke sig.</i>	God	93	7	100, 629	4	100, 653
	Middels	94	6	100, 426	4	100, 444
	Dårlig	99	1	100, 114	4	100, 121

\* Lave forventede frekvenser kan gjøre kjikvadattesten lite valid.

For produkttyper som er å betrakte som spesialavfall, ser det ut til å være en positiv sammenheng mellom variablene. Stort sett er det overensstemmelse mellom hvor godt kjennskap de selv synes de har, og hvordan de svarer på spørsmålene om hva som er spesialavfall. Det er altså flere blant dem som mener kjennskapen til spesialavfall er god, som svarer riktig når det gjelder håndtering av produkter som er å regne som spesialavfall. Mønsteret er imidlertid ikke helt entydig. Det er nesten en av fem respondenter som mener at lysstoffrør, trykkimpreg-

nert trevirke og knappecellepærer er å betrakte som ordinært avfall, og enda flere tar feil når det gjelder sparepærer (nesten en av tre).

Når det gjelder produkttypene som er å betrakte som ordinært avfall, er ikke samsvaret like godt. Det er for eksempel ikke slik at færre blant de som mener de har god kjennskap til spesialavfall, tror at farget glass, avisepapir og matavfall er spesialavfall. Eneste produkttype som skiller seg ut her er engangs batterier. Her er det en tendens til at flere svarer riktig blant dem som mener de har god kjennskap til spesialavfall.

Generelt er det altså en svak tendens til at de som selv mener de har god kjennskap til spesialavfall, faktisk også har det når det gjelder produkter som skal kastes som spesialavfall. Mens det for produkter som skal kastes som ordinært avfall, er lite samsvar mellom egenerklæring og de faktiske kunnskapene.

Tabellene fra 8.3 til 8.11 viser svarfordelingene for de ulike produkttypene etter kjønn, alder og utdanning. Tabellene for *malingerster*, *knappecellebatterier*, *White-spirit*, *hvitevarer*, *kvikksølvtermometer* og *tekstiler* er utelatt, da ingen av bakgrunnsvariablene hadde betydning for svarfordelingen. Etter hver tabell, er det satt opp korte kommentarer.

Tabell 8.3. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror lysstoffrør skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. Riktig svaralternativ markert i grått. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Kastes som ord. avfall	20	19	17	26	26	17	13	18	21	18
Som spesialavfall	80	81	83	74	74	83	87	82	79	82
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	534	528	207	218	194	175	264	119	514	402
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	12	14	17	15	11	10	11	14	13	13
Ubesvart	0	2	1	1	0	1	2	1	1	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	254	260	219	197	305	142	603	465

Når det gjelder *lysstoffrør* er det bare aldersvariabelen som gir signifikante forskjeller. Tendensen her er at i de to aldersgruppene, fra 30 – 49, er det flere enn i de øvrige aldersgruppene som mener at lysstoffrør kan kastes som ordinært avfall. Det er altså flest i denne aldersgruppen som tar feil.

Tabell 8.4. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror sparepærer skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. Riktig svaralternativ markert i grått. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Kastes som ord. avfall	35	35	41	43	40	30	23	34	35	36
Som spesialavfall	65	65	59	57	60	70	77	66	65	64
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	486	494	192	210	184	164	230	112	478	368
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	20	18	24	18	15	16	19	15	18	20
Ubesvart	1	4	0	1	1	1	6	6	2	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	627	253	260	219	197	306	141	603	465

Også for *sparepærer* er det bare aldersvariabelen som gir signifikante forskjeller. Tendensen her er at det er flest blant de eldste som vet at sparepærer skal behandles som spesialavfall.

Tabell 8.5. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror farget glass skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Kastes som ord. avfall	52	45	41	55	48	48	49	38	45	57
Som spesialavfall	48	55	59	45	52	52	51	62	55	43
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	567	572	232	246	201	187	273	125	542	438
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.05</i>		<i>Ikke sig.</i>					<i>p&lt;0.001</i>		
Vet ikke	6	4	7	4	6	4	4	5	5	5
Ubesvart	1	4	2	1	2	1	7	6	4	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	260	219	196	306	141	602	464

For *farget glass* er det ikke signifikante forskjeller mellom de ulike aldersgruppene. Derimot gir både kjønns- og utdanningsvariabelen et statistisk signifikant utslag. Flere menn enn kvinner gir riktig svar. Og flest med høyest utdanning (universitet/høyskole) gir riktig svar, dvs. at farget glass kan kastes som ordinært avfall.

Tabell 8.6. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror trykkimpregnert trevirke skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Kastes som ord. avfall	20	15	32	23	15	11	9	17	19	16
Som spesialavfall	80	85	68	77	85	89	91	83	81	84
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	550	480	179	223	195	176	256	114	488	403
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.05</i>		<i>p&lt;0.001</i>					<i>Ikke sig.</i>		
Vet ikke	8	18	28	12	10	10	6	11	15	12
Ubesvart	2	5	1	2	2	1	10	9	4	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	627	254	260	220	198	306	142	603	466

Det er flere menn enn kvinner som vet at *trykkimpregnert trevirke* er spesialavfall. Videre er det for denne type avfall færrest blant de yngste (18 – 29 år) som svarer riktig. De eldre har altså bedre kjennskap til hva slags type avfall slikt trevirke er.

Tabell 8.7. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror avispir skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Kastes som ord. avfall	82	74	75	81	80	77	79	72	77	82
Som spesialavfall	18	26	25	19	20	23	21	28	23	18
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	598	591	247	257	215	195	275	133	575	460
<i>Signifikansnivå</i>	<i>p&lt;0.005</i>		<i>Ikke sig.</i>					<i>p&lt;0.05</i>		
Vet ikke	1	2	2	0	0	0	4	1	1	1
Ubesvart	1	4	1	1	2	1	7	5	3	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	261	220	197	306	142	602	466

Avispir er det også flere menn enn kvinner som vet hvordan skal avfallshåndteres. Og jo høyere utdanning, desto flere er det som svarer riktig; dvs. at avispir kan kastes som ordinært avfall.

Tabell 8.8. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror engangsbatterier skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Kastes som ord. avfall	35	31	27	37	40	39	27	30	30	39
Som spesialavfall	65	69	73	63	60	61	73	70	70	61
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	592	594	245	249	218	190	284	133	570	457
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>p&lt;0.005</i>					<i>p&lt;0.005</i>		
Vet ikke	2	3	3	4	0	3	3	3	3	1
Ubesvart	1	2	0	1	0	1	4	4	2	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	610	626	254	261	220	197	305	142	602	466

Blant de som er i den yngste og den eldste aldersgruppen, er det færrest som vet at engangsbatterier kan kastes som ordinært avfall. Videre er det noen flere blant de med høyest utdanning som kjenner til hvordan engangsbatterier skal avfallshåndteres. Det er likevel svært mange også i denne utdanningsgruppen som tror at engangsbatterier er spesialavfall.

