

Miljø og familier



5. Miljø og familier

Miljøbevidsthed Det kræver en aktiv indsats fra størstedelen af befolkningen at mindske de miljøproblemer, der opstår ved den adfærd, man som forbruger udviser. Forbrugerne må derfor være mere bevidste om, hvad deres adfærd betyder for miljøet.

Holdninger til miljøet Familiernes miljøvaner er blevet undersøgt af Danmarks Statistik i en interviewundersøgelse i august i 2002. Det er femte år i træk, at Danmarks Statistik laver en sådan undersøgelse. Der er interviewet et repræsentativt udsnit af alle danske familier. De er blevet spurgt om deres holdninger til miljøbevidst adfærd samt om deres konkrete handlinger for at løse primære miljøproblemer. Familierne er blevet spurgt om brugen af vand- og elektricitetsbesparende apparater, motiverne til at spare på vand og el, og hvor meget familien gør for at spare. Familierne er også blevet spurgt om deres motiver til at købe økologiske varer samt, om de bruger ukrudtsmidler og giftstoffer i haven. Resultaterne er blevet opregnet til at gælde for alle 2,3 mio. familier i Danmark.

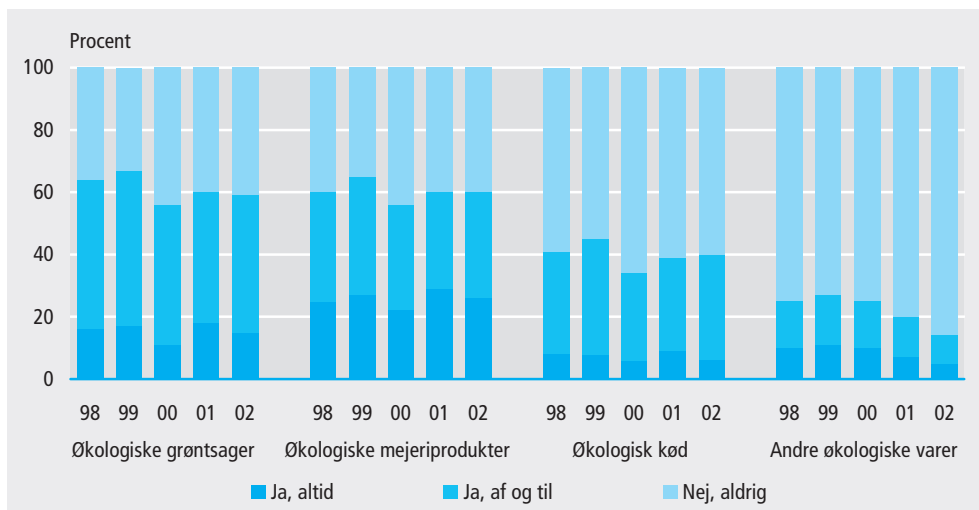
5.1 Familiernes køb af økologiske varer

Familier handler økologisk som tidligere Undersøgelsen i 2002 viser, at familiers køb af økologiske varer sandsynligvis har fundet et leje. Det ser ud til, at niveauet for køb af forskellige økologiske varer har været det samme i de fem år, som undersøgelsen har kørt. Her ses på det antal familier, som altid og som af og til køber økologiske varer:

- ca. 60 pct. køber økologiske mejeriprodukter
- ca. 60 pct. køber økologiske grønsager
- ca. 40 pct. køber økologisk kød.

32 pct. køber aldrig økologisk Undersøgelsen viser også et niveau for andelen af familier, der aldrig køber nogen form for økologiske varer. Det er 32 pct. af alle familierne.

Figur 5.1.1 Familiernes køb af økologiske varer



Villighed til merbetaling for økologiske varer

68 pct. af alle familierne køber derfor af og til forskellige økologiske varer i 2002. Disse er blevet spurgt, om de er villige til at betale mere for at få økologiske varer, og hvor meget mere. 76 pct. af de familier, der køber økologiske varer, angiver, at de er villige til at betale mere. 56 pct. er villige til at betale op til 10 pct. mere, 16 pct. er villige til at betale op til 30 pct. mere og 4 pct. er villige til at betale op til 50 pct. mere for købet af økologiske varer. Det er ingen markant ændring i forhold til sidste år, hvor 78 pct. af de familier, der købte økologiske varer, var villige til at betale mere.

