

# Slutrappport Kolla korken

En kampanj om kemikalier och barnsäkerhet  
genomförd hösten 2004



3 mars 2005



## Inledning

Under september-december 2004 genomförde Miljösamverkan kampanjen ”Kolla korken”. Syftet med kampanjen har varit att förebygga att barn förgiftas av kemikalier. Kampanjen har riktats dels till försäljningsställen, genom att tillsyn utövats i butiker, dels till alla vuxna som kommer i kontakt med små barn, genom information om risker och vad man ska tänka på vid hantering av kemikalier.

I projektgruppen har följande personer deltagit:

- Monica Lundberg, Borås miljöskyddskontor
- Gunilla Rådman, miljö- och hälsoskyddskontoret i Lerum
- Jan-Åke Rosén, miljö- och hälsoskyddskontoret i Lidköping
- Ellen Samuelsson, Bygg- och miljökontoret i Partille
- Eva Tunhammar Hahn, Härryda kommuns konsumentvägledare
- Anna-Lena Wulff, Borås miljöskyddskontor
- Cecilia Lunder, Miljösamverkan Västra Götaland

I denna slutrapport har vi sammanfattat vad som gjorts i kampanjen, vilka resultaten blev, samt dragit slutsatser av detta. Lite om vad som händer i fortsättningen nämns också. Texten är sammanställd av Cecilia Lunder, projektledare Miljösamverkan Västra Götaland, i samråd med de andra i projektgruppen.

## Slutsatser

Projektgruppen drar följande slutsatser från kampanjen:

- Vi har med denna kampanj uppmärksammat bristande barnsäkerhet avseende hälsofarliga kemikalier i form av dåligt fungerande barnskyddande förslutningar och olämpliga placeringar i butikerna. Frågan har fått uppmärksamhet både i och utanför länet. Tillverkare samt butikskedjor i hela landet och Kemikalieinspektionen har fått information om felaktiga produkter så att felen ska kunna rättas till.
- Det är vanligt med brister i butikerna. Vanligast förekommande är **oaktiverade korkar**, **felaktig placering** samt **bristande egenkontroll**. Det som överraskar mest är de dåliga korkarna. Det har varit fler brister än vi hade väntat när kampanjen startade.
- Det är viktigt att Kemikalieinspektionen med anledning av resultaten fortsätter diskussionen med branschen om de dåligt fungerande korkarna så att situationen förbättras. Tillverkarna måste kunna säkerställa att korkarna fungerar både när de lämnar fabriken och senare vid försäljning och användning.
- Miljöinspektörerna har generellt sett fått ett bra bemötande från butikspersonal, som i många fall visat ett stort intresse för kampanjen. Brister har också i många fall snabbt åtgärdats. Tillsynen har fått många butiksansvariga att bli uppmärksammade på sitt ansvar för barnskyddande förslutningar och säker placering av hälsofarliga produkter. Det är viktigt att alla butikskedjor beaktar reglerna om placering av hälsofarliga kemikalier i sina anvisningar till butikerna. Detta har nämligen visat sig brista i en del fall.

- Många kommuner har deltagit i kampanjen<sup>1</sup>. Tjugonio kommuner har besökt närmare 400 färgaffärer, livsmedelsbutiker och bensinstationer. Kommunerna har sammantaget varit mycket aktiva och engagerade och många har hört av sig till projektgruppen med frågor och kommentarer.
- Kampanjens budskap om barnsäkerhet har spridits till många av länets invånare exempelvis genom kommunernas utskick av faktablad till BVC, förskolor och butiker. Många har nåtts av budskapet genom massmedia, som uppmärksammat kampanjen i både tidningar och radiokanaler.
- Kommunerna uppskattar att arbeta med kemikalietillsyn i projektform, och med ett avgränsat område. Det har varit lätt att kommunicera budskapet och motivera kampanjen.

## Detta har gjorts i kampanjen

### Projektgruppens stöd och upptakten

Som stöd för kommunernas arbete togs en handledning fram. Denna innehöll information om regler och risker, checklistor för tillsyn med mera.

Ett informationsblad togs också fram. Det informerar om vad man bör tänka på och är prytt med kampanjens logotyp. Det trycktes i 8 000 exemplar och såldes till sexton kommuner.



Därutöver tryckte några kommuner egna informationsblad med det gemensamma materialet som utgångspunkt.

En upptaktsdag arrangerades i Trollhättan den 1 september. Ett 80-tal miljöinspektörer och konsumentvägledare deltog och fick information om kampanjen. Karin Rumar, vår kontaktperson på Kemikalieinspektionen, berättade om vilka regler som gäller.

