

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Att: Eva Vindsebæk Sjøgren
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby

Den 30. juni 2021

Dansk Erhvervs høringssvar om udkast til kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring

Hermed fremsendes Dansk Erhverv kommentarer til Forbrugerombudsmandens udkast til kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring.

Generelle bemærkninger

Dansk Erhverv finder det positivt, at Forbrugerombudsmanden sætter yderligere fokus på grøn markedsføring og miljømarkedsføring, så det bliver mere tydeligt for virksomhederne, hvordan kommunikation og markedsføring med især miljømæssige påstande skal være baseret på solide fakta for at undgå greenwashing.

Kvikguiden er en forkortet version af vejledningen om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v. fra 2014. Virksomhedernes miljø- og klimainsats og dennes sammenhæng til andre temaer inden for bæredygtighed - f.eks. de sociale og økonomiske - er yderst kompleks og kræver klar og tilstrækkelig vejledning til virksomhederne, hvis den skal kommunikeres i deres markedsføring. Uden tilstrækkelig vejledning og forståelse for dette risikeres greenwashing. Det skader troværdigheden og dermed kundetilliden – og det skævvrider konkurrencen, der er en forudsætning for den grønne omstilling.

Selvom Dansk Erhverv ser positivt på Forbrugerombudsmandens fokus på grøn markedsføring mener vi dog ikke, at en kvikguide er tilstrækkelig. Hvis forbrugerne skal kunne vælge de mest miljøvenlige produkter, er det vigtigt, at producenter og forhandlere kan markedsføre sig troværdig. Der er sket meget siden Forbrugerombudsmandens vejledning om grøn markedsføring m.v. sidst blev opdateret, bl.a. har klima fået en langt større rolle, som ikke er afspejlet i den eksisterende vejledning.

Vi opfordrer derfor til en revision af den eksisterende vejledning med deltagelse af parterne bag retningslinjen, så de kan drøfte de mange nye udfordringer, der er kommet til siden 2014. Denne skal følges af en hårdt tiltrængt opdatering med nye konkrete eksempler på, hvordan man skal bruge klimapåstande i markedsføringen

Specifikke bemærkninger

Det fremgår af høringsbrevet at kvikguiden er en forkortet version af den nuværende "Vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v.". Denne betegnes i Kvikguiden fejlagtig som en "miljøvejledning". Dette bør rettes for ikke at skabe forvirring.

Det fremgår endvidere af høringsbrevet, at *"Kvikguiden indeholder dog på et enkelt punkt en ændring i forhold til miljøvejledningen, som I hermed får lejlighed til at komme med jeres bemærkninger til. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at en virksomhed, der bruger ordet "bæredygtig" i sin markedsføring, skal opfylde kravene til miljømæssige udsagn – og ikke også kravene til etiske udsagn, medmindre markedsføringen giver forbrugerne det indtryk, at "bæredygtig" dækker over andre aspekter end de miljømæssige, fx gode arbejdsforhold"*.

Dansk Erhverv er bekymret for den lempelse Kvikguiden foreslår for brug af begrebet "bæredygtig" i forbindelse med miljømarkedsføringen.

Lempelsen indebærer, at det fremover kan blive tilstrækkeligt at leve op til kravene til brug af miljømæssige udsagn jf. "Vejledningen om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v.", hvor dokumentationsgrundlaget er brugen af en livscyklusvurdering.

Hvis en virksomhed fremover kan markedsføre sine miljø- eller klimapåstande som "bæredygtige," f.eks. med "klimakompenseret med skovbeplantning", og her kan bruge "bæredygtig" alene med dokumentation ved brug af en livscyklusvurdering, ses der kun på miljøaspekterne. Men hvordan vurderes det, hvorvidt en klimakompensation undgår at påføre negative effekter for mennesker og natur? Det kan ske, at opførsel af klimakreditprojekter, f.eks. ved skovbeplantning, kan påføre negative effekter for biodiversitet og sociale levevilkår for lokalbefolkningen i området for skovplantningen - dette trods brug af certificerede klima-kreditprogrammer. Her kan lokalbefolkning blive fortrængt til andre områder, hvorpå der sker ny skovfældning. Et andet eksempel er omstilling til brug af bioplast frem for fossilt for at nedbringe CO₂ belastningen. