

Tutkimus:***Jo 70 % kuluttajista kiinnittää huomiota sisustus- ja remointituotteiden ympäristövaikutuksiin***

Joutsenmerkki tutki mitkä tekijät painavat kodin sisustus- ja remointihankinnoissa. Vaikka tuotteiden ympäristövaikutukset ovatkin vielä harvalla ykköskriteeri ostotilanteessa, niin jo 70 % kertoi niiden vaikuttavan ostopäätökseen vähintään jonkin verran.

Joutsenmerkki toteutti toukokuussa 2011 tutkimuksen, jossa selvitettiin suomalaisten kuluttajien vastuullisuutta sisustus- ja remointitarvikkeiden hankinnassa. Kyselyyn vastanneista 70 % kertoi tuotteiden ympäristövaikutusten vaikuttavan ostopäätökseen vähintään jonkin verran. Erittäin paljon ympäristövaikutuksiin kiinnittää huomiota 16 % kuluttajista. Naiset ovat miehiä hieman valveutuneempia. Naisista jopa 78 %:lla ympäristövaikutukset vaikuttavat ainakin jonkin verran ostopäätökseen, kun miesten kohdalla vastaava luku oli 63 %.

Sisustus- ja remointituotteiden ympäristövaikutuksia ilmoitti vertailevansa 46 % vastaajista. Jopa 54 % vastaajista ei kuitenkaan koe saavansa tuotteiden ympäristövaikutuksista riittävästi tietoa.

Lähes 70 % vastaajista kokee, että ympäristömerkki tuotteessa helpottaa ympäristöystävällisten tuotteiden löytämistä ja ostopäätöksen tekemistä. 64 % pitää ympäristömerkittyjä tuotteita laadukkaina.

Terveysvaikutuksista kaivataan lisää tietoa

Tuotteiden terveysvaikutuksetkin puhuttavat suomalaisia sisustus- ja remointihankinnoissa. Valtaosa tutkimukseen vastanneista (73%) suosii tuotteita, joissa on mahdollisimman vähän haitallisia kemikaaleja. Suurin osa (62 %) ei kuitenkaan tiedä, millaisia terveysvaikutuksia sisustus- ja remointitarvikkeilla on. Yli puolet (57 %) kaipaa lisätietoja tuotteiden terveysvaikutuksista.

Pienten lasten vanhemmat luottavat ympäristömerkkiin

Perheenäidit ja –isät kokivat eniten, että ympäristömerkki tuotteessa helpottaa ostopäätöksen tekemistä. Heidän mielestään ympäristömerkittyjä tuotteita ei vain ole riittävästi tarjolla. He myös erottautuivat tutkimuksessa ryhmäksi, joille tuotteiden terveysvaikutukset ovat erityisen tärkeitä.

Eläkeläiset ekoja

Ehkä yllättäen eläkeläiset ovat kaikkein innokkaimpia tuotteiden ympäristövaikutusten vertailijoita ja he suosivat tuotteita, joiden ympäristövaikutukset ovat pienet. Myös heille tuotteiden terveysvaikutukset ovat tärkeitä.

Tutkimus toteutettiin nettikyselynä yhteistyössä Consumer Compassin kanssa ja kysymyksiin vastasi kaikkiaan 700 iältään 18-69 -vuotiasta suomalaista. Vastaajista miehiä oli 55 % ja naisia 45 %.



Joutsenmerkki auttaa valitsemaan turvallisia sisustus- ja remointituotteita

Joutsenmerkin vaatimukset koskevat paitsi tuotteen ympäristövaikutuksia, myös sen terveysvaikutuksia sekä turvallisuutta käyttäjälle. Lisäksi Joutsenmerkki asettaa vaatimuksia tuotteen laadulle. Ostaessaan joutsenmerkityn tuotteen kuluttaja voi siis olla varma, että hän on valinnut laadukkaan ja ympäristön kannalta paremman vaihtoehdon, joka sisältää mahdollisimman vähän haitallisia kemikaaleja.

Tällä hetkellä Joutsenmerkittyjä sisustus- ja remointituotteita löytyy jo satoja seuraavissa tuoteryhmissä:

Huonekalut	Rakennuslevyt
Keittiökalusteet	Lattianpäällysteet
Astianpesukoneet	Kestävä puutavara
Pyykinpesukoneet	Kemialliset rakennustuotteet
Tulisijat	Maalit ja lakat
Lämpöpumput	

Joutsenmerkin tavoitteena on jatkuvasti lisätä joutsenmerkittyjen sisustus- ja remointituotteiden tarjontaa kannustamalla valmistajia kehittämään Joutsenmerkin tiukat vaatimukset täyttäviä tuotteita.

Lue lisää tutkimuksesta osoitteessa: www.joutsenmerkki.fi/sisustus_ja_remontointi

Lisätiedot:

Ympäristömerkintä – Motiva Services Oy

Tiedottaja Kirsi Auranmaa, puh. 0424 281 401 / 0400 949 491

kirsi.auranmaa@motiva.fi

www.ymparistomerkki.fi

Ympäristömerkintä - Motiva Services Oy,

PL 489, 00101 HELSINKI, puh. 0424 2811, joutsen@motiva.fi

