



Grønne og etiske mærker

Guide til vurdering og brug af
standarder og mærker i indkøb

28. oktober 2021

Introduktion

Denne guide giver gode råd til, hvordan offentlige og private indkøbere kan vurdere grønne og etiske mærker, der bygger på uafhængige og alment anerkendte standarder og certificeringsordninger, og som kan bruges som troværdig dokumentation i forbindelse med indkøb – i guiden kaldet 'mærker eller mærkningsordninger'.

Guiden peger ikke på specifikke mærker eller mærkningsordninger men giver inspiration til, hvad indkøbere skal være opmærksomme på, hvis de vælger at stille krav om mærker i et udbud eller indkøb. Guiden giver også gode råd til, hvordan indkøbere kan referere til standarder.

I forhold til at vurdere et mærkes relevans og troværdighed tager guiden udgangspunkt i Forbrugerombudsmandens vejledning i "Brug af miljømæssige og etiske påstande mv." Herudover ses der på samspillet mellem mærker, standarder og udbudsloven.

God læselyst!

Bag om temagruppen og pjecen

Guiden er udarbejdet af en temagruppe om produktstandarder i indkøb under Forum for Bæredygtige Indkøb i 2021. Temagruppen har afholdt tre offentlige temamøder, hvor der deltog indkøbere fra både det offentlige og det private. I guiden har Forum samlet de væsentligste anbefalinger og idéer, der blev præsenteret og drøftet på møderne. Guiden henvender sig til indkøbere og udbudsansvarlige i både offentlige institutioner og private virksomheder.

Ansaret for indholdet af guiden ligger hos deltagerne af samt tovholderne for temagruppen. Det skal bemærkes, at guiden ikke er udtryk for Miljøstyrelsens synspunkter. Læs mere om Forums temagrupper her: <https://ansvarligeindkob.dk/aktiviteter/temagrupper/>

En stor tak til alle bidragsydere.

Virksomhedscertificeringer og produktmærker

En mærkningsordning drives af en organisation, der varetager en eller flere standarder eller mærker målrettet enten produkter, herunder tjenesteydelser (fremadrettet skrives kun produkt) eller virksomheder, herunder produktionsprocesser og/eller ledelsessystemer (fremadrettet skrives kun virksomhed).

Mærkeorganisationen tilbyder kriterier inden for miljømæssige, sundhedsmæssige, sociale og/eller etiske forhold, som et produkt eller en virksomhed kan blive certificeret i henhold til. Desuden tilbyder organisationen, eller akkrediterede organisationer godkendt hertil, en certificering- og kontrolordning, som sikrer, at en uafhængig tredjepart vurderer om standardens/mærkets kriterier er opfyldt og korrekt håndteret i den del af værdikæden, som kriterierne dækker.

Når kriterierne i en standard og samlet set ligger over niveauet af lovkrav eller i den bedste ende, så sikrer mærkeordningen og tredjeparts certificering og kontrol dokumentation for, at produktets eller virksomhedens præstation inden for de miljømæssige, sociale og/eller etiske forhold, som mærket stiller krav til er højere end gennemsnittet for tilsvarende produkter eller virksomheder på markedet.

For at støtte virksomheden i at synliggøre og markedsføre produktets eller virksomhedens præstation, tilbyder organisationen et mærke, der kan bruges til at markedsføre det, som er blevet certificeret. Virksomheder skal dog i deres markedsføring altid følge Forbrugerombudsmandens vejledning i "Brug af miljømæssige og etiske påstande mv."¹. Dette gælder uanset om de har et mærke eller ej.

Værdi for både indkøbere og leverandører

Hvis et produkt eller en virksomhed har dokumenteret præstationen inden for miljømæssige, sociale og/eller etiske forhold med brug af et mærke som forbrugerne kender og har tillid til, kan dette tilføre produktet eller virksomheden en merværdi, som styrker forretningen og bidrage til virksomhedens omstilling til mere bæredygtighed.

Troværdig mærkning kan:

- Tilføre virksomheden viden og kompetencer.
- Systematisere bæredygtighedsindsatsen.
- Styrke tillid og samarbejde hos medarbejdere, leverandører og kunder.
- Give troværdig dokumentation for miljømæssige, sociale og etiske forhold til brug i kommunikation og markedsføring.
- Fungere som navigations- og beslutningsredskab for indkøbere.