Tabel 5.1.1 Familiernes køb af økologiske varer

	Ja, altid	Ja, af og til	Nej, aldrig	Ved ikke	I alt
	pct.				
Køb af visse økologiske varer					
Økologiske grøntsager:					
1998	16	47	36	1	100
1999	17	50	33	0	100
2000	11	44	44	0	100
2001	18	42	40	0	100
2002	15	44	41	0	100
Økologiske mejeriprodukter:					
1998	25	35	40	0	100
1999	27	37	35	0	100
2000	22	34	44	0	100
2001	29	31	40	0	100
2002	26	34	40	0	100
Økologisk kød:					
1998	8	32	59	1	100
1999	8	37	54	1	100
2000	6	28	66	0	100
2001	9	29	61	0	100
2002	6	34	60	0	100
Andre økologiske varer:					
1998	10	15	75	1	100
1999	11	16	73	0	100
2000	10	15	75	0	100
2001	7	13	80	0	100
2002	5	8	85	1	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

20 pct. af de familier, der køber økologiske varer, er imidlertid ikke villige til at betale mere. Det er det samme niveau som sidste år, hvor 21 pct. ikke ville betale mere for økologiske varer.

Tabel 5.1.2 Familiernes villighed til at betale mere for økologiske varer

	Ja, op til 10 pct. mere	Ja, op til 30 pct. mere	Ja, op til 50 pct. mere	Ikke villig til at betale mere	Ved ikke	Uop- lyst	Alle, der køber økolo- gisk
	pct.						
Hele landet							
1998	54	25	7	12	2	0	100
1999	47	26	4	20	3	0	100
2000	49	24	6	19	2	-	100
2001	51	21	6	21	1	0	100
2002	56	16	4	20	5	-	100
Hovedstaden	48	20	3	21	8	-	100
Hovedstadens forstæder	63	13	3	19	2	-	100
Sjælland, Øerne el. Bornholm	63	16	5	16	1	-	100
Fyn	48	12	5	24	11	-	100
Nordjylland	58	19	1	21	1	-	100
Østjylland	60	14	4	16	5	-	100
Syd- og Vestjylland	47	12	3	32	5	-	100
Usikkerhed på geografi omkring:	+/- 11	+/- 8	+/- 4	+/- 9	+/- 4	-	

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.

Økologi gavner miljø og dyrevelfærd, mener købere...

Folk oplyser forskellige motiver bag deres ønske om at købe økologisk. Især spiller miljøhensyn og dyrevelfærd en rolle, mens de økologiske varers smag ikke har samme betydning. 74 pct. af familierne mener, at de køber økologiske varer, fordi det har meget stor eller stor betydning, at varerne gavner miljøet og 73 pct. af familierne mener, at de køber økologiske varer, fordi det har meget stor eller stor betydning, at varerne er bedre for dyrevelfærden.

...mens smag og sundhed har relativt mindre betydning

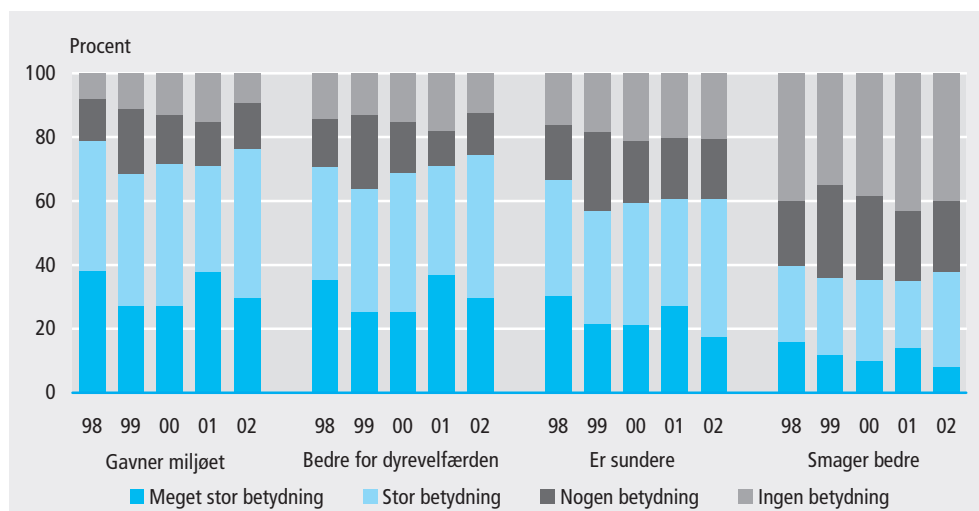
59 pct. af familierne angiver, at de køber økologiske varer, fordi det har meget stor eller stor betydning, at varerne er sundere og 38 pct. af familierne angiver, at de køber økologiske varer, fordi det har meget stor eller stor betydning, at varerne smager bedre. Der er imidlertid også 40 pct. af familierne, der angiver, at smagen ingen betydning har for købet af økologiske varer.

