



Det er ikke risikofrit at bruge udsagn om bæredygtighed i markedsføringen



Anette Moll Berg
Partner

Forbrugerombudsmanden har netop politianmeldt BMW Danmark A/S for at anvende udsagn om bæredygtighed i markedsføringen af biler.

BMW Danmark A/S havde blandt andet anvendt udsagn som "Verdens mest bæredygtige bilproducent" uden at de tiltag, som man havde foretaget for at kunne producere biler på en mindre miljøbelastende måde, adskilte sig fra de tiltag, som andre lignende bilproducenter anvendte for at producere mindre miljøbelastende og mere bæredygtigt.

Forbrugerombudsmanden har vurderet, udsagnene er vildledende og derfor i strid med markedsføringsloven.

Selvom der kan være langt fra en politianmeldelse til en dom for overtrædelse af markedsføringsloven, viser politianmeldelsen, at man som virksomhed skal være varsom med at anvende generelle bæredygtighedsudsagn i sin markedsføring, og at man skal sikre sig, at man kan dokumentere, at de tiltag man har foretaget, rent faktisk fører til mere bæredygtige produkter/services mv. end hvad der gælder generelt på det pågældende marked.

Vi vil fortsat følge sagen, som kan ende med at give mere faste pejlemærker for, hvad man skal kunne dokumentere for at kunne markedsføre et produkt eller en service som bæredygtig.

