



Europa-
Kommissionen

Flash Eurobarometerundersøgelse 535

EU-miljømærket

Rapport



Feltwork: **2.
september
2023**

Publicat ion:

Oktober 2023

Undersøgelse bestilt af Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Miljø, og koordineret af Generaldirektoratet for Kommunikation

Dette dokument repræsenterer ikke Europa-Kommissionens synspunkt.

De fortolkninger og meninger, der er indeholdt heri, er udelukkende forfatterens fortolkninger og meninger.

Flash Eurobarometer 535 – Ipsos Europæiske Offentlige Anliggender



*Eüropo
Demokratio
Esperanto*

Dokument udarbejdet af Pierre Dieumegard for [Europokune](#)- Europe Together- og [Europe Democracy Esperanto](#).

Formålet med dette "foreløbige" dokument er at gøre det muligt for flere mennesker i Den Europæiske Union at få kendskab til dokumenter, der er udarbejdet af Den Europæiske Union (og finansieret af deres skatter).

Hvis der ikke er nogen oversættelser, udelukkes borgerne fra debatten.

Dette dokument "Eurobarometer" [fandtes kun på engelsk](#) i en pdf-fil. Fra den oprindelige fil oprettede vi en odt-fil, udarbejdet af Libre Office-software, til maskinoversættelse til andre sprog. Resultaterne foreligger nu [på alle officielle sprog](#).

Det er ønskeligt, at EU-administrationen overtager oversættelsen af vigtige dokumenter. "Vigtige dokumenter" er ikke kun love og forskrifter, men også de vigtige oplysninger, der er nødvendige for at træffe informerede beslutninger i fællesskab.

For at diskutere vores fælles fremtid sammen og muliggøre pålidelige oversættelser ville det internationale sprog esperanto være meget nyttigt på grund af dets enkelhed, regelmæssighed og nøjagtighed.

Kontakt os:

[Hoteller i nærheden af nin-Ek ! Eüropo kune !](#)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>

Flash Eurobarometerundersøgelse 535

EU-miljømærket

Rapport

September 2023

Undersøgelse foretaget af Ipsos European Public Affairs efter anmodning fra Europa-Kommissionen

Generaldirektoratet for Miljø

Undersøgelse koordineret af Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Kommunikation
(GD COMM's Enhed for Medieovervågning og Eurobarometer)

Projekttitel	Flash Eurobarometer 535 EU-miljømærket – september 2023 Rapport
Sproglig udgave	DA
Katalognummer	KH-03-23-410-DA-N
ISBN	978-92-68-08062-7
© Den Europæiske Union, 2023	doi:10.2779/463334

<https://europa.eu/eurobarometer>

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	1
Vigtigste resultater.....	3
Den miljøvenlige forbruger.....	3
Bevidsthed om EU-miljømærket.....	3
Tillid til EU-miljømærket.....	4
Køb af produkter med EU-miljømærket.....	4
Miljømærker og anprisninger.....	4
Afsnit 1. Den miljøvenlige forbruger.....	6
1.1. Betydningen af pris, kvalitet og mærke vs miljøpåvirkning.....	6
1.2. Køb af produkter med lavere miljøpåvirkning.....	11
Afsnit 2. Bevidsthed om EU-miljømærket.....	15
2.1. Bevidsthed om EU-miljømærkets logo.....	15
2.2. Generel viden om EU-miljømærket.....	16
2.3. Tillid til EU-miljømærket.....	21
Afsnit 3. Køb af produkter med EU-miljømærket.....	22
3.1. Indkøbshyppighed for produkter med miljømærker.....	22
3.2. Almindeligt indkøbte EU-miljømærkeprodukter.....	28
3.3. Tilbyder flere produkter med EU-miljømærket.....	34
3.4. Køb af EU-miljømærkede produkter i supermarkeder, biobutikker og online.....	40
3.5. Grunde til ikke at købe produkter med EU-miljømærket.....	43
Afsnit 4. Miljømærker og anprisninger.....	46
Tekniske specifikationer.....	49
Databilag.....	57

Indledning

EU-miljømærket er en verdenskendt, frivillig ordning, der fremmer varer og tjenesteydelser, som klart demonstrerer miljømæssig ekspertise, baseret på standardiserede processer og videnskabelig dokumentation. Det blev lanceret i 1992 for at hjælpe forbrugere, detailhandlere og virksomheder med at træffe virkelig bæredygtige valg. I dag er det en af de største og mest kendte ordninger i mange EU-lande. Uanset om det er papir, rengøringsmidler, kosmetik, tøj, gør-det-selv-materialer eller hoteller, er der en voksende liste over grønne produktgrupper, der nu er åbne for certificering.¹

30 år efter lanceringen af EU-miljømærket bestilte Europa-Kommissionens Generaldirektorat for Miljø en Flash Eurobarometer-undersøgelse for at vurdere EU-borgernes bevidsthed om EU-miljømærket og deres holdning til miljømærkning generelt.

Ipsos European Public Affairs interviewede et repræsentativt udsnit af borgere på 15 år og derover i hver af EU's 27 medlemsstater. Mellem den 5. september 2023 og den 13. september 2023 blev der gennemført 26 635 interviews via computerassisteret webinterview (CAWI) ved hjælp af Ipsos' onlinepaneler og deres partnernetværk.

De undersøgelsesdata, der præsenteres i denne rapport, vægtes i forhold til kendte populationsandele. EU27-gennemsnittet vægtes efter størrelsen af de 15+ indbyggere i hver EU-medlemsstat. Procentdelene må ikke udgøre op til 100 %, da de afrundes til nærmeste procent. På grund af afrunding kan det ske, at procentsatserne for separate svarmuligheder, der vises i diagrammerne, ikke nøjagtigt stemmer overens med de totaler, der er nævnt i teksten. Svarprocenterne overstiger 100 %, hvis spørgsmålet gav respondenterne mulighed for at vælge flere svar. I denne rapport omtales lande ved deres officielle forkortelse. Forkortelserne i denne rapport svarer til:

BE	Belgien	FR	Frankrig	NL	Nederlandene
BG	Bulgarien	HR	Kroatien	AT	Østrig
CZ	Tjekkiet	IT	Italien	PL	Polen
DK	Danmark	CY	Cyperns repræsentant	PT	Portugal
DE	Tyskland	LV	Letland	RO	Rumænien
EE	Estland	LT	Litauen	SI	Slovenien
IE	Irland	LU	Luxembourg	SK	Slovakiet
EL	Grækenland	HU	Ungarn	FI	Finland
ES	Spanien	MT	Malta	SE	Sverige

* Cypern som helhed er en af de 27 EU-medlemsstater. Gældende fællesskabsret er imidlertid blevet suspenderet i den del af landet, der ikke kontrolleres af Republikken Cyperns regering. Af praktiske årsager gennemføres samtalerne kun i den del af landet, der kontrolleres af Republikken Cyperns regering.



1 Kilde: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en

Vigtigste resultater

Den miljøvenlige forbruger

- Produktets kvalitet og pris er de to vigtigste aspekter i forbrugernes købsbeslutninger, hvor 97 % af respondenterne svarer, at produktets kvalitet er 'meget' eller 'snarere vigtig' for dem, og 94 % svarer det samme om prisen på et produkt. Til sammenligning anser 73 % af respondenterne produktets indvirkning på miljøet for at være 'meget' eller 'snarere vigtig', når de træffer beslutninger om, hvilke produkter der skal købes. Produktets mærke ses som mindre vigtigt, hvor 61% anser det for at være 'meget' eller 'snarere vigtig'.
- Selv om et flertal af respondenterne i alle medlemsstater svarer, at et produkts miljøpåvirkning er "meget" eller "snarere vigtig" i deres købsbeslutninger, er der store forskelle i størrelsen af disse flertal (fra 53 % i Estland til 85 % i Portugal).
- Omkring otte ud af ti respondenter er enige om, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (33% 'meget enig' og 48% 'noget enig'). En mindre andel – men stadig et flertal – er enige i, at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (18 % er "meget enige" og 42 % er "i nogen grad enige").

Bevidsthed om EU-miljømærket

- Respondenterne fik vist EU-miljømærkets logo og spurgte, om de havde set logoet før. En lavere procentdel af respondenterne i hele EU (38 %) rapporterer, at de har set logoet før, sammenlignet med dem, der angiver, at de ikke har set det (48 %). Omkring en ud af syv respondenter (14 %) svarer, at de ikke ved, om de har set logoet før.
- Frankrig (61 %) er det eneste land, hvor mere end halvdelen af respondenterne svarer, at de har set EU-miljømærkets logo. I de øvrige medlemsstater ligger andelen af respondenter, der svarer "ja", på mellem 20 % (i Irland) og 49 % (i Danmark, Estland og Italien).
- Respondenterne blev derefter præsenteret for fire fakta – og en falsk erklæring – om EU-miljømærket og blev spurgt, om disse er sande eller falske.
 - Præsenteret med udsagnet "for at få EU-miljømærket skal produkter overholde strenge miljøkriterier", giver 69 % af respondenterne det korrekte svar og svarer, at udsagnet er sandt.
 - 60 % svarer, at udsagnet om, at "EU-miljømærket tildes produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet", er sandt.
 - Mere end halvdelen af respondenterne (56 %) bekræfter, at EU-miljømærket er EU-mærket for miljøkvalitet.
 - 50 % svarer, at udsagnet "EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige" er sandt.
 - 41 % svarer, at erklæringen "EU-miljømærket tildes økologiske fødevarer og drikkevarer" er sand, selv om denne erklæring er falsk, da der i øjeblikket ikke findes nogen produktgruppe for fødevarer eller foderprodukter under EU-miljømærkeordningen.



Tillid til EU-miljømærket

- I gennemsnit er tre fjerdedele af respondenterne i hele EU enige i, at de har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet (28 % er "meget enige" og 46 % er "meget enige").
- På landeniveau varierer graden af enighed om denne erklæring mellem 66 % i Tjekkiet og 88 % i Rumænien.

Køb af produkter med EU-miljømærket

- Mere end seks ud af ti respondenter svarer, at de køber produkter med miljømærker enten 'ofte' (16 %) eller 'nogle gange' (47 %). Til sammenligning svarer ca. fire ud af ti respondenter, at de "ofte" (8 %) eller "nogle gange" (30 %) køber produkter med EU-miljømærket.
- Andelen af respondenter, der "ofte" køber produkter med EU-mærket, er den højeste i Rumænien (20 %) efterfulgt af Italien (14 %). I Rumænien (41 %), Italien (37 %), Frankrig (37 %) og Belgien (35 %) køber mere end en tredjedel af respondenterne "nogle gange" EU-miljømærkede produkter.
- Andelen af respondenter, der har købt i det mindste nogle produkter med EU-miljømærket, ligger fortsat på eller under en fjerdedel for alle kategorier af produkter, der er omfattet af undersøgelsen. For eksempel svarer ca. en fjerdedel af respondenterne (23 %), der har købt "rengøringsmidler/rengøringsprodukter" inden for de seneste 12 måneder, at de har købt i det mindste nogle med EU-miljømærket. Andelen af respondenter, der har købt i det mindste nogle produkter med EU-miljømærket, er den laveste – med 11 % – for turistindkvarteringstjenester (hotel/campingpladser).
- For alle de produktkategorier, der er omfattet af undersøgelsen, er de respondenter, der gerne vil finde flere EU-miljømærkede produkter, langt flere end dem, der siger det modsatte. Andelen, der ønsker at finde flere EU-miljømærkede produkter, varierer mellem 46 % for gulvbelægninger/fliser og 71 % for tekstiler, tøj/fodtøj.
- Af de respondenter, der køber EU-miljømærkede produkter, svarer 66 %, at de oftest køber sådanne produkter i supermarkeder. Omkring en fjerdedel af respondenterne (24 %) køber oftest EU-miljømærkede produkter i biobutikker. samme andel (24 %) køber oftest EU-miljømærkede produkter online.
- Respondenter, der aldrig har købt EU-miljømærkede produkter, blev spurgt om årsagerne til deres beslutning. Den hyppigst valgte årsag er "Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber" (40 %). "Jeg er ikke bekymret for miljøspørgsmål" vælges af 14 % af respondenterne. Tre ud af ti respondenter (30 %) svarer, at de ikke finder produkter med EU-miljømærket, hvor de handler. efterfulgt af 23 %, der vælger, at produkter med EU-miljømærket er for dyre.

Miljømærker og anprisninger

- I gennemsnit er omkring otte ud af ti respondenter i EU enige i, at virksomheder ofte fremsætter vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller tjeneste er miljøvenlig (aftalen varierer mellem 68 % i Tjekkiet og 90 % i Kroatien).
- Samtidig er næsten ni ud af ti respondenter enige i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation (aftalen varierer mellem 81 % i Danmark og 93 % i Rumænien).

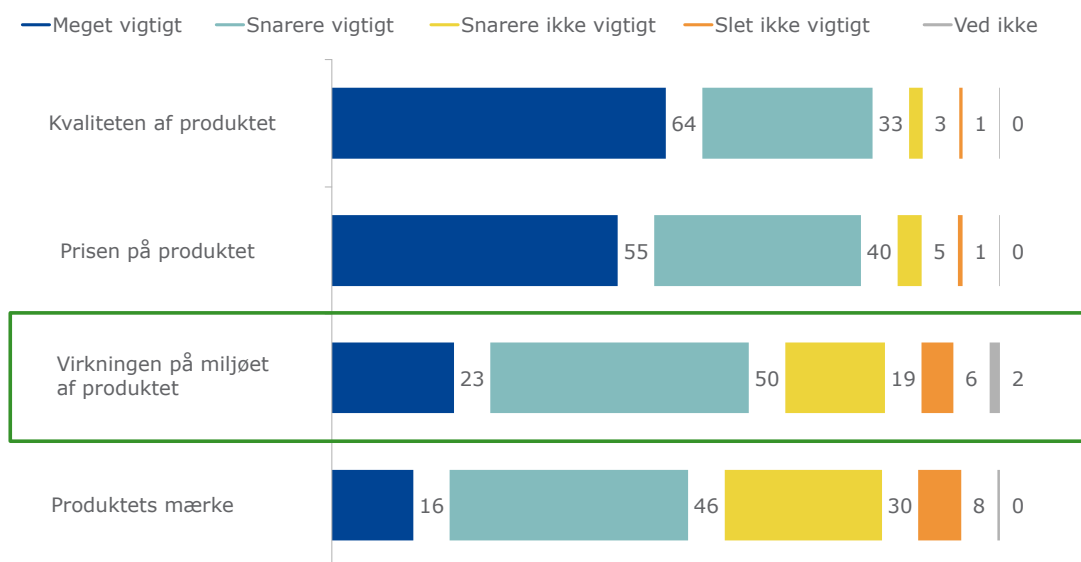
Afsnit 1. Den miljøvenlige forbruger

1.1. Betydningen af pris, kvalitet og mærke vs miljøpåvirkning

Respondenterne blev først spurgt om den betydning, de tillægger et produkts pris, kvalitet, brand og miljøpåvirkning, når de besluttede, hvilke produkter (varer eller tjenester) de skulle købe.

Produktets kvalitet og pris er de to vigtigste aspekter i forbrugernes købsbeslutninger, idet 97 % af respondenterne svarede, at produktets kvalitet er "meget" eller "snarere vigtig" for dem, og 94 % svarede det samme om prisen på et produkt. Til sammenligning mener 73 % af respondenterne, at produktets indvirkning på miljøet er "meget" eller "snarere vigtig", når de træffer beslutninger om, hvilke produkter de skal købe. Produktets mærke ses som mindre vigtigt, hvor 61% anser det for at være 'meget' eller 'snarere vigtigt'.²

DX1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når der træffes en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenesteydelser) der skal købes? (% af EU-27)



Basis: alle respondenter
(n=26635)

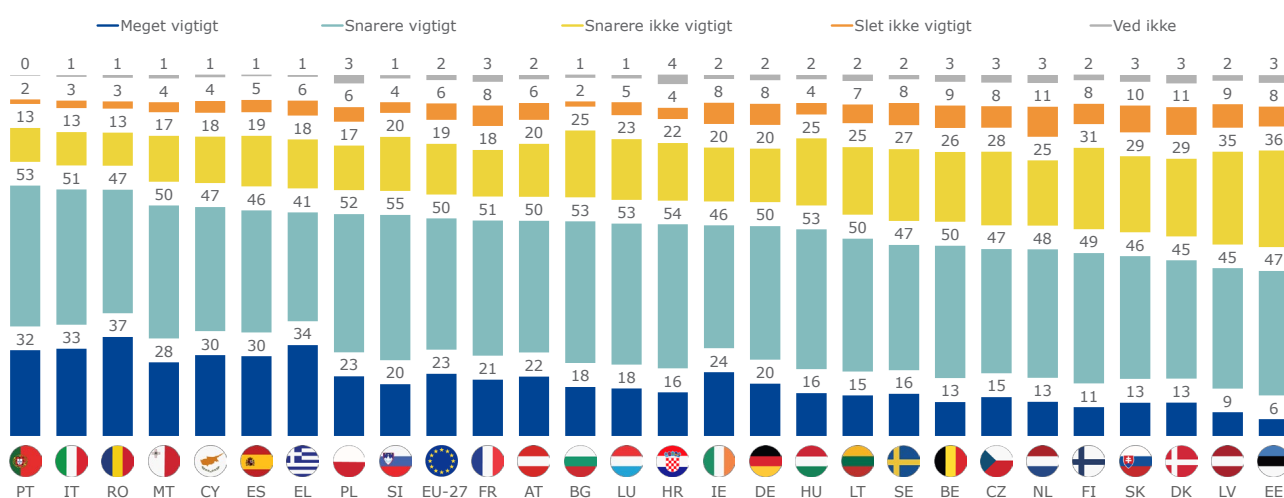
² På grund af afrunding lægger procentsatserne for separate svarmuligheder, der vises i diagrammerne, ikke altid nøjagtigt op til de totaler, der er nævnt i teksten.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Selv om et flertal af respondenterne i alle medlemsstater svarer, at et produkts miljøpåvirkning er "meget" eller "snarere vigtig" i deres købsbeslutninger, er der store forskelle i størrelsen af disse flertal. Produktets miljøpåvirkning betragtes som et "meget" eller "snarere vigtigt" aspekt i købsbeslutninger af over otte ud af ti respondenter i Portugal (85 %), Italien (84 %) og Rumænien (84 %), men af ikke meget mere end fem ud af ti respondenter i Estland (53 %) og Letland (54 %). Selv om mellem 41 % og 55 % af respondenterne i alle medlemsstater svarer, at et produkts miljøpåvirkning er "snarere vigtig" i deres købsbeslutninger, er andelen, der svarer på dette, "meget vigtig" i deres købsbeslutninger, desuden meget mindre i alle medlemsstater (mellem 6 % i Estland og 37 % i Rumænien).