I samband med kampanjstarten skickades ett pressmeddelande. Det uppmärksammades av flera tidningar och radiokanaler.

Under kampanjens gång har flera kommuner hört av sig med frågor till projektgruppen. En del svar har, tillsammans med annan information, skickats till alla miljökontor i form av brev. Sammanlagt har tre sådana brev skickats.

Flera kommuner har också vänt sig direkt till Kemikalieinspektionen för att få vägledning.

### Brev till barnomsorgsansvariga

Projektgruppen har skickat brev till ansvariga för barnomsorgen i ”vita” kommuner, dvs. kommuner som inte deltog aktivt i kampanjen. Det gav en viss respons från förskolor i några kommuner som ville ha fler informationsblad.

<sup>1</sup> Kommunerna som deltagit är Alingsås, Borås, Falköping, Grästorp, Gullspång, Göteborg, Götene, Herrljunga, Härryda, Kungälv, Lerum, Lidköping, Mariestad, Mark, Mellerud, Munkedal, Mölndal, Partille, Skövde, Stenungsund, Tibro, Tidaholm, Tranemo, Trollhättan, Uddevalla, Ulricehamn, Vara, Vänersborg och Åmål.

## **Brev till butikskedjor**

Ett brev har skickats till butikskedjor (centralt) om deras arbete för en säker placering av kemikalier. Uppmaningen var att beakta reglerna om placering av hälsofarliga kemikalier i beslut om riktlinjer till butikerna. Anledningen till det var att flera kommuner hörde av sig och berättade att butikerna får anvisningar om placering från centralt håll. Och dessa stämmer inte alltid överens med reglerna om hälsofarliga kemikalier.

## **Barnsäkerhetskonferens**

Information om kampanjen gavs vid två tillfällen i oktober till folkhälsosamordnare, personal från barnavårdscentraler och förskolor med flera på en barnsäkerhetskonferens ordnad av Västra Götalandsregionen.

## **”Miljötidningar”**

I Miljömagasinet Väst nr 3/2004 publicerades en artikel om kampanjen. Miljömagasinet finns att läsa på [www.o.lst.se](http://www.o.lst.se).

I Miljösamverkans eget informationsblad MVG har kampanjen omnämnts vid två tillfällen (nr 16 och 17 2004).

## **Utvärdering**

Inför utvärderingen skickades en enkät till alla miljökontor. I de fall de samarbetat med konsumentvägledare fick de besvara enkäten gemensamt.

## **På [www.miljosamverkan.se](http://www.miljosamverkan.se)**

finns handledningen, brev, enkäten, pressmeddelanden och annan information.  
(Klicka Kemikalietillsyn.)

# **Sammanfattning av resultat från kommunernas enkätsvar**

- Alla enkätsvar finns i bilagan -

Av länets 49 kommuner har 29 deltagit i Kolla korken-kampanjen. 27 kommuner har utövat tillsyn i färgbutiker, livsmedelsbutiker, bensinstation, byggvaruhus med flera. 25 kommuner har satsat på information till exempel genom att sprida informationsblad, annonsera, ha kontakter med massmedia, ha information på kommunens webbplats, ordna utställningar, utskick till invånare och företag med mera.

## **Resultat från tillsynen:**

Bemötandet från butiksrepresentanter har i de allra flesta fall varit bra. Många har varit intresserade och har lätt tagit till sig kampanjens syfte.

Det har förekommit mycket brister. När kommunerna besvarat frågan har ungefär hälften angett ”mycket brister”.

De vanligaste bristerna är olämplig placering av produkterna (dvs. farliga produkter lätt åtkomliga för små barn), ej aktiverade korkar (dvs. korkar som måste skruvas åt extra för att fungera) och bristande egenkontroll (dvs. inga rutiner för att kontrollera korkarna och säkerställa en säker placering).



Olämplig placering på lägsta hyllan upptäcktes t.ex. i Stenungsund. Foto Lena Sedin



Man måste kunna lita på korken!  
Foto Anna-Lena Wulff

Enkätsvaren ger ingen entydig bild av i vilka slags butiker man påträffat mest brister utan detta varierar sannolikt från kommun till kommun. Fler svarar livsmedelsbutiker och på bensinstationer, men några har skrivit att det också är flest antal sådana butiker som besökts.

Brister som upptäckts har i många fall åtgärdats direkt på plats. I många fall kommer uppföljning av tillsynen att ske.

