

# Konsumenters användning av kemisk riskinformation på rengöringsprodukter

LINN NILSSON 2023  
MVEM03 EXAMENSARBETE FÖR MAGISTEREXAMEN 15 HP  
MILJÖVETENSKAP | LUNDS UNIVERSITET







**LUNDS**  
UNIVERSITET

[WWW.CEC.LU.SE](http://WWW.CEC.LU.SE)  
[WWW.LU.SE](http://WWW.LU.SE)

Lunds universitet

Miljövetenskaplig utbildning  
Centrum för miljö- och  
klimatforskning  
Ekologihuset  
223 62 Lund

# Konsumenters användning av kemisk riskinformation på rengöringsprodukter

En enkätundersökning bland studenter

Linn Nilsson

2023



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Linn Nilsson

MVEM03 Examensarbete för magisterexamen 15 hp, Lunds universitet

Handledare: Maria Hansson, The Centre for Environmental and Climate Science (CEC), Lunds universitet

CEC - Centrum för miljö- och klimatvetenskap

Lunds universitet

Lund 2023



# Abstract

The use of chemicals is increasing. Human health and the environment are exposed to hazardous substances along a lack of knowledge about how these substances actually affect us and our environment. In the homes, the use of chemical cleaning products is widespread. Various products meet many important needs, but could at the same time pose major risks to human health and the environment if not correctly used and unsafely handled. Annually, several poisonings and accidents with cleaning products are reported to the Swedish Poisons Information Centre.

Chemical products must be labelled with symbolic and written warning information in accordance with special labelling legislation. Warning information, created for consumers to be alerted and aware of the hazards of a product in use. However, previous research suggests that consumers often completely ignore this warning information and instead use other simple attributes of a product to determine how hazardous it is.

In this study, a survey was conducted to collect information on whether consumers used warning information on cleaning products. The results showed that all participants absolutely wanted information in case a product could have effects on health and/or the environment. However, the participants then seemed to want to decide for themselves whether they wanted to use this warning information by not always look for warning symbols and follow the instructions and precautionary statements. The results in this study confirm what previous research in the field has concluded - there is no general obviousness in looking for and following cleaning products' warning information and the reasons for these are many and individually spread. The results can be used as a basis for legislators in the field to review the way warning information on chemical products is communicated, so that it actually reaches consumers and awakens their attention.





# Populärvetenskaplig sammanfattning

Användningen av rengöringsprodukter i hemmen är utbrett. Olika medel för städning, tvättning och diskning uppfyller många viktiga behov men samtidigt kan felaktig användning och osäker hantering av dessa produkter innebära stora risker för människors hälsa och miljön. Giftinformationscentralen får årligen in flera samtal om förgiftningar och olyckor som skett med rengöringsmedel. Produkterna kan bland annat ha olika allvarlig grad av frätande och irriterande egenskaper på hud, ögon och luftvägar samt vara giftiga eller skadliga för vattenlevande organismer med långtidseffekter.

På produkternas förpackning ska symbolisk och skriftlig varningsinformation finnas enligt särskild märkningslagstiftning. Varningsinformation, som är till för att just konsumenterna ska uppmärksammas och känna till farorna med produkten vid användning. Dock tyder tidigare forskning på att konsumenterna oftast helt bortser från denna varningsinformation, inte tycks förstå vad varningssymbolerna betyder och istället använder sig av andra enkla attribut hos produkten, såsom dess färg, doft eller annan förpackningsdesign, för att avgöra hur farlig en produkt är. Ändå är Kemikalieinspektionens råd till konsumenterna att titta efter varningssymboler och att följa bruksanvisning och skyddsangivelser.

I denna studie genomfördes därför en enkätundersökning för att samla in information om huruvida konsumenterna använde sig av rengöringsprodukternas varningsinformation. Enkäten handlade även om konsumenternas inställning till användningen av rengöringsprodukter samt intresset för att vilja ha information ifall sådana produkter kunde ha effekter på hälsan och/eller miljön. Resultatet visade på att samtliga deltagare absolut ville ha information ifall en produkt kunde ha effekter på hälsan och/eller miljön, men att de sedan själva tycktes vilja avgöra vad de valde att göra med den informationen. Majoriteten av deltagarna följde inte alltid bruksanvisningen och skyddsangivelserna och den vanligaste huvudanledningen till detta var att deltagarna kände sig trygga med sin egen hantering. Gällande att inte aktivt titta efter varningssymboler angavs huvudanledningar såsom att deltagarna inte brydde sig, missade dem eller inte förstod vad de betydde.

Resultaten i studien bekräftar vad tidigare forskning på området redan kommit fram till – det råder ingen allmän självklarhet i att titta efter och följa rengöringsprodukters varningsinformation och anledningarna till detta är många och individuellt spridda. Resultaten kan användas som grund för lagstiftare på området att se över på sättet som varningsinformation på kemiska produkter kommuniceras, så att den faktiskt når konsumenterna och fångar deras uppmärksamhet.

# Innehållsförteckning

**Abstract 5**

**Populärvetenskaplig sammanfattning 7**

**Innehållsförteckning 9**

**1. Inledning 11**

*1.1 Reglering av kemiska produkters varningsinformation 11*

*1.2 Inträffade olyckor med rengöringsprodukter 12*

*1.3 Tidigare forskning 13*

*1.4 Syfte och frågeställningar 13*

*1.5 Avgränsning 14*

**2. Metod 15**

*2.1 Enkätundersökning 15*

*2.1.1 Deltagare 15*

*2.1.2 Insamling av data 15*

*2.1.3 Dataanalys 16*

*2.2 Etisk reflektion 16*

**3. Resultat 17**

*3.1 Deltagare 17*

*3.2 Användning och inställning till kemiska rengöringsprodukter 18*

*3.3 Varningssymboler 19*

*3.4 Bruksanvisning och skyddsangivelser 22*

*3.5 Information om effekter på miljö och hälsa 24*

*3.6 Val av miljömärkta rengöringsprodukter 26*

## **4. Diskussion 31**

### *4.1 Enkätundersökning 31*

4.1.1 Användning och inställning 31

4.1.2 Varningssymboler, bruksanvisning och skyddsangivelser 31

4.1.3 Information om miljö- och hälsoeffekter 33

4.1.4 Val av miljömärkta rengöringsprodukter 33

### *4.2 Metoddiskussion 34*

### *4.3 Vidare forskning 34*

## **5. Slutsats 37**

## **6. Tack 39**

## **7. Referenser 41**

## **8. Bilaga 43**

*8.1 Enkät - Svenska 43*

*8.2 Enkät - Engelska 47*

# 1. Inledning

Enligt miljömålet "Giftfri miljö" ska ämnen vilka har skapats i eller utvunnits av samhället och som kan hota människors hälsa eller den biologiska mångfalden inte förekomma i miljön. I dagsläget utsätts ändå människor, djur och växter för farliga ämnen när kemiska produkter tillverkas, används och slängs. Den redan stora användningen av kemikalier i samhället förväntas bara att fortsätta öka samtidigt som det saknas kunskap om hur ämnena faktiskt påverkar människors hälsa och miljön, på kort och lång sikt. Spridningen av farliga ämnen i samhället behöver därmed förebyggas och minskas så att människors hälsa och den biologiska mångfalden skyddas (Sveriges Miljömål, 2023).

I hemmen förekommer vanligen många olika typer av kemikalier och kemiska produkter såsom rengöringsmedel för olika typer av ändamål (Kemikalieinspektionen, 2022a). Att rengöringsprodukter uppfyller många viktiga behov i hemmen och används till olika rengörande ändamål inom städning, tvättning och diskning är något som snarare hör till vanligheterna än ovanligheterna.

Dock kan några av dess produkter innebära stora risker för människors hälsa och miljön om de används felaktigt eller inte hanteras på ett säkert sätt (Kemikalieinspektionen, 2022b). Konsumenter behöver nås och informeras om dessa risker och produkter som innehåller farliga ämnen måste därmed vara märkta enligt särskild märkningslagstiftning (Kemikalieinspektionen, 2023a). Men tittar och följer konsumenter denna varningsinformation? Och vad kan anledningen vara till att de inte gör det?