Tabell 8.9. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror oppladbare batterier skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/høysk
Kastes som ord. avfall	4	4	2	6	6	4	3	2	3	7
Som spesialavfall	96	96	98	94	94	96	97	98	97	93
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	579	554	227	248	208	185	266	124	548	434
<i>Signifikansnivå</i>	<i>Ikke sig.</i>		<i>Ikke sig.</i>					<i>p&lt;0.05*</i>		
Vet ikke	5	7	10	3	5	5	7	4	6	6
Ubesvart	0	4	1	2	1	1	6	8	3	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	255	262	220	196	306	142	602	466

\* Lave forventede frekvenser kan gjøre kjikvadattesten lite valid.

Den skjeve fordelingen i tabell 8.9 gjør at den signifikante sammenhengen mellom utdanningsvariabelen og oppfatninger om håndtering av *oppladbare batterier* må tolkes med forsiktighet. Selv om de fleste (over 90 %) svarer riktig i alle utdanningsgruppene, er det en tendens til at noen flere blant de med høyest utdanning svarer feil.

Tabell 8.10. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror matavfall skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Kastes som ord. avfall	88	86	85	91	91	85	83	84	85	89
Som spesialavfall	12	14	15	9	9	15	17	16	15	11
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	596	601	247	257	215	196	283	129	584	461
<b>Signifikansnivå</b>	<b>Ikke sig.</b>		<b>p&lt;0.05</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	2	1	2	0	0	1	3	6	1	0
Ubesvart	0	4	1	2	2	0	5	4	2	1
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	609	627	255	261	220	197	305	142	603	466

For *matavfall* gir aldersvariabelen så vidt signifikante forskjeller mellom gruppene. Det er noen flere i den yngste og i de to eldste aldersgruppene som svarer feil, dvs. at matavfall er spesialavfall.

Tabell 8.11. Oversikt over fordelingen av hvordan man tror ubrukte medisiner/medisinrester skal behandles, etter kjønn, alder og utdanning. I prosent.

BEHANDLING	KJØNN		ALDER					UTDANNING		
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn skole	Videre gående	Univ/ høysk
Kastes som ord. avfall	4	2	8	2	3	1	1	3	2	4
Som spesialavfall	96	98	92	98	97	99	99	97	98	96
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	593	601	236	257	215	193	290	134	578	455
<b>Signifikansnivå</b>	<b>p&lt;0.05*</b>		<b>p&lt;0.001*</b>					<b>Ikke sig.</b>		
Vet ikke	3	2	6	1	1	2	3	5	3	2
Ubesvart	0	2	1	1	1	0	1	1	1	0
Totalt (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antall (n)	611	626	255	261	220	197	306	142	603	465

\* Lave forventede frekvenser kan gjøre kjikvadattesten lite valid.

Som for matavfall, må de signifikante forskjeller for *medisiner og medisinrester* også kommenteres med forsiktighet. En kan derfor ikke med sikkerhet si at kjønnsvariabelen gir forskjeller. Signifikansen er noe tydeligere for aldersvariabelen. Det er en tendens til at flere i den yngste aldersgruppen enn i de øvrige, svarer at medisiner og medisinrester kan kastes som ordinært avfall.

Tabell 8.12 viser hvordan de ulike produktene blir kastet, uavhengig av hva som ble svart på spørsmålet om de visste hvordan disse produktene skulle avfallshåndteres. Hensikten med spørsmålet var å undersøke om det er overensstemmelse i det å vite hvordan produktet skal behandles, og hvordan det så blir behandlet. Svært mange hevder at de kaster vanlig avfall som for eksempel farget glass, avisepapir og engangsbatterier som spesialavfall. Engangsbatterier skulle behandles som spesialavfall tidligere, antakelig er det mange som ikke har fått med seg endringene på dette området. At så mange (45 prosent for farget glass, 18 prosent for avisepapir og 9 prosent for matavfall) oppgir at disse produktene behandles som spesialavfall,

skyldes trolig at en del blander begrepet spesialavfall sammen med kildesortering. Ellers er det svært mange som behandler lysstoffrør, sparepærer, trykkimpregnert trevirke og knappecellebatterier som ordinært avfall, uavhengig av om en vet at dette er spesialavfall eller ikke.

Tabell 8.12. Oversikt av hvordan produktene blir behandlet når de kastes. I prosent. Riktig behandlingsmetode er markert i grått.

PRODUKT	Som ord. avf.	Som spes. avf.	Leve- res til butikk	Totalt (%) (n)	Aldri kastet dette	Ubes.	Totalt (%) (n)
Lysstoffrør	42	42	16	100, 959	21	1	
Sparepærer	57	34	9	100, 907	25	2	
Farget glass	55	40	5	100, 1113	7	3	
Trykkimpregnert trevirke	33	64	2	100, 669	43	3	
Avispapir	81	18	2	100, 1195	1	2	
Malingrester	13	85	2	100, 1069	11	3	
Engangsbatterier	45	46	8	100, 1162	4	3	
Oppladbare batterier	19	67	15	100, 954	21	2	100
Knappecellebatterier	32	48	21	100, 955	21	2	1237
White-spirit	15	84	1	100, 850	30	2	
Hvitevarer	7	57	36	100, 942	21	3	
Matavfall	91	9	1	100, 1199	2	2	
Kvikksølvtermometer	7	79	14	100, 726	40	1	
Ubrukte medisiner/-rester	14	42	43	100, 954	21	2	
Tekstiler	93	4	3	100, 1181	3	1	

I tabell 8.13 er det kun tatt med de som har svart riktig på spørsmålet om hvordan de mener produktet skal behandles. Tabellen viser hvordan de som vet hvordan produktene skal behandles, selv håndterer disse produktene når de kastes. Selv om de vet hvordan produktene skal behandles, er det likevel mange som kaster spesialavfall sammen med vanlig avfall. Spesielt sparepærer ser det ut til at mange (en av tre) kaster i vanlig søppel. Men dette gjelder også lysstoffrør, knappecellebatterier og trykkimpregnert trevirke. Det er nok flere årsaker til at det er slik. Det kan være at de synes det blir for tungvint å kaste disse produktene som spesialavfall. Enten fordi det er langt til en avfallsstasjon, eller fordi de ikke er innstilt på å måtte gjøre noe ekstra for å få bli kvitt dette.

Tabell 8.13. Oversikt over hvordan de som vet hvordan produktet skal behandles (har svart riktig i spm 29) virkelig behandler dette. I prosent.