Vi frågade kommunerna om vilka resultat från tillsynen som varit särskilt bra. Några svar som speglar helheten:

- Vi upplevde att vi många gånger tydliggjorde barnsäkerhetsfrågorna för dem vi var ute hos. De fick upp ögonen för det ansvar som de som försäljare har. Många hänvisade först till att grossisterna ska sköta detta och de ansåg till att börja med att de inte var direkt ansvariga. Vi anser att vi har kunnat hjälpa dem med tips på hur man i sin egenkontroll lätt kan kontrollera att förslutningarna fungerar som de ska.
- Att kampanjen har fått genomslag även utanför vår lilla kommuns gränser och att tillverkningsföretag har fått påtryckning både från tillsynsmyndigheten och från sina kunder.
- Responser från tillverkare/leverantörer.
- Märkningen i livsmedelsbutikerna var bra.
- Att vi kunnat visa på förslutningar som inte varit aktiverade, vilket gör tydligt för personalen att det är viktigt att detta kontrolleras.

Inspektörerna provskruvade flaskorna i butikerna.  
Foto Cecilia Lunder



- Vi valde att lägga tillsynen på den nivå att det mest handlade om information och sedan kontrollerade vi sådant som gick snabbt. På så sätt gick det fort att göra färdigt, projektets karaktär med välvilligt intresse från verksamhetsutövarna bidrog också till att det var lättjobbat.
- Responser hos butiksinnehavare var särskilt bra. De flesta förstod att det var en viktig kampanj och rättade till det som påpekades som felaktigt.

## Resultat informationsinsatser:

Ungefär hälften av miljökontoren har fått en del frågor och positiva kommentarer om kampanjen och andra hälften har inte fått någon särskild respons. Två har fått negativa kommentarer. I ett av de fallen handlade det om den avgift som miljökontoret tagit ut för sin tillsyn. En kommun skriver att barnavårdscentraler varit positiva, en annan att förskolor velat ha mer material. Massmedia har också visat intresse, men allmänheten har inte hört av sig.



Monter med information i Trollhättan  
Foto Magnus Kristensson

## Generellt för hela kampanjen:

Miljösamverkan får i genomsnitt betyget 4,4 (av 5) för stödet till kommunernas arbete med såväl tillsyns- som informationsarbete. Kommentarer visar t.ex. att man uppskattat informationsmaterialet som tagits fram, checklistor och projektgruppens svar på frågor.

Nio miljökontor har samarbetat med konsumentvägledare, framförallt genom gemensamma informationsinsatser. Flera svar visar att det antingen saknas konsumentvägledare i kommuner eller att denne haft för lite tid för att kunna delta.

Kampanjen har givits mycket utrymme i massmedia. Många tidningar har skrivit om budskapet och om kommunernas tillsyn. En del tidningar och radio har också varit med ute på tillsynsbesök och rapporterat om hur det går till.



En av många artiklar om kampanjen –  
Provinstidningen Dalsland Foto Lasse Lind

*Avslutningsvis några övriga kommentarer om kampanjen från kommunerna:*

- Hoppas detta sprider sig i resten av landet så att kunskapen om barnskydd och säker placering sprider sig och blir något man tänker på automatiskt.
- Behövs fortsatt arbete, framförallt på central nivå mellan KEMI och leverantörer och branschen.
- Bra med en riktad kampanj som är väl avgränsad. Det har därför varit lätt att genomföra inspektionerna och det har också varit lättare att göra en bra inspektion. Avgränsningen gör också att den får bättre genomslag hos dem vi besöker. Det är en angelägen fråga som ingen kan ifrågasätta.
- En bra och begränsad kampanj som gett resultat och genomslag. En rolig och engagerande kampanj! Måste också tillägga att det har varit jätteskoj och mycket givande att vara med i projektgruppen.”
- Kampanjen borde varit förlagd på våren när folk börjar grilla, möjligtvis hade kampanjen haft mer genomslagskraft och engagemanget från allmänheten blivit större. Till våren kan man ju ha en miniprojekt, detaljhandeln etc har redan haft kontakt med kampanjen och är redan införstådd (förhoppningsvis), med riskerna när inte barnskyddande förslutningar fungerar.
- Kemikalietillsyn är mycket lämpligt att sköta i projektform så vi hoppas på mer av den varan.
- Mycket bra kampanj som lämpar sig för alla kommuner. Ett bra underlagsmaterial och ett avgränsat "tillsynsområde" gjorde kampanjen enkel och effektiv att genomföra. Även om tillsynsområdet var avgränsat (barnskyddande förslutning) så höjde den statusen/kunskapen inom kemikalietillsynen hos både oss och näringsidkare.
- Vore intressant att få reda på vad Kemikalieinspektionen gör åt våra anmälningar och vad företagen vidtar för åtgärder.
- Lätt kampanj att haka på, väl avgränsat. Mer stöd efter tillsynsbesök efterfrågas (ex på insp. utlåtande), uppföljning.
- Bra med kampanjen, tyvärr hann vi inte medverka i detta projekt men ser mycket positivt på att materialet tagits fram och projektet genomförts i andra kommuner.