Genom att förstå konsumenters användning av rengöringsprodukters varningsinformation skapas en grund för om riskkommunikationen är tillräcklig eller behöver förbättras.

## 1.1 Reglering av kemiska produkters varningsinformation

Den som släpper ut en kemisk produkt på marknaden med klassificerade farliga egenskaper måste märka produkten med information om detta (Kemikalieinspektionen, 2023a). Märkningen består bland annat av faroangivelser som upplyser om produktens farliga egenskaper (Kemikalieinspektionen, 2023b) såsom "orsakar allvarlig ögonirritation", "orsakar allvarliga frätskador på hud och ögon" eller "mycket giftig för vattenlevande organismer med långtidseffekter" (Kemikalieinspektionen, 2021a). Produkten ska även märkas med information om hur produkten ska hanteras på ett säkert sätt så att människors hälsa och miljön skyddas (Kemikalieinspektionen, 2023a), i form av så kallade skyddsangivelser (Kemikalieinspektionen, 2023b), såsom "använd skyddshandskar/skyddskläder/ögonskydd/ansiktsskydd", "förvaras oåtkomligt för barn" eller "undvik utsläpp till miljön" (Kemikalieinspektionen, 2021b).

Märkningen på förpackningen är till för att den som köper och använder produkten ska upplysas och känna till farorna med produkten. Märkningen gäller både produkter som är avsedda för yrkesmässigt och privat bruk och innehåller olika standardiserade fraser och symboler beroende på klassificeringen av de ingående farliga ämnena (Kemikalieinspektionen, 2023a). Märkningen består även av standardiserade symboler, i form av faropiktogram och signalord, såsom "Fara" eller "Varning", för att fånga användarens uppmärksamhet om att produkten har farliga egenskaper. Faropiktogrammen är nio i antalet och vilka en produkt ska märkas med beror på hur produkten har klassificerats. Faropiktogrammen är utformade enligt det globala harmoniserade systemet för klassificering och märkning av kemikalier (GHS) och som ligger till grund för förordning (EG) nr 1272/2008 om klassificering, märkning och förpackning av ämnen och blandningar (CLP). Det är i CLP-förordningen som alla regler om märkningens innehåll och utformning finns. Bestämmelser såsom storlek på etikett och faropiktogram, informationens placering och att märkningen ska vara tydlig, lättläst och avskild från annan text återfinns där. För produkter som säljs i Sverige ska informationen även vara skriven på svenska (Kemikalieinspektionen, 2023a).

## 1.2 Inträffade olyckor med rengöringsprodukter

Under 2022 inkom totalt 25 463 samtal till Giftinformationscentralen gällande förgiftningar och olyckor med kemikalier och kemiska produkter. Av dessa rekommenderades 7 153 av samtalen att uppsöka sjukhusvård till följd av att risken inte bedömdes som liten. Den vanligaste typen av kemikalier och kemiska produkter som samtalen gällde var olika typer av rengöringsmedel

såsom maskindiskmedel, toalett- och allrengöring, handdiskmedel, ugnrensning, tvättmedel, blekmedel, poolrengöring, avloppsrengöring och avkalkningsmedel. De vanligaste orsakerna till olyckstillbud med rengöringsmedel var oavsiktlig förtäring, ögonstänk och inandning av produkten (Giftinformationscentralen, 2023).

Att kemiska rengöringsmedel som används i hemmen både kan innebära och faktiskt redan utgör hälsorisker går därför inte att förbise. Kemikalieinspektionens råd till konsumenter är därför att titta efter varningssymboler och att följa bruksanvisning och skyddsangivelser för att minska risken för olyckor med kemiska produkter i hemmen (Kemikalieinspektionen, 2022b).

### 1.3 Tidigare forskning

Flera tidigare studier har funnit att förekomsten av varningsinformation inte verkade påverka deltagarnas riskuppfattning med en rengöringsprodukt. Konsumenter verkade istället tendera att helt bortse ifrån varningsinformationen på förpackningar och istället använda sig av andra produktattribut och rationella resonemang, såsom rengöringsproduktens färg, doft, bilder och upplevelsen av naturlighet, för att avgöra en rengöringsprodukts farlighet (Hinks, et. al. 2009; Bearth, A., et. al, 2020; Bearth & Siegrist, 2019; Bearth, A., et. al, 2017; Buchmüller K. et al., 2022a).

I en studie av Bearth et. al. (2020) visade resultatet på att ett betydande antal av deltagarna var omedvetna eller inte kände igen varningssymbolerna (Bearth, A., et. al., 2020) och i en annan studie av Buchmüller et. al. (2020) visade resultaten på att konsumenter helt verkade sakna intuitiv riskmedvetenhet för val och användning av kemiska rengöringsprodukter. Endast när deltagarna ombads att tänka på problematiska situationer med rengöringsprodukter visade det sig att de besatt en inre riskmedvetenhet (Buchmüller, K. et al., 2020). I en annan studie av Buchmüller et. al. (2022b) visade resultaten på att varningsinformation på förpackningar inte verkade fungera som ett tillförlitligt sätt att påminna konsumenter om riskerna med en produkt vilket därmed kunde tyda på att varningarna var ineffektiva till att förebygga olyckor vid användning (Buchmüller et. al. 2022b).

### 1.4 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att samla in kunskap och information om hur konsumenterna använder sig av och följer tillgänglig riskinformation på kemiska rengöringsprodukter. Studien syftar även till att förstå konsumenters inställning till att vilja ha information ifall en rengöringsprodukt kan ha effekter på miljön och/eller hälsan. För studien formulerades därmed följande frågeställningar:

- Är varningssymboler något som aktivt tittas efter och om inte, varför?
- Är bruksanvisning och skyddsangivelser något som följs och om inte, varför?
- Är information om en rengöringsprodukts effekter på miljön och/eller hälsan något som konsumenterna vill ha och om inte, varför?
- Är miljömärkta rengöringsprodukter något som aktivt väljs och om inte, varför?

## 1.5 Avgränsning

Studien avgränsades till att studera konsumenterna i form av studenter vid Lunds universitet. Studenterna avgränsades i sin tur till att omfatta studenter i områdena biologi och miljövetenskap.



## 2. Metod

### 2.1 Enkätundersökning

En kvantitativ enkätundersökning valdes som lämplig metod för att besvara frågeställningarna i denna studie samt bedömdes utgöra ett enkelt, snabbt och kostnadsfritt sätt att samla in informationen på.

Som en del i att ta fram en validerad enkät genomfördes en pilotstudie som inkluderade ett bekvämlighetsurval av nio personer som utgjordes av vänner eller familjemedlemmar och vilka ombads att granska och lämna synpunkter på enkäten.

#### 2.1.1 Deltagare

Deltagare till enkätundersökningen rekryterades genom respektive institutions tillgängliga maillista som respektive ansvarig utbildningskontakt hade tillgång till. Utbildningskontakterna var även de som hanterade och bistod med utskicket. Enkäten skickades ut till 1048 biologistudenter och 443 miljövetenskapsstudenter, ett totalt antal på 1491 studenter. Då maillistan för biologistudenterna även gick ut till internationella studenter, gjordes enkät och introducerande enkättext tillgänglig på både svenska och engelska. I det utskickade mailet bjöds deltagarna in till att delta och informerades om enkätundersökningens syfte.

Väl inne i enkätformuläret informerades deltagarna att de lämnade sitt samtycke till att delta genom att besvara och skicka in enkäten. Samtliga deltagare anonymiserades genom att inga mailadresser samlades in.

#### 2.1.2 Insamling av data

Enkäten (se bilaga) utformades digitalt i Google Formulär och innehöll 14 obligatoriska frågor (\*) i en sektion med samma ordningsföljd för samtliga deltagare. Enkäten började med fyra bakgrundsfrågor om deltagaren följt av tio ämnesspecifika frågor. Fyra av de ämnesspecifika frågorna var öppna

flervalsfrågor, med möjlighet för deltagaren att även själv fylla i ett eget svar. De övriga tio frågorna var slutna frågor. De ämnesspecifika frågorna handlade om självrapporterad användning, hantering och inställning till kemiska rengöringsprodukter med fokus på dess riskinformation. Två av frågorna förtydligades med bilder. Inspiration till urvalet av svarsalternativ för enkätens flervalsfrågor hämtades från både tidigare forskning (se avsnitt 1.3) och egen hypotes.