PRODUKT	Som ord. avf.	Som spes. avf.	Lev. til butikk	Totalt (%) (n)	Aldri kastet dette	Ikke svart	Totalt (%) (n)
Lysstoffrør	24	57	19	100, 676	20	1	100, 854
Sparepærer	33	56	11	100, 498	20	2	100, 635
Farget glass	89	8	3	100, 518	4	2	100, 552
Trykkimpregnert trevirke	17	81	2	100, 509	38	1	100, 849
Avispapir	96	4	1	100, 915	1	1	100, 932
Malingrester	11	87	2	100, 1016	11	2	100, 1166
Engangsbatterier	92	6	1	100, 380	2	2	100, 394
Oppladbare batterier	15	70	15	100, 873	19	1	100, 1085
Knappecellebatterier	18	61	21	100, 698	14	1	100, 819
White-spirit	12	87	2	100, 804	29	1	100, 1150
Hvitevarer	2	62	36	100, 847	20	2	100, 1087
Matavfall	98	2	0	100, 1028	1	1	100, 1038
Kvikksølvtermometer	6	80	14	100, 708	40	1	100, 1193
Ubrukte medisiner/-rester	13	43	44	100, 916	20	1	100, 1159
Tekstiler	97	1	3	100, 1081	2	1	100, 1111

Tabell 8.14. Sammenstilling av hvordan de oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker, og hvordan de så svarer at produkttypene skal behandles. Kun de som vet hvordan produktet skal behandles er tatt med. I prosent

PRODUKT	Miljøbevissthet	Som ord. avf.	Som spes. avf.	Lev. til butikk	Total (%), (n)
Lysstoffrør <i>p&lt;0.001</i>	Stor	13	68	19	100, 325
	Både og	32	49	19	100, 305
	Liten	50	36	14	100, 42
Sparepærer <i>p&lt;0.001</i>	Stor	18	69	13	100, 248
	Både og	45	44	10	100, 214
	Liten	58	36	6	100, 36
Farget glass <i>Ikke sig.</i>	Stor	89	8	3	100, 236
	Både og	90	9	2	100, 233
	Liten	90	6	4	100, 48
Trykkimpreg- nert trevirke <i>p&lt;0.001</i>	Stor	7	91	2	100, 241
	Både og	24	73	2	100, 237
	Liten	40	60	0	100, 30
Avispapir <i>Ikke sig.</i>	Stor	96	3	1	100, 395
	Både og	96	3	1	100, 435
	Liten	95	5	0	100, 82
Malingrester <i>p&lt;0.001</i>	Stor	5	94	1	100, 442
	Både og	14	83	3	100, 492
	Liten	28	70	3	100, 80
Engangs- batterier <i>Ikke sig.</i>	Stor	91	8	1	100, 170
	Både og	94	5	1	100, 179
	Liten	90	6	3	100, 31
Oppladbare batterier <i>p&lt;0.001</i>	Stor	6	79	15	100, 386
	Både og	18	67	14	100, 409
	Liten	49	36	16	100, 76
Knappecelle- batterier <i>p&lt;0.001</i>	Stor	9	69	22	100, 324
	Både og	23	58	19	100, 315
	Liten	50	28	22	100, 54
White-spirit <i>p&lt;0.001</i>	Stor	5	94	1	100, 358
	Både og	14	84	2	100, 380
	Liten	37	62	2	100, 65
Hvitevarer <i>p&lt;0.005</i>	Stor	1	61	38	100, 379
	Både og	2	64	33	100, 399
	Liten	9	53	38	100, 64
Matavfall <i>Ikke sig.</i>	Stor	98	2	0	100, 434
	Både og	98	1	0	100, 497
	Liten	99	1	0	100, 93
Kvikksølv- termometer <i>p&lt;0.001</i>	Stor	2	83	15	100, 343
	Både og	7	79	15	100, 315
	Liten	33	58	9	100, 45
Ubrukte medi- siner/-rester <i>p&lt;0.001</i>	Stor	4	48	48	100, 407
	Både og	18	39	43	100, 444
	Liten	32	32	37	100, 60
Tekstiler <i>Ikke sig.</i>	Stor	97	1	2	100, 464
	Både og	97	1	3	100, 516
	Liten	95	0	5	100, 98

Kan en se en sammenheng mellom de som oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker, og hvordan de behandler produkter som de vet skal behandles som spesialavfall? Her er igjen kun de som har svart riktig på hvordan de ulike produktene skal avfallshåndteres tatt med. Variabelen dette er testet mot, hvordan utvalgets oppfatning er om seg selv som en miljøbevisst forbruker, er delt inn i tre kategorier: "Stor", som tilsvarer de som "i stor grad" eller "i ganske stor grad" oppfatter seg selv som en miljøbevisst forbruker. "Både og", tilsvarer kun de som har svart "både og" på dette spørsmålet. Og "Liten" tilsvarer de som "I ganske liten grad" eller "I liten grad" oppfatter seg selv som miljøbevisst. I tabell 8.14 er en slik oversikt satt opp. Denne viser at det er tydelige forskjeller mellom gruppene. Det er de som selv oppfatter seg som miljøbevisste, som er flinkest til å behandle spesialavfall riktig. Andelen blant



de som i stor grad oppfatter seg som miljøbevisste som kaster spesialavfall som ordinært avfall, er mer enn halvert for alle produktene, sammenlignet med de som i liten grad oppfatter seg som miljøbevisste.



## 9 Skader etter kontakt med kjemikalier

I de fleste husholdninger finnes i dag en mengde produkter som er etsende, helseskadelige, irriterende eller brannfarlige. Dette ble tydeliggjort i kapittel 5, hvor svært mange oppgir at det oppbevares faremerkede produkter i hjemmet. Hvor mange har opplevd personskader pga. bruk av slike kjemikalier? For å undersøke dette, ble respondentene spurt om de hadde opplevd skader eller allergiske reaksjoner grunnet kjemikalier, og i så tilfelle hvilke kjemikalier skaden/utslettet skyldtes.

Tabell 9.1. Oversikt over andelen av skader eller utslett etter kontakt med kjemikalier. I prosent.

SPØRSMÅL					Totalt (%) , (n)
	Ja	Nei	Vet ikke	Ubesvart	
Har det vært personskader pga. uhell med kjemikalier i løpet av siste 5 år?	5	94	1	1	100, 1237
Har noen fått utslett eller allergiske reaksjoner grunnet kontakt med kjemikalier?	20	72	7	1	100, 1237

Det er svært få, bare 5 prosent som oppgir å ha opplevd personskader pga. uhell med enten etsende, helseskadelige, irriterende eller brannfarlige kjemikalier. Noen flere (20 prosent) har opplevd at personer i husholdningen har fått allergiske reaksjoner pga. kontakt med produkter som inneholdt helseskadelige kjemikalier.