DX1_1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe?

Produktets indvirkning på miljøet (% efter land)



Basis: alle respondenter (n=26635)

I overensstemmelse med EU-gennemsnittet er produktets kvalitet og pris i alle medlemsstater de to vigtigste aspekter i forbrugernes købsbeslutninger (se tabellen på næste side). Den samlede andel af respondenterne, der svarede, at produktets kvalitet er et vigtigt aspekt, når de træffer beslutninger om, hvilke produkter de skal købe, varierer fra 94 % i Sverige til 99 % i Bulgarien og Malta. for produktets pris varierer denne andel mellem 86 % i Luxembourg og 98 % i Portugal.

På tværs af alle medlemsstater, som det også ses i EU-gennemsnittet, svarer respondenterne desuden, at et produkts miljøpåvirkning er "meget" eller "snarere vigtig" i deres købsbeslutninger, end dem, der svarer det samme om produktets mærke. Produktets mærke betragtes som et vigtigt aspekt af mellem 40 % af respondenterne i Estland og Finland og 83 % i Rumænien.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når man træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) man skal købe? (% "Vigtig" i alt efter land)

	Kvaliteten af produktet	Prisen på produktet	Produktets miljøpåvirkning	Produktets mærke
EU-27	97	94	73	61
BE	96	95	63	51
BG	99	93	72	64
CZ	96	95	61	55
DK	95	92	57	42
DE	96	92	70	48
EE	96	94	53	40
IE	97	95	70	55
EL	98	96	75	61
ES	97	96	76	73
FR	95	94	72	61
HR	97	96	71	52
IT	98	94	84	74
CY	98	96	77	63
LV	96	94	54	43
LT	98	96	65	52
LU	97	86	71	51
HU	96	95	69	45
MT	99	96	78	61
NL	97	95	61	53
AT	97	93	72	47
PL	97	97	75	77
PT	98	98	85	62
RO	97	97	84	83
SI	97	94	74	54
SK	95	95	59	50
FI	95	93	60	40
SE	94	92	63	56

Basis: alle respondenter (n=26 635)

Sociodemografiske overvejelser

Kvinder (77 %) er mere tilbøjelige end mænd (69 %) til at svare, at indvirkningen på miljøet af et produkt er "meget" eller "snarere vigtig", når de træffer beslutninger om, hvilke produkter de skal købe. I modsætning hertil er mænd (64 %) mere tilbøjelige end kvinder (59 %) til at mene, at produktets mærke er vigtigt.

Ældre respondenter er mere tilbøjelige end yngre respondenter til at svare, at et produkts miljøpåvirkning er "meget" eller "snarere vigtig" i deres købsbeslutninger (fra 69 % for personer i alderen 15-24 år til 76 % for personer i alderen 55 år og derover). Et lignende billede tegner sig for produktets kvalitet og pris. Respondenter i alderen 25-54 år er derimod mere tilbøjelige end både yngre og ældre respondenter til at betragte produktets mærke som et vigtigt aspekt (64-65 % mod 58-59 %).

Respondenter, der forlod skolen, før de var 16 år, er mindre tilbøjelige end højere uddannede respondenter til at svare, at prisen (88 % mod 95 %-96 %) og produktets kvalitet (88 % mod 98 %) er vigtige aspekter i deres købsbeslutninger. Der ses ingen væsentlige forskelle på tværs af uddannelsesgrupper for produktets miljøpåvirkning eller mærke.

Manuelle arbejdere svarer i mindre grad end respondenter i andre erhvervskategorier, at et produkts indvirkning på miljøet (67 % mod 72 %-74 %) og produktkvalitet (91 % mod 94 %-98 %) er vigtige aspekter, når de træffer beslutninger om, hvilke produkter de skal købe. Respondenter, der ikke arbejder, er noget mere tilbøjelige til at svare, at prisen på produktet er 'meget' eller 'snarere vigtig' (96% mod 90%-94%), men de er mindre tilbøjelige til at svare det samme om produktets mærke (59% mod 64%-65%).

Endelig er andelen af respondenter, der mener, at produktets mærke er et vigtigt aspekt, højere blandt respondenter, der bor i store byer (64 %) og i små og mellemstore byer (63 %) end blandt respondenter, der bor i landdistrikter (56 %).

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når man træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) man skal købe? (% af den samlede "vigtige" efter sociodemografi)

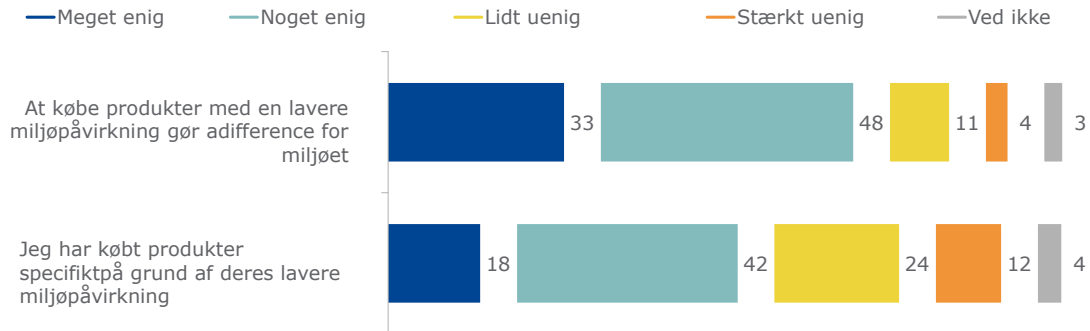
	Kvaliteten af produktet	Prisen på produktet	Produktets miljøpåvirkning	Produktets mærke
EU-27	97	94	73	61
Køn				
Mænd	96	94	69	64
Kvinder	97	95	77	59
Alder				
15-24	91	89	69	58
25-39	95	93	71	64
40-54	98	96	72	65
>=55	99	96	76	59
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)				
Op til 15 år	88	88	75	63
16-19 år	98	96	72	61
20+ år	98	95	74	62
Stadig studerer	94	92	68	59
Beskæftigelse				
Selvstændig erhvervsdrivende	94	91	73	64
Medarbejder	97	94	72	64
Manuel arbejdstager	91	90	67	65
Fungerer ikke	98	96	74	59
Urbanisering				
Landdistrikt	96	93	71	56
Lille/ mellemstor by	96	95	73	63
Stor by / by	98	95	74	64

Basis: alle respondenter (n=26 635)

1.2. Køb af produkter med lavere miljøpåvirkning

Omkring otte ud af ti respondenter er enige om, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (33 % er "meget enige" og 48 % er "noget enige"). En mindre andel – men stadig et flertal – er enige i, at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (18 % er "meget enige" og 42 % er "i nogen grad enige").

DX2 Hvor vigtige er følgende aspekter, når man træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) man skal købe? (% af EU-27)



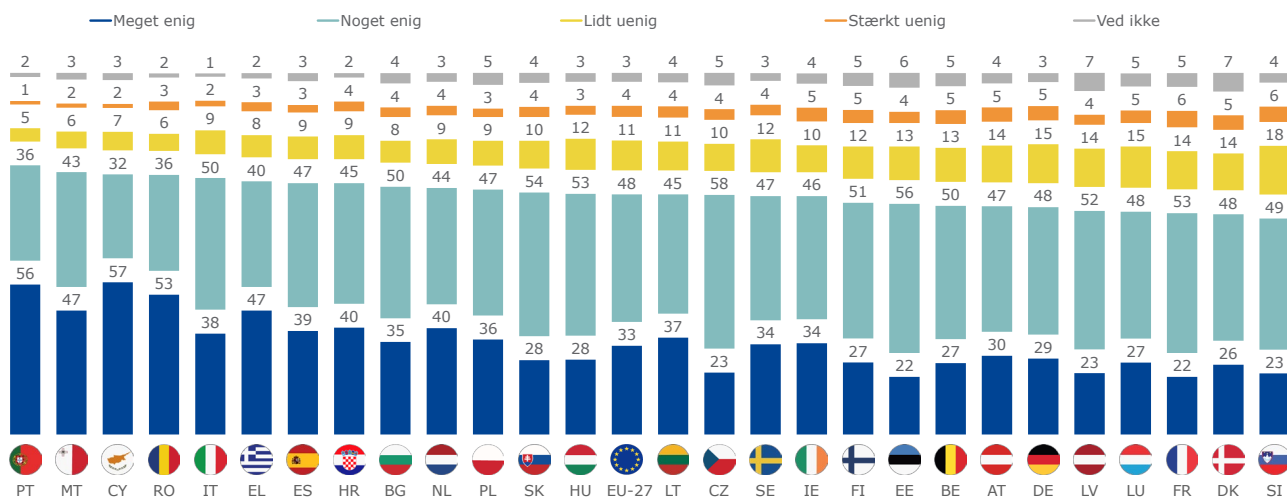
Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

I alle medlemsstater er mere end syv ud af ti respondenter enige om, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet. De højeste andele af aftaler findes i Malta (90 %) og Portugal (92 %), mens de laveste andele findes i Slovenien (72 %), Frankrig og Danmark (begge 74 %).

DX2_1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? (% efter land)

At købe produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet



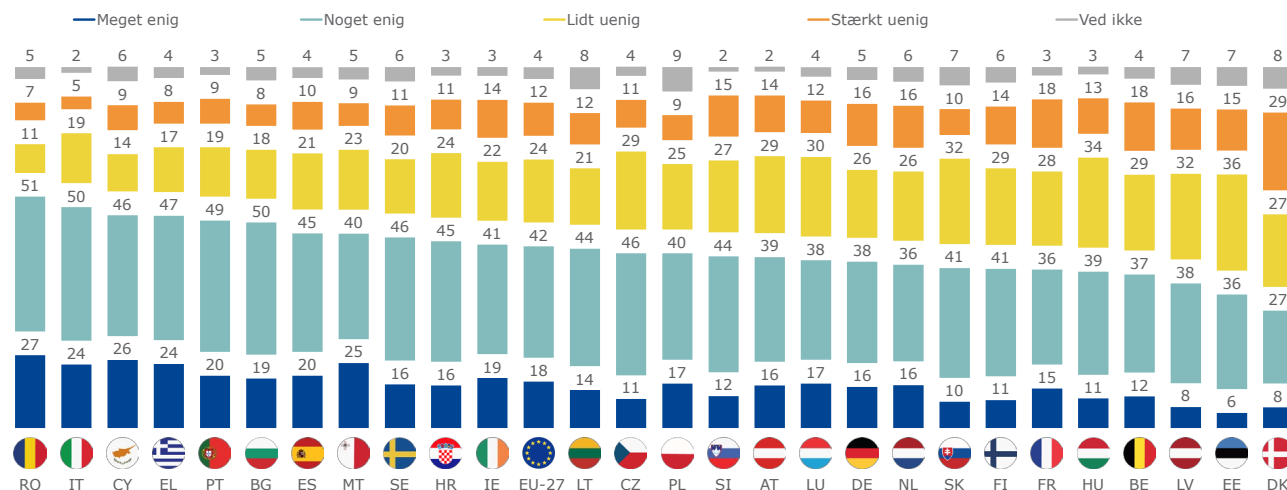
Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

I 23 medlemsstater er mindst halvdelen af respondenterne "meget enige" eller "meget enige" i, at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning. I Rumænien (78 %) og Italien (74 %) er ca. tre fjerdedele – eller flere – af respondenterne enige i denne erklæring. Derimod er mindre end halvdelen af respondenterne enige i Danmark (35 %), Estland (41 %), Letland (46 %) og Belgien (49 %).

DX2_2 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? (% efter land)

Jeg har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning



Sociodemografiske overvejelser

Kvinder er noget mere tilbøjelige end mænd til at være enige i, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (84 % mod 79 %), og at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (61 % mod 58 %).

Andelen, der er enig i, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet, er lidt højere blandt respondenterne over 40 år (82% mod 79%-80%), mens respondenterne i alderen 25-54 noget oftere er enige om, at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (61% mod 57%-59%)

Respondenter, der har afsluttet deres uddannelse i alderen 20 år eller derover, er lidt mere tilbøjelige til at være enige i, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (83% mod 80%-81%). Overensstemmelse med udsagnet "Jeg har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning" er noget lavere blandt respondenter, der afsluttede deres uddannelse i alderen 16-19 (57 % mod 62 %).

Manuelle arbejdstagere er mindst tilbøjelige til at være enige i, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (75 % mod 81-83 % i de andre erhvervsgrupper), og at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (55 % mod 58-62 %).

Endelig er det mindre sandsynligt, at respondenter, der bor i landdistrikter, end respondenter, der bor i flere byområder, er enige om, at køb af produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet (79 % mod 83 %-82 %), og at de har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning (56 % mod 60 %-62 %).

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX2 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% "Enighed" i alt efter sociodemografi)

	At købe produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet	Jeg har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning
EU-27	81	59
Køn		
Mænd	79	58
Kvinder	84	61
Alder		
15-24	79	57
25-39	80	61
40-54	82	61
>=55	82	59
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)		
Op til 15 år	80	62
16-19 år	81	57
20+ år	83	62
Stadig studerer	81	59
Beskæftigelse		
Selvstændig erhvervsdrivende	82	62
Medarbejder	81	61
Manuel arbejdstager	75	55
Fungerer ikke	83	58
Urbanisering		
Landdistrikt	79	56
Lille/mellemstor by	82	60
Stor by / by	83	62
Basis: alle respondenter (n=26 635)		

Afsnit 2. Bevidsthed om EU-miljømærket

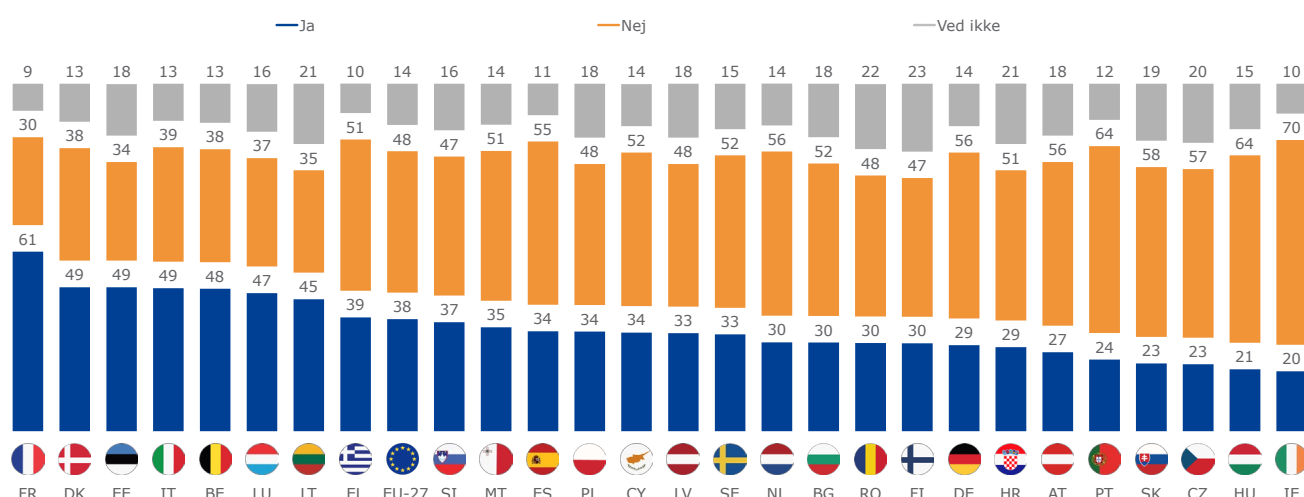
2.1. Bevidsthed om EU-miljømærkets logo



Respondenterne fik vist EU-miljømærkets logo og spurgte, om de havde set logoet før. Resultaterne viser, at en højere procentdel af respondenterne i hele EU (48 %) rapporterer, at de ikke har set logoet før, sammenlignet med dem, der angiver, at de har set det (38 %). Derudover svarer ca. en ud af syv respondenter (14 %), at de ikke ved, om de har set logoet før.

Frankrig (61 %) er det eneste land, hvor mere end halvdelen af respondenterne svarer, at de har set EU-miljømærkets logo. I de øvrige medlemsstater varierer andelen af respondenter, der svarer "ja", fra ca. en femtedel af respondenterne i Irland (20 %) og Ungarn (21 %) til næsten halvdelen af respondenterne i Belgien (48 %), Danmark, Estland og Italien (alle 49 %).