- Imødekomme en stigende efterspørgsel efter miljømæssige, sociale og etiske produkter.
- Mindske greenwashing og risiko for at blive hængt ud af kunder og i medierne.
- Styrke økonomien til gavn for en bæredygtig bundlinje.
- Bidrage til overholdelse af fremtidig lovgivning.

Et mærke kan dække flere temaer

Der er mange mærker på det danske marked til både produkter og virksomheder. Mærkerne dækker over en række temaer inden for miljømæssige, sociale og etiske forhold, hvor ét mærke kan dække et eller flere temaer. Et miljømærke kan fokusere på udvalgte miljøforhold inden for livscyklus f.eks. på adskillelse til genanvendelse eller ressourcetræk af biologiske råmaterialer som træ og fisk. Et sundhedsmærke kan fokusere på indholdet af visse kemiske stoffer, som kan give allergi. Og et mærke med fokus på sociale forhold kan have kriterier for menneske- og arbejdstagerrettigheder samt levevilkår.

Det kan være vanskeligt at tilegne sig viden om, hvilke konkrete temaer en mærkning har fokus på. Særligt for offentlige indkøbere gælder, at der efter udbudsreglerne kun må henvises til mærker, hvor der er fuld gennemsigtighed i de bagvedliggende krav, så virksomheder, der ikke har et mærke, har mulighed for at byde ind med anden passende dokumentation for opfyldelse af mærkekrav. De fleste mærker har deres kriterier liggende tilgængelige på deres hjemmeside.

Mærkerne videreudvikles og nye kommer til

De miljømæssige, sociale og etiske dagsordener udvikler sig løbende, og derfor dukker der hele tiden nye mærkningsordninger op som adresserer disse dagsordener. Aktuelt drøftes det eksempelvis at lave et CO₂-mærke som svar på klimakrisen og mærker, som viser indhold af genanvendte materialer. Andre eksempler på aktuelle dagsordener er dyrevelfærd, forringelser af biodiversitet, samt den voksende ressourceknaphed, der skal håndteres af cirkulære forretningsmodeller. Mange mærkeorganisationer arbejder løbende og målrettet på globalt plan på at styrke kriterierne på disse områder.

¹<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46475/2016-miljømæssige-og-etiske-udsagn.pdf>

De lovmæssige rammer

Som offentlig ordregiver har du stor frihed til at stille krav til de tekniske egenskaber, der karakteriserer produktet (herunder tjenesteydelsen), som du ønsker at købe eller udbyde. Derfor kan du kræve, at produktet er forsynet med et specifikt mærke, da mærket fungerer som dokumentation for opfyldelse af specifikke egenskaber/specifikationer. Du kan også stille krav om, at produktet skal opfylde en eller flere standarder.

For både mærker og standarder gælder, at de kan anvendes som mindstekrav, kriterier for tildeling eller vilkår for kontraktens gennemførelse. Fordelen ved at henvise til mærker og standarder er, at du ikke selv skal formulere eller sætte dig ind i samtlige bagvedliggende miljømæssige, sociale og etiske krav. Dem har andre formuleret på dine vegne. Herudover giver mærker og standarder en god grobund og taleramme for markedsdialogen med potentielle tilbudsgivere. Du kan med fordel både spørge markedet om muligheden for at kræve mærker eller standarder, og om hvorvidt mærker og standarder på området egner sig bedst som mindstekrav, kriterier for tildeling eller vilkår i en kontrakt.

Udbudsloven² opstiller en række krav, som et mærke skal opfylde for, at du kan kræve dette **mærke**:

1. mærkekravene vedrører kun krav, der er forbundet med kontraktens genstand, og er egnede til at definere egenskaberne ved de bygge- og anlægsarbejder, varer eller tjenesteydelser, der er genstand for kontrakten
2. mærkekravene skal være fastsat på grundlag af objektivi t verif icerbare og ikkediskriminerende kriterier,
3. mærkerne skal være udviklet på grundlag af en åben og gennemsigtig procedure, i hvilken alle relevante interessenter kan deltage,
4. mærkerne skal være tilgængelige for alle potentielle tilbudsgivere og
5. mærkekravene skal være fastsat af en tredjemand, som den økonomiske aktør, der ansøger om mærket, ikke udøver en afgørende indflydelse på.

En simpel metode til at tilegne sig dokumentation for opfyldelse af kravene er i form af en licens til et mærke, men anden passende dokumentation skal også godtages.