I tabell 9.1 og 9.2 er det satt opp en oversikt over hvilke typer produkter skadene skyldtes. Det er bare de som har svart ja på spørsmålet om de har opplevd skade (enten personskader eller utslett/allergi) som tas med i oversikten over hvilke produkter skaden skyldes. De produkttyper flest har opplevd personskade med, er løsemidler, rengjøringsmidler og maling/lakk. Som tidligere nevnt er det flere som har opplevd allergiske reaksjoner blant medlemmer i husholdningen, enn det er som har opplevd personskader. Dette vises også igjen i oversikten over hvilke produkter som har forårsaket utslett eller allergi, idet prosentandelen for enkelte produkter er relativt høy. De produkter flest har opplevd allergiske reaksjoner fra, er rengjøringsmidler, kosmetiske produkter, maling/lakk, medisiner og løsemidler. Årsaken til at det er disse produktene som skiller seg ut, med hensyn til flest skader eller allergiske reaksjoner, skyldes trolig en kombinasjon av at det er produkter som benyttes ofte, og at farerisikoen ved å bruke disse er høy.

Tabell 9.2. Oversikt over hvilke produkter som har forårsaket personskade, basert på de som svarte ja på at de hadde opplevd personskade. I prosent.

TYPE PRODUKT	Ingen skader	En eller flere skader	Total (%) , (n)
Avløpsåpner	93	7	100, 60
Rengjøringsmidler	74	26	
Maling/lakk	84	16	
Bilpleieprodukter	87	13	
Plantevernmiddel	99	1	
Lim	90	10	
Løsemidler	71	29	
Parafin/lampeolje	95	5	
Annet	69	31	

Tabell 9.3. Oversikt over hvilke produkter som har forårsaket utslett eller allergi , basert på de som svarte ja på at noen i husholdningen hadde fått dette. I prosent.

TYPE PRODUKT	Ingen skader	En eller flere skader	Total (%) , (n)
Avløpsåpner	96	4	100, 243
Rengjøringsmidler	59	41	
Maling/lakk	80	20	
Bilpleieprodukter	97	3	
Plantevernmiddel	97	3	
Lim	91	9	
Løsemidler	81	19	
Parafin/lampeolje	99	1	
Medisiner	80	20	
Kosmetiske produkter	63	37	
Annet	80	20	

Et annet spørsmål er om det er slik at de som har opplevd skader i forbindelse med kjemikalier er mer oppmerksomme mot faremerking enn de som ikke har opplevd personskader eller allergiske reaksjoner. Og om de f.eks. er mer bevisste på å følge anbefalinger for produktenes bruksområder og bruksmåter. Den bivariate sammenhengen mellom disse fordelingene er testet ut, uten at det er funnet signifikante forskjeller mellom de som har opplevd skader i husholdningen og de som ikke har de. På bakgrunn av dette, kan det synes som om respondentene ikke har tatt lærdom av dårlige erfaringer ved bruk av faremerkede kjemikalier. Derimot kan en se signifikante forskjeller mellom de som har og ikke har opplevd skader, når det gjelder tillit til at produkter som kan være helseskadelige faller innenfor merkesystemet. Denne sammenhengen er satt opp i tabell 9.4, og viser at de som har opplevd både personskader og allergiske reaksjoner pga. kjemikalier, har lavest tillit til at produkter som er potensielt helseskadelige faller innenfor merkesystemet.

Tabell 9.4. Oversikt over sammenhengen i hvor stor tilliten er til at helseskadelige kjemikalier faller innenfor merkesystemet, og opplevd personska- de eller allergisk reaksjon. I prosent.

UTVALG	Stor tillit	Ganske stor tillit	Middels tillit	Ganske liten tillit	Liten tillit	Totalt* (%) (n)
Ikke opplevd personska- der eller allergisk reaksjon	9	44	37	8	1	100 968
Opplevd enten personska- de eller allergisk reaksjon	10	36	41	8	5	100 237
Opplevd både personska- de og allergisk reaksjon	12	27	33	24	3	100 33

Undersøkelsen tyder ikke på at de som har opplevd skader i forbindelse med kjemikalier er mer oppmerksomme på faremerkingen på produkter eller mer bevisste på å følge anbefalinger for produktene bruksområder og bruksmåter. Derimot tyder resultatene på at tilliten til at helseskadelige kjemikalier faller innenfor merkesystemet er lavere blant dem som har opplevd skader enn blant dem som ikke har det.



## 10 Offentlige instanser som arbeider med helse- og miljøfarlige kjemikalier

I den postale undersøkelsen ble deltagerne bedt om å angi hvilke institusjoner de hadde sett/hørt informasjon om eller fra, og om de hadde vært i kontakt med dem. Respondentene fikk presentert for seg en liste over 12 slike institusjoner. Disse spørsmålene viste seg i liten grad å fungere, antageligvis på grunn av et uklart oppsett.

Vi måtte derfor gå ut på nytt, men denne gangen ved hjelp av telefonintervju. Gallup gjennomførte i september 2000 et telefonintervju med 1065 personer 18 år og over.

*”På det norske markedet finnes det en rekke produkter som inneholder helse,- og miljøfarlige kjemikalier. Vi skal nå stille spørsmål om du har sett informasjon om slike kjemikalier, for eksempel i aviser, på TV, på internett, eller lignende*

*Har du sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier fra en eller flere av følgende institusjoner”:*

Og navnene på institusjonene ble lest opp ( i en annen rekkefølge enn tabell 1.10 nedenfor).

*Tabell 10.1. Oversikt over andelen som har sett informasjon fra de ulike institusjonene. Rangert. I Prosent.*

INSTITUSJON	Gj.sn. (N i parentes)*	Ubesv/vet ikke**
SFT (Statens forurensningstilsyn)	57 (1022)	4
SNT (Statens næringsmiddeltilsyn)	55 (1022)	4
SIFH (Statens institutt for folkehelse)	53 (1016)	5
Htil (Helsetilsynet)	49 (1015)	5
FR (Forbrukerrådet)	49 (1030)	3
SLK (Statens legemiddelkontroll)	46 (1025)	4
DBE (Direktoratet for brann og eksplosjonsvern)	43 (1028)	4
AT (Arbeidstilsynet)	42 (1030)	3
Gift (Giftinformasjonssentralen)	28 (1028)	3
STIFT (Stiftelsen miljømerking)	24 (1014)	5
SLT (Statens landbrukstilsyn)	23 (1031)	3
GRIP (Stiftelsen for bærekraftig produksjon og forbruk)	4 (1036)	3
N		1065

\* Andelen som har svart ja er oppgitt, beregnet ut fra de som enten har svart ja eller nei, ”ubesvart” og ”vet ikke” er ekskludert.

\*\* Andelen som har svart ”vet ikke” eller ubesvart.