Q1 Se nærmere på logoet vist nedenfor. Har du set logoet før?
(% efter land)



Basis: alle respondenter (n=26 635)

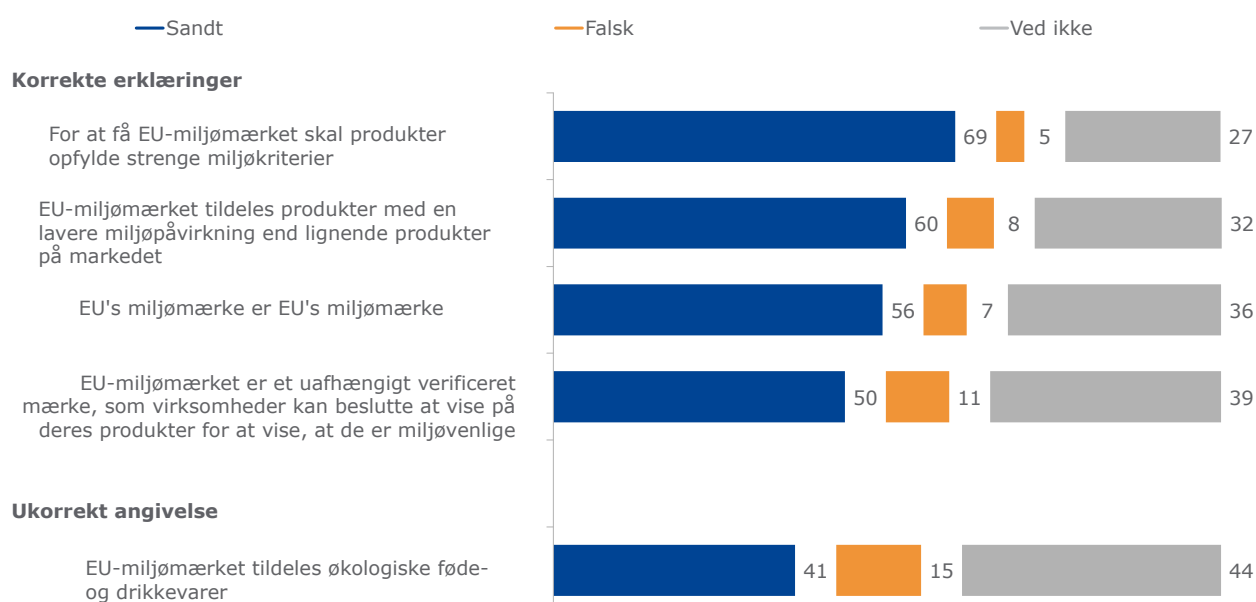
Andelen af respondenter, der har set EU-miljømærket, er lavest blandt dem i alderen 55 år og derover (33 % mod 39 % af de 40-54-årige og 43 %-44 % for de 15-39-årige) og blandt ikke-arbejdsdygtige respondenter (33 % mod f.eks. 48 % af de selvstændige respondenter). Blandt de respondenter, der svarede, at et produkts miljøpåvirkning er vigtig i deres købsbeslutninger, rapporterede 43 %, at de havde set EU-miljømærkets logo. Dette tal er 26 % for dem, der ikke er bekymrede over miljøpåvirkningen af de produkter, de køber.

2.2. Generel viden om EU-miljømærket

Respondenterne blev derefter præsenteret for fire fakta – og en falsk erklæring – om EU-miljømærket og blev spurgt, om disse er sande eller falske. Præsenteret med udsagnet "for at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier", giver 69 % af respondenterne det korrekte svar og svarer, at udsagnet er sandt, sammenlignet med 5 %, der mener, at denne erklæring er falsk, og 27 %, der indrømmer ikke at vide, om udsagnet er sandt eller falsk. Seks ud af ti respondenter (60 %) svarer, at udsagnet om, at "EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet", er sandt. Til sammenligning svarer 8 %, at denne erklæring er falsk, og 32 % "ved ikke". Mere end halvdelen af respondenterne (56 %) bekræfter, at EU-miljømærket er EU-mærket for miljøkvalitet, mens 7 % svarer, at denne erklæring er falsk, og 36 % "ved ikke". En ud af to respondenter svarer, at udsagnet "EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige" er sandt. 11 % svarer, at udsagnet er falsk, og 39 % "ved ikke".

Omkring fire ud af ti respondenter (41 %) svarer, at udsagnet "EU-miljømærket tildeles økologiske fødevarer og drikkevarer" er sandt, selv om denne erklæring er falsk, da der i øjeblikket ikke findes nogen produktgruppe for fødevarer eller foderprodukter under EU-miljømærkeordningen. Omkring en ud af syv respondenter (15 %) giver det korrekte svar og svarer, at udsagnet er falsk. Mere end fire ud af ti respondenter (44 %) ved ikke, om udsagnet er sandt eller falsk.

Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? (% af EU-27)



Der findes i øjeblikket ingen produktgruppe for fødevarer eller foder inden for EU's miljømærkeordning.

Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

På tværs af alle medlemsstater mener et flertal af respondenterne, at udsagnene "for at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier" er sande (fra 53 % i Nederlandene til 85 % i Rumænien). I de fleste lande svarer en noget lavere andel, at udsagnet om, at "EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet", er sandt (mellem 47 % i Tyskland og 72 % i Kroatien). Andelen af respondenter, der svarede, at udsagnet "EU-miljømærket er EU's miljømærke" er sandt, er den højeste i Kroatien (71 %), Danmark (69 %) og Bulgarien (68 %) og den laveste i Nederlandene (37 %) og Tjekkiet (39 %). Tilsvarende mener mellem 38 % af respondenterne i Ungarn og 63 % i Rumænien, at udsagnet "EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige" er sandt.

I alle lande ved ikke mere end én ud af fem respondenter, at udsagnet om, at "EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer", er falsk – fra 6 % i Litauen, 7 % i Polen og 8 % i Bulgarien og Rumænien til 18 % i Tyskland og Malta, 19 % i Danmark og Frankrig og 20 % i Italien.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? (% korrekte svar efter land)

	Sandt			Falsk	
	For at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier	EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet	EU's miljømærke er EU's miljømærke	EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige	EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer
EU-27	69	60	56	50	15
BE	67	60	49	49	15
BG	71	61	68	57	8
CZ	63	56	39	47	10
DK	67	62	69	43	19
DE	61	47	55	40	18
EE	63	54	48	40	11
IE	61	55	54	49	11
EL	74	64	55	52	11
ES	70	63	64	54	13
FR	73	71	54	53	19
HR	79	72	71	53	10
IT	73	67	57	55	20
CY	79	60	54	51	11
LV	62	54	46	45	10
LT	71	70	59	39	6
LU	69	65	53	49	16
HU	66	61	57	38	16
MT	77	66	66	57	18
NL	53	51	37	43	15
AT	67	53	60	48	13
PL	70	59	57	53	7
PT	74	62	65	52	10
RO	85	68	62	63	8
SI	72	68	64	59	10
SK	64	55	51	47	9
FI	64	60	59	57	9
SE	64	56	56	43	9

Basis: alle respondenter (n=26 635)

Sociodemografiske overvejelser

Forskelle i andelen af respondenter, der korrekt identificerer de fire fakta om EU-miljømærket, har tendens til at være for det meste mindre. Andelen, der svarer, at udsagnet "EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer", er falsk, er højere for yngre respondenter (fra 12 % for personer i alderen 55 år og derover til 20 % for personer i alderen 15-24 år), lavtuddannede respondenter (20 % mod 14 % af dem, der afsluttede deres uddannelse i alderen 20 år eller derover) og respondenter, der har set EU-miljømærket (20 % mod 12 % af dem, der ikke har set logoet).

Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? (% korrekte svar efter sociodemografi)

	Sandt			Falsk	
	For at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier	EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet	EU's miljømærke er EU's miljømærke	EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige	EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer
EU-27	69	60	56	50	15
Køn					
Mænd	68	60	57	51	15
Kvinder	70	60	56	49	14
Alder					
15-24	67	58	56	50	20
25-39	68	61	57	51	17
40-54	70	63	57	52	15
>=55	69	59	55	48	12
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)					
Op til 15 år	66	56	56	52	20
16-19 år	69	59	56	47	20
20+ år	71	63	58	52	14
Stadig studerer	68	59	55	52	18
Beskæftigelse					
Selvstændig erhvervsdrivende	69	62	58	54	16
Medarbejder	69	62	58	52	16
Manuel arbejdstager	68	58	58	49	16
Fungerer ikke	69	59	55	48	13
Urbanisering					
Landdistrikt	67	57	55	49	15
Lille/mellemstor by	69	61	56	50	15
Stor by / by	70	62	58	51	14
Betydningen af et produkts miljøpåvirkning i købsbeslutninger					
"Vigtigt" i alt	74	65	61	54	14
I alt "Ikke vigtigt"	56	49	44	39	17
Har set EU-miljømærket før					
Ja s	83	77	72	65	20

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Nej	58	48	45	40	12
Basis: alle respondenter (n=26 635)					

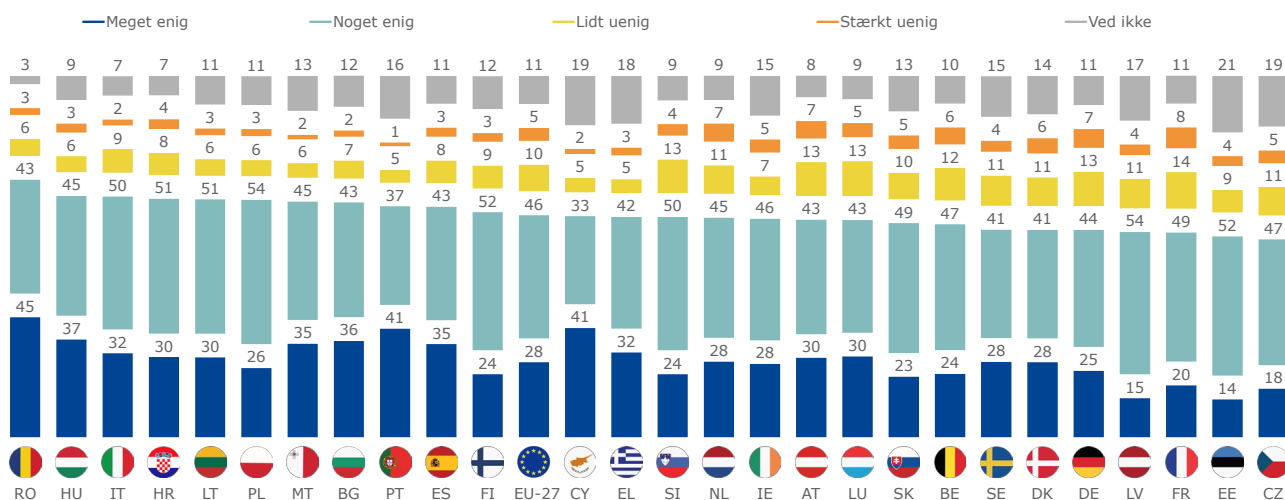
2.3. Tillid til EU-miljømærket

I gennemsnit er tre fjerdedele af respondenterne i hele EU enige i, at de har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet (28 % er "meget enige" og 46 % er "meget enige")³.

I Rumænien er 88 % af respondenterne "meget enige" eller "meget enige" i, at de har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet. Aftaleniveauet falder til ca. to tredjedele af respondenterne i Tjekkiet (66 %) og Estland (67 %), Frankrig (68 %) og Letland (68 %).⁴ Andelen, der er "meget enig", varierer mellem 14 % i Estland og 45 % i Rumænien.

Q7_1 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% efter land)

Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet



Basis: alle respondenter (n=26 635)

Der er kun få forskelle på tværs af sociodemografiske grupper i tillid til EU-miljømærket. Kvinder (77 %) er noget mere tilbøjelige end mænd (73 %) til at tilslutte sig udsagnet "Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet".

3 Efter at respondenterne blev spurgt, om de har set EU-miljømærket før (første kvartal), og hvilke udsagn om EU-miljømærket der er sande eller falske (andet kvartal), fik de en kort forklaring på EU-miljømærket. Efter at have modtaget disse oplysninger blev respondenterne stillet forskellige opfølgende spørgsmål, f.eks. om de har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning.

4 På grund af afrunding lægger procentsatserne for separate svarmuligheder, der vises i diagrammerne, ikke altid nøjagtigt op til de totaler, der er nævnt i teksten.

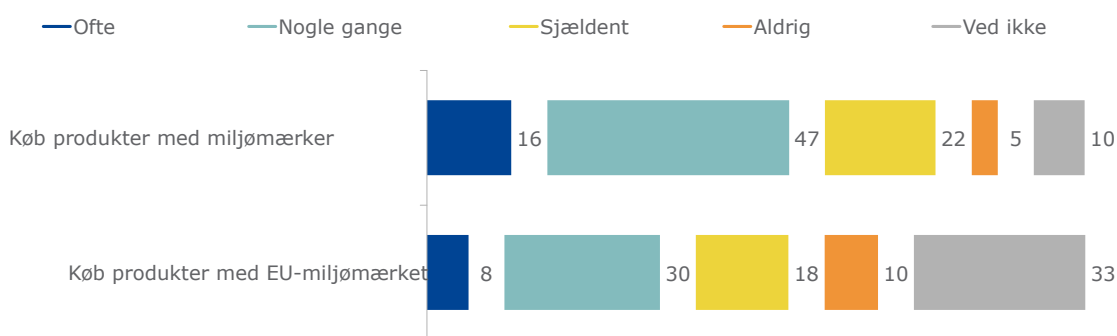
Afsnit 3. Køb af produkter med EU-miljømærket

3.1. Indkøbshyppighed for produkter med miljømærker

Mere end seks ud af ti respondenter svarer, at de køber produkter med miljømærker enten "ofte" (16 %) eller "nogle gange" (47 %). I modsætning hertil køber ca. en ud af fem respondenter (22 %) sjældent produkter med miljømærker, og 5 % køber aldrig produkter med miljømærker. En ud af ti respondenter (10 %) er usikre på, om nogle af de produkter, de køber, har et miljømærke.

Respondenterne blev også spurgt, hvor ofte de køber produkter med EU-miljømærket. På dette spørgsmål svarer ca. fire ud af ti respondenter, at de "ofte" (8 %) eller "nogle gange" (30 %) køber produkter med EU-miljømærket. Omkring hver sjette respondent (18 %) svarer, at de sjældent køber produkter med EU-miljømærket, og 10 % svarer, at de aldrig køber produkter med EU-miljømærket. I overensstemmelse med den relativt høje andel af respondenter, der aldrig har set EU-miljømærkets logo, ved 33 % af respondenterne ikke, om de køber EU-miljømærkede produkter eller ej.

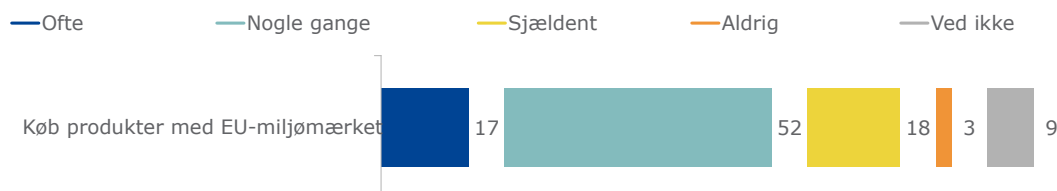
Q3 Hvor ofte...? (% af EU-27)



Basis: alle respondenter (n=26 635)

Blandt de respondenter, der rapporterer, at de har set EU-miljømærket før, svarer ca. syv ud af ti, at de køber produkter med mærket enten "ofte" (17 %) eller "nogle gange" (52 %). Omkring hver sjette af disse respondenter (18 %) svarer, at de sjældent køber produkter med EU-miljømærket, og 3 % svarer, at de aldrig køber produkter med EU-miljømærket. Omkring en ud af ti (9%) 'ved ikke'.

3. kvartal Hvor ofte...? (% af EU-27)



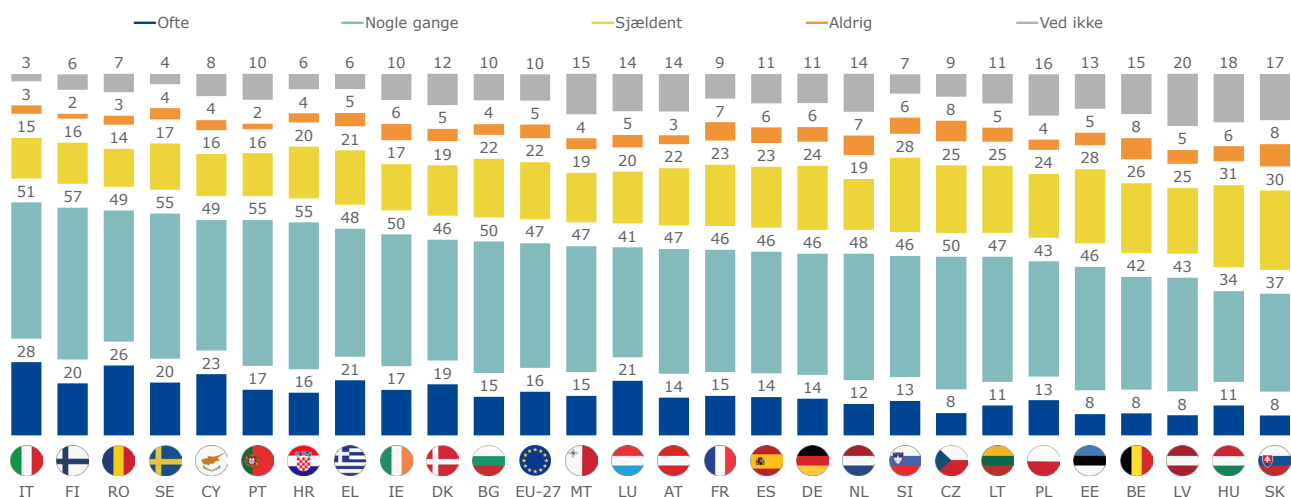
Basis: respondenter, der rapporterer, at de har set EU-miljømærket (n=9 482)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

I Italien (28 %), Rumænien (26 %) og Cypern (23 %) svarer ca. en fjerdedel – eller mere – af respondenterne, at de "ofte" køber produkter med miljømærker, i modsætning til 8 % af de respondenter, der svarer det samme i Belgien, Tjekkiet, Estland, Letland og Slovakiet. Andelen af respondenter, der svarer, at de "nogle gange" køber produkter med miljømærker, er højere end 50 % i Finland (57 %), Kroatien, Portugal og Sverige (alle 55 %) og Italien (51 %). Til sammenligning svarer omkring en tredjedel (34 %) det samme i Ungarn.