Tabel 5.1.3 **Motiver for familiernes køb af økologiske varer**

	Meget stor betydning	Stor betydning	Nogen betydning	Ingen betydning	Ved ikke	I alt
	pct.					
De økologiske varer:						
- gavner miljøet:						
1998	38	40	13	8	1	100
1999	27	41	20	11	1	100
2000	27	44	15	13	1	100
2001	38	33	14	15	1	100
2002	29	45	14	9	2	100
- er bedre for dyrevelfærden:						
1998	35	35	15	14	1	100
1999	25	38	23	13	1	100
2000	25	43	16	15	1	100
2001	37	34	11	18	0	100
2002	29	44	13	12	2	100
- er sundere:						
1998	30	36	17	16	1	100
1999	21	35	24	18	2	100
2000	21	38	19	21	1	100
2001	27	33	19	20	1	100
2002	17	42	18	20	2	100
- smager bedre:						
1998	16	24	20	40	0	100
1999	12	24	29	35	0	100
2000	10	25	26	38	1	100
2001	14	21	22	43	0	100
2002	8	30	22	40	1	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.

Figur 5.1.2 Motiver for køb af økologiske varer



Økologiske varer er for dyr og man kan ikke stole på kontrollen

Familier, der aldrig køber økologiske varer, er blevet spurgt, om de kan angive tre grunde til, hvorfor de ikke køber økologiske varer. De vigtigste grunde er, at familierne mener, at økologiske varer er for dyre, og at man ikke kan stole på, at varerne bliver kontrolleret godt nok.

Tabel 5.1.4 De tre vigtigste årsager til, at familier aldrig køber økologiske varer

	Vigtigste årsag			Næst vigtigste årsag			Tredje vigtigste årsag		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Hele landet	100	100	100	90	84	90	42	35	37
pct.									
De økologiske varer:									
- dyrere	38	35	38	13	8	8	5	1	2
- smager ikke bedre	8	3	6	4	6	7	2	0	2
- er ikke sundere	5	2	3	7	2	2	2	2	3
- gavner ikke miljøet	4	1	3	3	1	5	2	2	1
- der stoles ikke på, at de bliver kontrolleret	19	30	24	8	10	9	6	3	4
- kan ikke købes, hvor der ellers handles	3	1	2	1	1	0	0	-	1
- andre årsager	13	12	14	6	7	4	1	1	1
- ingen / andre grunde	10	16	10	48	49	53	23	26	23

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til : +/- 6 pct.

Mange dyrker selv de økologiske varer

16 pct. af de 32 pct. af alle familier, der aldrig køber økologiske varer, mener, at der er andre årsager til, at de aldrig køber økologiske varer. Hovedparten svarer, at det er fordi, at de selv dyrker eller på anden måde er selvforsynende med økologiske varer.

5.2 Familiernes energivaner

Den daglige adfærd har betydning

Husholdningerne står for næsten 30 pct. af det samlede energiforbrug i Danmark, så den daglige adfærd har stor betydning for miljøet. Det kræver en aktiv indsats fra befolkningen at mindske den miljøpåvirkning, der opstår som følge af energiforbruget. Danmarks Statistik har spurgt forbrugerne om deres syn på miljøbevidst adfærd, og om deres konkrete handlinger i forskellige miljømæssige sammenhænge.

Brugen af elbesparende apparater

Elektriske apparater

De danske familiers boliger er udstyret med en række elektriske apparater hvoraf nogle er elbesparende. Næsten alle boliger ved vi er udstyret med et køleskab, og i ca. 67 pct. af boligerne står der et køleskab, som er elbesparende, og i ca. 59 pct. af boligerne står en fryser, som er elbesparende, mens ca. 47 pct. af boligerne er udstyret med et elektrisk komfur mv., som er elbesparende.