Tabell 10.1 viser en oversikt over hvor mange av respondentene som hadde sett informasjon fra de aktuelle institusjonene. Det er SFT som ”topper” listen over dem de har sett informasjon fra. Ca halvparten har sett informasjon fra SNT, SIFH, Htil og FR. Vel 40 prosent har sett informasjon fra SLK (Statens legemiddelkontroll), DBE (Direktoratet for brann og eksplosjonsvern) og AT (Arbeidstilsynet), mens nesten 30 prosent har sett informasjon fra Giftinformasjonssentralen, Stiftelsen miljømerking. Vel 20 prosent hadde sett informasjon fra SLT (Statens landbruksstilsyn), mens nesten ingen hadde sett noe fra GRIP (Stiftelsen for bærekraftig produksjon og forbruk).

Den som topper listen, SFT, har nok profilert seg ganske mye i forbindelse med kjemikalier i produkter som er skadelig for miljøet. SNT kan ha blitt registrert i forbindelse med farlige stoffer i mat. Farlige kjemikalier i mat kan være slik som konserveringsmiddel, plastemballasje, vannkvalitet, kvikksølv i fisk, etc.

Det er ikke sikkert at respondentene har helt klart for seg hva det vil si at produkter inneholder helse- og miljøfarlige kjemikalier, som det ble spurt om. Det kan tenkes at de tenker mer generelt; produkter som inneholder stoffer som ikke er bra for helse- og eller miljøet. Det er nok en del personer som ikke har oversikt over begrepet ”kjemikalier”. Dette problemet vil gjelde for alle de nevnte institusjoner, slik at man må være noe forsiktig med å tolke disse andelenene. Det er heller ikke tidsbegrenset når de skulle sett denne informasjonen, slik at spørsmålet fremstår som både litt vanskelig, samt at det er av rimelig generell karakter. Derfor er det litt uklart hvilken informasjon respondentene mener de har sett fra de angjeldende institusjoner.

Tabell 10.2: Andel som har sett informasjon fra ulike institusjonene etter kjønn, alder og utdanning. Prosent. Rangert

INSTITUSJON	KJØNN		ALDER					UTDANNING			Gj.sn.	Ubesv/ vet ikke
	M	K	18 -29	30 -39	40 -49	50 -59	60+	Grunn- skole	Videre gående	Univ/ høysk		
SFT (Statens forurensningstilsyn)	54	59	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>54</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	62	58	52	57	4
SNT (Statens næringsmiddelstilsyn)	53	56	<b>52</b>	<b>44</b>	<b>52</b>	<b>58</b>	<b>65</b>	59	57	50	55	4
SIFH (Statens institutt for folkehelse)	50	57	<b>41</b>	<b>47</b>	<b>53</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	53	55	51	53	5
Htil (Helsetilsynet)	<b>42</b>	<b>55</b>	50	43	41	53	55	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>42</b>	49	5
FR (Forbrukerrådet)	45	52	43	39	46	52	60	<b>62</b>	<b>47</b>	<b>43</b>	49	3
SLK (Statens legemiddelkontroll)	<b>39</b>	<b>53</b>	33	35	39	55	65	54	47	41	46	4
DBE (Direktoratet for brann og eksplosjonsvern)	47	40	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>43</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	46	46	38	43	4
AT (Arbeidstilsynet)	44	40	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>43</b>	<b>48</b>	<b>54</b>	48	43	38	42	3
Gift (Giftinformasjonssentralen)	<b>23</b>	<b>34</b>	25	36	31	27	25	24	33	25	28	3
STIFT (Stiftelsen miljømerking)	20	28	23	24	22	25	28	30	25	21	24	5
SLT (Statens landbruksstilsyn)	20	26	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	23	3
GRIP (Stiftelsen for bærekraftig produksjon og forbruk)	3	4	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	6	4	2	4	3

Gjennomsnittstallen i nest siste kolonne er ubesvart og ”vet ikke” ekskludert

Resultater i *kursiv* er signifikant for  $p < .05$  (Kjikkvadrattest)

Resultater med **fet** skrifttype er meget signifikant for  $p < .01$  (Kjikkvadrattest)

Resultatene i *kursiv* og **fet** er høyst signifikant for  $p < .001$  (Kjikkvadrattest)



Vi kommenterer her kun sammenhengene som er høyst signifikante for  $p < .001$ .

Det er klart flere kvinner enn menn som har sett informasjon fra Helsetilsynet, Statens legemiddelkontroll og Giftinformasjonssentralen. Muligens er kvinner mer opptatt av helseinformasjon enn menn, og alle disse tre institusjonene har relasjoner til helse på en eller annen måte.

Når det gjelder alder, har flere eldre enn yngre sett informasjon fra spesielt følgende institusjoner; Statens forurensningstilsyn, Statens næringsmiddeltilsyn, Statens institutt for folkehelse, Forbrukerrådet, Statens legemiddelkontroll, Arbeidstilsynet og Statens landbrukstilsyn. Dette er også relativt sterke bivariate sammenhenger. En enkel forklaring kan være at jo eldre en er, jo større er sannsynligheten for at en har vært eksponert for informasjon fra ulike steder. En annen forklaring er imidlertid at eldre er mer opptatt av både helse-, miljø- og forbrukerinformasjon generelt. Eldre er gjerne mer opptatt av helse enn yngre, og også mer opptatt av forbrukerspørsmål. Landbruksspørsmål er det kanskje også eldre oftere enn yngre som er opptatt av i forbindelse med informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier. Det kan også være at eldre har generelt mer kjenneskap til farlige kjemikalier enn yngre.

Et noe mer overraskende funn er at personer med lavere utdanning har sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier oftere enn personer med høyere utdanning. Spesielt gjelder dette informasjon fra SFT og Forbrukerrådet. At personer med lavere utdanning har oftere sett informasjon fra Statens landbrukstilsyn er kanskje mer rimelig. Hvis dette er personer knyttet til landbruket på en eller annen måte, kan disse muligens ha lavere utdanning enn befolkningen ellers. Dette er imidlertid bivariate sammenhenger. Når vi ser på sammenhengen mellom f.eks alder og utdanning, ser vi at av nest tabell at de ”middelaldrende” har høyere utdanning enn både de yngste og de eldste.

Tabell10.3. Sammenheng mellom utdanning og alder.  $N=1063$ . Prosent

Utdanning	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Total
1 Grunnskole	18	17	18	27	42	25
2 Videregående	67	56	50	50	41	52
3 Univ./Høyskole	16	27	33	23	16	23
	100	100	100	100	100	100

Signifikant for  $p < .001$  (Kjikkvadrattest)

Vi har derfor valgt å se nærmere på disse sammenhengene ved hjelp av en multivariat analyse. Vi har da benyttet oss av multippel regresjon, der effekten av den enkelte uavhengige variabel er kontrollert for de to andre uavhengige variablene i analysen. Den avhengige variable er om en har sett informasjon fra de ulike institusjonene. Disse er kodet som 0 og 1, 0 er at en ikke har sett informasjon og med koden 1 har de sett informasjon. De uavhengige er også gjort om til såkalte dummyvariabler; 0 og 1. Koeffisientene, eller B-verdiene, tolkes da som endringer i sannsynligheter i forhold til en referansekategori, eller konstantleddet. Referanse kategorien består av dem som har verdien 0 på de uavhengige variablene.