Q3_1 Hvor ofte...? (% efter land)

Køb produkter med miljømærker



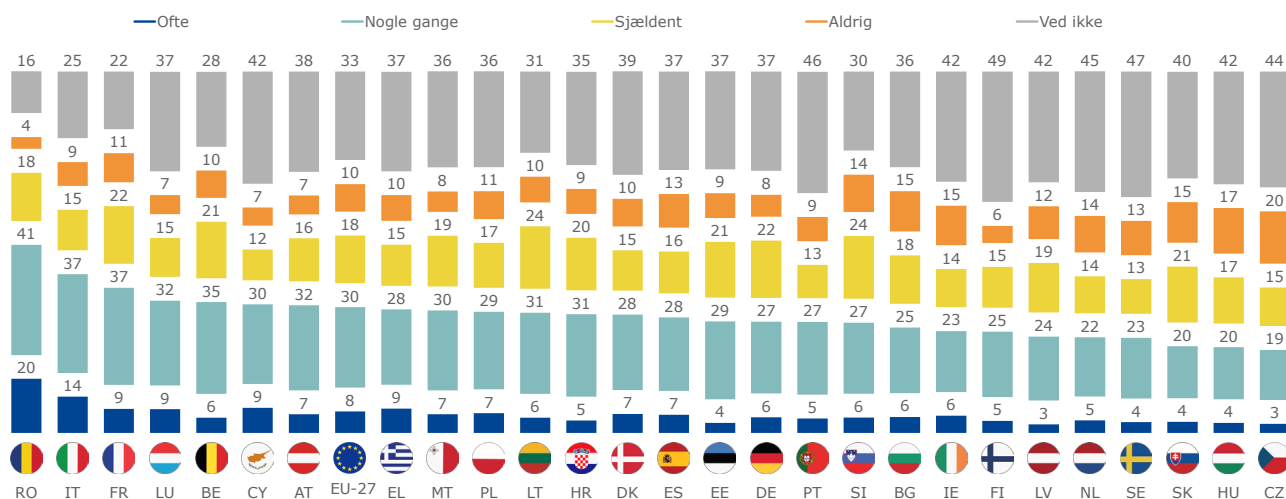
Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Andelen af respondenter, der "ofte" køber produkter med EU-mærket, er den højeste i Rumænien (20 %) efterfulgt af Italien (14 %), mens den er den laveste i Tjekkiet og Letland (begge 3 %). I Rumænien (41 %), Italien (37 %), Frankrig (37 %) og Belgien (35 %) køber mere end en tredjedel af respondenterne "nogle gange" EU-miljømærkeprodukter, i modsætning til ca. en ud af fem respondenter, der svarer det samme i Tjekkiet (19 %), Ungarn (20 %) og Slovakiet (20 %).⁵ I alle medlemsstater svarer en betydelig del af respondenterne uden at vide, hvor ofte de køber EU-miljømærkede produkter (fra 16 % i Rumænien til 49 % i Finland).

Q3_2 Hvor ofte...? (% efter land)

Køb produkter med EU-miljømærket



Basis: alle respondenter (n=26 635)

⁵ I Rumænien er den andel, der har set EU-miljømærkets logo, lavere end den andel, der "ofte" eller "nogle gange" køber EU-miljømærkede produkter. I de andre lande rapporterer et lille antal respondenter, der aldrig har set EU-miljømærket, også om at købe EU-miljømærkeprodukter "nogle gange". Det kan være, at respondenterne har antaget, at nogle af disse kan have fået EU-miljømærket, da de køber produkter med miljømærker. En anden grund kan være, at der er forvirring mellem forskellige miljømærker.

Sociodemografiske overvejelser

Kvinder (66 %) er mere tilbøjelige end mænd (61 %) til at rapportere, at de "ofte" eller "nogle gange" køber produkter med miljømærker; Der er dog ingen forskel med hensyn til hyppigheden af køb af produkter med EU-miljømærket.

Tilsvarende er der større sandsynlighed for, at højere uddannede respondenter rapporterer, at de "ofte" eller "nogle gange" køber produkter med miljømærker (fra 59 % for dem, der har afsluttet deres uddannelse i alderen 15 år eller derunder, til 66 % for dem, der har afsluttet deres uddannelse i alderen 20 år eller derover). Dette mønster ses imidlertid ikke ved køb af produkter med EU-miljømærket.

Selv om andelen af respondenter, der "ofte" eller "undertiden" køber produkter med miljømærker, stiger noget med alderen (fra 60 % for 15-24-årige til 65 % for personer på 55 år og derover), er andelen, der køber EU-miljømærkede produkter "ofte" eller "undertiden", dog lavest blandt personer på 55 år og derover (33 % mod 40 %-42 % for 15-54-årige).

Q3 Hvor ofte køber du produkter med miljømærker? (% 'Ofte' + 'Nogle gange' efter sociodemografi)

	Produkter med miljømærker	Produkter med EU-miljømærket
EU-27	63	38
Køn		
Mænd	61	39
Kvinder	66	38
Alder		
15-24	60	40
25-39	62	42
40-54	64	40
>=55	65	35
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)		
Op til 15 år	59	40
16-19 år	62	36
20+ år	66	40
Stadig studerer	63	38
Beskæftigelse		
Selvstændig erhvervsdrivende	68	47
Medarbejder	65	42
Manuel arbejdstager	58	38
Fungerer ikke	62	34
Urbanisering		
Landdistrikt	61	37
Lille/mellemstor by	64	39
Stor by / by	65	39
Betydningen af et produkts miljøpåvirkning i købsbeslutninger		
"Vigtigt" i alt	76	47

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

I alt "Ikke vigtigt	31	15
Basis: alle respondenter (n=26 635)		

Manuelle arbejdstagere er mindre tilbøjelige end deres kolleger i andre erhvervsgrupper til "ofte" eller "nogle gange" at købe produkter med miljømærker (58 % mod 62 %-68 %). sammen med dem, der ikke arbejder, er de også mindre tilbøjelige til at købe produkter med EU-miljømærket (38 % for manuelle arbejdstagere og 34 % af dem, der ikke arbejder, mod 42 % af de ansatte og 47 % af de selvstændige respondenter).

Respondenter, der rapporterer, at et produkts miljøpåvirkning er vigtig i deres købsbeslutninger, er to til tre gange mere tilbøjelige til at købe produkter med miljømærker (76 % mod 31 % af dem, der ikke anser miljøpåvirkningen for vigtig) og produkter med EU-miljømærket (henholdsvis 47 % mod 18 %).

3.2. Almindeligt indkøbte EU-miljømærkeprodukter

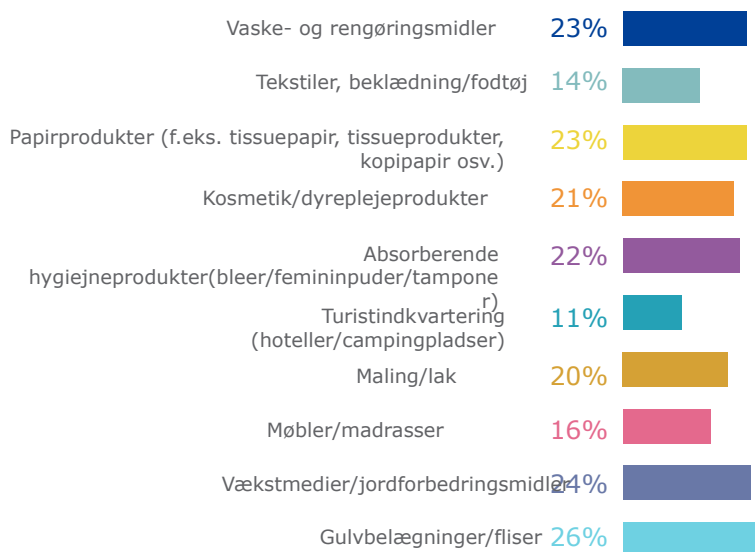
For at undersøge, hvilke kategorier af EU-miljømærkede produkter der købes hyppigst, fik respondenterne først en liste over produkter og spurgte, hvilke af disse produkter de har købt inden for de seneste 12 måneder. For de produkter, de har købt inden for de seneste 12 måneder, blev de spurgt, om nogen af disse havde EU-miljømærket. Det er vigtigt at bemærke igen, at i overensstemmelse med de resultater, der blev drøftet i det foregående afsnit, svarer ca. en ud af to respondenter i hele EU (48 %), at de ikke ved, om nogen af de produkter, de købte, havde EU-miljømærket.

I figuren på næste side er der for hver produktkategori fokus på respondenter, der har købt et produkt i den specifikke produktkategori inden for de seneste 12 måneder. Som sådan viser figuren for hver produktkategori, hvor stor en andel af "køberne" der rapporterer, at de i det mindste har købt nogle produkter med EU-miljømærket.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Samlet set kan det bemærkes, at andelen af respondenter, der købte i det mindste nogle produkter med EU-miljømærket, fortsat ligger på eller under en fjerdedel for alle produktkategorier. F.eks. svarer ca. en fjerdedel af de respondenter (23 %), der har købt "vaskemidler/rengøringsprodukter" inden for de seneste 12 måneder, at de har købt mindst nogle med EU-miljømærket. Andelen af respondenter, der har købt i det mindste nogle produkter med EU-miljømærket, er den laveste – med 11 % – for turistindkvarteringstjenester (hotel/campingpladser). Det ser ud til at være det højeste for vækstmedier/jordforbedringsmidler og gulvbelægninger/fliser, men der bør udvises en vis forsigtighed ved fortolkningen af disse tal, da kun et mindretal af respondenterne har købt produkter i disse kategorier inden for de seneste 12 måneder.

Q4b Har du købt nogle af følgende produkter med EU-miljømærket inden for de seneste 12 måneder? Vælg alle, der gælder. (% af EU-27)



Base: fra n=2 758 (Gulvbelægning/fliser) til n=21 141 (Opvaskemidler/rengøringsprodukter) – Base varierer efter produkt med fokus på respondenter, der har angivet, at de har købt produktkategorien inden for de seneste 12 måneder

Tabellen på næste side viser resultaterne på tværs af lande og fokuserer stadig for hver produktkategori på respondenter, der har købt den specifikke produktkategori inden for de seneste 12 måneder. Det skal erindres, at dette tal for hver produktkategori viser, hvor stor en andel af "køberne" der rapporterer, at de i det mindste har købt nogle produkter med EU-miljømærket.

I overensstemmelse med EU-gennemsnittet ligger andelen af respondenter, der købte mindst nogle produkter med EU-miljømærket, i de fleste lande fortsat på eller under en fjerdedel for alle produktkategorier. Denne andel varierer f.eks. mellem 4 % for turistindkvarteringstjenester (hotel/campingpladser) og 22 % for vaske- og rengøringsmidler/rengøringsprodukter i Slovenien og mellem 8 % for turistindkvarteringstjenester (hotel/campingpladser) og 22 % for kosmetik/dyreplejeprodukter i Spanien. I et lille antal lande (f.eks. Frankrig, Italien og Rumænien) er andelen af respondenter, der købte i det mindste nogle produkter med EU-miljømærket, højere end en fjerdedel for mange produktkategorier. I Frankrig varierer denne andel f.eks. mellem 15 % for turistindkvarteringstjenester (hotel/campingpladser) og 33 % for absorberende hygiejneprodukter (bleer/femininpuder/tamponer) – det tilsvarende tal er 44 % for gulvbelægning/fliser, men der bør udvises en vis forsigtighed ved fortolkningen af dette tal, da få respondenter har købt denne type produkt inden for de seneste 12 måneder.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q4b Har du købt nogle af følgende produkter med EU-miljømærket inden for de seneste 12 måneder?

Vælg alle, der gælder. (% efter land)

	Vaske - og rengø rings midler	Tekstiler, beklædn ing/fodtø j	Papirprodukter (f.eks. tissuepapir, tissueprodukter , kopipapir osv.)	Kosmetik/ produkter til dyrepleje	Absorbere nde hygiejnepr odukter (bleer/ feminine puder/tam poner)	Turistindk vartering (hoteller/c ampingpl adser)	Maling /lakker	Møbler/ sengemad rasser	Vækstme dier/ jordforbe dringsmid ler*	Gulvbelæ gninger/ fliser*
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
BE	26	12	20	18	16	12	17	18	31	24
BG	19	12	22	19	17	6	13	11	20	15
CZ	16	7	15	16	14	6	12	9	11	16
DK	21	12	15	13	12	10	10	13	14	20
DE	19	13	21	17	17	10	21	14	29	22
EE	23	8	18	18	16	6	11	10	11	10
IE	17	10	16	12	14	8	11	15	16	14
EL	29	13	25	24	20	10	18	21	24	22
ES	19	13	21	22	20	8	20	11	19	22
FR	29	19	29	28	33	15	26	24	32	44
HR	18	11	18	18	12	4	9	8	14	5
IT	30	17	32	24	24	15	22	20	28	28
CY	25	12	25	20	16	10	26	13	26	12
LV	19	5	17	12	11	6	10	11	12	17
LT	30	11	20	20	20	9	17	13	18	17
LU	28	12	25	17	15	7	11	6	10	0
HU	17	9	18	11	13	8	9	8	19	10
MT	24	10	20	16	18	9	14	11	17	10
NL	16	10	14	12	11	8	10	13	27	22
AT	20	11	17	19	17	8	17	14	17	16
PL	21	12	21	22	20	9	16	15	27	23
PT	21	10	19	19	15	10	13	11	19	10
RO	42	33	39	39	40	18	30	33	43	40
SI	22	10	21	15	16	4	13	15	19	13
SK	15	10	16	15	11	7	13	13	15	15
FI	13	7	12	10	12	6	13	11	11	27
SE	18	12	13	13	16	11	18	12	14	26

* Forsigtig: små
basisstørrelser på
landeniveau (& lt;
150)

Base: fra n=2 758
(Gulvbelægning/fl
iser) til n=21 141
(Opvaskemidler/r
engøringsprodukt
er) – Base
varierer efter
produkt med
fokus på
respondenter, der
har angivet, at de
har købt

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

produktkategorien
inden for de
seneste 12
måneder

Sociodemografiske overvejelser

Respondenter på 55 år og derover har en tendens til at være mindre tilbøjelige end deres yngre modparter til at indberette køb af produkter med EU-miljømærket i de forskellige produktkategorier. Blandt respondenter, der køber papirprodukter, rapporterer 18 % af de over 54-årige f.eks., at de køber produkter med EU-miljømærket, og dette tal stiger til 28 % for 15-24-årige og 29 % for 25-39-årige.

Selvstændige respondenter er generelt de mest sandsynlige, og ikke-arbejdsdygtige respondenter er de mindst sandsynlige til at rapportere, at de køber produkter med EU-miljømærket i hver af produktkategorierne. Blandt de respondenter, der køber vaske- og rengøringsmidler/rengøringsprodukter, rapporterer 31 % af de selvstændige respondenter f.eks., at de køber mindst nogle af disse produkter med EU-miljømærket. Dette tal falder til 19 % for respondenter, der ikke arbejder.

Der er også nogle forskelle efter køn og på tværs af uddannelsesgrupper. Blandt de respondenter, der køber kosmetik/dyrepøjprodukter, rapporterer 23 % af de respondenter, der har afsluttet deres uddannelse i alderen 20 år eller derover, f.eks., at de har købt denne type produkter med EU-miljømærket, sammenlignet med 15 % af de respondenter, der har afsluttet deres uddannelse i alderen 15 år eller derunder.

Q4b Har du købt nogle af følgende produkter med EU-miljømærket inden for de seneste 12 måneder?