Egnede mærker kan bl.a. være officielle mærker, der er omfattet af gennemsigtighed og offentlig kontrol. Mærker, der går under betegnelsen type I-miljømærkninger, opfylder i udgangspunktet udbudslovens mærkekrav punkt 2-5 ovenfor. Det gør andre mærker ikke nødvendigvis.

Udbudsloven opstiller også regler for, hvordan og hvornår en ordregiver kan henvise til **standarder**:

1. Der skal henvises til standarder i prioriteret rækkefølge³
2. En standard ledsages af udtrykket "eller tilsvarende"

Bemærk, at standarden skal indeholde krav, der vedrører kontraktens genstand.

Disse lovmæssige rammer sikrer gennemsigtighed med hvilke krav, der stilles. Samtidig skal det være muligt for en tilbudsgiver at opfylde en standard med en alternativ løsning, hvis løsningen opfylder tilsvarende kriterier, som dem der ligger bag standarden. Som ordregiver kan og bør du i alle tilfælde anmode tilbudsgiver om dokumentation for overholdelse af standarden. Dette kan være i form af et certifikat, en testrapport, en overensstemmelses-vurdering eller en anden form for dokumentation. Dokumentationen skal påvise, at tilbuddet er i overensstemmelse med de tekniske specifikationer bag standarden. Du kan med fordel stille krav om, at certifikater er udstedt af et akkrediteret overensstemmelsesvurderingsorgan (CAB).

²Udbudslovens § 46 stk. 1, nr. 1-5

³Udbudsloven § 41, stk. 1 nr. 2, litra a-h

Læs mere om de lovmæssige rammer i vejledning til udbudslovens afsnit 7.5.2.2.2 og 7.5.2.2.4:
<https://www.kfst.dk/media/ua3fml2r/udbudsloven-vejledning-omudbudsreglerne.pdf>

Brug af standarder i udbud og indkøb

Som ordregiver kan du have behov for at beskrive særlige egenskaber inden for miljømæssige, sociale og etiske forhold, som retter sig imod tilbudsgivers virksomhed eller produkter i forbindelse med et udbud eller indkøb. Det kan eksempelvis være kvalitetsniveau, miljø- og klimapræstation eller prøvningsmetoder, levetid og produktionsprocesser mv. Her kan du henvise til standarder⁴ med krav, der skal overholdes, og som gør det klart for tilbudsgiverne, hvilke krav der gælder for udbuddet.

Det kan dog være vanskeligt at identificere de relevante standarder inden for det konkrete udbudsområde. Derfor skal du afklare, hvilke forhold du ønsker at efterspørge. Hvis det for eksempel er krav til holdbarhed (levetid), kan næste skridt være en markedsdialog med producenter for at afdække, om der inden for det specifikke produktområde er udviklet produkt-standarder, som sikrer en længere holdbarhed end normen på produktområdet. Er dette tilfældet, kan du på et oplyst grundlag overveje at indarbejde denne produktstandard i udbuddet/indkøbet.

En standard kan også vedrøre virksomheden fremfor produktet. Ønsker du eksempelvis udelukkende at indgå en kontrakt med en virksomhed, som har et miljøledelsessystem og arbejder systematisk med at forbedre miljøpræstationen for virksomheden, kan du stille krav om, at denne er certificeret efter miljøledelsessystemet DS/EN ISO 14001:2015. Dette med respekt for konkurrencesituationen.

Da det kan kræve en vis viden om både produktområdet og udbudsteknikken at få stillet ønsker og krav klart og præcist, er det altid en god idé at have en grundig markedsdialog inden udbuddet – både om relevante standarder og hvordan de kan indarbejdes i udbudsmaterialet. Desuden er det vigtigt, at du er opmærksom på, at udbudsloven kræver at henvisninger til standarder efterfølges af udtrykket ”eller tilsvarende” (se side 5). Dette krav gælder ikke for mærker. Samtidig bør du inden offentliggørelse af udbuddet have specificeret, hvordan tilbudsgivende virksomheder skal dokumentere, at de opfylder kravene bag mærket eller standarden.