Datainsamlingen skedde mellan 2023-04-20 och 2023-04-27.

### **2.1.3 Dataanalys**

Dataanalys utfördes genom att det insamlade datamaterialet först överfördes i Excel. Den deskriptiva data som erhöles från enkäten presenterades i antal (N) och procent (%) samt grafiskt i form av cirkeldiagram över svarsfördelningen.

## **2.2 Etisk reflektion**

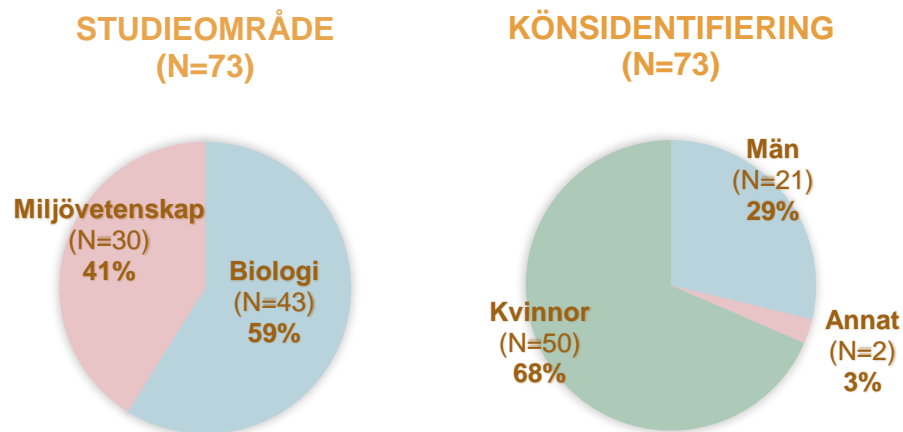
I enkäten behöll deltagarna sin fulla integritet genom att bli garanterade anonymitet. Det var även frivilligt för deltagarna att delta i undersökningen och den data som samlades in användes enbart för att svara på studiens syfte och frågeställningar.

## 3. Resultat

Data kopplad till deltagarnas bakgrund presenteras i den inledande resultatdelen. I de efterföljande resultatdelarna behandlas dock samtliga deltagarna som en gemensam grupp. Ingen vidare ingående analys utförs därmed utifrån deltagarnas bakgrund tillsammans med deltagarnas efterföljande enkätsvar då andelen deltagare från respektive kategori var för få för att kunna dra korrekta slutsatser.

### 3.1 Deltagare

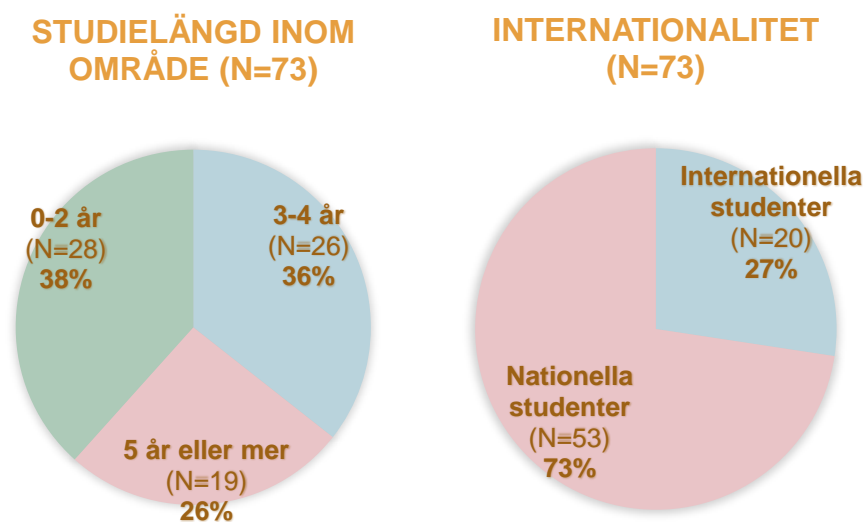
Utifrån de 1491 tillfrågade studenterna svarade 5% (N=73) på enkäten. Av de som svarade var 59% (N=43) biologistudenter och 41% (N=30) var studenter i miljövetenskap. Av de 73 deltagarna identifierade sig 29% (N=21) som män, 68% (N=50) som kvinnor och 3% (N=2) som annat.



**Figur 1 Studieområde & könsidentifiering**

Till vänster visas fördelningen av deltagare utifrån respektive studieområde. Till höger visas fördelningen av deltagarnas könsidentifiering.

Av deltagarna (N=73) hade 38% (N=28) studerat i 0-2 år, 36% (N=26) hade studerat i 3-4 år och 26% (N=19) hade studerat i 5 år eller mer. Andelen deltagare som var internationella studenter uppgick i 27% (N=20).



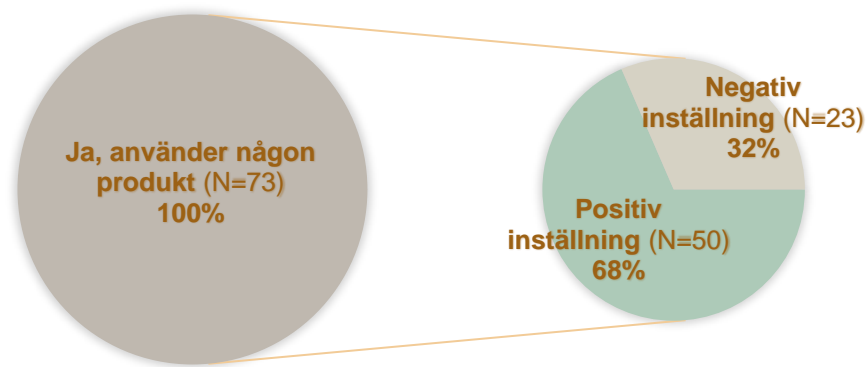
**Figur 2 Studielängd inom område & internationalitet**

Till vänster visas fördelningen av deltagarnas studielängd. Till höger visas fördelningen av deltagarnas internationalitet.

### 3.2 Användning och inställning till kemiska rengöringsprodukter

Samtliga deltagare, 100% (N=73), angav att de använde någon kemisk rengöringsprodukt hemma. Av dessa hade 68% (N=50) en generell positiv inställning och 32% (N=23) hade en generell negativ inställning till att använda sådana produkter.

### ANVÄNDNING OCH INSTÄLLNING TILL KEMISKA RENGÖRINGSPRODUKTER (N=73)



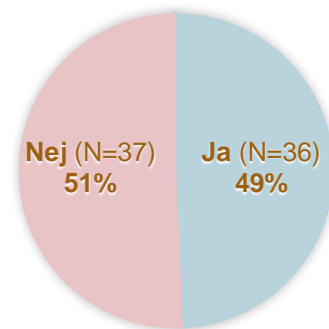
**Figur 3 Användning och inställning till kemiska rengöringsprodukter**

Fördelningen visar hur många deltagare som använde någon kemisk rengöringsprodukt hemma samt deras generella inställning till att använda sådana produkter.

### 3.3 Varningssymboler

Av deltagarna (N=73) angav 49% (N=36) att de aktivt tittade efter om en rengöringsprodukt var märkt med varningssymboler, medan 51% (N=37) svarade att de inte aktivt gjorde det.

