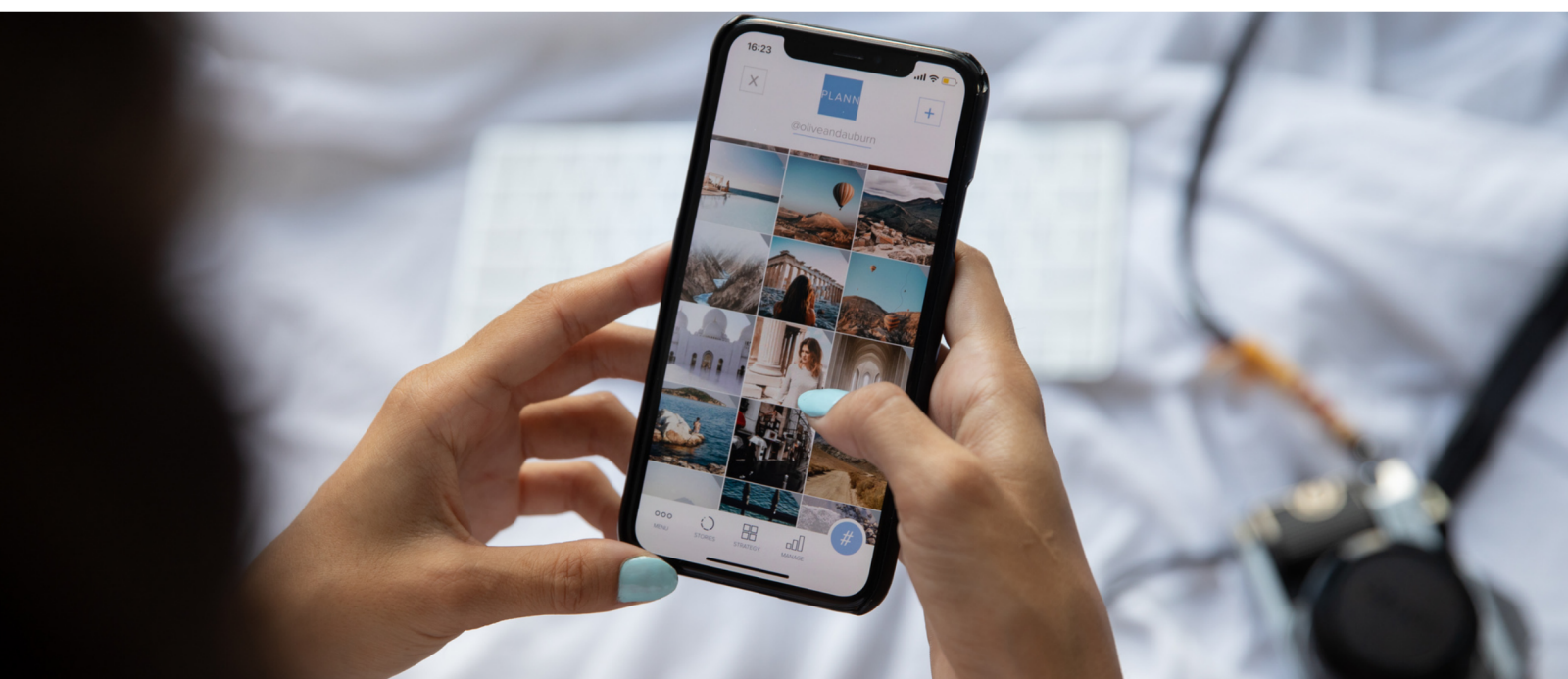


# HVAD ER DET DIGITAL PRODUKT PAS?

”Det Digitale Produktpas stiller helt nye krav til produktinformationen man som virksomhed og producent skal udstille for kunden. Det kræver, at man som virksomhed skal omstille sig til at udstille produktdata på en struktureret måde, som før har været ”nice to have” når man vil oplyse sin kunde om produktets kvaliteter. Nye krav til produktets kvalitet, miljømæssige fodaftryk, materialer, hvordan det repareres, vedligeholdes og genanvendes, er blot nogle af de krav der følger med, og som kræver, at man har styr på data”. (DI-Digital interview med Lasse Quorning).