54 pct. af boligerne er udstyret med en vaskemaskine, som er elbesparende, mens 34 pct. har en elbesparende opvaskemaskine

I stigende omfang anvender danskerne elsparepærer. For fem år siden brugte knap halvdelen af familierne elsparepærer; i dag er der elsparepærer i 66 pct. af boligerne.

Tabel 5.2.1 Familiernes rådighed over elbesparende apparater

	Ja		Nej		Har ikke apparatet		Ved ikke		I alt	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
pct.										
Er boligen udstyret med:										
Elbesparende køleskab	60	67	35	28	0	6	5	0	100	100
Elbesparende fryser	56	59	35	31	5	5	4	5	100	100
Elbesparende komfur/ovn/kogeplade	43	47	49	43	1	10	7	1	100	100
Elbesparende vaskemaskine	48	54	30	24	19	5	3	17	100	100
Elbesparende opvaskemaskine	29	34	23	21	46	5	2	40	100	100
Bruger familien elsparepærer	62	66	38	34	-	0	0	0	100	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

Sparer på elektriciteten

Man kan spare på elektriciteten ved at slukke lyset i de rum, der forlades, hvilket 78 pct. af familierne altid gør, 16 pct. gør det af og til, mens 7 pct. svarer klart nej hertil.

Tabel 5.2.2 Hvordan sparer familierne på el

	Ja, altid		Ja, af og til		Nej		Ved ikke		I alt	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
pct.										
Sparer familien på el:										
Slukker lyset i rum, der forlades	73	78	19	16	8	7	0	-	100	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

5.3 Familiernes vandbesparende adfærd

Stabil udvikling halvdelen af alle familier i Danmark (52 pct.) har i 2002 udstyret boligen med enten vandbesparende haner eller vandbesparende toilet. I 55 pct. af boligerne findes vandbesparende vaskemaskiner og i 33 pct. af boligerne findes en opvaskemaskine, som er vandbesparende. I forhold til 2001 er der tale om marginale stigninger.

Antallet af boliger med egen vandmåler i 2002 er 72 pct. I år 2001 var der 73 pct. af familierne, der svarede, at de havde egen vandmåler.

Tabel 5.3.1 Familiernes rådighed over vandbesparende apparater

	Ja		Nej		Har ikke apparatet		Ved ikke		I alt	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
pct.										
Er boligen udstyret med:										
Vandbesparende haner	46	52	52	45	-	4	2	0	100	100
Vandbesparende toilet	46	52	53	45	0	2	1	0	100	100
Vandbesparende vaskemaskine	51	55	27	23	19	22	3	0	100	100
Vandbesparende opvaskemaskine	30	33	21	23	47	44	2	0	100	100
Har familien egen vandmåler	73	72	19	22	7	6	1	0	100	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

Flere slukker for vandet under tandbørstningen Man kan spare på vandet på mange måder, men en ofte anvendt måde er, at slukke for vandet under tandbørstning. Det gør 81 pct. af alle familierne.

Brusebad i stedet for karbad Man kan også spare på vandet ved at tage brusebad frem for karbad, hvilket 49 pct. af alle familierne gør. Kun 7 pct. svarer nej til at spare på vandet ved at tage brusebad i stedet for karbad, mens 43 pct. ikke har karbad i boligen.

Vaner spiller en rolle Personerne er blevet spurgt, om de af andre årsager sparer på vandet. Mange svarer, at de sparer af gammel vane, og andre henviser til, at man skal passe på grundvandet, idet det er en knap ressource, og at der også skal være rent vand til børnebørnene.

Tabel 5.3.2 Hvordan sparer familierne på vandressourcerne

	Ja, altid		Nej		Har ikke karbad i boligen		Har ikke bad i boligen		Ved ikke		I alt	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
pct.												
Sparer familien på vandet:												
Tager brusebad i stedet for karbad	55	49	5	7	39	43	2	0	-	-	100	100
Slukker for vandet under tandbørstningen	79	81	21	19	-	-	-	-	0	-	100	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.