## Vad händer sen?

För Miljösamverkans del avslutas kampanjen med denna slutrapport. Ett pressmeddelande om resultaten skickas ut samtidigt.

Flera kommuner kommer att fortsätta arbetet genom att följa upp brister som upptäckts vid tillsyn. Någon kommun kommer också att fortsätta med sitt tillsyns- och informationsarbete. Kommuner med tillsyn över tillverkare kan som en följd av kampanjens resultat ha fått extra arbete, i de fall andra miljökontor uppmärksammat brister hos tillverkarens produkter.

Kemikalieinspektionen har fått mycket respons från kommuner och projektgruppen. Det har lett till att en del frågor tas upp genom tillsyn. Det är också Kemikalieinspektionens ambition att ta upp frågan om dåliga korkar med landets tillverkare, som en fortsättning på det samarbete som inletts med branschen.

Vid kampanjens start fick vi en del frågor om hur man informerar föräldrar som inte talar svenska. Konsumentverket kommer under våren att ge ut information om olika risker för barn, bland annat i samband med kemikalier och otäta förpackningar. En uppdaterad version av det lilla häftet "För säkerhets skull" kommer att ges ut dels på svenska dels på åtta invandrarspråk! Informationen är tänkt för föräldrar och andra som har hand om barn som är 1-6 år.

Miljösamverkan kommer vid fortsatt planering att ta hänsyn till de fina kommentarer som många kommuner givit om att arbeta med kemikalietillsyn i projektform och om att arbeta med en begränsad kampanj.

**Tack för samarbetet!**  
**/Projektgrupp Kolla korken**



## Sammanställning av kommunernas enkätsvar i kampanj Kolla korken

I denna bilaga har vi sammanställt alla kommunernas enkätsvar. Efter de flesta frågor har man kunnat lämna kommentarer. Här har vi valt ut ett antal som exempel, för att det inte ska bli alltför mycket text. Men vi har självklart använt oss av alla kommentarer när vi dragit slutsatser.

41 av 49 kommuner har besvarat enkäten

### 1. 29 kommuner har deltagit i kampanjen (tillsyn och/eller information):

### 2. Kommunerna har deltagit i följande omfattning:

#### 27 kommuner har utövat tillsyn i sammanlagt 387 butiker

Typ av butiker: 23 kommuner utövade tillsyn i färgbutiker  
25 i livsmedelsbutiker  
26 på bensinstationer  
20 i andra såsom järn-, trädgårds-, bildelshandel, byggvaruhus, diversehandel

#### 25 kommuner genom att informera

Olika sätt: 24 kommuner genom att sprida informationsblad  
9 genom att annonsera  
15 genom kontakter med massmedia (annat än annons)  
12 på annat sätt, t.ex. kommunens webbplats, deltagande i mässor, folkhälsoorg, folkhälsovecka, information till alla kommuninvånare och företag, utställning, direktutskick till skolor och förskolor, på Hem & Villamässa via Konsumentvägledningen.

Kommentarer till frågan på nästa sida

#### Kommentarer:

”Vi har skickat till samtliga förskolor, dagbarnvårdare, vårdcentraler/BVC, apoteken samt knappt 60 butiker som kan tänkas vara berörda.”

”Annons i Götene tidning , Nya Lidköpingstidningen (NLT) följde med vid tillsyn och skrev artikel.”

”Härryda Posten skrev en artikel om kampanjen efter att ha varit med oss ute på inspektion. Informationsblad och häftet från Kemikalieinspektionen gavs till alla butiker vi besökte.”

”Annonsering via hemsida och intranät. Stor artikel i Kungälvsposten om projektet”

”Informationsblad delades ut till alla familjer med förskolebarn i kommunen och till BVC för utdelning till småbarnsföräldrar som besöker dem. Lerums tidning hade en liten notis från MHN:s kallelse. Svarade också på frågor från GP:s konsumentsida.”

”Inspektionerna skedde i form av "vargflocks inspektion" dvs 6 inspektörer var ute och inspekterade butikerna samtidigt en torsdags eftermiddag. Kontakt med massmedia skedde först efter inspektionerna var slut då vi redovisade resultaten till nämnden fick en artikel i Borås tidning, Hallandsnyheter samt var med på radio 7härad”

”Informationsbladen har skickat ut till barnvårdscentraler, förskolor, dagbarnvårdare, apotek och bibliotek. Bladen har även funnits i kommunhusets och bygg- och miljökontorets receptioner. Två av våra lokaltidningar har skrivit reportage om kampanjen. En av dessa var även med ute på en av våra inspektioner. Vi har även blivit intervjuade i Radio P4 Göteborg.”