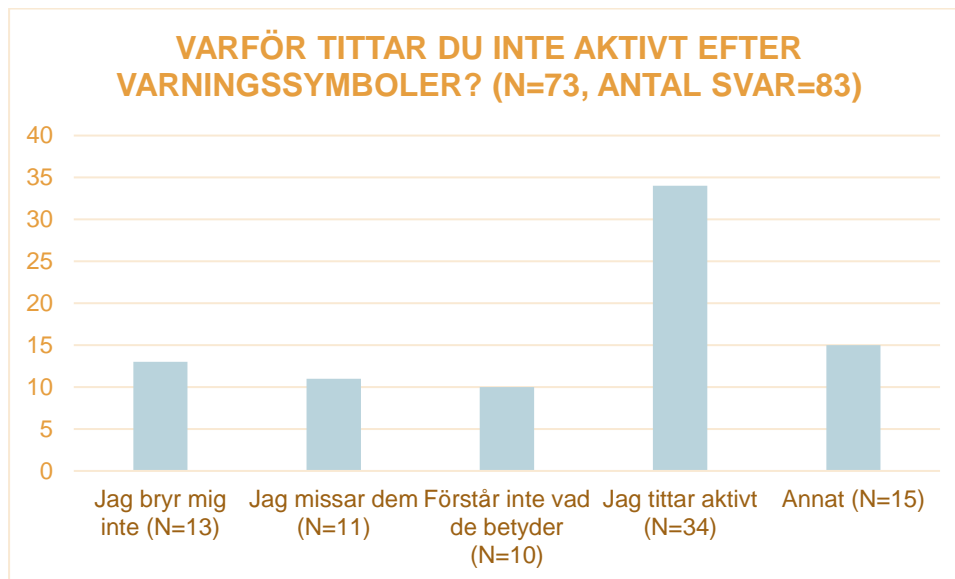
### TITTAR DU AKTIVT EFTER VARNINGSSYMBOLER? (N=73)



**Figur 4 Varningssymboler**

Fördelningen visar hur många deltagare som aktivt tittade efter om en produkt var märkt med varningssymboler.

På flervalsfrågan om vad huvudanledningen kunde vara till att deltagarna (N=73) inte aktivt tittade efter om en produkt var märkt med varningssymboler inkom 83 svar. Av de inkomna svaren utgjordes 16% (N=13) av att deltagarna inte brydde sig, 13% (N=11) av att deltagarna missade varningssymbolerna, 12% (N=10) av att deltagarna inte förstod vad varningssymbolerna betydde och 41% (N=34) av svaren var att deltagarna alltid tittade efter varningssymboler. Resterande 18% (N=15) utgjordes av andra anledningar som anges nedan.



**Figur 5 Anledningar - varningssymboler**

Fördelningen visar vad deltagarna hade för anledningar till att inte aktivt titta efter varningssymboler.

Som andra anledningar (18%, (N=15)) till varför deltagarna inte aktivt tittade efter varningssymboler angavs följande svar:

”Tittar mest på om de är miljömärkta”

”Jag väljer produkter som jag vet inte är skadliga”

”Vill ha bra rengöring så väljer dessa ibland ändå”

”Tänker inte på att kolla”

”Jag känner produkten sedan innan”

”Jag vet ungefär vad produkterna innehåller och vet därför ungefär vilka risker som är förenade med användningen av dem. De jag använder är också nästan helt ofarliga, men kan ändå ha varningssymboler som ”Skadlig”.”

”Det är inte jag som införskaffar dessa produkterna i mitt hem.”

”Jag vet redan att där är varningssymboler så behöver inte titta efter dem.”

"Jag glömmer kolla efter det"

"I never thought about it"

"General understanding that should be away from flame, not stored in the sun. No to eat/drink and keep away from children."

"Though useful guidelines, I am always careful with the products I use, never put them near a flame (whether they are inflammable or not), I try to ventilate the room that I am cleaning (so I don't inhale as much product) and I am wearing gloves. => I try to protect myself from all of the dangers without actively looking at what are the specific dangers of the product that I am using (I would be able to read the symbols knowing that I did a bachelor in biology and chemistry)"

"Many of the commonly used products have warning symbols"

"I assume kitchen and bathroom cleaning will not have toxic ingredients as location of use."

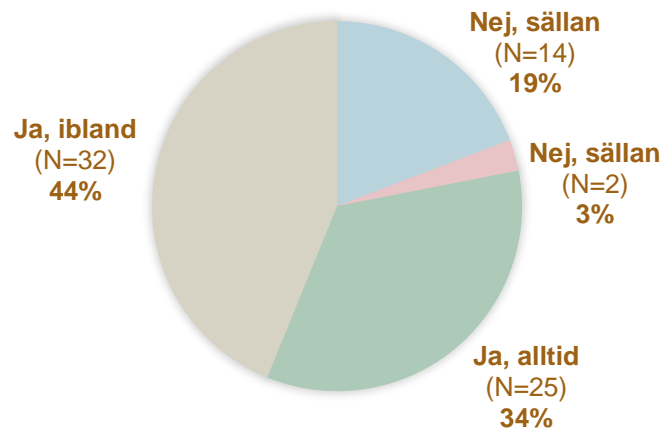
"I forget to look at them."

### 3.4 Bruksanvisning och skyddsangivelser

Av deltagarna (N=73) svarade 34% (N=25) att de alltid följde bruksanvisning och skyddsangivelser när de använde en kemisk rengöringsprodukt, medan 44% (N=32) angav att de gjorde det ibland, 19% (N=14) angav att de sällan gjorde det och 3% (N=2) svarade att de aldrig gjorde det.



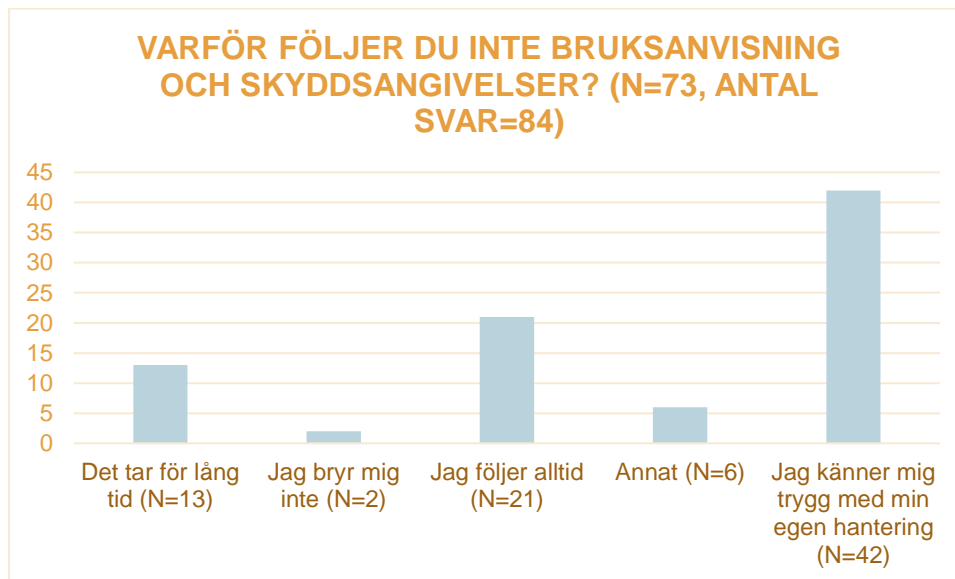
### FÖLJER DU BRUKSANVISNING OCH SKYDDSANGIVELSER? (N=73)



**Figur 6 Bruksanvisning och skyddsangivelser**

Fördelningen visar i vilken grad deltagarna angav att de följde bruksanvisning och skyddsangivelser.

På flervalsfrågan om vad huvudanledningen kunde vara till att deltagarna (N=73) ibland inte, sällan eller aldrig följde bruksanvisning och skyddsangivelser inkom 84 svar (N=73). Av de inkomna svaren utgjordes 2% (N=2) av att deltagarna inte brydde sig, 16% (N=13) av att deltagarna tyckte att det tog för lång tid att sätta sig in i bruksanvisningen, 50% (N=42) av att deltagarna kände sig trygga med sin egen hantering och 25% (N=21) av svaren var att deltagaren alltid följde bruksanvisning och skyddsangivelser. Resterande 7% (N=6) utgjordes av andra anledningar som anges nedan.



**Figur 7 Anledningar - bruksanvisning och skyddsangivelser**

Fördelningen visar vad deltagarna hade för anledningar till att inte följa bruksanvisning och skyddsangivelser.