Koeffisientene tolkes som følger: under SFT er referansegruppen, eller konstantleddet, angitt til 0,405. Omgjort til prosenter, betyr dette at 40,5 prosent av menn i alderen 18-29 år med grunnskole som høyeste utdanning, har sett informasjon fra SFT. Ser vi på koeffisienten for alder og dem som er 60 år og eldre, er tallet 0,237. Dette tolkes som: når vi sammenligner referansegruppen med dem som er 60 år og eldre, øker sannsynligheten med 23,7 prosentpoeng for at de eldste har sett informasjon sammenlignet med referansegruppen, kontrollert for kjønn og utdanning.

Tabell 10.4 tyder ikke på at det er noe generelt mønster for sammenhengene mellom bakgrunnsvariablene (kjønn, alder, utdanning) og det å ha sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier fra ulike instanser. Det er likevel fire hovedtrekk som ser ut til å gjøre seg gjeldende.

Tabell 10.4. Regresjonsanalyser over andel som har sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier fra ulike instanser, avhengig av kjønn, alder og utdanning. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter.

	SFT	GRIP	HTIL	SLK	GIFT	SIFH	SLT	SNT	DBE	AT	FR	STIFT
<b>Kjønn:</b> (menn=0)	0,043	0,001	<b>0,130</b>	<b>0,127</b>	<b>0,105</b>	0,064	0,043	0,028	-0,077	-0,051	0,057	<b>0,073</b>
<b>Alder:</b> (18-29=0)												
30 – 39 år	0,029	0,001	-0,055	0,026	<b>0,129</b>	0,048	0,011	-0,073	0,027	0,020	-0,045	0,008
40 – 49 år	<b>0,118</b>	0,006	-0,036	0,091	0,088	<b>0,137</b>	<b>0,118</b>	0,028	0,096	<b>0,141</b>	0,057	-0,004
50 – 59 år	<b>0,234</b>	<i>0,040</i>	0,046	<b>0,221</b>	0,042	<b>0,225</b>	<b>0,197</b>	0,063	<b>0,152</b>	<b>0,179</b>	0,087	0,015
60 år +	<b>0,237</b>	<b>0,048</b>	0,072	<b>0,331</b>	0,025	<b>0,244</b>	<b>0,197</b>	<b>0,138</b>	<b>0,150</b>	<b>0,254</b>	<b>0,145</b>	0,036
<b>Utdanning:</b> (grunnskole=0)												
Videregående	0,005	-0,011	0,035	0,023	<i>0,095</i>	0,072	-0,016	0,018	0,031	-0,000	<i>-0,097</i>	-0,025
Høyere	-0,068	-0,026	-0,058	-0,046	0,008	0,017	<i>-0,091</i>	-0,047	-0,064	-0,075	<b>-0,144</b>	-0,072
Konstant	<b>0,405</b>	0,028	<b>0,296</b>	<i>0,143</i>	0,030	<b>0,270</b>	0,104	<b>0,481</b>	<b>0,474</b>	<b>0,407</b>	<b>0,453</b>	<i>0,159</i>
<b>R<sup>2</sup></b>	0,039	0,011	0,027	0,074	0,026	0,033	0,046	0,018	0,022	0,040	0,028	0,007
<b>N</b>	1023	1038	1016	1025	1030	1018	1029	1022	1029	1031	1029	1014

Resultater i kursiv er signifikant for  $p < .05$  (T-test)

Resultater med **fet** skrifttype er meget signifikant for  $p < .01$  (T-test)

Resultatene i kursiv og **fet** er høyst signifikant for  $p < .001$  (T-test)

For det første, når vi benytter oss av en multivariat analyse er ingen av sammenhengene lengre høyst signifikant ( $p < 0.001$ ). Etter at vi har kontrollert for alder og kjønn, har utdanning nå fått redusert betydning. Dette skyldes bl.a. sammenhengen mellom utdanning og alder som vi viste over. Alderseffekten opprettholdes til en viss grad, men svakere enn i de bivariate analysene.

For det andre, for de instanser hvor kjønnsvariabelen er signifikant, så er det i de fleste tilfeller flere kvinner enn menn som mener de har sett slik informasjon. Dette gjelder for Helsetilsynet (HTIL), Statens legemiddelkontroll (SLK), Giftinformasjonssentralen (GIFT). Når det og Direktoratet for brann- og eksplosjonsvern (DBE) så er det derimot flere menn enn kvinner som mener å ha sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier.

For det tredje ser det i hovedtrekk ut til at de som tilhører de eldste aldersgruppene er mer tilbøyelige til å ha sett slik informasjon sammenliknet med den yngste aldersgruppen. Dette gjelder for Statens forurensningstilsyn (SFT), Statens legemiddelkontroll (SLK), Statens institutt for folkehelse (SIFH), Statens landbrukstilsyn (SLT), Statens næringsmiddeltilsyn (SNT), Direktoratet for brann- og eksplosjonsvern (DBE) og Arbeidstilsynet (AT). For alle disse er sammenhengene høyst signifikant ( $p < .001$ ). Dette er stort sett de samme tendensene vi fant i de bivariate sammenhengene.

For det fjerde ser utdanning ut til å ha liten betydning for sannsynligheten for å ha sett informasjon fra de ulike instansene. I de tilfeller hvor utdanningsvariablene slår signifikant ut, er andelen som har sett informasjon som regel lavest i den høyeste utdanningsgruppen. Dette gjelder Statens landbrukstilsyn (SLT) og Forbrukerrådet (FR). Sammenhengene er derimot svakere enn i de bivariate analysene. For Statens landbrukstilsyn er forskjellen mellom høyeste og laveste utdanning, kontrollert for de andre variablene, på 9 prosentpoeng, mens tilsva-

rende forskjell i den bivarierte analysen var på 14 (31-17) prosentpoeng. For Forbrukerrådet er også forskjellen i utdanningseffekten redusert i den multivarierte analysen som her er på 14 prosentpoeng, mens den i den bivarierte analysen var 19 prosentpoeng (62-43) (mellom høyeste og laveste utdanning). Denne sammenhengen er signifikant for  $p < .01$ . Selv om sammenhengen mellom alder og utdanning gjorde at effekten ble noe redusert i den multivarierte analysen, synes det fortsatt som om utdanning har en selvstendig effekt på om man har sett informasjon fra Forbrukerrådet om helse- og miljøfarlige kjemikalier, og at det er de med lav utdanning som oftere har sett slik informasjon sammenlignet med dem med høy utdanning. Dett er noe overraskende, ettersom det gjerne er de med høyere utdanning som for eksempel har vært Forbrukerrapportens lesere (Forbrukerrådet 1991). Informasjon fra Forbrukerrådet kan imidlertid også formidles utenom Forbrukerrapporten. Dersom det er slik at personer med lavere utdanning fanger opp informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier i større grad enn de med høyere utdanning, er dette i så fall ganske interessant.