### 3. Kommunernas upplevda bemötande från butiksrepresentanter vid tillsyn

22 stycken svarade bra  
5 stycken svarade varken bra eller dåligt  
2 stycken svarade dåligt

#### Kommentarer:

”Mycket positivt bemötande av alla utom en. Butikerna upplevde tillsyn mer som stöd än kontroll.”

”Generellt sett bra, detta verkar vara ett område som inte har uppmärksamats särskilt mycket tidigare av handlare.”

”Många var intresserade av de frågor vi tog upp och vi fick ett bra bemötande. Ställen med ett bra bemötande dominerade. Det förekom dock också att man på några av de livsmedelsbutiker som besöktes visade ett ointresse vid inspektionerna.”

”Vi tror att det goda bemötandet har berott på att kampanjens syfte har varit lätt att ta till sig.”

”En del verksamheter tycker det är jobbigt när en myndighet kommer, framförallt mindre livsmedelsaffärer. Personalen i butikerna har varit ovetande om att det här problemet med icke fungerande korkar existerat, de blev mer positivt inställda till oss när jag kunde visa att de barnskyddande förslutningarna inte fungerade som de skulle. De flesta blev också mer positivt inställda när de förstod att det var en kampanj i hela länet.”

”Avgiften för tillsynen har irriterat några.”

### 4. Omfattningen på brister:

13 stycken svarade mycket brister  
9 stycken svarade varken mycket eller lite  
6 stycken svarade lite brister

Kommentarer till frågan på nästa sida

### Kommentarer:

”Egenkontroll sker i mycket liten utsträckning, svåråtkomlighet för barn brister, märkning och så ej aktiverade korkar.”

”På åtta av nio ställen fanns brister, dels i form av ej fungerade korkar och dels förvaring”

”Bristerna hadlade främst om att förslutningar som inte var aktiverade”

”Brister konstaterades på många av de besökta butikerna. De allvarligaste bristerna bedöms vara när de barnskyddande förslutningarna inte fungerade samtidigt som de var placerade lätt tillgängliga för små barn.”

”Det fanns ingen affär som var bristfri. Vanligast var ej aktiverade korkar samt placeringen.”

”Vi har upptäckt brister i så gott som varje butik, men naturligtvis har graden av allvarlighet varierat en del.”

”De flesta hade felaktig placering men i övrigt inte så mycket brister.”

”Mycket brister gällande förvaringen, få brister gällande förslutningar och förpackningar”

”Ca 40 % av kontrollerade produkter hade brister. Ca 40 % av butikerna hade brister när det gäller egenkontrollen.”

### 5. Rangordning av brister. Lägst poäng = vanligaste bristen

(poäng 1 hade inneburit att alla som svarat ansett att denna brist var den vanligaste, poäng 6 hade inneburit att alla som svarat ansett denna brist som minst vanlig).

1,9	Placering av de hälsofarliga produkterna
2,2	Ej aktiverade korkar (dvs. sådana som måste skruvas åt extra för att fungera)
2,2	Butikernas egenkontroll
4	Avsaknad av barnskyddande förslutning
4,4	Annat, t.ex. närhet till godis, livsmedel, taktil märkning (5 st), felmärkning (7 st), text på svenska saknas (3), etiketter som lossnar.
4,5	Övriga brister på barnskyddande förslutning

### Kommentarer, särskilda iakttagelser:

”Två produkter saknade helt barnskyddad förslutning. Tio produkter hade korkar som inte fungerade till stor del bilvårdsprodukter.”

”De produkter som vi fann som var särskilt dåliga var tändvätska och motortillsatser. På över hälften av förpackningarna av tändvätska var korkarna inte aktiverade eller fungerande inte alls.”

”Samma brister har påträffats hos samma produkter i flera olika butiker, särskilt oaktiverade korkar. Något som vi också har kunnat konstatera är att det ofta är produkter från större företag, särskilt oaktiverade korkar. Ju större butik desto mer kunskap. Oftast ökar kompetensen om ansvaret för butikens kemikaliefrågor är delegerat.”

”Kunskaper om kemikalier hos personalen var ringa, förhoppningsvis har de tagit del av den information de fått.”