Som övriga anledningarna (7%, (N=6)) till varför deltagarna inte alltid följde bruksanvisning och skyddsangivelser angavs följande svar:

”För mildare produkter använder jag dem hur jag kom ihåg och brukar hantera dem, för starkare liksom bleknings medel är det alltid upprepad kontroll”

”Visste inte att det fanns”

”Jag tror att jag redan kan”

”Jag handskas inte dagligen med produkter som är märkta med varningssignaler (förutom diskmaskinstabletter)”

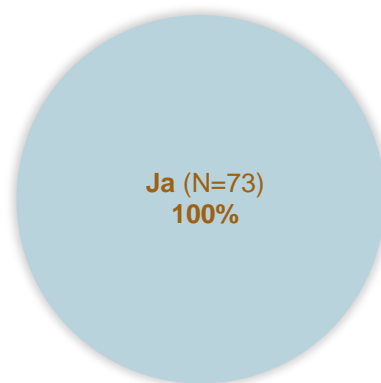
”For products I don’t regularly use like drainage clearing I follow very carefully.”

”I follow instructions when there is actually a risk to the product”

### 3.5 Information om effekter på miljö och hälsa

Samtliga deltagare, 100% (N=73), svarade att de ville ha information ifall en produkt kunde ha effekter på miljön och/eller hälsan.

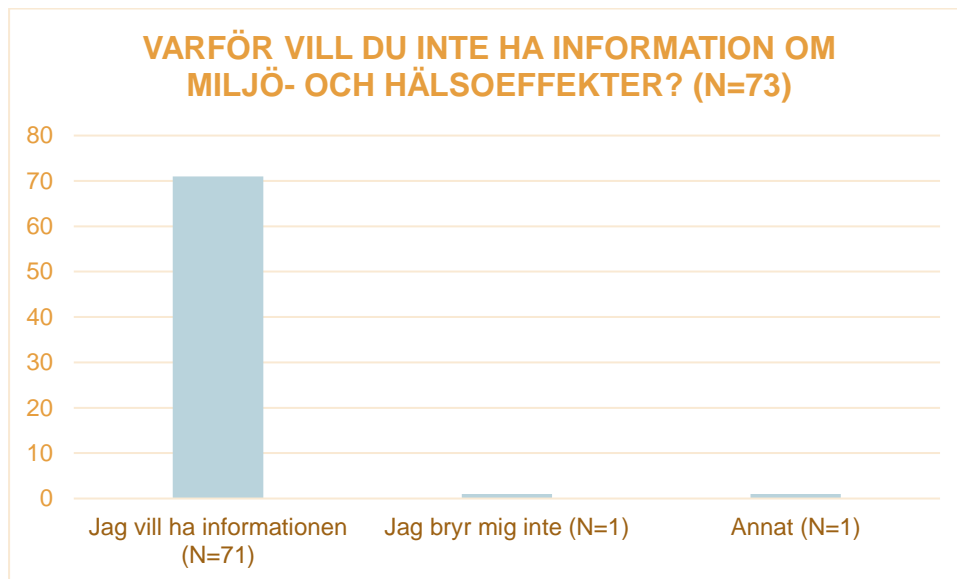
### VILL DU HA INFORMATION OM EN PRODUKTS MILJÖ- OCH HÄLSOEFFEKTER? (N=73)



#### Figur 8 Miljö- och hälsoeffektsinformation

Fördelningen visar hur många deltagare som ville ha information om en produkts miljö- och hälsoeffekter.

På flervalsfrågan om vad huvudanledningen kunde vara till att deltagarna (N=73) inte ville ha information ifall en produkt hade effekter på miljön och/eller hälsan inkom 73 svar (N=73). Av de inkomna svaren utgjordes 97% (N=71) av att deltagarna ville ha informationen, medan 1,5% (N=1) av att deltagarna inte brydde sig och 1,5% (N=1) av andra anledningar som anges nedan.



**Figur 9 Anledningar - Miljö- och hälsoeffektsinformation**

Fördelningen visar vad deltagarna hade för anledningar till att inte vilja ha information om en produkts miljö- och hälsoeffekter.

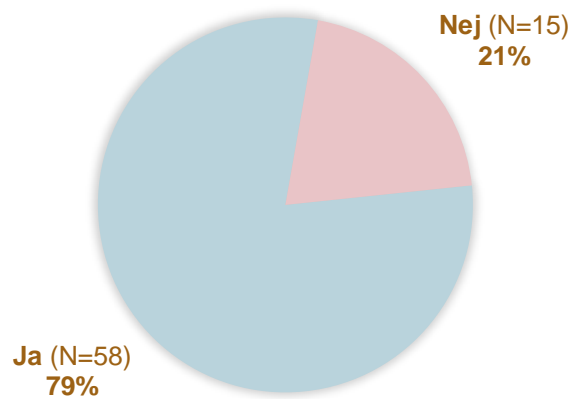
Som andra anledningar (1,37%, (N=1)) till varför deltagarna inte ville ha information om en produkts miljö- och hälsoeffekter angavs följande svar:

”I only care if it works and best method of using – practical info.”

### 3.6 Val av miljömärkta rengöringsprodukter

Av deltagarna (N=73) svarade 79% (N=58) att de aktivt valde att köpa miljömärkta rengöringsprodukter och 21% (N=15) angav att de inte gjorde det.

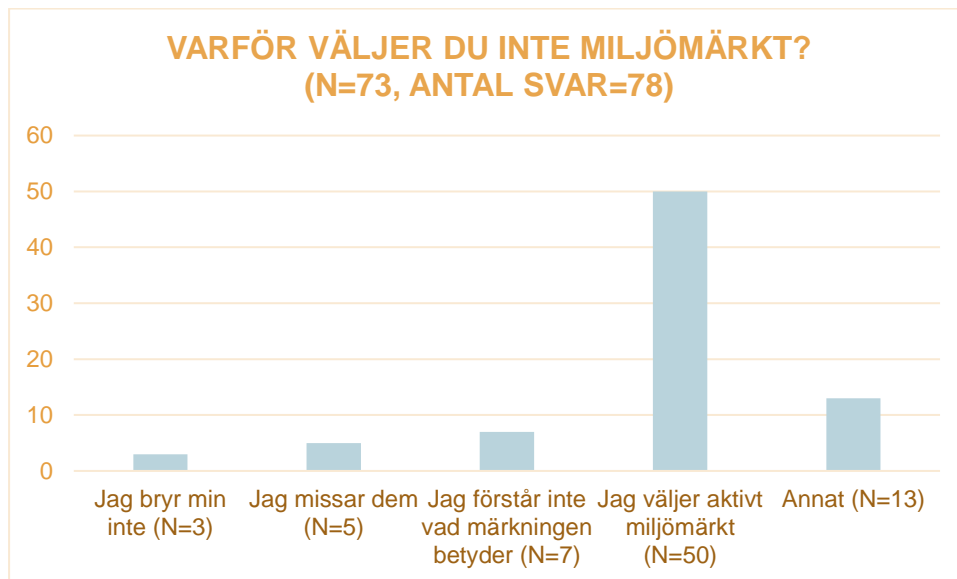
## VÄLJER DU AKTIVT MILJÖMÄRKTA PRODUTKER? (N=73)



**Figur 10 Miljömärkta rengöringsprodukter**

Fördelningen visar hur många studenter som aktivt valde att köpa miljömärkta rengöringsprodukter.

På följdfrågan om vad huvudanledningen kunde vara till att deltagarna (N=73) inte aktivt valde att köpa miljömärkta rengöringsprodukter inkom 78 svar (N=73). Av de inkomna svaren utgjordes 4% (N=3) av att deltagarna inte brydde sig, 7% (N=5) av att deltagarna missade miljömärkningen eftersom de inte visste att det fanns miljömärkta produkter, 9% (N=7) av att deltagarna inte förstod vad miljömärkningen betydde och 67% (N=50) av att deltagarna alltid aktivt köpte miljömärkta rengöringsprodukter. Resterande 17% (N=13) utgjordes av andra anledningar som anges nedan.



**Figur 11 Anledningar - Miljömärkta rengöringsprodukter**

Fördelningen visar de olika anledningarna till att deltagarna inte valde att aktivt köpa miljömärkta rengöringsprodukter.