Vælg alle, der gælder. (% efter sociodemografi)

	Vaske- og rengøringsmidler	Tekstiler, beklædning/fodtøj	Papirprodukter (f.eks. tissuepapir, tissueprodukt, kopipapir osv.)	Kosmetik/produkter til dyrepøj	Absorbere (f.eks. hygiejneprodukter (bleer/femininpuder/tamponer))	Turistindkvartering (hoteller/campingpladser)	Maling/lakker	Møbler/sengemadrasser	Vækstmedier/jordforbedringsmidler*	Gulvbelægninger/fliser*
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
Køn										
Mænd	23	16	24	22	28	12	22	18	27	29
Kvinder	23	13	22	20	18	9	16	14	20	22
Alder										
15-24	26	20	28	24	26	15	27	22	38	35
25-39	28	19	29	25	26	15	25	21	35	32
40-54	25	14	23	22	20	10	17	13	20	22
>=55	19	10	18	16	17	7	16	12	13	16
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)										
Op til 15 år	23	17	26	15	29	16	17	19	31	27
16-19 år	20	11	21	17	19	8	16	13	19	21
20+ år	25	15	23	23	22	10	21	16	23	26
Stadig studerer	26	17	27	23	23	17	21	19	31	32
Beskæftigelse										
Selvstændig erhvervsdrivende	31	23	32	29	31	19	29	25	31	39
Medarbejder	27	17	26	24	25	13	22	18	28	25
Manuel arbejdstager	24	14	26	20	25	13	17	17	28	33

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

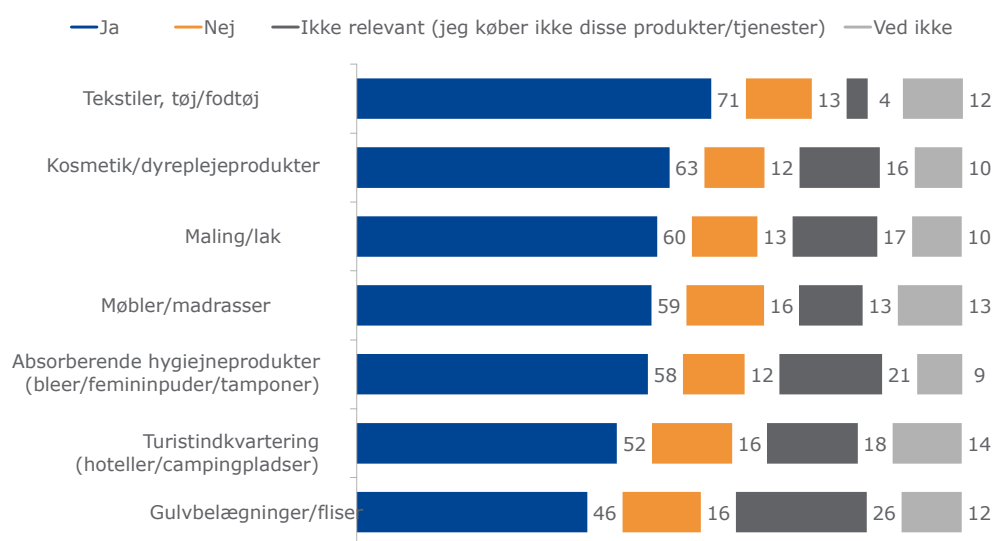
Fungerer ikke	19	10	18	16	16	6	15	11	16	19
------------------	----	----	----	----	----	---	----	----	----	----

Base: fra n=2 758 (Gulvbelægning/fliser) til n=21 141 (Opvaskemidler/rengøringsprodukter) – Base varierer efter produkt med fokus på respondenter, der har angivet, at de har købt produktkategorien inden for de seneste 12 måneder

3.3. Tilbyder flere produkter med EU-miljømærket

For hver kategori af EU-miljømærkede produkter blev respondenterne spurgt, om de ønsker at finde flere produkter, der er mærket med EU-miljømærket. For alle kategorier er antallet af respondenter, der gerne vil finde flere EU-miljømærkede produkter, langt større end antallet af respondenter, der siger det modsatte. 71 % svarer f.eks., at de gerne vil finde flere EU-miljømærkede produkter i tekstiler, tøj/fodtøj sammenlignet med 13 %, der ikke ønsker at finde flere produkter, 4 %, der angiver, at de ikke køber denne type produkter, og 12 %, der "ved det ikke". For de andre kategorier varierer andelen, der ønsker at finde flere EU-miljømærkede produkter, mellem 46 % for gulvbelægningsfliser og 63 % for kosmetik/dyreplejeprodukter.

Spørgsmål 6 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? (% af EU-27)



Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

I alle lande svarer et flertal af respondenterne, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kategorien tekstiler, beklædning/fodtøj (fra 54 % i Tjekkiet til 83 % i Portugal og Rumænien). Et lignende billede ses for kosmetik og produkter til dyrepleje, hvor mere end halvdelen af respondenterne i alle lande udtrykker ønske om at finde flere produkter med EU-miljømærket inden for denne kategori (fra 51 % i Tjekkiet til 75 % i Croatia).

Andelen af respondenter, der gerne vil finde flere EU-miljømærkede produkter i kategorien maling/lak, er den højeste i Bulgarien (72 %), Grækenland (71 %) og Spanien (70 %) og den laveste i Finland (43 %), Letland (46 %), Estland (47 %), Tjekkiet og Danmark (begge 48 %).

I 20 medlemsstater svarer mindst halvdelen af respondenterne, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket inden for kategorien møbler/sengemadrasser. Andelen af respondenter, der svarede på dette, varierer fra 43 % i Estland til 73 % i Portugal.

Omkring syv ud af ti respondenter i Cypern (72 %), Portugal (71 %), Grækenland (71 %), Bulgarien (70 %), Spanien (70 %), Italien (69 %) og Rumænien (68 %) svarer, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kategorien absorberende hygiejneprodukter. I modsætning hertil nævner mindre end halvdelen af respondenterne det samme i Danmark (42 %), Estland (44 %), Tyskland (46 %), Nederlandene (46 %) og Belgien (49 %).

Mere end to tredjedele af respondenterne i Portugal (69 %), Spanien (68 %) og Cypern (67 %) nævner, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket inden for kategorien turistindkvarteringstjenester. I Tjekkiet svarer ca. en tredjedel af respondenterne (35 %) det samme.

Bulgarien (61 %), Spanien (59 %), Italien (57 %), Portugal (54 %), Grækenland og Rumænien (53 %) er de eneste lande, hvor mere end halvdelen af respondenterne svarer, at de gerne vil finde flere EU-miljømærkede produkter i kategorien gulvbelægninger/fliser. Til sammenligning giver mindre end en tredjedel af respondenterne det samme svar i Danmark (28 %) og Estland (32 %).

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Spørgsmål 6 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? (% "Ja" efter land)

	Tekstiler, tøj/fodtøj	Kosmetik/ produkter til dyrepleje	Maling/ lakker	Møbler/ sengemadrasser	Absorberende hygiejneprodukter	Turistindkvartering	Gulvbelægninger/ fliser
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
BE	63	57	50	46	49	43	35
BG	78	71	72	67	70	62	61
CZ	54	51	48	45	50	35	33
DK	60	52	48	44	42	36	28
DE	65	57	53	52	46	42	37
EE	56	54	47	43	44	35	32
IE	72	66	61	59	59	58	47
EL	76	68	71	69	71	63	53
ES	76	69	70	70	70	68	59
FR	71	63	61	61	59	54	46
HR	79	75	68	65	64	52	46
IT	77	68	67	68	69	59	57
CY	77	73	66	72	72	67	49
LV	58	56	46	49	51	37	38
LT	62	61	52	49	52	41	42
LU	70	60	54	51	54	47	36
HU	65	66	52	50	55	45	39
MT	78	71	66	61	66	61	46
NL	61	56	54	47	46	43	41
AT	68	66	51	53	56	47	37
PL	73	56	61	53	58	48	47
PT	83	73	68	73	71	69	54
RO	83	68	65	67	68	61	53
SI	66	63	55	51	51	47	35
SK	67	62	58	51	57	44	36
FI	66	60	43	51	46	47	33
SE	67	57	53	56	52	46	37

Basis: alle respondenter (n=26 635)

Sociodemografiske overvejelser

Kvinder er mere tilbøjelige end mænd til at svare, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kategorierne tekstiler, tøj/fodtøj (74 % mod 67 %), kosmetik/dyreplejeprodukter (68 % mod 57 %) og absorberende hygiejneprodukter (65 % mod 51 %).

Respondenter på 55 år eller derover er mindre tilbøjelige til at svare, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kosmetik/dyreplejeprodukter (59 % mod 65 % i yngre aldersgrupper), absorberende hygiejneprodukter (51 % mod 61 %-65 %) og turistindkvarteringstjenester (48 % mod 52 %-56 %). I modsætning hertil har respondenter i alderen 15-24 år en lavere tendens til at svare, at de ønsker flere EU-miljømærkede produkter i kategorierne "maling/lak" (52 % mod 64-59 %) og "møbler/sengemadrasser" (54 % mod 62-59 %).

Respondenter med et højere uddannelsesniveau er generelt mere tilbøjelige til at svare, at de ønsker flere produkter mærket med EU-miljømærket. Dette er f.eks. tilfældet for tekstiler, beklædning/fodtøj, hvor 74 % af de respondenter, der afsluttede deres uddannelse i alderen 20 år eller derover, gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket, sammenlignet med 71 % af de respondenter, der afsluttede deres uddannelse i alderen 16-19 år, og 61 % af de respondenter, der stoppede uddannelsen, før de var 16 år.

Medarbejderne svarer i højere grad end respondenterne i andre erhvervsgrupper, at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kategorierne absorberende hygiejneprodukter (63 % mod 55 %-58 %), maling/lak (63 % mod 56 %-59 %) og møbler/sengemadrasser (61 % mod 53 %-58 %).

At bo i et mere urbant område hænger generelt sammen med et stærkere ønske om at finde flere produkter, der er mærket med EU-miljømærket. 74 % af de adspurgte, der bor i en stor by, svarer f.eks., at de gerne vil finde flere produkter med EU-miljømærket i kategorien tekstiler, beklædning/fodtøj, i modsætning til 70 % af de adspurgte, der bor i en lille/mellemstor by, og 69 % af de adspurgte, der bor i et landdistrikt.

Respondenter, der mener, at miljøpåvirkningen er et vigtigt aspekt af beslutningen om at købe et produkt, og respondenter, der tidligere har set EU-miljømærket, vil gerne finde flere produkter med EU-miljømærket i alle produktkategorier.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

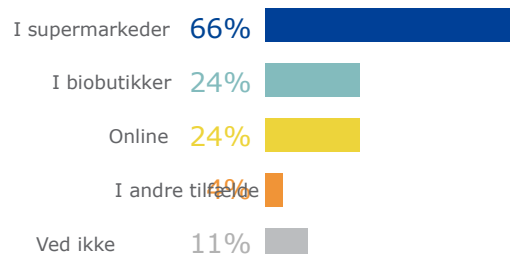
Spørgsmål 6 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? (% "Ja" i alt efter sociodemografi)

	Tekstiler, beklædn ingsfodt øj	Kosmetik/ dyreplejepr odukter	Maling/ lak	Møbler/ madrass er	Absorberende hygiejneprodukt er (bleer/femininpu der/tamponer)	Turistindkva rtering	Gulvbelæ gninger/ fliser
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
Køn							
Mænd	67	57	60	58	51	52	46
Kvinder	74	68	60	60	65	52	46
Alder							
15-24	67	65	52	54	61	52	42
25-39	68	65	59	59	65	55	48
40-54	72	65	64	62	63	56	51
>=55	73	59	61	59	51	48	43
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)							
Op til 15 år	61	53	50	52	52	44	37
16-19 år	71	61	60	59	56	49	45
20+ år	74	66	64	62	62	57	50
Stadig studerer	71	68	56	58	61	55	45
Beskæftigelse							
Selvstændig erhvervsdrive nde	65	63	59	58	58	54	51
Medarbejder	72	66	63	61	63	57	50
Manuel arbejdstager	64	56	56	53	55	48	43
Fungerer ikke	72	61	59	58	55	48	43
Urbanisering							
Landdistrikt	69	61	59	56	56	48	43
Lille/ mellemstor by	70	62	59	59	58	52	46
Stor by / by	74	64	62	61	61	56	48
Betydningen af et produkts miljøpåvirkning i købsbeslutninger							
"Vigtigt" i alt	80	70	67	67	66	60	53
I alt "Ikke vigtigt"	47	42	40	36	39	31	27
Har set EU-miljømærket før							
Ye	79	72	70	69	68	62	56
Nej	64	55	52	51	51	45	40

Basis: alle respondenter (n=26 635)

3.4. Køb af EU-miljømærkede produkter i supermarkeder,

Q5 Hvor køber du oftest produkter med EU-miljømærket? (flere svar tilladt) (% EU27)



Basis: respondenter, der har købt produkter med EU-miljømærket (n=14 194)

biobutikker og online

Respondenter, der har købt produkter med EU-miljømærket, blev spurgt, hvor de oftest køber disse produkter. Langt den største andel (66 %) svarer, at de oftest køber produkter med EU-miljømærket i supermarkeder. Omkring en fjerdedel af respondenterne (24 %) svarer, at de oftest køber EU-miljømærkede produkter i biobutikker. samme andel (24 %) svarer, at de oftest køber EU-miljømærkede produkter online.

I alle medlemsstater svarer ca. halvdelen – eller mere – af respondenterne, at de oftest køber EU-miljømærkede produkter i supermarkeder (fra 47 % i Sverige til 80 % i Frankrig). Andelen, der køber EU-miljømærkede produkter hyppigst i biobutikker, varierer mellem 12 % i Danmark og 39 % i Bulgarien. Onlinebutikker nævnes af mellem 5 % af respondenterne i Portugal og 37 % i Polen.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q5 Hvor køber du oftest produkter med EU-miljømærket? (flere svar tilladt) (% efter land)

	I supermarkeder	I biobutikker	Online	I andre tilfælde	Ved ikke
EU-27	66	24	24	4	11
BE	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
FR	80	24	19	3	7
HR	58	30	12	6	17
IT	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

Basis: respondenter, der har købt produkter med EU-miljømærket (n=14 194)

Sociodemografiske overvejelser

Den sociodemografiske analyse viser, at mænd (26 %) er noget mere tilbøjelige end kvinder (23 %) til at købe produkter med EU-miljømærket online. Derudover er respondenter i alderen 25-39 (35 %) generelt mest tilbøjelige til at købe EU-miljømærkede produkter online, mens respondenter i alderen 55 (16 %) og derover er mindst tilbøjelige til at gøre det. Respondenter i alderen 25-39 år (31 %) og personer i alderen 15-24 år (29 %) er også mere tilbøjelige til at nævne bi butikker (sammenlignet med 23 % af dem i alderen 40-54 år og 19 % af dem i alderen 55+). Andelen, der oftest køber produkter med EU-miljømærket i supermarkeder, stiger med alderen (fra 58 % for personer i alderen 15-24 år til 69 % for personer i alderen 55 år og derover).

Den største forskel på tværs af uddannelsesgrupper ses for den andel, der oftest køber EU-miljømærkede produkter i supermarkeder. Mens 56 % af de respondenter, der afsluttede deres uddannelse i alderen 15 år eller derunder, vælger "i supermarkeder", stiger dette tal til 69 % for dem, der afsluttede deres uddannelse i alderen 20 år eller derover.

Q5 Hvor køber du oftest produkter med EU-miljømærket? (% efter sociodemografi)

	I supermarkeder	I bi butikker	Online	I andre tilfælde	Ved ikke
EU-27	66	24	24	4	11
Køn					
Mænd	67	24	26	4	11
Kvinder	66	25	23	5	11
Alder					
15-24	58	29	28	5	9
25-39	65	31	35	5	8
40-54	68	23	25	4	10
>=55	69	19	16	5	14
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)					
Op til 15 år	56	25	23	8	12
16-19 år	67	20	21	4	13
20+ år	69	27	27	5	10
Stadig studerer	64	29	25	3	7
Beskæftigelse					
Selvstændig erhvervsdrivende	64	33	31	5	7
Medarbejder	66	29	29	5	9
Manuel arbejdstager	57	23	28	5	10
Fungerer ikke	69	18	18	4	13
Urbanisering					
Landdistrikt	65	22	23	4	11
Lille/mellemstor by	67	24	24	4	11
Stor by / by	66	27	26	6	11

Basis: alle respondenter (n=14 194)

Andelen af respondenter, der vælger "i bi butikker", er den højeste blandt selvstændige (33 % mod f.eks. 18 % af respondenter, der ikke arbejder), mens andelen af respondenter, der nævner "i supermarkeder", er den laveste blandt manuelle arbejdstagere (57 % mod 69 % af respondenter, der ikke arbejder). Ikke-arbejdsdygtige respondenter er mindre tilbøjelige til at nævne at købe EU-miljømærkede produkter online (18 % mod 28-31 % på tværs af de andre erhvervsgrupper).

Køb af produkter med EU-miljømærket i biobutikker er også noget mere almindeligt blandt respondenter, der bor i store byer (27 %), end blandt respondenter, der bor i flere landdistrikter (22 %-24 %).

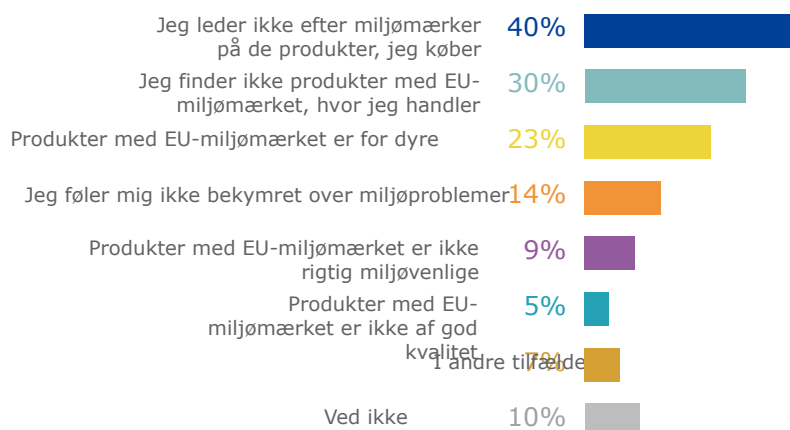
3.5. Grunde til ikke at købe produkter med EU-miljømærket

Respondenter, der aldrig har købt EU-miljømærkede produkter, blev spurgt om årsagerne til deres beslutning. De kunne vælge fra en foruddefineret liste over årsager og kunne give flere svar.⁶

Årsagen, som disse respondenter oftest vælger, er "Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber" (valgt med 40 %). "Jeg er ikke bekymret for miljøspørgsmål" vælges af 14 % af respondenterne. I alt vælger 48 % af respondenterne en eller begge af de ovennævnte årsager.

Tre ud af ti respondenter (30 %) svarer, at de ikke finder produkter med EU-miljømærket, hvor de handler. Efterfølgende vælges 23 % som årsag til, at produkter med EU-miljømærket er for dyre. Mindre tal vælger som årsag, at produkter med EU-miljømærket ikke reelt er miljøvenlige (9 %) eller ikke er af god kvalitet (5 %).

Q8 Hvorfor køber du ikke produkter med EU-miljømærket? (% af EU-27)



Basis: respondenter, der aldrig køber produkter med EU-miljømærket (n=2 882)

⁶ Basisstørrelsen er for lille (n<150) til at præsentere resultater på individuelt landeniveau.

Sociodemografiske overvejelser

På spørgsmålet om, hvorfor de ikke køber produkter med EU-miljømærket, er mænd mere tilbøjelige end kvinder til at svare med "Jeg føler mig ikke bekymret over miljøspørgsmål" (21 % mod 8 %), "produkter med EU-miljømærket er ikke virkelig miljøvenlige" (13 % mod 6 %) og "produkter med EU-miljømærket er ikke af god kvalitet" (6 % mod 3 %). Respondenter i alderen 15-24 år (9 %) er også mere tilbøjelige end respondenter over 40 år (3-4 %) til at nævne sidstnævnte – dvs. at "produkter med EU-miljømærket ikke er af god kvalitet". En anden forskel på tværs af aldersgrupperne er f.eks., at respondenter i alderen 15-24 år oftere angiver, at de ikke finder produkter med EU-miljømærket, hvor de handler (36 % mod 27 %-30 % i de ældre aldersgrupper).