”En förpackning rostskyddsmedel där ärendet övertagits av Kemikalieinspektionen, vid uppföljande tillsynsbesök upptäcktes försäljning av metanolhaltig spolarvätska utan tillstånd.”

”Tändvätska, kaustiksoda”

#### *Kommentar från projektgruppen:*

Några kommuner har lämnat detaljerade uppgifter om vilka slags produkter som varit felaktiga. Dessa har vi sammanställt och skickat vidare till Kemikalieinspektionen.

## 6. Typer av butiker med mest brister generellt sett:

7 stycken svarade färgbutiker  
12 stycken svarade livsmedelsbutiker  
11 stycken svarade bensinstationer  
3 stycken svarade annat, t.ex. järnhandel, byggvaruhus, bildelshandlare

### Kommentarer, exempel:

”Vi fann väldigt få brister och besökte så få objekt att det inte går att säga något generellt om detta.”  
”Livsmedelskedjor är rätt bra men lilla butiken på landet med dålig omsättning av vissa varor hade sämre kunskap om produkter och gamla produkter som ej uppfyllde lagkrav.”  
”Oaktiverade korkar fanns i alla typer av butiker och i övrigt ingen distinkt skillnad”  
”Endast små skillnader har uppmärksammats mellan olika typer av butiker. Bensinstationer kan pga. av små utrymmen ha svårt av ha de kemiska produkterna avskilda från livsmedel. Bensinstationerna har sällan någon person som är ansvarig för kemiska produkter. Dock kontrollerar de i högre utsträckning om de barnskyddande förslutningen fungerar.”  
”Hos alla besökta färghandlare och bensinstationer fanns brister.”  
”Dessa butiker har naturligtvis även mest produkter.” (färgbutiker och bensinstationer avses)  
”Bristerna är att kemikalier som skall stå svåråtkomligt för barn oftast står på nedersta hyllplan. Att korkarna med barnskyddande förslutningar är tvungna att aktiveras innan de fungerar som de skall. Att livsmedel och kemikalier inte står åtskilda.”

## 7. Om brister som uppmärksammats vid tillsyn har åtgärdats snabbt

16 stycken svarade ja  
1 svarade nej  
16 stycken vet inte

### Kommentarer, tillvägagångssätt för att få butikerna att åtgärda brister etc.:

”De två produkter som saknade barnskyddande förslutning togs bort omgående vid muntlig uppmaning. När det gäller omplacering har några (3 st) butiker åtgärdat omgående vid besöket, samtliga kommer att få skriftlig uppmaning att förbättra placering.”  
”Produkter med anmärkning skickade retur till leverantör, omplacering av produkter har skett omgående, kontrollerat med stickprov ca en månad senare.”  
”Många gånger har det åtgärdats direkt. I många fall har man sagt att ska åtgärda det direkt efter vårt besök. Vissa av dessa har följts upp och varit ok. Några har inte följts upp så där kan vi med säkerhet inte säga om det är åtgärdat.”  
”Vissa ställen plockade bort direkt, andra skulle ta kontakt med leverantör osv. Ingen uppföljning gjord ännu om åtgärder vidtagits.”  
”Är på gång att göra en uppföljning”  
”Vissa butiker har ändrat omedelbart. Andra vet vi inte eftersom vi inte har gjort någon uppföljande tillsyn ännu.”

## 8. Resultat från tillsynen varit särskilt bra:

”Brandskåpen är ett bra skydd för att hindra barn att komma åt farliga kemiska produkter.”  
”Vi upplevde att vi många gånger tydliggjorde barnsäkerhetsfrågorna för dem vi var ute hos. De fick upp ögonen för det ansvar som de som försäljare har. Många hänvisade först till att grossisterna ska sköta detta och de ansåg till att börja med att de inte var direkt ansvariga. Vi anser att vi har kunnat hjälpa dem med tips på hur man i sin egenkontroll lätt kan kontrollera att förslutningarna fungerar som de ska.”

forts. nästa sida

”Att kampanjen har fått genomslag även utanför vår lilla kommuns gränser och att tillverkningsföretag har fått påtryckning både från tillsynsmyndigheten och från sina kunder.”

”Responser från tillverkare/leverantörer.”

”Vissa affärer har tagit till sig informationen som givits dem och ganska snabbt organiserat om bland livsmedel och kemikalier, dock ej alla. En del objekt har fått ett andra besök, dock ej flertalet.”

”Märkningen i livsmedelsbutikerna var bra.”

”Att vi kunnat visa på förslutningar som inte varit aktiverade, vilket gör tydligt för personalen att det är viktigt att detta kontrolleras.”