Som andra anledningarna (17%, (N=13)) till varför deltagarna inte aktivt valde miljömärkta produkter angavs följande svar:

”Det kan vara en kostnadsfråga”

”Det kan ibland vara dyrare”

”Dyrare produkter”

”Om mycket dyrare”

”Om jag inte väljer det är det på grund av att det är dyrare”

“Price”

”När jag inte väljer tex Svanen beror det på att jag testat en miljömärkt produkt och en icke-miljömärkt där den icke-miljömärkta är mycket bättre och håller längre. T.ex. Yes diskmedel (tar aldrig slut).”

”Sometimes I feel the label is just there for marketing purposes, to seem environmentally friendly even if the product is not that good for the

environment or is equally as good as those that do not have the label”  
“Some labels are not that good in terms of environment protection so, when I can, I prefer to make my own << natural >> product so I know exactly what’s in it instead of trying to understand all eco-labelled and their specificities on the market”

”Ibland tror jag inte de är lika effektiva som de utan miljömärkning”

”Jag bor utomlands just nu och i nuläget finns inte samma miljömärkningar här.”

”Det finns så mycket annat som jag ska ha koll på”

”Tänker inte på det”





## 4. Diskussion

### 4.1 Enkätundersökning

#### 4.1.1 Användning och inställning

Användandet av rengöringsprodukter är utbrett, men även om samtliga deltagare (N=73) svarade att de använde någon kemisk rengöringsprodukt hemma, angav nästan var tredje person (32%, N=23) att de hade en generell negativ inställning till att använda sådana produkter. Då enkäten inte tog upp en fördjupad följdfråga angående på vilket sätt deltagarna baserade sin negativa inställning på, går det inte exakt att förstå kopplingen mellan en negativ inställning och en fortsatt användning av sådana produkter. Förslagsvis skulle frågan ha omformulerats till att gälla deltagarnas inställning till sin egen användning av rengöringsprodukter och inte lämnats utrymme till att tolka frågan som den generella användningen i samhället av sådana kemiska produkter. Osäkerheten visar på nackdelen med enkätundersökningar, då det inte går att kontrollera att samtliga deltagare har tolkat och förstått en fråga på samma sätt, samt omöjliggörandet av följdfrågor.

#### 4.1.2 Varningssymboler, bruksanvisning och skyddsangivelser

Resultaten tydde på att majoriteten av deltagarna angav anledningar till omedvetenhet, obekantskap och ovana gällande den symboliska och skriftliga varningsinformationens förekomst och tillämplighet. Resultaten tydde även på att majoriteten av deltagarna inte alltid följde produkters bruksanvisning och skyddsangivelser, utan oftast kände sig trygga med sin egen kemikaliehantering.

Resultaten är inte chockerande. Bearth et. al. (2020) fann i sin studie att ett betydande antal av deltagarna var omedvetna eller inte kände igen varningssymbolerna. Denna brist på medvetenhet om förekomst av och obekantskap med varningssymboler tydde därmed kunna utgöra ett viktigt första hinder för en säker användning av rengöringsprodukter (Bearth, A., et.

al., 2020). Flera andra studier bekräftar samma sak; förekomsten av varningsymboler verkade inte alls påverka deltagarnas riskuppfattning med en produkt. Istället verkade konsumenter tendera att helt bortse från varningsinformationen och istället använda andra produktattribut och rationella resonemang, såsom rengöringsproduktens färg, doft, bilder och upplevelsen av naturlighet, för att avgöra en produkts farlighet (Hinks, et. al. 2009; Bearth, A., et. al, 2020; Bearth & Siegrist, 2019; Bearth, A., et. al, 2017; Buchmüller K. et al., 2022a).

I en annan studie av Buchmüller et. al. (2020) visade resultaten att konsumenter helt verkade sakna intuitiv riskmedvetenhet för val och användning av kemiska rengöringsprodukter. Ett intressant fynd var dock att när deltagarna ombads att tänka på problematiska situationer med rengöringsprodukter visade det sig att de besatt en inre riskmedvetenhet. Så även om deltagarna hade en medvetenhet om de potentiella riskerna, tänkte de bara på riskerna med en produkt ifall de blev påmind om att göra det (Buchmüller, K. et al., 2020). Buchmüller et. al. (2020) fann även i studien att konsumenter ofta överskattade sitt eget säkra beteende och att 85% av deltagarna ansåg att de hade ett säkrare beteende än den genomsnittliga schweiziske medborgaren (Ibid). Liknande tendenser visade deltagarna på i denna studien, där 50% (N=42) av deltagarna (N=73) uppgav sig känna sig trygga med sin egen hantering vid användandet av rengöringsprodukter.

Att be deltagare att självrapportera sitt beteende gällande riskmedvetenhet med rengöringsprodukter har även det visat sig ge en ökad riskmedvetenhet för stunden (Buchmüller, K. et al., 2020). För att undkomma problemet med att deltagare självrapporterade ett visst beteende, men sedan inte betedde sig likadant praktiskt med produkten, genomförde Buchmüller et. al. (2022) en observationsstudie där deltagarna fick befinna sig i en virtuell mataffär medan deras ögonrörelser studerades för att se vad konsumenterna faktiskt tittade efter. En grupp i studien uppmanades om riskerna innan medan de andra grupperna inte gjorde det. Resultaten i studien bekräftade tidigare studier; konsumenter som inte uppmanades att tänka på riskerna, tittade sällan efter varningsinformationen på förpackningen. Slutsatsen från studien blev att varningsinformation på förpackningar inte fungerade som ett tillförlitligt sätt att påminna konsumenter om riskerna med produkten vilket därmed gjorde varningarna ineffektiva till att förebygga olyckor vid användning. Å andra sidan kom studien fram till att när konsumenter uppmanades att ta hänsyn till riskerna samt exponerades av omedelbart synliga varningar på framsidan av förpackningen eller på utställningshyllan, visade sig sådana på ett effektivt sätt vägleda konsumenter i att göra säkrare produktval (Buchmüller et. al. 2022b).

Konsumenter tycks behöva hjälp med att bli påmind om riskerna för att deras besittande riskmedvetenhet ska aktiveras och för att de sedan ska

kunna välja, använda och hantera rengöringsprodukter på ett säkert sätt. Lösningen lutar mot att produkters varningsinformation behöver synliggöras mer samt att vilseledande förpackningsdesign borde förbjudas om den får en klassificerad farlig produkt att framstå som mer, eller helt, ofarlig. Denna studie bekräftar än en gång likt ovannämnda studier att det inte råder en allmän självklarhet hos konsumenter att använda sig av varningsinformation på förpackningar. Det kan funderas över om allt ansvar borde läggas på konsumenten att aktivt behöva titta efter och urskilja en produkts varningsinformation, när konsumenten samtidigt möts av en förpackningsdesign som försöker vara så tilltalande och köpvänlig som möjligt. Det är fullt rimligt att konsumenter i sådana situationer i så fall inte kan fatta intuitivt riskmedvetna beslut.

#### **4.1.3 Information om miljö- och hälsoeffekter**

Samtliga deltagare, 100%, (N=73) angav att de ville ha information ifall en produkt kunde ha effekter på hälsan och/eller miljön. Det anmärkningsvärda med detta, kopplat till de andra enkätfrågorna, var att det i så fall verkade finnas ett absolut intresse att vilja ha varningsinformation om en produkts miljö- och hälsoeffekter, men att deltagarna sedan själva ändå verkade vilja avgöra vad de valde att göra med den informationen. Som resultatet i enkätundersökningen visade på så valde deltagarna inte alltid att följa eller använda sig av tillgänglig varningsinformation såsom varningssymboler, bruksanvisning och skyddsangivelser på grund av flera olika anledningar.

Deltagarna i studien studerade antingen biologi eller miljövetenskap på universitetsnivå och kunde tänkas redan ha ett visst intresse för skydd av olika biologiska och miljövetenskapliga system. Ett intressant fynd i denna studie var dock att dessa studenter ändå indikerade på en ovana i att följa kemiska rengöringsprodukters bruksanvisning och skyddsangivelser som ett steg i att skydda just miljön och människors hälsa.

#### **4.1.4 Val av miljömärkta rengöringsprodukter**

Majoriteten av deltagarna, 79%, (N=58) angav att de aktivt valde att köpa miljömärkta rengöringsprodukter.