Kilde: <https://www.danskindustri.dk/brancher/di-digital/nyhedsarkiv/nyheder/2023/11/eus-krav-om-digitale-produktpas-er-pa-vej/>



## Hvad tænker brugere om information fra DPP?

Materialet er udviklet i forbindelse med indsatsen ”Innovationskraft 23-24 Design, mode og møbler” af Lifestyle & Design Cluster, KEA og FORCE Technology

Det er tydeligt at flere og flere forbrugere synes at information, som kommer til at blive tilgængelig med det DPP er relevant. Det er eksemplvis tydeligt i følgende citat:

”I takt med at jeg er blevet ældre er jeg blevet mere bevidst omkring bæredygtighed, materialebrug, hvor det er produceret henne og virksomhedens generelle holdning til dette... også tilgængelighed, at informationerne om produktet er tilgængelige”



# BRUGERNE, INFORMATION, PRODUKTION

Mange forbrugere nævner at de er interesserede i at vide mere om produktionen af tekstiler end de gør nu. Eksempelvis siger en: "Jeg mangler simple oplysninger om produktionen"

Andre fremhæver at de er særligt interessede i produkter der er producerede i EU: "Jeg tjekker altid hvor tingene er produceret, og jeg køber helst kun ting der er produceret indenfor EU"

Det ville dermed skabe merværdi for forbrugeren at få information om produktionen af produkterne.



Materialer og kvaliteter er også noget som forbrugerne gerne vil informeres om. En forbruger siger følgende: "Det er vigtigt for mig at det er holdbar kvalitet både hvad angår klimabelastning, men også at det er noget der holder, som jeg kan være glad for og bruge i lang tid". De værger dermed både information om holdbare produkter samt om klimabelastning i forhold til produktionen, når de udtaler sig.

For nogle er selve materialet det vigtigste, en forbruger siger: "Materialet er vigtigt, og jeg går meget op i at det er der rigtige"

Andre nævner specifikt at de foretrækker at købe tekstiler som er lavet af genanvendte materialer "...hvis det er lavet af et materiale, min taske er fx lavet af genanvendt plast, så er det jo altid lækkert..."

Forbrugeren vil gerne have information om kvalitet af produktet samt klimabelastningen i forhold til produktionen af tøjet.



# BRUGERE, KLIMAAFTRYK, OG SOCIAL BÆREDYGTIGHED?

Klimaaftryk betyder meget for mange forbrugere: "klimaaftrykket er vigtigt for mig, hvor det er produceret, hvor langt har det rejst, hvor meget vand der er brugt.."

Andre nævner også at de ville bruge viden om bæredygtighed aktivt, hvis det var nemt at få den viden: "Hvis brands var mere gennemsigtige i forhold til deres bæredygtighed ville jeg købe ud fra det"



Forbrugerne er interesseret i det sociale aspekt af bæredygtighed. Det optager dem hvem det er der har produceret produktet. De er interesserede i hvem der har gået i bomuldsmarken, hvem har syet og lønningsforhold. De vil gerne have den information for at vide om kan de bære det her tøj med god samvittighed. Dette er tydeligt fra det følgende citat: "Jeg vil gerne vide hvor ting kommer fra, og hvem som har produceret produktet".

Andre siger ligefrem at social bæredygtighed er vigtigere end miljøet: "Jeg tror at det vigtigste for mig er at der ikke er nogen der har været i slavearbejde undervejs. Det er udelukkende arbejdsforholdene for mig"



# ADGANG TIL INFORMATION

Brugere vil gerne have informationen serveret helt enkelt som følgende citat viser: "Jeg vil gerne have det lidt kort, altså er det godt eller skidt..."

Den enkle information hænger sammen med det visuelle som følgende citat indikerer: "Jeg synes at det ville være rart at kunne danne sig et hurtigt visuelt overblik i stedet for en brød-tekst". Især ikoner er gode: "hvis produktionen kan oplyses igennem ikoner eller grafik ville det være godt"



Nogle forbrugere foretrækker QR koder til at finde information: "jeg er interesseret i at blive informeret om produktionen evt. igennem en QR-kode"

Andre forbrugere er interesseret i en app: "Det skal være en app. Noget man kan skanne eller lignende. Noget på mobilen som er let tilgængeligt" "Jeg sidder med en telefon i hånden lige nu. Så helt klart via. mobilen. Det er det folk gerne vil have".





# DIGITAL PRODUCT PASSPORT TIDSLINJE

**2009**

Ecodesign for Energy  
Related Products

**1**

**2**

**2019**

EU Green Deal

**2020**

Circular Economy  
Action Plan

**3**

**4**

**2024**

ESPR Adoption and  
Enforcement

**2026**

Delegated Act n 1  
Publication - Framework  
and detailed  
requirements of DPP for  
Textile will be ready

**5**

**6**

**2028**

Delegated Act n 1 - Entry  
into force. Providing a  
DPP will be mandatory for  
Textile products