⁴ En standard der er vedtaget af et standardiseringsorgan, og som er offentligt tilgængeligt f.eks. Dansk Standard

Brug af FN's Verdensmål i udbud og indkøb

Hensyn til et eller flere bæredygtighedsaspekter i indkøb kan understøtte en række af FN's Verdensmål og dermed være med til at sætte lokal handling bag internationale ambitioner. Derfor inddrages verdensmålene i stigende grad som pejlemærke, når der i forbindelse med udbud og indkøb stilles krav til sundhed, miljø og sociale forhold. Eksempelvis kan strenge krav til et produkts indhold af kemiske stoffer bidrage positivt til menneskers sundhed (delmål 3.9) og forbedre vandkvaliteten ved at reducere forurening (delmål 6.3). Andre eksempler omfatter krav til cirkularitet, affaldssortering, genbrug, madspild mv.

Samtidig kan verdensmålene bruges både på politisk niveau, internt i din organisation og overfor eksterne interessenter til at vise, på hvilke områder din organisation har fokus på at få en mere bæredygtig indkøbsadfærd. Derfor er det også vigtigt, at de krav du stiller til realisering af verdensmålene, er håndfaste nok til at en tilbudsgiver reelt kan levere på disse i kontraktens løbetid. Du bør derfor forsøge at stille specifikke produkt- eller ydelseskrav, som kan understøtte det/de verdensmål, som du som ordregiver vurderer mest relevante for derved at undgå tilbudsgivers generelle prosa om efterlevelse af verdensmålene.

Verdensmålene kan desuden i flere tilfælde bruges til at oversætte eller synliggøre de temaer, som en standard eller et mærke understøtter.

⁵ Se Regeringens handlingsplan for FN's Verdensmål, 2017, s. 34 (<https://www.regeringen.dk/aktuelt/publikationer-og-aftaletekster/handlingsplan-for-fns-verdensmaal/>)

Det er vigtigt at understrege, at verdensmålene ikke i sig selv giver dokumentation for en virksomheds bæredygtighedsindsats. Derimod kan det siges, at brugen af mærker kan underbygge virksomhedens arbejde med udvalgte verdensmål. Ønskes dokumentation for mere ansvarligt forbrug f.eks. inden for sundhed, miljø og sociale forhold, kan du anvende mærker, der dokumenterer, det du efterspørger i dit udbud eller indkøb. I samme omgang kan du sammenholde mærkets kriterier med verdensmålene. Læs mere om verdensmålene i Forums pjece om indkøb og verdensmål: http://ansvarligeindkob.dk/wp-content/uploads/2019/11/Indkøb_og_verdensmaal.pdf

Vurdering af mærkning

Som indkøber kan du støde på mange typer af mærker og mærkningsordninger. Her får du gode råd til, hvordan du vurderer om bestemte mærker er egnede og relevante for dit indkøb, både når du fastsætter krav og kriterier og efterspørger dokumentation for opfyldelse af kravene. På den baggrund kan du invitere leverandører til en videre dialog om, hvilke produkter de kan levere, som lever op til de relevante mærkers miljømæssige, sociale og etiske krav.

Rådene tager udgangspunkt i Forbruger-ombudsmandens vejledning i "Brug af miljømæssige og etiske påstande mv."⁶ (se også boks på side 7), som anviser 4 grundprincipper for, hvornår en mærkningsordning kan betragtes som alment anerkendt.

Sådan vurderes et mærke i forhold til relevans og troværdighed:

- Overvej først hvilke temaer inden for miljømæssige, sociale og etiske forhold der er vigtige for dit indkøb inden for produktkategorien. Undersøg derpå hvad mærket dækker over (produkter, leverandør, f.eks. transporten eller emballagen, eller andet), hvilke miljømæssige, sociale og etiske forhold mærket omfatter (klima, biodiversitet, sundhed eller andet) samt hvilke dele af livscyklus, mærkekravene dækker. Disse informationer vil du typisk kunne finde på mærkets hjemmeside og i de bagvedliggende mærkekrav eller en beskrivelse af disse.
- Undersøg dernæst, hvilken type af dokumentation, der er tale om (deklaration, mærke eller andet). Og tjek om dokumentationen er godkendt af tredjepart og om dokumentationen vedrører den konkrete leverance/ ydelse eller virksomhed eller noget tredje.
- Undersøg også om mærket har en database over godkendte licenshavere og mærkede produkter med gyldigt certifikat. Det kan hjælpe dig med at få et overblik over produkter på markedet og finde mulige leverandører. Som udgangspunkt kan du stole på, at leverandøren har den fornødne dokumentation for overholdelse af mærkekravene, men det er altid en god ide at bede om en kopi af et certifikat og tjekke at oplyste licensnumre er gyldige og gældende for pågældende virksomhed eller produkt.
- Undersøg eventuelt, hvor godt kendskab dine kunder har til mærket. Det er særligt vigtigt, hvis dine kunder er forbrugere, da større kendskabsgrad giver større tillid til mærket og dermed større tilbøjelighed til at lade mærket påvirke indkøbsbeslutningen.
- Tjek på hjemmesiden om mærket har kontor i Danmark eller i et naboland. Det kan gøre det lettere for dig at indhente supplerende information om mærkningsordningen. Et mærke med kontor i Danmark har typisk større kendskab til et dansk marked og kan give dig yderligere værdifulde oplysninger til gavn for din forretning.