”Vi valde att lägga tillsynen på den nivån att det mest handlade om information och sedan kontrollerade vi sådant som gick snabbt. På så sätt gick det fort att göra färdigt, projektets karaktär med välvilligt intresse från verksamhetsutövarna bidrog också till att det var lättjobbat.”

”Bemötandet, den övervägande delen var lyhörda och intresserade.”

”Responser hos butiksinnehavare var särskilt bra. De flesta förstod att det var en viktig kampanj och rättade till det som påpekades som felaktig.”

## 9. 9 kommuner har samarbetat med kommunens konsumentvägledare

### Kommentarer:

”Vi har haft telefonkontakt om Kolla Korken projektet. Men vår konsumentvägledare har inte tid som räckt till något djupare engagemang.”

”Har samarbetat med folkhälsotorget, förskolor och BVC.”

”Konsumentsekreteraren har deltagit vid planering, tillsyn och rapportskrivning. Positivt samarbete.”

”Vi samarbetade när det gäller informationen ut till allmänheten. Vi har även haft lite hjälp av kommunens informatör.”

”Han höll precis på och avsluta sin tjänst för att börja i Borås.”

”Saknas i kommunen.”

”Ja på Folkhälsoveckan när vi hade en utställning om "kolla korken"”

”Tidaholms kommun har inte längre någon konsumentvägledare. Tjänsten drogs in före kampanjstarten”

”Informationsspridning genom montrar och informationsmaterial”

”Hon har deltagit i upplägget av den informativa delen och sett till att information nått vissa utvalda ställen.”

”Miljöskyddskontoret har informerat Konsumentvägledningen om projektet. De hade tyvärr inte resurser att delta aktivt men har ändå medverkat genom att sprida info till allmänheten på en Hem & Villamässa.”

” Kontakt togs. Tid fanns ej.”

## 10. Respons på informationen om kampanjen

3 stycken svarade att många har hört av sig med frågor, kommentarer m.m.

14 svarade att de fått en del positiva kommentarer

14 svarade att de inte fått någon särskild respons

2 svarade att de fått en del negativa kommentarer

### Kommentarer:

”Negativa kommentarer angående tillsynsavgiften. En leverantör har hört av sig med frågor.”

”Överlag positivt bemötande vid tillsyn”

”De positiva kommentarerna har kommit från BVC:s personal. Vi har däremot inte fått några frågor från allmänheten med anledning av informationen som lämnats.”

forts. nästa sida

”Lite insatser på infosidan kan vara en förklaring till att ingen direkt respons har erhållits.”  
”Responser under folkhälsoveckan när vi hade en utställning om projektet var det många pensionärer som hade kommentarer att det inte längre gällde dem, eftersom de hade vuxna barn. Det visade sig att många hade barnbarn och många av dem fick tänka om. En del tyckte att de redan visste allt om "sånt".”  
”Butikerna har varit förstående och lokaltidningen har visat intresse att skriva om projektet då det är klart. Annars har det varit tyst.”  
”Inte haft någon speciell information.”  
”Det lilla vi gjorde gav dock viss respon från några daghem. De ville ha mer material.”

**11 a) Betyg Miljösamverkans stöd för kommunernas tillsynsarbete**  
(på en skala mellan 1 – 5 där 5 är högsta betyg).

**Medelbetyg 4,4**

(13 st 5:or, 10 st 4:or, 2 st 3:or)

**11 b) Betyg Miljösamverkans sammantagna stöd för kommunernas informationsarbete**

**Medelbetyg 4,4**

13 st 5:or, 10 st 4:or, 3 st 3:or

**Kommentarer:**

”Bra informationsmaterial som var enkelt att beställa.”  
”Lätt kampanj att driva då materialet var väl genomtänkt och lätt att följa. Stämde bra överens i tiden med övriga aktiviteter inom folkhälso och barnomsorg.”  
”Efter att ha läst tillsynsvägledningen var det väldigt lätt att ut och inspektera. En grupp av tillsynsobjekt som man inte i vanliga fall kommer ut till särskilt ofta.”  
”Bra med nyhetsbrev om saker som har uppmärksammats under kampanjens gång. Det har även varit bra med de färdiga brevmallarna.”  
”Bra informationsmaterial”  
”Jag har bara hört positiva kommentarer från olika kommuner i länet.”  
”Saknar information från Kemi med anledning av den vägledande domen som kom i september 2004. Vad gör Kemi och när?”  
”Bra med en gemensam upptaktsdag, även bra handledning. Den mesta kontakt har varit med Karin Rumar på Kemi. Kontoret har intern kunskap om kemikalielagstiftning så kontakten med miljösamverkan har inte blivit så stor utan det har funkat bra.”  
”Bra med uppföljande information, svar på frågor.”  
”Allt fanns som vi behövde.”  
”Tog fram eget informationsmaterial utifrån Miljösamverkans mallar.”

