



# Forbrugerombudsmanden har truffet afgørelse i flere sager om bæredygtighedsudsagn i markedsføringen



Anette Moll Berg  
Partner

Forbrugerombudsmanden har den 16. december 2022 orienteret om behandling af i alt 5 sager, hvor virksomheder var beskyldt for at overtræde markedsføringslovens forbud mod vildledning. Virksomhederne havde markedsført forskellige produkter, bl.a. lamper, beklædning og legetøj som "bæredygtige", uden at kunne dokumentere disse påstande. Forbrugerombudsmanden vurderede at udsagnene om bæredygtighed var i strid med markedsføringslovens §§ 5 og 13.

Forbrugerombudsmanden udtaler i pressemeddelelsen:

"Generelt vil jeg anbefale, at virksomheder afholder sig fra at markedsføre deres produkter som bæredygtige, da det blandt andet signalerer, at produktionen af produktet ikke har forringet miljøet og tæret på klodens ressourcer til skade for de kommende generationer."

Forbrugerombudsmanden viderefører derved sin hidtidige, konsekvente tilgang til brugen af generelle, miljømæssige påstande, som blev formuleret allerede i vejledningen fra 2014 om brug af miljømæssige og etiske påstande mv.

Ifølge vejledningen må en virksomhed kun bruge ordet "bæredygtig" om et produkt eller en service, hvis udsagnet kan dokumenteres med en livscyklus analyse. Forbrugerombudsmanden anfører selv, at det i praksis er "meget vanskeligt" at markedsføre et produkt som bæredygtigt uden at vildlede.

Som et alternativ, der ikke i samme grad risikerer at vildlede nævner Forbrugerombudsmanden, at man kan angive, at man tilstræber bæredygtighed eller oplyse om bæredygtige tiltag. Sådanne tiltag skal også kunne dokumenteres.

---

Fagområder      IP og teknologi, Markedsførings-og forbrugerret

---