5.4 Prisens betydning for miljøvanerne

Pris-/miljøhensyn Familierne er blevet spurgt om, hvor stor betydning henholdsvis hensynet til prisen og hensynet til miljøet har, for at familien sparer på vandet og elektriciteten. I forhold til 2001 viser 2002-undersøgelsen, at både prisen og miljøhensynet i stigende grad er blevet afgørende for familiens miljøvaner. Der er færre, som klart svarer nej til, at hensynet til priser og miljø har betydning for adfærden.

Prisen har stor betydning for adfærden Familierne er blevet spurgt om, hvilken betydning prisen har, for at familien vil spare på vand og elektricitet. I 2002 svarer 61 pct., at prisen har "stor" eller "meget stor" betydning for at familien sparer på vandet. 69 pct. af familierne svarer, at prisen har "stor" eller "meget stor" betydning for at de vil spare på elektriciteten. Det er flere end i 2001-undersøgelsen.

Miljøhensyn har også stor betydning 63 pct. af familierne svarer, at miljøhensynet har "stor" eller "meget stor" betydning for at familien vil spare på vandet. 56 pct. af familierne svarer, at miljøhensyn har "stor" eller "meget stor" betydning for at familierne vil spare på elektriciteten.

Tabel 5.4.1 **Begrundelser for at familien sparer på vand og elektricitet**

	Meget stor betydning	Stor betydning	Nogen betydning	Nej, ingen betydning	Ved ikke	Sparer ikke	I alt
	pct.						
Prisen som begrundelse:							
For vandbesparelser:							
1998	19	21	24	28	0	7	100
1999	14	24	23	31	0	7	100
2000	17	30	20	25	1	8	100
2001	24	35	16	20	0	5	100
2002	21	40	16	18	1	5	100
For elektricitetsbesparelser:							
1998	29	30	21	17	0	3	100
1999	21	31	23	20	1	4	100
2000	26	34	19	16	1	4	100
2001	36	33	13	14	0	4	100
2002	29	40	17	9	1	3	100
Miljøet som begrundelse:							
For vandbesparelser:							
1998	26	34	21	10	1	7	100
1999	21	35	23	13	1	7	100
2000	16	35	23	17	1	8	100
2001	28	37	18	12	0	5	100
2002	20	43	20	11	1	5	100
For elektricitetsbesparelser:							
1998	22	26	26	22	1	3	100
1999	13	29	29	24	1	4	100
2000	11	29	28	27	1	4	100
2001	20	38	21	17	0	4	100
2002	16	40	25	15	1	3	100

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

5.5 Transportvaner

De sædvanlige, daglige transportvaner for voksne i arbejde eller under uddannelse

Interviewpersonerne er blevet spurgt om deres egne, sædvanlige transportvaner. De personer, der er fyldt 18 år og som er i fast arbejde eller under uddannelse, er blevet spurgt om transportmåden, transportafstanden og hyppigheden af transporten til arbejdsstedet eller til uddannelsesinstitutionen. Herudfra kan man danne sig et billede af det daglige, sædvanlige transportomfang for den voksne befolkning, der er i arbejde eller under uddannelse på en højere eller videregående uddannelsesinstitution.

Tabel 5.5.1 **Transportmåde til arbejde/uddannelse. 2002**

	Gang	Cykel	Offentlig transport	Knallert/ motor- cykel	Personbil/ varebil	Andet	I alt
	pct.						
Hele Landet	5	27	13	3	50	1	100
Mænd	5	22	13	5	55	1	100
Kvinder	6	34	13	1	46	2	100
Usikkerhed på køn omkring:	+/- 2	+/- 5	+/- 3	+/- 2	+/-5	+/- 1	

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.

Halvdelen af den voksne befolkning kører i bil til arbejde / uddannelsessted

Mændenes andel udgør godt halvdelen af den voksne befolkning, der er i arbejde eller under uddannelse, nemlig 54 pct. Kvinderne udgør således 46 pct. 55 pct. af alle mænd siger, at de kører i bil til arbejds- eller uddannelsessted, 22 pct. cykler og 13 pct. benytter offentlige transportmidler. Det ser lidt anderledes ud for kvinderne. 46 pct. af kvinderne siger, at de benytter bilen til transporten, 34 pct. benytter cyklen og 13 pct. benytter de offentlige transportmidler. Der er således flere mænd end kvinder, der kører i bil og flere kvinder end mænd, der cykler til deres arbejdsplads eller uddannelsesinstitution.