## 11 Oppsummering

Denne rapporten bygger på resultater fra en publikumsundersøkelse utført på oppdrag fra, og i samarbeid med; Riksrevisjonen.

*Oppdragets formål var å foreta en representativ publikumsundersøkelse knyttet til forvaltningsrevisjon av myndighetenes kontroll med helse- og miljøfarlige kjemikalier i produkter.*

Følgende emner ble berørt i publikumsundersøkelse:

- Kunnskap om helse- og miljømerking
- Oppfatninger om informasjon gitt på merkede produkter
- Oppbevaring av faremerkede produkter
- Håndtering av merkede produkter
- Kunnskap, oppfatninger og behandling av spesialavfall
- Erfaringer med skader etter kontakt med kjemikalier
- Oppfatninger om informasjon fra institusjoner som arbeider innen området helse- og miljøfarlige kjemikalier.

Undersøkelsen er en postenquete. Spørreskjemaet ble sendt ut til et representativt utvalg på 2000 personer fra 13 år og oppover. Nedenfor er resultatene fra hvert kapittel oppsummert.

### 11.1 Helse- og miljømerking

Som en oppsummering av funnene i kapittel tre kan vi konkludere med at usikkerheten er stor, både med hensyn til hva merkene står for og hvem som står bak. Når det gjelder kunnskapene om betydningen av merkene kommer dette til uttrykk ved at mange gir uttrykk for at de ikke vet hva merket betyr og ved at forholdsvis mange oppgir gal betydning. De merkene som kommer best ut med hensyn til kunnskaper om betydningen er resirkuleringsmerkene. Også Svanemerket kommer forholdsvis godt ut, men det er likevel kun halvparten av de spurte som angir riktig betydning av merket. «Grønt Punkt» og Lilleborgs «miljøinformasjon» er de merkene hvor det hersker størst usikkerhet med hensyn til betydningen.

Når det gjelder kunnskaper om hvem som står bak merkene, er usikkerheten jevnt over enda større enn usikkerheten om betydningen av merkene. Det eneste merket som utmerker seg her er "Godt Norsk". Omtrent tre av fire mener det er produsentene som står bak dette merket. Også her kommer Lilleborgs "miljøinformasjon" og "Grønt Punkt" dårligst ut, men for resirkuleringsmerkene og Svanemerket er andelen som vet hvem som står bak også relativt lave. Selv blant dem som vet hva merkene betyr er forvirringen om hvem som står bak relativt stor.

Kapitlet har også sett på sammenhengene mellom kunnskaper og oppfatninger om merkene og bakgrunnsvariablene kjønn, alder og utdanning. Hovedinntrykket er at det er relativt små forskjeller mellom menn og kvinner både når det gjelder oppfatninger om hva merkene betyr og oppfatninger om hvem som står bak. Derimot er det en tendens til at kunnskapene er høyest i de yngste aldersgruppene og blant dem som har det høyeste utdanningsnivået. Dette

kommer til uttrykk både når det gjelder andelen som oppgir riktig svaralternativ og i andelen som oppgir at de ikke vet eller som ikke svarer.

## 11.2 Oppfatning om informasjon via merking

Oversiktene i kapittel fire viser at tilliten til et offentlig miljømerke er stor, mens tilliten til produsentenes miljømerking er langt svakere. De yngste aldersgruppene, hvor tilliten til et offentlig godkjent miljømerke er høyest, er de som har lavest tillit til miljømerker som produsentene står bak. Tilsvarende ser en også inne utdanningsgruppene. De med høyest utdanning har størst tillit til et offentlig godkjent miljømerke, og minst tillit til produsentenes miljømerking. Det er av metodologiske grunner vanskelig å si noe om utviklingen over tid i tilliten til offentlig miljømerking og produsentenes miljømerking. Sammenlikninger kan tyde på at tilliten til et offentlig godkjent miljømerke har holdt seg konstant mens tilliten til merking som produsentene står bak har sunket.

Tilliten er også forholdsvis stor til at produkter som kan være skadelige for helse og miljø, med faregrenser som er bestemt av det offentlige, ikke når ut på markedet. Tilliten til at produkter som er helsefarlige ikke når ut er større enn tilliten til at miljøskadelige produkter når ut.

Når det gjelder merkeplikt, mener et meget stort flertall at både kjemikalier og kjemikalieblandinger som kan representere en fare for miljøet bør være merkepliktige. Resultatene viser at den vanlige forbruker ikke ser noen forskjell mellom disse to produktgruppene. Dersom det er en miljørisiko forbundet med produktene, bør dette merkes.

## 11.3 Oppbevaring av produkter

Undersøkelsen viser at en forholdsvis stor andel av de spurte oppbevarer produkter hjemme som er merket giftig, helseskadelig eller brannfarlig. Mens i underkant av halvparten mener de oppbevarer produkter som er merket etsende, et merke som finnes på relativt mange, vanlige husholdningsprodukter. Dette kan si noe om hvor godt disse merkene er kjent blant forbrukerne. Blant de eldste respondentene og blant dem som har det laveste utdanningsnivået er andelen som mener de oppbevarer merkede produkter lavere enn i andre grupper. Hele en av fire mener de har alle de fire nevnte typene merking på produkter de oppbevarer hjemme.

Det er relativt liten forskjell med hensyn til måten produkter merket giftig, helseskadelig eller etsende oppbevares hjemme. Omkring tre av fire oppbevarer slike produkter utilgjengelig for barn. Men nærmere to av ti av de spurte oppbevarer helseskadelige eller etsende produkter på en slik måte at de er lett tilgjengelig for alle. Medisiner skiller seg klart ut fra dette mønstret. Omtrent ni av ti oppbevarer medisiner i låst skap. Undersøkelsen viser at de som har små barn er noe mer forsiktige i måten de oppbevarer farlige produkter.

Når det gjelder håndtering av brannfarlige kjemikalier viser undersøkelsen at et overveiende flertall (nesten ni av ti) av de spurte tar forhåndsregler når de bruker slike produkter.

Det merket som er minst kjent blant respondentene er merket for miljøskadelige kjemikalier. Kun en av fire mente de hadde sett dette merket. Andelen er noe høyere blant de eldste respondentene og blant dem med høyest utdanning.

## 11.4 Håndtering av produkter

Omtrent en av tre respondenter oppgir at de alltid eller ofte ser etter miljømerker på miljømerking første gang de kjøpes eller brukes. En av tre oppgir at de sjelden eller aldri gjør det.

Til sammenlikning er det nesten dobbelt så mange som alltid eller ofte leser faremerkingen første gang de kjøper/braker produkter.

