



**Social- og
Boligstyrelsen**

Videnspakke 5: Hvad er gevinsterne ved en EPD?

Hvad man får ud af at have en
EPD - og hvordan bruger man
den i sin markedsføring?

Viden til gavn

Indhold



Se den tilhørende film [her](#)

- Hvordan markedsfører man en EPD?
- Hvilken lovgivning er relevant i forhold til markedsføring af EPD'er?
- Hvad får man ud af at have en EPD?
- Hvorfor har EPD'en ikke nødvendigvis en effekt på ordrebogen?

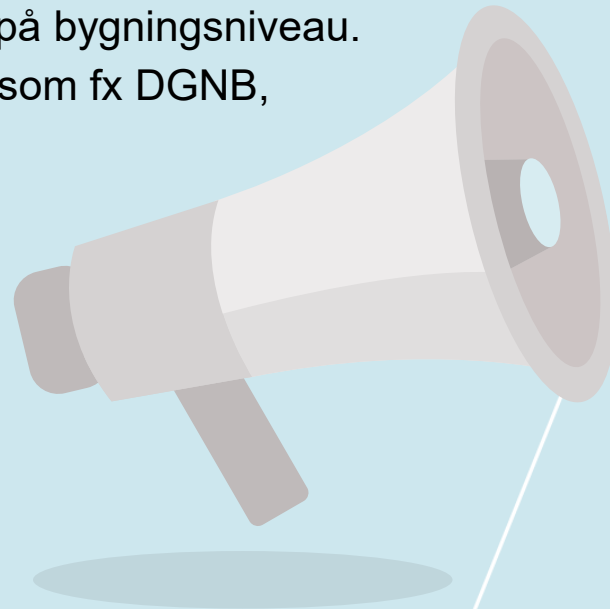
Hvordan markedsfører man en EPD?

Med en EPD har man dokumentation på sit produkts miljøpåvirkning.

Dermed har man en konkurrencefordel, fordi EPD'er er mere præcise end generiske data.

Dette skyldes, at præcise data er at foretrække for de aktører, der anvender EPD'er i deres arbejde med bl.a.:

- Den obligatoriske LCA-klimaberegning på bygningsniveau.
- Bæredygtigheds certificeringsordninger som fx DGNB, Breeam og Leed.



Man kan gøre opmærksom på sin EPD ved fx at gøre den tilgængelig i forskellige EPD-benchmarking-værktøjer som fx:

- LCAbyg
- EC3
- EPD Analyzer
- One Click LCA Planetary.

Disse kan alle benyttes til at udregne LCA på bygningsniveau.

Hvilken lovgivning er relevant i forhold til markedsføring af EPD'er?

Man skal huske at overholde markedsføringsloven, hvis man anvender EPD'er i sin markedsføring.

- De udsagn, man anvender, **skal** kunne dokumenteres.
- Kan man ikke det, er det **vildledende markedsføring** - og i strid med markedsføringsloven.
- I de senere år har der i byggebranchen været mange eksempler på såkaldt **”greenwashing”**, hvor der har manglet dokumentation.



Man skal kunne dokumentere udsagn som fx 'klimavenlig', 'miljøvenlig' og 'bæredygtig'

...og det er nærmest **umuligt!**

Hvilken lovgivning er relevant i forhold til markedsføring af EPD'er?

Forbrugerombudsmanden udgav i 2021 en kvikguide om, hvad man skal være opmærksom på, når man markedsfører et produkt på en lav miljøbelastning.

De vigtigste pointer er:

- Markedsføringen må ikke være vildledende.
- Faktiske oplysninger skal kunne dokumenteres.
- Udsagn som 'grøn', 'klimavenlig' og 'bæredygtig' skal som hovedregel dokumenteres af en LCA-beregning.
- Konkrete udsagn om et produkt eller en virksomhed skal kunne dokumenteres.
- Dokumentation om 'bæredygtighed' skal vise, at man ikke forringer kommende generationers mulighed for at opfylde deres behov inkl. hensyn til sundhedsmæssige, sociale og etiske forhold.
- Det er derfor **MEGET VANSKELIGT** at kalde et produkt bæredygtigt uden at vildlede.



Vil du vide mere?

Download kvikguiden
på Forbruger-
ombudsmandens
hjemmeside [her](#)

Hvad får man ud af at have en EPD?

Med en verificeret EPD har man mulighed for at:

- Skabe en grønnere forretningsmodel
 - fordi den bagvedliggende livscyklusvurdering (LCA) bidrager til en langt bedre produkt- og produktionsforståelse.
- Opnå en potentiel international konkurrencefordel.
- Øge sin transparens ift. kunderne – ift. miljøansvar.



Hvorfor har EPD'en ikke nødvendigvis en effekt på ordrebogen?

Dette kan skyldes flere ting:

- De aktører i byggebranchen, der benytter EPD'er, er måske ikke klar over, at man har udarbejdet en EPD.
 - Det kan man forsøge at afhjælpe ved at markedsføre sin EPD.
- De nye klimakrav, som vil have en positiv indvirkning på efterspørgslen af EPD'er, gælder **KUN** for alt nybyggeri, som har fået byggetilladelse efter 1. Januar 2023.
 - Derfor kan man godt opleve en forsinket effekt på efterspørgslen af EPD'er.
- Vi befinder os i de indledende faser ift. at stille krav til bygningers samlede klimabelastning.
 - Med en EPD står man på sigt stærkere i konkurrencen om markedsandele i en byggebranche, som løbende vil opleve skærpede krav frem mod 2029.





SLUT