Den største forskel på tværs af uddannelsesgrupper ses for andelen af respondenter, der vælger "produkter med EU-miljømærket er ikke virkelig miljøvenlige", hvilket er den højeste blandt respondenter, der har stoppet deres uddannelse, før de var 16 år (18 % mod 8 %-9 % for respondenter med højere uddannelse).

Q8 Hvorfor køber du ikke produkter med EU-miljømærket? (% efter sociodemografi)

	Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber	Jeg finder ikke produkter med EU-miljømærket, hvor jeg handler	Produkter med EU-miljømærket er for dyre	Jeg føler mig ikke bekymret over miljøproblemer	Produkter med EU-miljømærket er ikke rigtig miljøvenlige	Produkter med EU-miljømærket er ikke af god kvalitet
EU-27	40	30	23	14	9	5
Køn						
Mænd	42	28	21	21	13	6
Kvinder	38	32	25	8	6	3
Alder						
15-24	40	36	24	14	10	9
25-39	41	28	24	16	12	6
40-54	34	27	23	16	8	4
>=55	43	30	23	11	8	3
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)						
Op til 15 år	38	32	25	11	18	7
16-19 år	38	30	23	14	8	4
20+ år	41	30	24	15	9	4
Stadig studerer	45	37	26	11	6	6
Beskæftigelse						
Selvstændig erhvervsdrivende	42	23	21	25	15	12
Medarbejder	38	27	24	15	11	6
Manuel arbejdstager	45	29	27	21	15	8
Fungerer ikke	40	33	23	10	6	2
Urbanisering						
Landdistrikt	42	28	25	12	10	5
Lille/mellemstor by	39	29	24	16	9	5
Stor by / by	39	32	21	13	9	4
Basis: alle respondenter (n=2 882)						

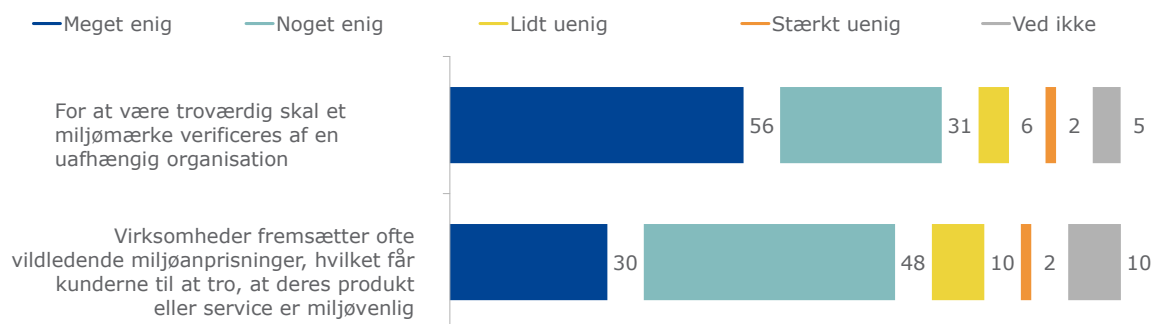
Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Selvstændige respondenter (25 %) og manuelle arbejdstagere (21 %) er mere tilbøjelige end ansatte (15 %) og dem, der ikke arbejder (10 %), til ikke at købe produkter med EU-miljømærket, fordi de ikke føler sig berørt af miljøspørgsmål. et lignende mønster ses for "Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber", og "produkter med EU-miljømærket er ikke virkelig miljøvenlige". Manuelle arbejdstagere nævner også noget oftere, at produkter med EU-miljømærket er for dyre (27 % mod f.eks. 21 % af de selvstændige respondenter). De, der ikke arbejder, er mere tilbøjelige til at sige, at de ikke finder produkter med EU-miljømærket, hvor de handler (33 % mod f.eks. 23 % af de selvstændige respondenter).

Afsnit 4. Miljømærker og anprisninger

I gennemsnit er omkring otte ud af ti respondenter i hele EU enige i, at virksomheder ofte fremsætter vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller tjeneste er miljøvenlig (30 % er "meget enige" og 48 % er "i nogen grad enige"). Samtidig er næsten ni ud af ti respondenter enige i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation (56 % er "meget enige" og 31 % er "i nogen grad enige").

Q7 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% af EU-27)

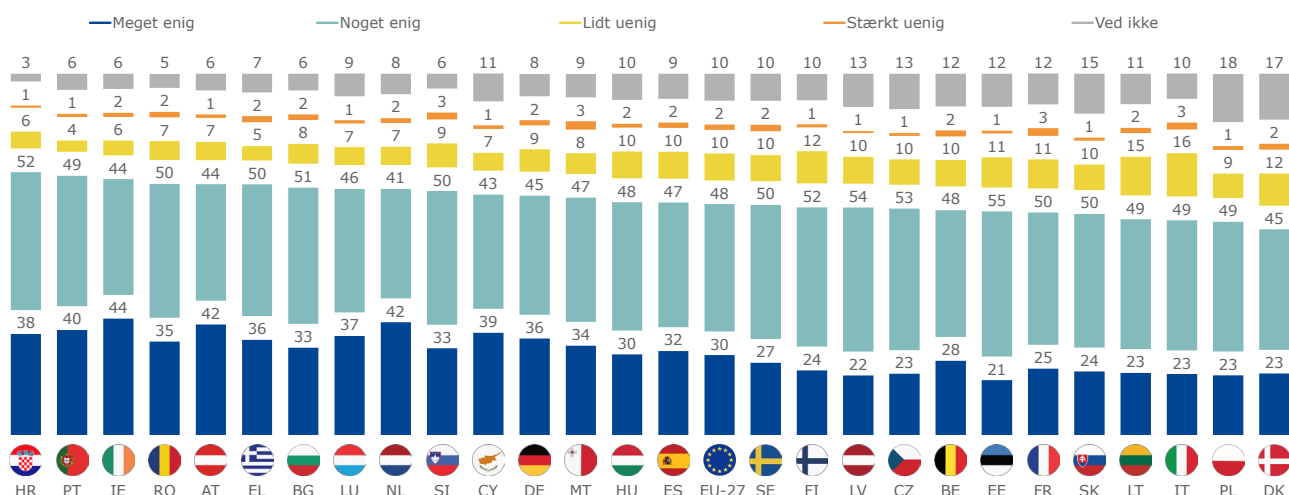


Basis: alle respondenter (n=26 635)

I alle medlemsstater er mindst to tredjedele af respondenterne "meget" eller "meget enige" i, at virksomheder ofte fremsætter vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller tjeneste er miljøvenlig. Aftaleniveauet varierer fra 68 % i Tjekkiet til ca. 89 % i Portugal og 90 % i Kroatien.

Q7_3 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% efter land)

Virksomheder fremsætter ofte vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller service er miljøvenlig



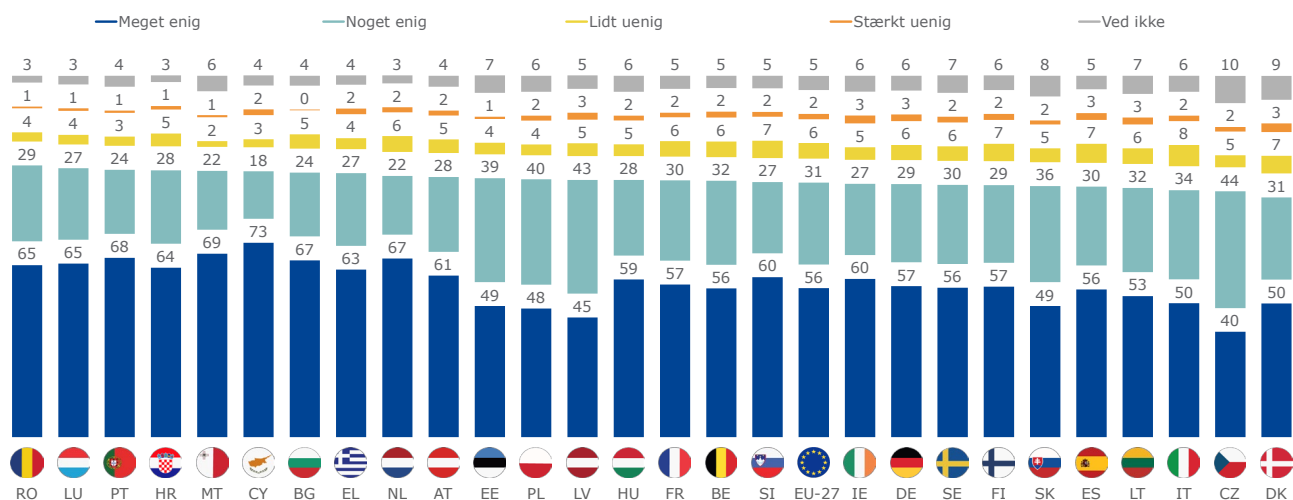
Basis: alle respondenter (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Den samlede andel, der er enig i, at et miljømærke skal verificeres af en uafhængig organisation for at være troværdigt, er den højeste i Rumænien (93 %), Luxembourg og Portugal (begge 92 %) Kroatien, Bulgarien, Cypern og Malta (alle 91 %).⁷ Det laveste – men stadig meget høje – niveau af enighed observeres i Danmark (81 %). Desuden er et flertal af respondenterne i langt de fleste medlemsstater "meget enige" i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation (f.eks. 73 % i Cypern, 69 % i Malta og 68 % i Portugal).

Q7_2 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% efter land)

For at være troværdig skal et miljømærke verificeres af en uafhængig organisation



Basis: alle respondenter (n=26 635)

Sociodemografiske overvejelser

Den samlede andel, der er enig i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation, stiger med alderen, fra 78 % for respondenter i alderen 15-24 år til 91 % for dem i alderen 55 år og derover. Overensstemmelse med denne erklæring er også højere blandt respondenter, der afsluttede deres uddannelse i alderen 16 år eller derover (89 %-90 %), sammenlignet med respondenter, der forlod skolen i alderen 15 år eller yngre (76 %). Lavereuddannede respondenter er også mindre tilbøjelige til at "meget" eller "meget enige" om, at virksomheder ofte fremsætter vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller service er miljøvenligt (henholdsvis 74 % mod 78 %-80%).

Respondenter, der ikke arbejder (89 %), og ansatte (87 %) er mere tilbøjelige end selvstændige respondenter (83 %) og manuelle arbejdstagere (80 %) til at være "meget enige" eller "meget enige" i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation. Desuden er arbejdstagerne (76 %) i højere grad end respondenterne i andre erhvervsgrupper (71 %-74 %) enige i udsagnet "Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet".

Respondenter, der bor i større byer (89 %), er mere tilbøjelige end respondenter, der bor i flere landdistrikter (85-86 %), til at være enige i, at et miljømærke for at være troværdigt skal verificeres af en uafhængig organisation.

⁷ På grund af afrunding lægger procentsatserne for separate svarmuligheder, der vises i diagrammerne, ikke altid nøjagtigt op til de totaler, der er nævnt i teksten.

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Respondenter, der mener, at indvirkningen på miljøet af et produkt er et vigtigt aspekt, når de køber et produkt, er mere tilbøjelige til at være enige i begge udsagn. Endelig er der større sandsynlighed for, at respondenter, der tidligere har set EU-miljømærket, er enige i udsagnene "for at være troværdige skal et miljømærke verificeres af en uafhængig organisation" (90 % mod 84 %) og "Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet" (84 % mod 67 %).

Q7 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (% i alt "Enig efter sociodemografi)

	Virksomheder fremsætter ofte vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller service er miljøvenlig	For at være troværdig skal et miljømærke verificeres af en uafhængig organisation
EU-27	78	87
Køn		
Mænd	79	87
Kvinder	77	87
Alder		
15-24	75	78
25-39	77	83
40-54	78	87
>=55	79	91
Uddannelse (alder, når den er afsluttet)		
Op til 15 år	74	76
16-19 år	78	89
20+ år	80	90
Stadig studerer	76	82
Beskæftigelse		
Selvstændig erhvervsdrivende	79	83
Medarbejder	79	87
Manuel arbejdstager	76	80
Fungerer ikke	77	89
Urbanisering		
Landdistrikt	78	85
Lille/mellemstor by	77	86
Stor by / by	79	89
Betydningen af et produkts miljøpåvirkning i købsbeslutninger		
"Vigtigt" i alt	79	90
I alt "Ikke vigtigt"	76	80

Basis: alle respondenter (n=26 635)

Tekniske specifikationer

Mellem den 5. og den 13. september 2023 gennemførte Ipsos European Public Affairs Flash Eurobarometer 535 efter anmodning fra Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Miljø. Det er en generel offentlig undersøgelse, der koordineres af Generaldirektoratet for Kommunikation, Enheden for Medieovervågning og Eurobarometer. Flash Eurobarometer 535 dækker befolkningen i EU-borgere med bopæl i en af de 27 medlemsstater og i alderen 15 år og derover.

Alle interviews blev gennemført i et Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI) ved hjælp af Ipsos online paneler og deres partneretværk. Respondenterne blev udvalgt blandt onlineadgangspaneler, grupper af forhåndsrekrutterede personer, der har indvilliget i at deltage i forskning. Stikprøveknoten blev fastsat på grundlag af alder (15-24, 18-24-årige, 25-34-årige, 35-44-årige, 45-54-årige, 55-64-årige og 65+-årige), køn og geografisk region (NUTS1, NUTS2 eller NUTS 3 afhængigt af landets størrelse og antallet af NUTS-regioner).

Fejlmargen

Undersøgelsesresultaterne er underlagt prøveudtagningstolerancer. "Fejlmargenen" kvantificerer usikkerheden om (eller tilliden til) et undersøgelsesresultat. Generelt gælder det, at jo flere interviews der gennemføres (stikprøvestørrelse), jo mindre er fejlmargenen. En stikprøve på 500 giver en fejlmargen på højst 4,4 procentpoint, og en stikprøve på 1 000 giver en fejlmargen på højst 3,1 procentpoint.

Statistiske margener på grund af stikprøvetolerancer

(ved et konfidensniveau på 95 %)

forskellige stikprøvestørrelser er i rækker	forskellige observerede resultater er i kolonner						
	5,00 %	10,00 %	25,00 %	50,00 %	75,00 %	90,00 %	95,00 %
n=50	± 6,0	±8,3	±12,0	±13,9	±12,0	±8,3	± 6,0
n=100	±4,3	±5,9	±8,5	±9,8	±8,5	±5,9	±4,3
n=200	±3,0	±4,2	± 6,0	±6,9	± 6,0	±4,2	±3,0
n=500	±1,9	±2,6	±3,8	±4,4	±3,8	±2,6	±1,9
n=1000	±1,4	±1,9	±2,7	±3,1	±2,7	±1,9	±1,4
n=1500	±1,1	±1,5	±2,2	±2,5	±2,2	±1,5	±1,1
n=2000	±1,0	±1,3	±1,9	±2,2	±1,9	±1,3	±1,0

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

	Antal interviews	Feltarbejde datoer	Befolkning 15+ (absolut tal)	Befolkning 15+ (i % af EU-27's befolkning)
EU-27	26635	5.9.2023-13.9.2023	379815189	100,00 %
BE	1037	5.9.2023-11.9.2023	9685972	2,55 %
BG	1017	5.9.2023-11.9.2023	5845872	1,54 %
CZ	1010	5.9.2023-12.9.2023	8823299	2,32 %
DK	1096	5.9.2023-12.9.2023	4927589	1,30 %
DE	1049	5.9.2023-12.9.2023	71630189	18,86 %
EE	1045	5.9.2023-13.9.2023	1113997	0,29 %
IE	1044	5.9.2023-13.9.2023	4063488	1,07 %
EL	1078	5.9.2023-13.9.2023	9030796	2,38 %
ES	1001	5.9.2023-11.9.2023	40804956	10,74 %
FR	1034	5.9.2023-11.9.2023	55994788	14,74 %
HR	1018	5.9.2023-12.9.2023	3310094	0,87 %
IT	1049	5.9.2023-11.9.2023	51540338	13,57 %
CY	513	5.9.2023-12.9.2023	759421	0,20 %
LV	1022	5.9.2023-13.9.2023	1575765	0,41 %
LT	1066	5.9.2023-12.9.2023	2388299	0,63 %
LU	518	5.9.2023-12.9.2023	542724	0,14 %
HU	1017	5.9.2023-12.9.2023	8278842	2,18 %
MT	547	5.9.2023-13.9.2023	450987	0,12 %
NL	1034	5.9.2023-12.9.2023	14878211	3,92 %
AT	1078	5.9.2023-12.9.2023	7687340	2,02 %
PL	1052	5.9.2023-12.9.2023	31840803	8,38 %
PT	1037	5.9.2023-12.9.2023	9027159	2,38 %
RO	1051	5.9.2023-12.9.2023	15953432	4,20 %
SI	1023	5.9.2023-12.9.2023	1789242	0,47 %
SK	1077	5.9.2023-12.9.2023	4561916	1,20 %
FI	1070	5.9.2023-12.9.2023	4696447	1,24 %
SE	1052	5.9.2023-11.9.2023	8613223	2,27 %

Spørgeskema

SPØRG ALLE

DX1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når man træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) man skal købe?

(Et svar pr. linje - RANDOMISE 1-4)

DX1_1 Virkningen på miljøet af produktet

DX1_2 Produktets pris

DX1_3 Produktets kvalitet

DX1_4 Produktets mærke

RESPONSE SCALE

Meget vigtigt 1 R atter vigtigt 2 Rathe r no t vigtigt 3 Ikke på en ll vigtigt 4 Ved ikke 998

SPØRG ALLE

DX2 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn?

