



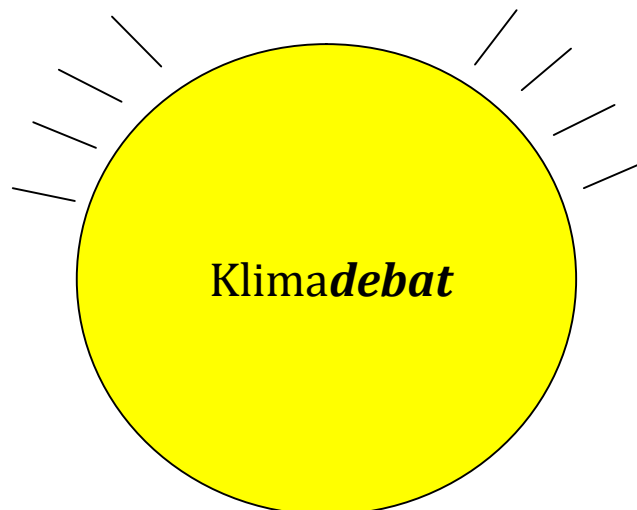
**Copenhagen  
Business School**  
HANDELSHØJSKOLEN

**INSTITUT FOR AFSÆTNINGSØKONOMI**

***NYHEDSBREVET OM FORBRUGERADFÆRD***  
***NR. 35 – FORÅR 2021***

[ISSN: 2246-2562]

Velkommen til den femogtredivte udgave af 'Nyhedsbrevet om Forbrugeradfærd'.



## Klimakvoter for forbrugere?

*Af Professor Torben Hansen*

Danmarks CO<sub>2</sub> udledninger skal reduceres. Forbrugerne står for en væsentlig del af udledningerne af CO<sub>2</sub> og forbrugsmængden og -sammensætningen udgør derfor væsentlige elementer i bestræbelserne på at nedbringe udledningerne. En række tiltag nævnes almindeligvis med henblik på at kunne reducere CO<sub>2</sub> udledningerne, her *eksemplificeret ift. fødevarer*: (1) Mærkning af fødevarer med CO<sub>2</sub> belastning, (2) forøgelse af forbrugernes information og viden om bæredygtige fødevarer og fødevareadfærd, herunder CO<sub>2</sub> belastning og (3) generelle og/eller specifikke CO<sub>2</sub> afgifter. (4) Hertil kommer et fjerde tiltag, som ikke så ofte synes berørt i debatten, og som indebærer indførelse af CO<sub>2</sub> forbrugskvoter.

Selv om de fleste forbrugere har viden om, at CO<sub>2</sub> udledningerne bør reduceres, er det nok betydeligt færre forbrugere, som har en præcis indsigt i, hvilke fødevarer der er mere belastende end andre. Som compensation for denne manglende viden kan CO<sub>2</sub> mærkning af fødevarer være et tiltag (tiltag nr. 1). Man skal dog her være opmærksom på, at forbrugerens faktiske anvendelse af mærkningerne som 'styringsinstrument' for deres fødevareadfærd også påvirkes af forbrugerens motivation for dette. Derved spiller tiltag 1 og 2 sammen, da øget viden på et område (tiltag nr. 2) i sig selv kan virke motivationsfremmende for ændret adfærd.

Tiltag nr. 3 om afgifter indebærer en mere direkte regulering af fødevarerens sammensætningen. Navnlig to effekter har betydning her: For det første en priselasticitetseffekt (højere priser antages at give mindre efterspørgsel) og for det andet en indkomstelasticitetseffekt (nogle forbrugere har relativ lille disponibel indkomst og har måske slet ikke længere 'råd' til at indkøbe de afgiftsbelagte fødevarer). Man bør her være opmærksom på, at særligt indkomsteffekten vil kunne bidrage til at forøge uligheden blandt forbrugerne i forhold til deres potentielle indkøbsmuligheder for 'almindelige' fødevarer. Personer med relativ høj disponibel indkomst vil kunne vælge 'blot' at nedsætte opsparingen og så fortsætte med forbruget mere eller mindre uændret, mens forbrugere med lav disponibel indkomst ofte ikke har dette valg.

CO<sub>2</sub> forbrugskvoter udgør et fjerde tiltag, som ligesom afgifter har til formål at foretage en mere direkte regulering af forbrugerens adfærd. Idéen er i sin grundsubstans enkel: Hver forbruger, evt. husstand, tildeles årligt en samlet forbrugskvote, som ikke må

overskrides. Forbrugskvoten kan fastsættes ud fra det politiske ønske om CO2 reduktion det pågældende år.

Forbrugskvoter har en række umiddelbare fordele:

- Alle tildeles den samme kvote (dvs. alle bidrager ligeligt til klimaforbedringerne).
- Forbrugerne pålægges ikke som ved afgifter specifikke 'restriktioner' i deres forbrug, men i stedet blot et rammevilkår, idet de selv kan vælge, hvorledes de vil anvende kvoten.
- Der vil ikke som ved afgifter være en indbygget indkomstulighed, idet sammensætningen af en 'almindelig' indkøbskurv påvirkes af kvoten frem for økonomiske forbrugsmuligheder.
- Forbrugere med 'høj' disponibel indkomst/høj økonomisk formåen vil dog stadig få 'fornøjelse' heraf, idet disse vil kunne vælge i højere grad at sammensætte forbruget med 'luksusvarer'.
- Tiltaget vil kunne reducere både 'social klimaudskamning' og eventuel følelse af uretfærdighed, idet alle borgere nødvendigvis bidrager til at løse klimaudfordringerne. Står en forbruger i kassekøen f.eks. med meget oksekød i indkøbskurven, vil de omkringstående vide, at den pågældende forbruger så nødvendigvis må 'spare' CO2 et andet sted.