Sammenlikninger med tidligere undersøkelser kan tyde på at andelen som alltid eller ofte sjekker *miljømerking* har økt siden 1995-97. Det er en tendens til at kvinner oftere enn menn sjekker slik merking. Det samme er tilfelle for de eldste aldersgruppene, og for dem som har det laveste utdanningsnivået. Vår undersøkelse tyder ikke på at det er noen entydig sammenheng mellom hvor ofte en ser etter miljømerking, og kunnskaper om Svanemerket eller resirkuleringsmerkene. De som alltid eller ofte ser etter miljømerking, ser ikke ut til å ha større tillit til et offentlig godkjent miljømerke enn andre. Derimot er det en svak tendens til at de som oftest ser etter miljømerker på produkter, også har noe større tillit til produsentenes merkeordninger.

Når det gjelder *faremerkingen* er kvinner mer opptatt av denne enn menn, og oppmerksomheten mot faremerkingen øker med alder. Det ser imidlertid ikke ut til å være slik at de som leser faremerkingen på produktene oftere enn andre også har større tillit til faremerkingsordningen.

Et stort flertall av respondentene tar hensyn til merkingen på to konkrete områder som er målt i vår undersøkelse. For det første oppgir ni av ti at de alltid eller ofte lufter nøyen når det males innendørs. For det andre oppgir hele 94 prosent at de alltid eller ofte prøver å følge anbefalingene for produktets bruksområder og bruksmåter. I begge tilfeller er denne andelen høyere blant kvinner enn blant menn.

Undersøkelsen viser at i underkant av halvparten av respondentene alltid eller ofte vektlegger helse- og miljøegenskaper når de kjøper maling. Helse- og miljøegenskaper ser ut til å bli lagt mest vekt på blant kvinner, mer jo eldre respondentene er og noe mer blant dem med lavest utdanningsnivå.

Når det gjelder vasking av nye tekstiler og klær før bruk, oppgir halvparten av respondentene at de vasker nye klær til eget bruk, mens 71 prosent av dem som har barn oppgir at de vasker nye klær til barna. I begge tilfeller er dette mer utbredt blant kvinner enn blant menn.

## 11.5 Miljøinformasjon

Noe over halvparten av de spurte mener de har god eller ganske god kjennskap til hvilke produkter som skal behandles som spesialavfall. Andelen som synes de har god eller ganske god kjennskap til dette er lavere blant dem som er under 30 år enn i de andre aldersgruppene.

Undersøkelsen kan tyde på at informasjonen om hva som er spesialavfall, og hvordan slikt avfall skal behandles kan forbedres. Omkring en av tre respondenter er helt eller delvis enig i at forbrukerne blir tilstrekkelig informert om disse spørsmålene. De yngste respondentene og de med høyest utdanning er noe mindre tilfreds med informasjonen enn andre grupper. Resultatene viser også at et stort flertall, omtrent åtte av ti respondenter, foretrekker at informasjon om hva som er spesialavfall og hvordan det skal behandles blir gitt på selve produktet eller emballasjen.

Når det gjelder spørsmålet om hvor enkelt eller vanskelig det er å bli kvitt spesialavfall fordeler respondentene seg i tre omtrent like grupper. En tredjedel mener det er enkelt eller ganske enkelt, en tredjedel mener det er middels enkelt, mens en tredjedel mener det er vanskelig. Andelen som mener det er enkelt å kvitte seg med spesialavfall er høyest blant menn og i de eldste aldersgruppene.

## 11.6 Håndtering av avfall

Generelt tyder resultatene på at kunnskapene er relativt gode når det gjelder hvilke av de oppgitte produktene som skal behandles som spesialavfall. Det er likevel mange av respondentene som tror at farget glass og engangsbatterier skal behandles som spesialavfall, hvilket ikke er tilfelle. Det er også overraskende mange som mener at avisavfall er spesialavfall. Blant de produkter som virkelig er spesialavfall, er det størst usikkerhet omkring håndteringen av sparepærer og noe usikkerhet vedrørende behandlingen av knappecellebatterier, lysstoffrør og trykkimpregnert trevirke.

Det er en svak tendens til at de som selv mener de har god kjennskap til spesialavfall, faktisk også har det når det gjelder produkter som skal kastes som spesialavfall. Mens det for produkter som skal kastes som ordinært avfall, er lite samsvar mellom egenvurdering og de faktiske kunnskapene.

Når det gjelder spørsmålet om hvordan ulike produkter faktisk blir behandlet når de kasseres, viser resultatene at mange kaster vanlig avfall som for eksempel farget glass, avispapir og engangsbatterier som spesialavfall. Videre er det også mange som behandler lysstoffrør, sparepærer, trykkimpregnert trevirke og knappecellebatterier som ordinært avfall. Selv blant dem som vet hvordan de ulike produktene egentlig skal håndteres når de kastes, er det svært ulik praksis når det gjelder hvordan de ulike produktene faktisk håndteres. Undersøkelsen viser også at det er de som selv oppfatter seg som miljøbevisste, som er flinkest til å behandle spesialavfall riktig.

## 11.7 Skader etter kontakt med kjemikalier

Det er svært få i vårt materiale som oppgir å ha opplevd personskader pga. uhell med enten etsende, helseskadelige, irriterende eller brannfarlige kjemikalier (5 prosent). Av de oppgitte produkttypene er det spesielt løsemidler og rengjøringsmidler som blir trukket fram som årsaker.

Derimot har en av fem opplevd at personer i husholdningen har fått allergiske reaksjoner pga. kontakt med produkter som inneholdt helseskadelige kjemikalier. Her rangerer rengjøringsmidler og kosmetiske produkter høyt som årsaker.

## 11.8 Offentlige instanser som arbeider med helse- og miljøfarlige kjemikalier

Statens forurensningstilsyn topper listen over institusjoner som respondentene mener de har sett informasjon om helse- og miljøfarlige kjemikalier fra. Omtrent halvparten av svarpersonene oppgir at de har sett informasjon fra Statens næringsmiddeltilsyn, Statens institutt for folkehelse, Helsetilsynet og Forbrukerrådet. Statens forurensningstilsyn har antakelig profilert seg ganske mye i forbindelse med kjemikalier i produkter som er skadelig for miljøet, mens Statens næringsmiddeltilsyn kan ha blitt registrert i forbindelse med farlige stoffer i mat.



## Litteratur

Forbrukerrådet: Forbrukerrapportens leserundersøkelse og spørreundersøkelse 1991

Lavik, Randi (1999): *Miljømonitor. Metodologiske erfaringer*. Sifo-notat. Statens institutt for forbruksforskning

Tufte, Per Arne og Randi Lavik (1997): *Helse- og miljøinformasjon. Forbrukernes behov for informasjon om skadelige stoffer i produkter*. Sifo-rapport nr 4, 1997. Statens institutt for forbruksforskning



# Vedlegg

Spørreundersøkelse 16464