Det har i en tidigare studie av Bearth, A. et. al. (2017) visats att faror med miljömärkta produkter underskattades av deltagarna. Detta, då de miljömärkta produkterna utlöste automatiska associationer med naturlighet (grön färg, bild av fjäril och löv) vilket påverkade deltagarnas riskuppfattning med produkten. Studien kom även fram till att denna missuppfattning kunde

leda till en mindre säker hantering. Detta, tillsammans med det faktum att produkterna ofta uppfattades som mindre effektiva vilket därmed kunde leda till att större mängder av produkten användes och att produktens miljövänlighet därmed upphörde eller gav motsatt effekt (Bearth, A., et. al, 2017).

## 4.2 Metoddiskussion

Att genomföra en studie baserad på självrapporterat beteende innebär alltid en felkälla då det faktiska beteendet inte studeras. En annan nackdel med enkätundersökning, i jämförelse med intervju, är att det inte går att försäkra sig om att alla deltagare har tolkat frågorna på samma sätt. Möjlighet till följdfrågor och förtydligande finns alltså inte. Ytterligare en felkälla med enkäter, där deltagarna själva trycker i sina svar, är att felaktiga svar av misstag kan bli ifyllda. Detta var något som erfors under pilotstudien, då pilotdeltagarnas identitet var kända men den erhållna bakgrundsinformation inte överensstämde med deltagarna, vilket sedan framkom hade skett genom just ett misstag vid svarsifyllnaden.

En annan eventuell felkälla i studien var att alla deltagares svar inkluderades i den efterföljande dataanalysen. Tiden det tog för deltagarna att svara på enkäten var inte något som registrerades i Google Formulär och därmed kunde inte någon genomsnittlig tid fås fram för genomförandet av enkäten. Detta gjorde i sin tur att inga deltagare kunde uteslutas innan dataanalysen med anledning av en för snabb svarstid. En för snabb svarshastighet kan nämligen innebära tvivel om huruvida deltagaren läst frågorna noggrant och sådana svar har i en tidigare studie uteslutits när deltagare svarat på enkäten på mindre än halva mediantiden (Bearth, A., et. al., 2020).

## 4.3 Vidare forskning

Det hade varit intressant att utöka studien i att undersöka den allmänna befolkningens användning av varningsinformation på rengöringsprodukter, då denna studie avgränsades till att studera studenter på universitetsnivå inom biologi och miljövetenskap, vilket eventuellt kunde tänkas utgöra en bias. Ändå indikerade dessa deltagare på en obekantskap och ovana till användandet av kemisk varningsinformation, vilket därmed förde tankarna

till hur allmänhetens bekantskap och användningsvana med sådan varningsinformation i så fall kan tänkas se ut.

Det hade även varit intressant att undersöka särskilt bland miljövetenskapstudenter, men även allmänheten, hur stort intresset för kemikalier i vår omgivning är som miljö- och hälsoproblem.

Att genomföra en situationsbaserad studie i kombination med en enkätstudie hade även undkommit det eventuella problemet med att deltagarna självrapporterade ett beteende men sedan kanske inte agerade likadant med produkten i praktiken.



## 5. Slutsats

Användandet av kemiska rengöringsprodukter är utbrett. Samtliga deltagare i studien svarade att de använde någon sådan produkt hemma och ville absolut ha information ifall en produkt kunde ha effekter på miljön och/eller hälsan. Deltagarna tycktes dock sedan själva vilja avgöra vad de valde att göra med denna varningsinformation. Resultaten tydde på en omedvetenhet, obekantskap och ovana hos deltagarna att använda sig av kemisk riskinformation på rengöringsprodukter.

Resultaten i studien bekräftar vad tidigare forskning på området redan kommit fram till – det råder ingen allmän självklarhet i att titta efter och följa kemisk varningsinformation på rengöringsprodukter. Anledningarna till detta är många och individuellt spridda, vilket visar på komplexiteten i konsumenters beteende. Resultatet kan användas som grund för lagstiftare på området att se över på sättet som varningsinformation på kemiska produkter kommuniceras, så att den faktiskt når konsumenter och fångar deras uppmärksamhet så att olyckor kan förebyggas.





## 6. Tack

Ett stort tack till Maria Hansson som handlett mig genom mitt examensarbete. Jag vill även tacka mina kamrater som jag hade grupphandledning med för givande diskussioner under arbetets gång. Jag vill även rikta ett stort tack till alla som tog sig tid till att besvara min enkät, vilket gjorde det möjligt att genomföra detta examensarbete. Jag vill slutligen tacka familj och vänner för visat intresse och lyckönskningar under arbetets gång.



## 7. Referenser

Bearth, A., Buchmüller, K., Burgy, H. & Siegrist, M. (2020). Barriers to the safe use of chemical household products: A comparison across European countries. *Environmental Research*, 180, Artikel 108859.

<https://doi.org/10.1016/j.envres.2019.108859>

Bearth, A., Miesler, L. & Siegrist, M. (2017). Consumers' Risk Perception of Household Cleaning and Washing Products. *Risk Analysis*, 37, 647-660.

<https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1111/risa.12635>

Bearth, A. & Siegrist, M. (2019). Situative and product-specific factors influencing consumers' risk perception of household cleaning products. *Safety Science*, 113, 126-133. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2018.11.023>

Buchmüller, K., Bearth, A. & Siegrist, A. (2020). Consumers' perceptions of chemical household products and the associated risks, *Food and Chemical Toxicology*, 143, 111511. <https://doi.org/10.1016/j.fct.2020.111511>

Buchmüller, K., Bearth, A. & Siegrist, M. (2022a). The influence of packaging on consumers' risk perception of chemical household products. *Applied Ergonomics*, 100, Artikel 103676.

<https://doi.org/10.1016/j.apergo.2021.103676>

Buchmüller, K., Xu, C., Bearth, A. & Siegrist, M. (2022b). Consumers' decision-making process when choosing potentially risky, frequently used chemical household products: The case of laundry detergents. *Environmental Research*, 209, Artikel 112894. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2022.112894>

Giftinformationscentralen. (2023). *Giftinformationscentralens årsrapport 2022*. <https://giftinformation.se/globalassets/bilder-aktuellt/arsrapport-2022.pdf>

Hinks, J., Bush, J., Andras, P., Garratt, J., Pigott, J., Kennedy, A. & Pless-Mulloli, T. (2009). Views on chemical safety information and influence on chemical

disposal behaviour in the UK. *Science of the total environment*. 407, 1299-1306.  
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2008.10.056>

Kemikalieinspektionen. (2021a, januari). Lista med faroangivelser, kompletterande faroinformation och kompletterade märkning<sup>1</sup>. *Faroangivelser på svenska (ur bilaga III i CLP-förordningen)*.  
[https://www.kemi.se/download/18.53bd575e1770fc5d2a22b22/1612190079455/Lista%20med%20faroangivelser 2021.pdf](https://www.kemi.se/download/18.53bd575e1770fc5d2a22b22/1612190079455/Lista%20med%20faroangivelser%202021.pdf)

Kemikalieinspektionen. (2021b, januari). Lista med skyddsangivelser<sup>1</sup>. *Skyddsangivelser på svenska (ur bilaga IV i CLP-förordningen)*.  
[https://www.kemi.se/download/18.53bd575e1770fc5d2a22b23/1612190094216/Lista%20p%C3%A5%20skyddsangivelser 2021.pdf](https://www.kemi.se/download/18.53bd575e1770fc5d2a22b23/1612190094216/Lista%20p%C3%A5%20skyddsangivelser%202021.pdf)

Kemikalieinspektionen. (2022a, 5 december). *Kemikalier i hemmet och på fritiden*. Hämtad 16 maj, 2020 från  
<https://www.kemi.se/rad-till-privatpersoner/kemikalier-i-hemmet-och-pa-fritiden#h-Rengoringsmedel>

Kemikalieinspektionen. (2022b, 9 december). *Rengöringsmedel*. Hämtad 4 maj, 2023 från <https://www.kemi.se/rad-till-privatpersoner/kemikalier-i-hemmet-och-pa-fritiden/rengoringsmedel>

Kemikalieinspektionen. (2023a, 4 maj). *Märkning av kemiska produkter*. Hämtad 4 maj, 2023 från  
<https://www.kemi.se/lagar-och-regler/clp-forordningen/markning-av-kemiska-produkter>

Kemikalieinspektionen. (2023b, 8 mars). *Märkningens innehåll och utformning*. Hämtad 5 maj 2023 från <https://www.kemi.se/lagar-och-regler/lagstiftningar-inom-kemikalieområdet/eu-gemensam-lagstiftning/clp-forordningen/markning-av-kemiska-produkter/markningens-innehall-och-utformning>

Sveriges Miljömål. (2023, 31 mars). *Giftfri miljö*. Hämtad 16 maj, 2023 från: <https://www.sverigesmiljomal.se/miljomalen/giftfri-miljo/>

## 8. Bilaga

### 8.1 Enkät - Svenska

# Enkätundersökning: Studenters hantering och uppfattning av kemiska rengöringsprodukter i hemmet

Välkommen till denna korta enkätundersökning på 14 frågor som har utformats för ett examensprojekt i miljö- och hälsoskydd vid Lunds universitet.