(Et svar pr. linje - RANDOMISE 1-4)

DX2_1 At købe produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet

D X2_2 Jeg har boug ht produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning

RESPONSE SCALE

Stærkt enig 1 Så mehvad er enig 2 Så mew hat uenig 3 Stærkt uenig 4 Ved ikke 998

SPØRG ALLE

Q1 Se nærmere på logoet vist nedenfor. Har du set logoet før?



(Enkelt svar)

Ja 1 Nej 2 Don't know 998

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

SPØRG ALLE

Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske?

(ÉT SVAR PÅ LINE – RANDOMISE 1-5)

Q2_1 EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet

Q2_2 EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige

Q2_3 EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer

Q2_4 EU-miljømærket er EU's miljømærke for topkvalitet

Q2_5 For at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier

RESPONSE SCALE

True 1 False 2 Ved ikke 998

VIS ALLE

Der er mange produkter på markedet med miljømærker, hvilket betyder mærker relateret til produktets miljøegenskaber.

EU-miljømærket er det officielle frivillige EU-mærke for miljøkvalitet og tildeles varer og tjenesteydelser med dokumenteret lavere miljøpåvirkning sammenlignet med lignende produkter på markedet. Det fungerer også som en garanti for høj kvalitet. For at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljø- og kvalitetskriterier. Overholdelsen af kriterierne kontrolleres af en uafhængig tredjepart.

SPØRG ALLE

Q3 Hvor ofte...

(Et svar pr. linje)

Q3_1 Køb produkter med miljømærker

Q3_2 Køb produkter med EU-miljømærket

RESPONSE SCALE

Oft 1 S ome gange 2 Ra stole 3 N ev er 4 Don't kno w 998

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

SPØRG ALLE

Q4a Hvilket af følgende produkter har du købt inden for de seneste 12 måneder? Vælg alle, der gælder

(Flere svar tilladt - RANDOMISE 1-10)

Vaske- og rengøringsmidler 1 Papirprodukter (såsom tissuepapir, tissuepapir, kopipapir osv.) 2 Tekstiler, tøj/fodtøj 3 Fliser eller tegl 4 Kosmetik/andre plejeprodukter 5 Absorberende hygieeneprodukter (bleer/s/feminine pannoncer/tamponer) 6 Malinger/lakker 7 Møbler/sengemadrasser 8 Voksende medier/jordforbedringsmidler 9 Turistindkvartering (hoteller/campingpladser) 10 Ingen af disse 11 Ved ikke 998

ASK IF Q4a nej 11 eller 998

Q4b Har du købt nogle af følgende produkter med EU-miljømærket inden for de seneste 12 måneder? Vælg alle, der gælder.

(Flere svar tilladt - elementer vist i samme rækkefølge som i Q4a)

Vaske- og rengøringsmidler 1 Papirprodukter (såsom tissuepapir, tissuepapir, kopipapir osv.) 2 Tekstiler, tøj/fodtøj 3 Fliser eller tegl 4 Kosmetik/andre plejeprodukter 5 Absorberende hygieeneprodukter (bleer/s/feminine pannoncer/tamponer) 6 Malinger/lakker 7 Møbler/sengemadrasser 8 Voksende medier/jordforbedringsmidler 9 Turistindkvartering (hoteller/campingpladser) 10 Ingen af disse 11 Ved ikke 998

ASK IF Q3_2=1,2,3

Q5 Hvor køber du oftest produkter med EU-miljømærket?

[Flere svar]

I supermarkeder 1 I bio-butikker 2 Online 3 Andet 4 Ved ikke 998

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

SPØRG ALLE

Spørgsmål 6 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier?

(Et svar pr. linje - RANDOMISE 1-7)

Q6_1 Tekstiler, tøj/fodtøj

Q6_2 Gulvbelægninger/fliser

Q6_3 Kosmetik/dyreplejeprodukter

Q6_4 Absorberende hygiejneprodukter (bleer/femini-puder/tamponer)

Q6_5 Malinger/lakker

Q6_6 Møbler/sengemadrasser

Q6_7 Turistindkvartering (hoteller/campingpladser)

RESPONSE SCALE

Ja 1

Nr. 2 Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenester) 9 97 Ved ikke 998

SPØRG ALLE

Q7 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? (ONE ANSWER PER LINE - RANDOMISE 1-3)

Q7_1 Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet

Q7_2 Virksomheder fremsætter ofte vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller service er miljøvenlig

Q7_3 For at være troværdig skal et miljømærke verificeres af en uafhængig organisation

RESPONSE SCALE

Str ongly enig 1 Så mewn på enig 2 Somew hat dis enig 3 Stærk ly uenig 4 Ved ikke 998

ASK IF Q3_2=4

Q8 Hvorfor køber du ikke produkter med EU-miljømærket?

(Flere svar - RANDOMISE 1-6 MEN HOLD INDEHOLDER 4-6 SAMMEN)

Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber 1 Jeg føler mig ikke bekymret over miljøproblemer 2 Jeg finder ikke produkter med EU-miljømærket, hvor jeg handler 3 Produkter med EU-miljølaboratoriet I er ikke virkelig miljøvenlige 4 Produkter med EU-miljømærket er for dyre 5

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Produkter med EU-miljømærket er ikke af god kvalitet 6 Andet 7 Ved ikke 998

Databilag

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1_1 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? Virkningen på miljøet af produktet

	Meget vigtigt	Snarere vigtigt	Snarere ikke vigtigt	Slet ikke vigtigt	Ved ikke
EU-27	23	50	19	6	2
BE	13	50	26	9	3
BG	18	53	25	2	1
CZ	15	47	28	8	3
DK	13	45	29	11	3
DE	20	50	20	8	2
EE	6	47	36	8	3
IE	24	46	20	8	2
EL	34	41	18	6	1
ES	30	46	19	5	1
FR	21	51	18	8	3
HR	16	54	22	4	4
IT	33	51	13	3	1
CY	30	47	18	4	1
LV	9	45	35	9	2
LT	15	50	25	7	2
LU	18	53	23	5	1
HU	16	53	25	4	2
MT	28	50	17	4	1
NL	13	48	25	11	3
AT	22	50	20	6	2
PL	23	52	17	6	3
PT	32	53	13	2	0
RO	37	47	13	3	1
SI	20	55	20	4	1
SK	13	46	29	10	3
FI	11	49	31	8	2
SE	16	47	27	8	2

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1_2 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? Prisen på produktet

	Meget vigtigt	Snarere vigtigt	Snarere ikke vigtigt	Slet ikke vigtigt	Ved ikke
EU-27	55	40	5	1	0
BE	50	44	5	1	0
BG	48	45	7	0	0
CZ	55	40	4	1	0
DK	44	48	7	1	0
DE	45	46	7	1	0
EE	41	52	5	1	0
IE	58	37	4	1	0
EL	76	20	4	1	0
ES	66	30	4	0	0
FR	54	40	4	1	0
HR	50	46	3	0	0
IT	52	42	5	1	0
CY	67	29	3	1	0
LV	51	44	4	1	0
LT	56	40	4	0	0
LU	36	49	13	2	0
HU	57	38	4	1	0
MT	57	39	3	1	0
NL	49	46	4	1	0
AT	53	41	6	1	0
PL	63	34	2	1	0
PT	66	33	1	1	0
RO	68	29	2	0	0
SI	49	45	5	1	0
SK	58	38	4	1	0
FI	44	49	6	1	0
SE	43	49	6	2	0

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1_3 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? Kvaliteten af produktet

	Meget vigtigt	Snarere vigtigt	Snarere ikke vigtigt	Slet ikke vigtigt	Ved ikke
EU-27	64	33	3	1	0
BE	58	38	4	1	0
BG	68	30	1	0	0
CZ	59	38	3	1	0
DK	47	48	5	0	0
DE	59	37	3	1	0
EE	44	52	3	1	0
IE	68	28	2	1	0
EL	75	23	1	1	0
ES	78	20	2	1	0
FR	56	40	3	1	0
HR	48	49	2	1	0
IT	70	28	2	0	0
CY	79	19	1	1	0
LV	57	39	3	1	0
LT	61	36	2	1	0
LU	66	32	3	0	0
HU	51	45	3	0	1
MT	75	24	1	0	0
NL	58	39	2	1	0
AT	69	28	3	1	0
PL	70	28	2	1	0
PT	68	30	1	1	0
RO	82	16	2	1	0
SI	57	39	3	0	0
SK	60	35	3	1	0
FI	49	46	3	1	0
SE	50	44	5	1	0

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX1_4 Hvor vigtige er følgende aspekter, når du træffer en beslutning om, hvilke produkter (varer eller tjenester) du skal købe? Produktets mærke

	Meget vigtigt	Snarere vigtigt	Snarere ikke vigtigt	Slet ikke vigtigt	Ved ikke
EU-27	16	46	30	8	0
BE	8	43	35	12	1
BG	17	47	33	3	0
CZ	13	42	35	10	0
DK	6	36	38	17	3
DE	12	36	39	13	0
EE	5	34	49	11	1
IE	16	39	33	11	1
EL	20	41	30	9	0
ES	19	54	24	3	0
FR	13	48	29	10	0
HR	10	42	40	8	1
IT	23	50	23	3	0
CY	18	45	29	8	0
LV	5	38	47	10	1
LT	10	42	38	9	1
LU	7	43	37	12	0
HU	7	38	43	12	1
MT	18	43	28	11	0
NL	9	44	32	14	1
AT	11	36	40	12	1
PL	22	55	19	4	1
PT	15	47	34	4	0
RO	27	56	13	5	0
SI	11	43	37	9	0
SK	11	39	41	9	0
FI	6	34	46	15	0
SE	11	44	34	10	1

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX2_1 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? At købe produkter med en lavere miljøpåvirkning gør en forskel for miljøet

	Meget enig	Noget enig	Lidt uenig	Stærkt uenig	Ved ikke
EU-27	33	48	11	4	3
BE	27	50	13	5	5
BG	35	50	8	4	4
CZ	23	58	10	4	5
DK	26	48	14	5	7
DE	29	48	15	5	3
EE	22	56	13	4	6
IE	34	46	10	5	4
EL	47	40	8	3	2
ES	39	47	9	3	3
FR	22	53	14	6	5
HR	40	45	9	4	2
IT	38	50	9	2	1
CY	57	32	7	2	3
LV	23	52	14	4	7
LT	37	45	11	4	4
LU	27	48	15	5	5
HU	28	53	12	3	3
MT	47	43	6	2	3
NL	40	44	9	4	3
AT	30	47	14	5	4
PL	36	47	9	3	5
PT	56	36	5	1	2
RO	53	36	6	3	2
SI	23	49	18	6	4
SK	28	54	10	4	4
FI	27	51	12	5	5
SE	34	47	12	4	3

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

DX2_2 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? Jeg har købt produkter specifikt på grund af deres lavere miljøpåvirkning

	Meget enig	Noget enig	Lidt uenig	Stærkt uenig	Ved ikke
EU-27	18	42	24	12	4
BE	12	37	29	18	4
BG	19	50	18	8	5
CZ	11	46	29	11	4
DK	8	27	27	29	8
DE	16	38	26	16	5
EE	6	36	36	15	7
IE	19	41	22	14	3
EL	24	47	17	8	4
ES	20	45	21	10	4
FR	15	36	28	18	3
HR	16	45	24	11	3
IT	24	50	19	5	2
CY	26	46	14	9	6
LV	8	38	32	16	7
LT	14	44	21	12	8
LU	17	38	30	12	4
HU	11	39	34	13	3
MT	25	40	23	9	5
NL	16	36	26	16	6
AT	16	39	29	14	2
PL	17	40	25	9	9
PT	20	49	19	9	3
RO	27	51	11	7	5
SI	12	44	27	15	2
SK	10	41	32	10	7
FI	11	41	29	14	6
SE	16	46	20	11	6

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q1 Se nærmere på logoet vist nedenfor. Har du set logoet før?

	Ja	Nej	Ved ikke
EU-27	38	48	14
BE	48	38	13
BG	30	52	18
CZ	23	57	20
DK	49	38	13
DE	29	56	14
EE	49	34	18
IE	20	70	10
EL	39	51	10
ES	34	55	11
FR	61	30	9
HR	29	51	21
IT	49	39	13
CY	34	52	14
LV	33	48	18
LT	45	35	21
LU	47	37	16
HU	21	64	15
MT	35	51	14
NL	30	56	14
AT	27	56	18
PL	34	48	18
PT	24	64	12
RO	30	48	22
SI	37	47	16
SK	23	58	19
FI	30	47	23
SE	33	52	15

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter



Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q2_1 Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? EU-miljømærket tildeles produkter med en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet (korrekt)

	Sandt	Falsk	Ved ikke
EU-27	60	8	32
BE	60	7	33
BG	61	7	32
CZ	56	7	38
DK	62	8	30
DE	47	12	42
EE	54	7	39
IE	55	7	38
EL	64	5	31
ES	63	7	30
FR	71	6	24
HR	72	5	23
IT	67	7	26
CY	60	10	29
LV	54	7	40
LT	70	6	24
LU	65	7	28
HU	61	6	33
MT	66	10	25
NL	51	8	41
AT	53	10	37
PL	59	8	33
PT	62	6	33
RO	68	10	22
SI	68	7	25
SK	55	8	37
FI	60	7	33
SE	56	10	34

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q2_2 Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? EU-miljømærket er et uafhængigt verificeret mærke, som virksomheder kan beslutte at vise på deres produkter for at vise, at de er miljøvenlige (korrekt)

	Sandt	Falsk	Ved ikke
EU-27	50	11	39
BE	49	9	42
BG	57	4	39
CZ	47	9	44
DK	43	20	37
DE	40	13	47
EE	40	16	44
IE	49	8	44
EL	52	9	39
ES	54	7	39
FR	53	11	36
HR	53	13	35
IT	55	11	34
CY	51	10	40
LV	45	8	47
LT	39	19	42
LU	49	11	40
HU	38	21	42
MT	57	11	32
NL	43	10	48
AT	48	13	39
PL	53	10	37
PT	52	10	38
RO	63	8	29
SI	59	10	32
SK	47	10	42
FI	57	5	37
SE	43	15	42

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q2_3 Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? EU-miljømærket tildeles økologiske føde- og drikkevarer (ikke korrekt)

	Sandt	Falsk	Ved ikke
EU-27	41	15	44
BE	37	15	48
BG	48	8	45
CZ	39	10	52
DK	42	19	39
DE	33	18	49
EE	39	11	51
IE	37	11	53
EL	47	11	43
ES	41	13	47
FR	40	19	42
HR	46	10	44
IT	39	20	42
CY	45	11	45
LV	43	10	47
LT	64	6	30
LU	40	16	44
HU	31	16	52
MT	34	18	48
NL	30	15	54
AT	42	13	45
PL	60	7	34
PT	40	10	50
RO	67	8	25
SI	54	10	36
SK	36	9	55
FI	36	9	55
SE	48	9	44

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q2_4 Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? EU-miljømærket er EU-mærket for miljøkvalitet (korrekt)

	Sandt	Falsk	Ved ikke
EU-27	56	7	36
BE	49	10	41
BG	68	3	29
CZ	39	12	49
DK	69	6	25
DE	55	7	39
EE	48	4	48
IE	54	4	42
EL	55	6	39
ES	64	5	31
FR	54	11	36
HR	71	3	26
IT	57	8	35
CY	54	6	39
LV	46	8	46
LT	59	6	36
LU	53	9	38
HU	57	7	36
MT	66	4	31
NL	37	11	52
AT	60	5	35
PL	57	6	37
PT	65	3	32
RO	62	9	29
SI	64	6	30
SK	51	9	41
FI	59	5	36
SE	56	6	38

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q2_5 Det viste logo er EU-miljømærkets logo. Hvilke af følgende udsagn om EU-miljømærket mener du er sande eller falske? For at få EU-miljømærket skal produkter opfylde strenge miljøkriterier (korrekt)

	Sandt	Falsk	Ved ikke
EU-27	69	5	27
BE	67	5	28
BG	71	3	26
CZ	63	5	32
DK	67	6	27
DE	61	5	34
EE	63	4	34
IE	61	5	34
EL	74	3	23
ES	70	5	25
FR	73	6	21
HR	79	2	19
IT	73	6	22
CY	79	2	19
LV	62	5	33
LT	71	4	25
LU	69	6	26
HU	66	5	29
MT	77	2	21
NL	53	7	40
AT	67	4	28
PL	70	4	26
PT	74	2	25
RO	85	2	13
SI	72	5	24
SK	64	5	31
FI	64	5	31
SE	64	6	31

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q3_1 Hvor ofte... Køb produkter med miljømærker

	Ofte	Nogle gange	Sjældent	Aldrig	Ved ikke
EU-27	16	47	22	5	10
BE	8	42	26	8	15
BG	15	50	22	4	10
CZ	8	50	25	8	9
DK	19	46	19	5	12
DE	14	46	24	6	11
EE	8	46	28	5	13
IE	17	50	17	6	10
EL	21	48	21	5	6
ES	14	46	23	6	11
FR	15	46	23	7	9
HR	16	55	20	4	6
IT	28	51	15	3	3
CY	23	49	16	4	8
LV	8	43	25	5	20
LT	11	47	25	5	11
LU	21	41	20	5	14
HU	11	34	31	6	18
MT	15	47	19	4	15
NL	12	48	19	7	14
AT	14	47	22	3	14
PL	13	43	24	4	16
PT	17	55	16	2	10
RO	26	49	14	3	7
SI	13	46	28	6	7
SK	8	37	30	8	17
FI	20	57	16	2	6
SE	20	55	17	4	4

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q3_2 Hvor ofte... Køb produkter med EU-miljømærket