Tabel 5.5.2 **Transportmåde til arbejde eller uddannelsessted. 2002**

	Gang	Cykel	Offentlig transport	Knallert/ motor- cykel	Personbil/ varebil	Andet	I alt
	pct.						
Hele Landet	5	27	13	3	50	1	100
Hovedstaden	0	53	26	1	20	0	100
Hovedstadens forstæder	1	19	18	1	60	1	100
Sjælland, Øerne el. Bornholm	7	21	8	6	57	1	100
Fyn	4	33	10	0	51	2	100
Nordjylland	8	21	10	6	50	4	100
Østjylland	9	21	10	4	54	1	100
Syd- og Vestjylland	5	30	6	1	57	1	100
Usikkerhed på geografi omkring:	+/- 5	+/- 5	+/- 9	+/- 6	+/- 3	+/- 2	

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 3 pct.

Der cykles i byen og køres i bil på landevejene

Uden for hovedstaden er bilen det foretrukne transportmiddel, hvorimod cyklen er det mest anvendte transportmiddel i hovedstaden.

Det hænger bl.a. sammen med transportafstandene mellem hjem og arbejdssted eller uddannelsesinstitution. 55 pct. af dem, der bor i hovedstaden, og 69 pct. af dem, der bor i hovedstadens forstæder, siger, at de har mellem 5-24 km. i transportafstand. Den største gruppe, der har mere end 50 km. i transportafstand, bor på den øvrige del af Sjælland, på øerne, Lolland, Falster og Møn, nemlig 14 pct. Bornholm hører også ind under "øerne", men det er ikke her de store transportafstande er registreret.

På Fyn angiver 61 pct. at de har mellem 5-24 km. til arbejde eller uddannelsesinstitution. I Jylland som helhed siger 35 pct., at de har under 5 km. til arbejde eller uddannelsesinstitution, og 40 pct. siger, at de har mellem 5-24 km. Der er 20 pct., der siger, at de har over 25 km. til arbejde eller uddannelsesinstitution.

Tabel 5.5.3 **Transportafstande til arbejde eller uddannelsessted. 2002**

	Under 5 km	5-24 km	25-50 km	Over 50 km	Varierende afstand	I alt
	pct.					
Hele landet	31	46	12	6	4	100
Hovedstaden	29	55	5	5	6	100
Hovedstadens forstæder	17	69	8	2	4	100
Sjælland, Øerne el. Bornholm	33	33	19	14	2	100
Fyn	29	61	4	0	6	100
Nordjylland	38	34	18	3	7	100
Østjylland	34	41	13	9	3	100
Syd- og Vestjylland	34	44	16	1	6	100
Usikkerhed på geografi omkring:	+/- 9	+/- 10	+/- 7	+/- 5	+/- 4	

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.

Hyppigheden af transporten

85 pct. af alle voksne i arbejde eller uddannelse angiver, at de arbejder fem dage om ugen. 4 pct. angiver, at de arbejder 6 dage pr. uge, og 2 pct. angiver, at de arbejder alle ugens 7 dage. Sidstnævnte kategori skønnes at være et udtryk for, at visse personer har muligheden for fleksibel tilrettelæggelse af arbejdstiden samt at andre personer deltager i vagtordninger.

Tabel 5.5.4 **Hyppigheden af transporten til arbejde/uddannelse. 2002**

	1-2 dage pr. uge	3 dage pr. uge	4 dage pr. uge	5 dage pr. uge	6 dage pr. uge	7 dage pr. uge	I alt
	pct.						
Hele Landet	1	2	5	85	4	2	100
Hovedstaden	2	3	7	84	4	0	100
Hovedstadens forstæder	0	2	4	91	1	2	100
Sjælland, Øerne el. Bornholm	1	2	6	86	2	2	100
Fyn	0	3	7	85	4	2	100
Nordjylland	2	1	4	76	13	4	100
Østjylland	2	1	6	86	3	3	100
Syd- og Vestjylland	1	2	3	87	6	2	100
Usikkerhed på geografi omkring:	+/- 2	+/- 3	+/- 5	+/- 7	+/- 4	+/- 3	

Anm. Usikkerheden på tallene for hele landet er op til: +/- 4 pct.