**12. Övriga kommentarer (om kampanjen, resultaten, förslag på uppföljning m.m.):**

”Hoppas detta sprider sig i resten av landet så att kunskapen om barnskydd och säker placering sprider sig och blir något man tänker på automatiskt. Att rutiner för egenkontroll finns.”  
”Väl organiserad och väl avgränsat projekt, tror inte det finns behov av uppföljning.”  
”Behövs fortsatt arbete, framförallt på central nivå mellan KEMI och leverantörer och branschen.”  
”Bra med en riktad kampanj som är väl avgränsad. Det har därför varit lätt att genomföra inspektionerna och det har också varit lättare att göra en bra inspektion. Avgränsningen gör också att den får bättre genomslag hos dem vi besöker. Det är en angelägen fråga som ingen kan ifrågasätta.”

forts. nästa sida

”En bra och begränsad kampanj som gett resultat och genomslag. En rolig och engagerande kampanj! Måste också tillägga att det har varit jätteskoj och mycket givande att vara med i projektgruppen.”

”Kampanjen borde varit förlagd på våren när folk börjar grilla, möjligtvis hade kampanjen haft mer genomslagskraft och engagemanget från allmänheten blivit större. Till våren kan man ju ha en miniprojekt, detaljhandeln etc har redan haft kontakt med kampanjen och är redan införstådd (förhoppningsvis), med riskerna när inte barnskyddande förslutningar fungerar.”

”Kemikalietillsyn är mycket lämpligt att sköta i projektförhållande så vi hoppas på mer av den varan.”

”Mycket bra kampanj som lämpar sig för alla kommuner. Ett bra underlagsmaterial och ett avgränsat "tillsynsområde" gjorde kampanjen enkel och effektiv att genomföra. Även om tillsynsområdet var avgränsat (barnskyddande förslutning) så höjde den statusen/kunskapen inom kemikalietillsynen hos både oss och näringsidkare.”

”Vore intressant att få reda på vad Kemikalieinspektionen gör åt våra anmälningar och vad företagen vidtar för åtgärder.”

”Baskunskaperna om märkning av kemiska produkter förbättrades och uppdaterades genom deltagande i projektet vilket gav inspiration till att ev fortsätta med ytterligare någon typ av märkningsprojekt.”

”Vi har ännu inte avslutat projektet, har bara varit ute på ca hälften av våra tilltänkta objekt. Vår avsikt är att göra tillsyn på alla företag som hanterar kemikalier i kommunen, dock har vi ej med små närbutiker etc. Vi har dessutom utökat till att kontrollera mer än vad kampanjen omfattar.”

”Lätt kampanj att haka på, väl avgränsat. Mer stöd efter tillsynsbesök efterfrågas (ex på insp. utlåtande), uppföljning”

”Vi kontrollerade också om förpackningen hade kännbar varningsmärkning, om texten var på svenska och om produkten var rätt märkt. Det gick ändå ganska fort att göra allt detta.”

”Tyvärr blev vårt engagemang dåligt. Vi kommer dock fortsätta kampanjen i vår.”

”Bra med kampanjen, tyvärr hann vi inte medverka i detta projekt men ser mycket positivt på att materialet tagits fram och projektet genomförts i andra kommuner.”

”Vi deltog ej eftersom vi gjorde ordentlig kemikalietillsyn på samtliga företag 2003, och det var just inga anmärkningar då. Har även tidigare skickat ut Kemikalieinspektionens broschyr till alla företag. Säkert hade vi hittat saker denna gång om vi följt er fina checklista, men vi hade inte resurser att lägga tid på detta nu.”

”Vi har tyvärr inte engagerat oss i miljösamverkans arbete den senaste tiden, men använder oss flitigt av olika typer av material som samverkan tagit fram.”



**Huvudmän**

Länsstyrelsen i Västra Götaland, Västra Götalandsregionen, kommunförbunden och kommunerna i länet

**Adress**

Miljösekretariatet Västra Götalandsregionen  
Box 1726 501 17 Borås Tel 033-17 48 00

**Webbplats**

[www.miljosamverkan.se](http://www.miljosamverkan.se)

**Projektledare**

Lasse Lind Tel 0532-714 47 [lind.lasse@telia.com](mailto:lind.lasse@telia.com)

Cecilia Lunder Tel 031-60 58 95 [cecilia.lunder@o.lst.se](mailto:cecilia.lunder@o.lst.se)