⁶<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46475/2016-mil-jmssige-og-etiske-udsagn.pdf>



Forbrugerombudsmandens vejledning

Forbrugerombudsmanden opdeler mærker i tre kategorier:

1. Officielle mærknings- og certificeringsordninger
2. Private, alment anerkendte mærknings- og certificeringsordninger
3. Andre private mærkningsordninger m.v.

Til den **første kategori** hører f.eks. EU's økologilogo, Ø-mærket (det danske økologimærke), Svanemærket (det nordiske miljømærke), EU's energimærke, EU-Blomsten (EU's miljømærke).

For at tilhøre den **anden kategori** af private, alment anerkendt mærknings- og certificeringsordninger bør mærket ifølge Forbrugerombudsmandens vejledning "Brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen" opfylde følgende 4 grundprincipper:

1. **Transparens:** Den ansvarlige for mærkningsordningen er klart identificeret.
2. **Interessentinddragelse:** Relevante interessenter inddrages i processen ved udarbejdelsen af klare kriterier.
3. **Relevans:** Kriterierne fastsættes og vedligeholdes ud fra en vurdering af hele livscyklus for et produkt eller en aktivitet – fra vugge-til-grav – og omfatter relevante kategorier af (miljø)forhold og (miljø)påvirkninger mv. med videnskabeligt velfunderede beregningsmetoder m.m. (se vejledningens punkt 4 med definitionen af livscyklus og punkt 6.3).
4. **Kontrol:** Ordningen indeholder uafhængig kontrol fra en tredjepart, både vurderingen og fastsættelsen af kriterier og brugen af mærket - virksomhedens egenkontrol kan være en del af den samlede kontrolordning.

Den **tredje kategori** af mærker er typisk vedtaget af en brancheforening eller er en erhvervsdrivendes private mærkningsordning m.v. Forbrugerombudsmanden gør opmærksom på, at denne type mærker sjældent er underlagt samme uafhængighed som de to andre kategorier af mærker.

Hvad er Forum for Bæredygtige Indkøb?

Forum er et initiativ under Miljøministeriet som arbejder for at fremme miljøbevidste og ansvarlige indkøb i både offentlige og private virksomheder gennem netværk og videndeling.

Forum indsamler og formidler viden, værktøjer og best practice cases via Forums hjemmeside, nyhedsbrev, konferencer og temagrupper, som f.eks. temagruppen om produktstandarder i indkøb. Læs mere om temagruppens arbejde her:

<https://ansvarligeindkob.dk/aktiviteter/temagrupper/>

Hvem er med i netværket?

Forum er et netværkssamarbejde mellem organisationer på tværs af brancher og sektorer. Forum er åbent for alle med interesse for bæredygtige indkøb. Medlemskab er gratis, uforpligtende og personligt.

Hvordan kommer jeg med i netværket?

Du tilmelder dig gratis via <https://ansvarligeindkob.dk/saadan-bliver-du-medlem/>

Styregruppen for Forum for Bæredygtige Indkøb

Miljømærkning
Danmark



IT-Branchen



KØBENHAVNS KOMMUNE

DANSK
ERHVERV



SKI

DANSKE
REGIONER



Netværk for Bæredygtig
Erhvervsudvikling
NordDanmark

Danmarks
Naturfredningsforening

HØRESTA

REGIONERNES
FELLES INDKØB

CONCITO
DANMARKS GRØNNE TÆNKETANK

IKA
foreningen af offentlige indkøbere

KL



D I
Dansk Industri

DIEH
Dansk Initiativ for Etisk Handel

FSC
FORESTS FOR ALL
FOREVER