**Syfte:** Enkäten har till syfte att samla in information kring hur konsumenter, i form av studenters, hantering och uppfattning av kemiska rengöringsprodukter ser ut i hemmet, med fokus på miljö- och hälsoskydd.

**Genom att svara och skicka in enkäten samtycker du till att delta. Du är anonym i undersökningen.**

Tack för ditt deltagande!

#### 1. Jag identifierar mig som\*

- Kvinna
- Man
- Annat

#### 2. Är du internationell student på Lunds universitet?\*

- Ja
- Nej

**3. Vad studerar du?\***

- Biologi
- Miljövetenskap

**4. Hur många år har du studerat inom ditt område?\***

- 0-2 år
- 3-4 år
- 5 år eller mer

**5. Använder du någon kemisk rengöringsprodukt hemma?\***

*Exempel på produkter är handdiskmedel, maskindiskmedel/tabletter, tvättmedel, glas- och spegelputs, toalettrensning, WC-block, allrensning, rengöring för badrum, kök, golv, propplösare, blekmedel, avkalkningsmedel, m.m.*

- Ja
- Nej

**6. Vad är din generella inställning till att använda kemiska rengöringsprodukter?\***

- Positiv
- Negativ

**7. Brukar du aktivt titta efter om en rengöringsprodukt är märkt med varningssymboler?\***

*Bilden visade de nio varningssymbolerna, även kända som farosymboler eller faropiktogram.*

- Ja
- Nej

**8. Vad kan huvudanledningen vara till du inte aktivt tittar efter om en produkt är märkt med varningssymboler?\***

*Du kan välja flera alternativ*

- Jag bryr mig inte / oviktigt
- Jag missar dem eftersom jag inte vet att produkterna har varningssymboler
- Jag förstår inte vad varningssymbolerna betyder
- Stämmer inte in på mig, jag tittar aktivt efter varningssymboler
- Annat...

**9. Följer du bruksanvisningen och skyddsangivelserna när du ska använda en kemisk rengöringsprodukt?\***

- Ja, alltid
- Ja, ibland
- Nej, sällan
- Nej, aldrig

**10. Vad kan huvudanledningen vara till att du ibland inte (sällan eller aldrig) följer produktens bruksanvisning oh skyddsangivelser?\***

*Du kan välja flera alternativ*

- Jag bryr mig inte / oviktigt

- Det tar för lång tid att sätta sig in i bruksanvisningen / Jag orkar inte
- Jag känner mig trygg med min egen hantering
- Jag förstår inte bruksanvisningen och skyddsangivelserna
- Stämmer inte in på mig, jag följer alltid bruksanvisningen och skyddsangivelserna
- Annat...

**11. Om en rengöringsprodukt kan ha effekter på miljön och/eller hälsan, vill du som konsument i så fall ha information om det?\***

- Ja
- Nej

**12. Vad kan huvudanledningen vara till att du inte vill ha information om en rengöringsprodukt kan ha effekter på miljön och/eller hälsan?\***

*Du kan välja flera alternativ*

- Jag bryr mig inte / oviktigt
- Jag tycker det är överdrivet / skrämmer upp i onödan / jag är inte orolig
- Jag förstår inte vad den betyder
- Stämmer inte in på mig, jag vill ha informationen
- Annat...

**13. Väljer du aktivt att köpa miljömärkta rengöringsprodukter?\***

*Bilden visade miljömärkningarna Svanenmärkt, EU Ecolabel och Bra miljöval.*

- Ja
- Nej



14. Vad kan huvudanledningen vara till att du inte aktivt väljer att köpa miljömärkta rengöringsprodukter?\*

*Du kan välja flera alternativ*

- Jag bryr mig inte / oviktigt
- Jag missar dem eftersom jag inte vet att det finns miljömärkta produkter
- Jag förstår inte vad miljömärkningen betyder
- Stämmer inte in på mig, jag väljer aktivt miljömärkta rengöringsprodukter
- Annat...

## 8.2 Enkät - Engelska

# Survey: Students' handling and perception of chemical household cleaning products

Welcome to this short survey of 14 questions that has been created for a degree project in environmental and health protection at Lund University.

**Purpose:** The purpose of the survey is to collect information about how consumers, in the form of students, handle and perceive chemical household cleaning products, with focus on environmental and health protection.

**By answering and submitting the survey, you give your consent to participate. You are anonymous in the survey.**

Thank you for your participation!

1. I identify as\*

- Female

- Male
- Other

**2. Are you an international student at Lund university?\***

- Yes
- No

**3. What do you study?\***

- Biology
- Environmental science

**4. How long have you been studying in your field?\***

- 0-2 years
- 3-4 years
- 5 years or more

**5. Do you use any chemical household cleaning products?\***

*Examples of products are hand dishwashing soap, machine dishwashing soap/tablets, laundry detergent, glass and mirror cleaner, toilet cleaner, all-purpose cleaner, cleaners for bathrooms, kitchens, floors, clog remover, bleach, descaling agent, etc.*

- Yes
- No

**6. What is your general attitude towards the use of chemical cleaning products?\***

- Positive
- Negative

**7. Do you actively look to see if a cleaning product is marked with warning symbols?\***

*The image showed the nine warning symbols, also known as hazard symbols or hazard pictograms.*

- Yes
- No

**8. What could be the main reason as to why you do not actively look for if a product is marked with warning symbols?\***

*You can choose several options*

- I do not care / Unimportant
- I do not see them because I do not know that the products have warnings symbols
- I do not understand what the warning symbols mean
- Neither option resonates with me, I actively look for warnings symbols
- Other...

**9. Do you follow the instructions and the precautionary statements when using a chemical cleaning product?\***

- Yes, always
- Yes, sometimes
- No, rarely
- No, never

**10. What could be the main reason as to why you sometimes do not (rarely or never) follow the product's instructions and the precautionary statements?\***

*You can choose several options*

- I do not care / Unimportant
- It takes too much time to understand it / I can not bear to do it
- I feel safe with my own handling
- I do not understand the instructions and the precautionary statements
- Neither option resonates with me, I always follow the instructions and the precautionary statements
- Other...

**11. If a cleaning product could have effects on the environment and/or health, do you as a consumer want information about this?\***

- Yes
- No

**12. What could be the main reason as to why you do not want information on whether a cleaning product can have effects on the environment and/or health?\***

*You can choose several options*

- I do not care / Unimportant
- I think it is excessive / alarms people unnecessarily / I am not worried
- I do not understand what it means
- Neither option resonates with me, I want the information
- Other...

**13. Do you actively choose to buy eco-labelled cleaning products?\***

*The image showed the Nordic Swan Ecolabel, the EU Ecolabel and the Swedish Society for Nature Conservation's Ecolabel: Good environmental choice.*

- Yes
- No

**14. What could be the main reason as to why you do not actively choose to buy eco-labelled cleaning products?\***

*You can choose several options*

- I do not care / Unimportant
- I do not see them because I do not know that there are eco-labelled products
- I do not understand what the environmental labelling means
- Neither option resonates with me, I want the information
- Other...