



5. Viden om danskernes adfærd i forhold til indeklima

– det gør danskerne for indeklimaet

Mange danskere lufter ud og gør rent i hjemmet. Men de kan gøre det endnu bedre. Overvejelser om indeklimaet fylder ikke meget, når danskerne køber nye produkter. Bedre indeklima i danske hjem forudsætter øget viden om, hvad man selv kan gøre ved problemet.

Der skal lukkes mere luft ind

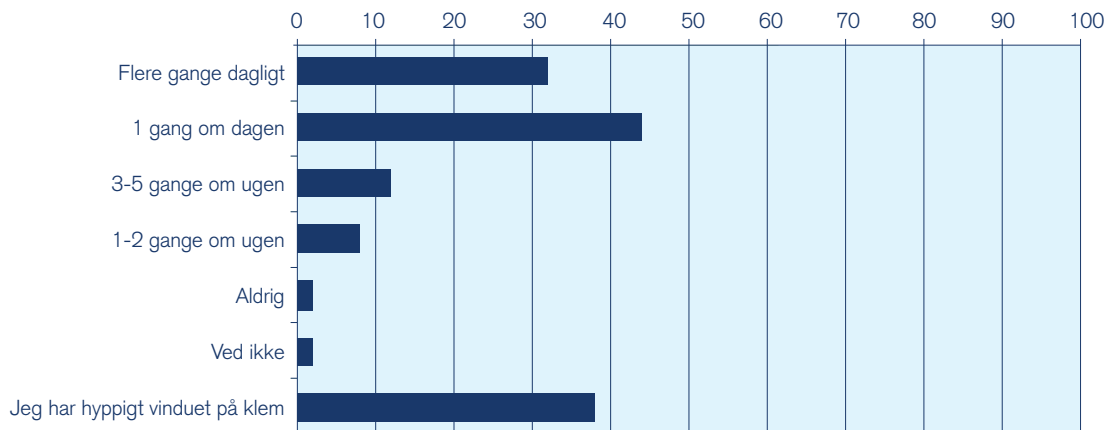
Rigtig mange danskere lever et stykke hen ad vejen i overensstemmelse med Miljøministeriets fem indeklimavaner. De gør rent og lufter ud.

Men danskerne kan gøre det endnu bedre. Bl.a. sker udluftningen ikke hyppigt nok.

76 % af voksne danskere laver dagligt gennemtræk. Men det er kun 32 % af danskerne, som laver gennemtræk flere gange om dagen. De to hyppigste handlinger i forhold til udluftning i vinterhalvåret – ”1 gang om dagen”, og ”Jeg har hyppigt vinduet på klem” – er ikke tilstrækkelige i forhold til et bedre indeklima.

I forbindelse med forberedelsen af kampagnen ”Luk luften ind – godt klima i hjemmet” har Miljøministeriet fået foretaget en holdningsundersøgelse, der belyser danskernes viden, holdninger og handlinger på indeklimaområdet. I undersøgelsen har Zapera spurgt 1005 voksne danskere mellem 18 og 74 år i perioden 24.- 27. august 2007. Deltagerne er udvalgt sådan, at de udgør et repræsentativt udsnit af den voksne befolkning i den aldersgruppe.

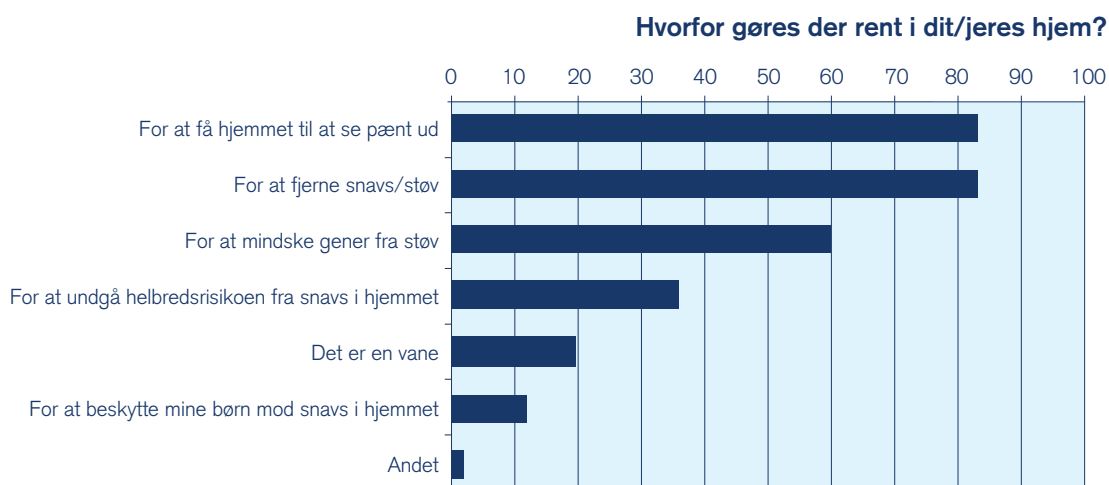
Hvor ofte laver du/I gennemtræk i dit/jeres hjem i løbet af vinterhalvåret?