	Ofte	Nogle gange	Sjældent	Aldrig	Ved ikke
EU-27	8	30	18	10	33
BE	6	35	21	10	28
BG	6	25	18	15	36
CZ	3	19	15	20	44
DK	7	28	15	10	39
DE	6	27	22	8	37
EE	4	29	21	9	37
IE	6	23	14	15	42
EL	9	28	15	10	37
ES	7	28	16	13	37
FR	9	37	22	11	22
HR	5	31	20	9	35
IT	14	37	15	9	25
CY	9	30	12	7	42
LV	3	24	19	12	42
LT	6	31	24	10	31
LU	9	32	15	7	37
HU	4	20	17	17	42
MT	7	30	19	8	36
NL	5	22	14	14	45
AT	7	32	16	7	38
PL	7	29	17	11	36
PT	5	27	13	9	46
RO	20	41	18	4	16
SI	6	27	24	14	30
SK	4	20	21	15	40
FI	5	25	15	6	49
SE	4	23	13	13	47

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q4a Hvilket af følgende produkter har du købt inden for de seneste 12 måneder? Vælg alle, der gælder. [Flere svar]

	Vaske- og rengørin gsmidler	Papirpro dukter (f.eks. tissuepa pir, tissuepro dukter, kopipapir osv.)	Tekstiler, beklædni ng/fodtøj	Gulvbel ægninge r/fliser	Kosmetik / dyrepleje produkter	Absorber ende hygiejne produkter (bleer/fe minipud er/tampo ner)	Maling/ lak	Møbler/ madrass er	Vækstm edier/ jordforbe dringsmi dler	Turistind kvarterin g (hoteller/ camping pladser)	Ingen af disse	Ved ikke
EU-27	79	72	72	10	44	40	27	23	14	32	2	1
BE	73	75	71	8	40	34	24	18	7	31	3	2
BG	81	63	66	17	42	40	31	21	29	38	2	1
CZ	81	84	73	10	43	42	34	23	33	33	1	1
DK	77	56	77	7	42	36	26	25	12	27	3	2
DE	81	78	71	10	50	31	25	25	8	35	2	1
EE	77	78	71	10	42	36	26	21	19	28	3	2
IE	77	79	76	14	51	43	39	26	24	46	2	1
EL	86	84	64	6	43	47	30	19	15	29	2	1
ES	82	59	78	8	36	48	25	26	17	41	2	1
FR	73	79	71	10	38	42	27	22	10	33	2	2
HR	87	85	77	11	66	46	37	26	18	26	1	1
IT	82	54	70	9	40	44	25	18	10	24	1	2
CY	84	79	63	7	45	47	28	16	15	35	3	2
LV	79	68	63	10	43	38	23	19	28	22	3	1
LT	60	55	62	8	53	34	23	16	23	20	5	3
LU	82	83	78	8	40	38	24	23	8	28	3	1
HU	83	84	66	10	58	39	29	16	20	27	2	1
MT	84	85	73	12	47	46	34	24	26	36	1	2
NL	76	81	78	11	48	34	25	23	9	43	3	1
AT	82	78	75	9	61	34	21	25	11	32	2	1
PL	74	79	74	15	40	43	39	25	23	30	2	2
PT	89	77	73	6	44	54	24	16	8	34	1	1
RO	86	63	76	10	44	47	30	23	14	30	2	1
SI	78	72	70	11	52	35	25	23	16	36	4	1
SK	76	78	74	10	49	37	31	22	18	26	2	2
FI	79	88	79	8	58	38	24	26	26	42	1	0
SE	81	60	75	8	43	34	24	28	30	31	2	1

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q4b Har du købt nogle af følgende produkter med EU-miljømærket inden for de seneste 12 måneder? Vælg alle, der gælder.
[Flere svar]

	Vaske- og rengøringsmidler	Papirprodukter (f.eks. tissuepapir, tissueprodukter, kopipapir osv.)	Tekstiler, beklædning/fodtøj	Gulvbelægninger/fliser	Kosmetik/dyrepøjprodukter	Absorberende hygiejneprodukter (bleer/fe minipuder/tamponer)	Maling/lak	Møbler/madrasser	Vækstmedier/jordforbedringsmidler	Turistindkvartering (hoteller/campingpladser)	Ingen af disse	Ved ikke
EU-27	19	17	11	3	9	9	6	4	3	4	14	48
BE	20	16	9	2	8	6	4	3	2	4	14	49
BG	15	14	8	3	8	7	4	2	6	2	16	52
CZ	13	13	6	2	7	6	4	2	4	2	19	53
DK	17	9	10	2	6	5	3	4	2	3	19	51
DE	16	16	9	2	9	6	5	4	3	4	16	51
EE	18	15	6	1	8	6	3	2	2	2	16	51
IE	13	13	8	2	7	6	4	4	4	4	15	56
EL	26	21	8	2	11	10	6	4	4	3	15	43
ES	16	13	11	2	8	10	5	3	3	4	10	54
FR	22	24	14	4	11	14	8	5	3	5	17	37
HR	16	16	9	1	12	6	4	2	3	1	13	54
IT	25	18	12	3	10	11	6	4	3	4	12	41
CY	22	21	8	1	10	8	8	2	4	4	8	53
LV	16	12	3	2	5	4	2	2	4	1	20	51
LT	19	12	7	2	12	7	4	2	4	2	21	40
LU	24	21	10	0	7	6	3	1	1	2	13	52
HU	14	15	6	1	7	5	3	1	4	2	15	55
MT	21	17	8	1	8	8	5	3	5	3	16	53
NL	13	12	8	2	6	4	3	3	3	4	14	60
AT	17	14	8	1	12	6	4	4	2	3	13	56
PL	16	17	9	4	9	9	7	4	6	3	10	53
PT	19	15	8	1	9	8	3	2	2	4	13	57
RO	37	25	26	4	18	19	9	8	6	6	12	28
SI	18	16	7	2	8	6	4	4	3	2	18	49
SK	11	13	8	2	8	4	4	3	3	2	14	58
FI	10	11	5	2	6	5	3	3	3	2	16	61
SE	15	8	10	2	6	6	4	4	4	4	13	57

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q5 Hvor køber du oftest produkter med EU-miljømærket? [Flere svar]

	I supermarked er	I biobutikker	Online	I andre tilfælde	Ved ikke
EU-27	66	24	24	4	11
BE	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
FR	80	24	19	3	7
HR	58	30	12	6	17
IT	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=14 191 – Respondenter, der har købt produkter med EU-miljømærket

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_1 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? Tekstiler, tøj/fodtøj

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenester)	Ved ikke
EU-27	71	13	4	12
BE	63	19	5	13
BG	78	9	4	9
CZ	54	19	7	19
DK	60	19	5	17
DE	65	15	4	17
EE	56	16	7	21
IE	72	14	4	9
EL	76	12	4	8
ES	76	9	5	9
FR	71	15	5	10
HR	79	10	3	8
IT	77	8	4	11
CY	77	10	3	11
LV	58	13	8	22
LT	62	11	6	20
LU	70	15	3	12
HU	65	14	8	14
MT	78	9	3	10
NL	61	19	4	16
AT	68	16	3	13
PL	73	17	3	8
PT	83	5	2	10
RO	83	10	3	4
SI	66	18	6	9
SK	67	13	4	16
FI	66	13	6	15
SE	67	13	4	16

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_2 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier?
Gulvbelægninger/fliser

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenest er)	Ved ikke
EU-27	46	16	26	12
BE	35	22	30	13
BG	61	11	16	11
CZ	33	21	29	17
DK	28	19	35	18
DE	37	18	31	14
EE	32	15	33	20
IE	47	20	21	12
EL	53	14	23	10
ES	59	10	21	9
FR	46	17	27	10
HR	46	19	25	11
IT	57	8	25	11
CY	49	11	25	15
LV	38	14	26	22
LT	42	14	25	19
LU	36	15	31	18
HU	39	17	32	13
MT	46	9	31	14
NL	41	20	22	17
AT	37	19	28	17
PL	47	20	22	11
PT	54	7	27	12
RO	53	22	20	5
SI	35	30	27	8
SK	36	20	28	16
FI	33	13	40	14
SE	37	15	31	17

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_3 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? Kosmetik/dyreplejeprodukter

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tje- nester)	Ved ikke
EU-27	63	12	16	10
BE	57	15	18	10
BG	71	8	14	7
CZ	51	13	22	14
DK	52	16	19	14
DE	57	14	15	14
EE	54	12	20	14
IE	66	13	12	9
EL	68	10	16	6
ES	69	7	17	7
FR	63	13	17	7
HR	75	8	10	7
IT	68	8	16	8
CY	73	6	12	9
LV	56	10	18	16
LT	61	13	11	15
LU	60	12	18	10
HU	66	11	12	11
MT	71	4	18	7
NL	56	16	15	13
AT	66	12	10	12
PL	56	17	20	7
PT	73	5	14	8
RO	68	15	13	4
SI	63	16	14	7
SK	62	14	14	10
FI	60	12	16	13
SE	57	12	19	12

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_4 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? Absorberende hygiejneprodukter (bleer/feminpuder/tamponer)

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenester)	Ved ikke
EU-27	58	12	21	9
BE	49	16	26	10
BG	70	7	16	7
CZ	50	13	23	13
DK	42	16	30	12
DE	46	15	26	13
EE	44	12	30	14
IE	59	13	20	8
EL	71	8	14	7
ES	70	8	15	7
FR	59	13	21	7
HR	64	11	17	7
IT	69	7	17	8
CY	72	7	12	9
LV	51	11	22	16
LT	52	13	21	14
LU	54	14	23	9
HU	55	13	23	10
MT	66	6	21	8
NL	46	17	26	12
AT	56	12	22	10
PL	58	18	18	6
PT	71	5	15	9
RO	68	14	14	4
SI	51	18	22	9
SK	57	13	19	12
FI	46	11	30	14
SE	52	12	25	12

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_5 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier? Maling/lak

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenester)	Ved ikke
EU-27	60	13	17	10
BE	50	18	20	11
BG	72	9	11	9
CZ	48	17	21	14
DK	48	17	21	14
DE	53	14	21	12
EE	47	13	23	17
IE	61	15	14	10
EL	71	9	13	7
ES	70	9	13	8
FR	61	14	16	10
HR	68	12	13	7
IT	67	9	15	9
CY	66	8	15	10
LV	46	14	21	19
LT	52	12	19	16
LU	54	14	21	11
HU	52	12	24	12
MT	66	8	19	8
NL	54	17	17	13
AT	51	15	22	12
PL	61	19	13	8
PT	68	5	18	9
RO	65	17	13	5
SI	55	20	18	8
SK	58	15	16	12
FI	43	13	31	14
SE	53	13	21	13

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_6 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier?

Møbler/madrasser

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenester)	Ved ikke
EU-27	59	16	13	13
BE	46	22	17	16
BG	67	10	12	11
CZ	45	19	19	18
DK	44	19	17	20
DE	52	17	14	17
EE	43	17	21	20
IE	59	16	14	10
EL	69	12	11	9
ES	70	12	8	10
FR	61	16	11	12
HR	65	14	12	9
IT	68	10	12	11
CY	72	9	10	10
LV	49	13	18	21
LT	49	15	17	19
LU	51	17	17	15
HU	50	15	22	13
MT	61	11	15	13
NL	47	22	14	17
AT	53	18	14	16
PL	53	22	15	10
PT	73	6	10	11
RO	67	18	10	5
SI	51	22	16	11
SK	51	17	15	17
FI	51	15	16	18
SE	56	15	11	18

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q6_7 Vil du finde flere produkter med EU-miljømærket i en af følgende kategorier?
Turistindkvartering (hoteller/campingpladser)

	Ja	Nej	Ikke relevant (jeg køber ikke disse produkter/tjenest er)	Ved ikke
EU-27	52	16	18	14
BE	43	23	20	14
BG	62	10	15	13
CZ	35	21	25	20
DK	36	20	23	21
DE	42	20	20	18
EE	35	18	23	23
IE	58	19	10	13
EL	63	13	14	10
ES	68	10	12	10
FR	54	16	18	13
HR	52	16	22	10
IT	59	8	20	13
CY	67	9	11	14
LV	37	16	25	22
LT	41	16	20	23
LU	47	18	22	14
HU	45	16	26	14
MT	61	9	20	10
NL	43	24	16	17
AT	47	18	17	18
PL	48	22	21	9
PT	69	6	14	11
RO	61	20	14	6
SI	47	25	18	11
SK	44	18	23	16
FI	47	15	20	18
SE	46	16	19	20

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q7_1 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? Jeg har tillid til, at produkter med EU-miljømærket virkelig har en lavere miljøpåvirkning end lignende produkter på markedet

	Meget enig	Noget enig	Lidt uenig	Stærkt uenig	Ved ikke
EU-27	28	46	10	5	11
BE	24	47	12	6	10
BG	36	43	7	2	12
CZ	18	47	11	5	19
DK	28	41	11	6	14
DE	25	44	13	7	11
EE	14	52	9	4	21
IE	28	46	7	5	15
EL	32	42	5	3	18
ES	35	43	8	3	11
FR	20	49	14	8	11
HR	30	51	8	4	7
IT	32	50	9	2	7
CY	41	33	5	2	19
LV	15	54	11	4	17
LT	30	51	6	3	11
LU	30	43	13	5	9
HU	37	45	6	3	9
MT	35	45	6	2	13
NL	28	45	11	7	9
AT	30	43	13	7	8
PL	26	54	6	3	11
PT	41	37	5	1	16
RO	45	43	6	3	3
SI	24	50	13	4	9
SK	23	49	10	5	13
FI	24	52	9	3	12
SE	28	41	11	4	15

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Base: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q7_2 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? Virksomheder fremsætter ofte vildledende miljøanprisninger, hvilket får kunderne til at tro, at deres produkt eller service er miljøvenlig

	Meget enig	Noget enig	Lidt uenig	Stærkt uenig	Ved ikke
EU-27	30	48	10	2	10
BE	28	48	10	2	12
BG	33	51	8	2	6
CZ	23	53	10	1	13
DK	23	45	12	2	17
DE	36	45	9	2	8
EE	21	55	11	1	12
IE	44	44	6	2	6
EL	36	50	5	2	7
ES	32	47	10	2	9
FR	25	50	11	3	12
HR	38	52	6	1	3
IT	23	49	16	3	10
CY	39	43	7	1	11
LV	22	54	10	1	13
LT	23	49	15	2	11
LU	37	46	7	1	9
HU	30	48	10	2	10
MT	34	47	8	3	9
NL	42	41	7	2	8
AT	42	44	7	1	6
PL	23	49	9	1	18
PT	40	49	4	1	6
RO	35	50	7	2	5
SI	33	50	9	3	6
SK	24	50	10	1	15
FI	24	52	12	1	10
SE	27	50	10	2	10

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Base: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q7_3 I hvilket omfang er du enig eller uenig i følgende udsagn? For at være troværdig skal et miljømærke verificeres af en uafhængig organisation

	Meget enig	Noget enig	Lidt uenig	Stærkt uenig	Ved ikke
EU-27	56	31	6	2	5
BE	56	32	6	2	5
BG	67	24	5	0	4
CZ	40	44	5	2	10
DK	50	31	7	3	9
DE	57	29	6	3	6
EE	49	39	4	1	7
IE	60	27	5	3	6
EL	63	27	4	2	4
ES	56	30	7	3	5
FR	57	30	6	2	5
HR	64	28	5	1	3
IT	50	34	8	2	6
CY	73	18	3	2	4
LV	45	43	5	3	5
LT	53	32	6	3	7
LU	65	27	4	1	3
HU	59	28	5	2	6
MT	69	22	2	1	6
NL	67	22	6	2	3
AT	61	28	5	2	4
PL	48	40	4	2	6
PT	68	24	3	1	4
RO	65	29	4	1	3
SI	60	27	7	2	5
SK	49	36	5	2	8
FI	57	29	7	2	6
SE	56	30	6	2	7

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle respondenter

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

Q8 Hvorfor køber du ikke produkter med EU-miljømærket? [Flere svar]

	Jeg leder ikke efter miljømærker på de produkter, jeg køber	Jeg føler mig ikke bekymret over miljøproblemer	Jeg finder ikke produkter med EU-miljømærket, hvor jeg handler	Produkter med EU-miljømærket er ikke rigtig miljøvenlige	Produkter med EU-miljømærket er for dyre	Produkter med EU-miljømærket er ikke af god kvalitet	I andre tilfælde	Ved ikke
EU-27	40	14	30	9	23	5	7	10
BE	41	31	17	10	29	5	0	10
BG	33	7	44	10	20	9	4	11
CZ	48	19	39	6	21	2	5	7
DK	45	19	17	13	11	7	12	16
DE	41	16	18	12	19	4	12	12
EE	51	19	44	12	31	4	2	3
IE	29	8	46	6	13	5	10	7
EL	40	10	40	14	32	6	1	9
ES	32	14	27	2	20	3	7	15
FR	46	12	21	15	39	5	2	8
HR	32	17	41	11	20	3	7	6
IT	32	11	36	4	14	5	6	14
CY	44	22	37	11	12	18	5	15
LV	35	13	37	5	13	8	7	10
LT	43	7	38	7	20	5	5	9
LU	39	20	21	18	37	11	14	6
HU	42	4	51	6	16	2	7	10
MT	51	7	46	7	21	6	3	3
NL	37	22	23	6	25	5	11	8
AT	50	26	28	24	40	12	9	3
PL	48	11	43	11	23	3	5	4
PT	33	6	42	6	19	4	6	10
RO	34	14	16	25	43	14	12	3
SI	38	4	35	12	19	3	7	15
SK	40	14	36	14	27	9	4	10
FI	29	26	33	7	29	5	4	10
SE	39	27	30	9	11	5	8	12

Bemærk: Forsigtig, lille basisstørrelse (n<150) for individuelle landeresultater

Flash Eurobarometer 535 – EU-miljømærket/feltarbejdet: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=2 882 – Respondenter, der aldrig køber produkter med EU-miljømærket

Flash Eurobarometer 535 - EU-miljømærket