#### *Forsknings-/analysebehov*

En række forhold kræver imidlertid yderligere forskning og analyse, førend tiltaget kan implementeres. Nogle vigtige forhold er:

- For at sikre det ligelige bidrag må kvoterne ikke kunne handles forbrugerne imellem. Hvorledes sikres dette?
- Hvorledes opgøres CO2 forbruget? Mens det ved f.eks. flyrejser er umiddelbart tilgængeligt at opgøre CO2 forbruget, da den enkelte forbrugers data her er behørigt registreret, vil det på f.eks. fødevarerområdet (som et minimum) kræve, at alle fødevarers (uanset om disse erhverves i supermarkeder eller som måltider på caféer, restauranter el.lign.) CO2 belastning kontinuerligt opgøres, og at forbrugerens CO2 forbrug ligeledes smidigt kan registreres.
- Hvorledes stiller forbrugerne (borgerne) sig til tiltaget? Vil der kunne skabes opbakning på sigt? Klimaproblemet

er alvorligt, og folkelig forståelse for modsvarende tiltag vil måske kunne opnås.

- Hvorledes vil forbrugskvoterne kunne spille sammen med de øvrige nævnte mulige tiltag på forbrugsområdet? Vil der evt. kunne være synergieffekter?
- Opgørelse af samfundsøkonomiske effekter: Forbrugskvoter vil udfordre virksomhederne til yderligere at klimaoptimere produktion og udbud for kunne opretholde omsætning. Dette vil kunne skærpe den 'grønne' konkurrence og sandsynligvis øge DK's 'grønne konkurrenceposition' internationalt. En grundig analyse og vurdering af disse effekter er imidlertid påkrævet.
- CO2 kvoter vil kunne pålægges både specifikt (f.eks. fødevarer) og generelt (samlet, generelt CO2 forbrug) eller som en kombination af disse. Det vil måske kunne være en fordel at 'begynde' inden for enkelte specifikke områder (oplagt er som nævnt flytrafik) for derved at modne forslaget og den folkelige forståelse. Men mere viden herom er nødvendig.

### *Udfordringer*

Da forbrugskvoterne fastsættes direkte og politisk, er CO2 reduktionspotentialet betydeligt. Dette beror dog ikke mindst på den folkelige og politiske motivation og vilje samt en række øvrige udfordringer, her iblandt:

- Folkelig tilslutning
  - Etiske udfordringer, herunder 'overvågningsproblematikker'
  - Tekniske udfordringer (CO2 opgørelse og forbrugsregistrering)
  - Omgåelse af kvoterestriktioner (f.eks. grænsehandel, køb af varer i udlandet via nettet, etc.)
  - Tildeling af kvoter (pr. borger eller husstand, voksen/børn kvoter?)
-

## YDERLIGERE OPLYSNINGER

Tidligere numre af Nyhedsbrevet kan ses her:

<https://rauli.cbs.dk>

Ønsker du at modtage kommende numre af Nyhedsbrevet om Forbrugeradfærd?

Nyhedsbrevet udkommer hvert halve år, men kun i elektronisk form. Hvis du ikke allerede er tilmeldt, men ønsker at modtage kommende numre af Nyhedsbrevet, bedes du venligst sende os din e-mailadresse med overskriften 'Nyhedsbrev' til følgende e-mailadresse: [th.marktg@cbs.dk](mailto:th.marktg@cbs.dk)  
Eventuel afmelding af Nyhedsbrevet foretages til samme e-mail adresse.

### Redaktørgruppen

Redaktørgruppen for Nyhedsbrevet om Forbrugeradfærd omfatter for tiden ni medlemmer:

Flemming Cumberland, ekstern lektor, cand.polit  
e-mail: [fc.marktg@cbs.dk](mailto:fc.marktg@cbs.dk)

Jens Geersbro, lektor emeritus, cand. polyt, MBA, Ph.D.

Lars Grønholdt, ekstern lektor, Ph.D., cand.merc.  
e-mail: [lg.marktg@cbs.dk](mailto:lg.marktg@cbs.dk)

Torben Hansen (chefredaktør), professor, Ph.D., cand.merc.  
e-mail: [th.marktg@cbs.dk](mailto:th.marktg@cbs.dk)

Hanne Pico Larsen, ekstern lektor, Ph.D.  
e-mail: [hpl.marktg@cbs.dk](mailto:hpl.marktg@cbs.dk)

Anne Martensen, ekstern lektor, Ph.D., cand.merc.  
e-mail: [am.marktg@cbs.dk](mailto:am.marktg@cbs.dk)

Szilvia Gyimothy Mørup-Petersen, lektor, Ph.D.  
e-mail: [sgy.marktg@cbs.dk](mailto:sgy.marktg@cbs.dk)

Diana Storm, ph.d-studerende, cand.negot.  
e-mail: [dst.marktg@cbs.dk](mailto:dst.marktg@cbs.dk)

Thyra Uth Thomsen, professor mso., Ph.D., cand.merc.  
e-mail: [tt.marktg@cbs.dk](mailto:tt.marktg@cbs.dk)

Klik her for yderligere info om medlemmerne:

<http://www.cbs.dk/en/research/departments-and-centres/departments-of-marketing/staff>