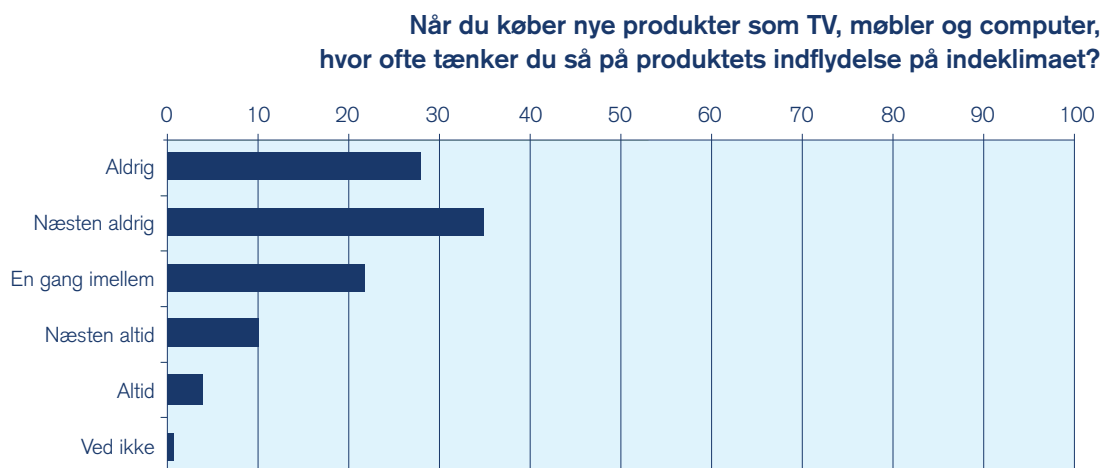
84 % af voksne danskere gør rent mindst en gang om ugen og følger dermed en af de indeklimavaner, som Miljøministeriet har opstillet. Men kun 36 % svarer, at de gør det for at undgå helbredsrisikoen fra støv i hjemmet. De største motivationsfaktorer er, at hjemmet skal se pænt ud og for at fjerne snavs og støv.

Overfladisk (æstetisk) rengøring fjerner ikke det usynlige støv, der eksempelvis findes i elektriske apparater.



Kun 14 % af voksne danskere tænker ofte over effekterne på indeklimaet, når de køber nye produkter. Og hele 63 % svarer, at de aldrig eller næsten aldrig tænker over indeklimaet i indkøbssituationen.

Dermed er der mange, der ikke bruger indkøbssituationen til at styre mængden af kemikalier i indeklimaet.





Behov for viden og nye vaner

Holdningsundersøgelsen viser, at danskerne et stykke hen ad vejen gør de rigtige ting – også selvom det ikke nødvendigvis sker af hensyn til indeklimaet.

Målet med kampagnen er at øge danskernes bevidsthed omkring, hvordan kemikalier i hjemmet påvirker indeklimaet – og rådgive omkring, hvordan det er muligt med enkle midler at skabe et bedre indeklima. I forhold til disse mål viser holdningsundersøgelsen, at der er to budskaber, som er vigtige at få sendt til danskerne.

1. Forbrugerprodukterne påvirker indeklimaet, og forbrugerne har en mulighed for at påvirke hvor mange kemikalier de bringer ind i hjemmet, når de køber og anvender forbrugerprodukter.
2. Rengøring og udluftning skal være grundig. Der er behov for at give forbrugerne konkrete anvisninger for hvornår rengøring og udluftning er tilstrækkelig.

Et af formålene med "Luk luften ind – godt klima i hjemmet" er derfor at give danskerne forslag til konkrete vaner, der kan forbedre indeklimaet. Se vanerne på <http://www.lukluftenind.dk>.

Links til mere viden

Læs hele Zapera-undersøgelsen på http://www.lukluftenind.dk/presse/Zapera_Rapport_1.pdf.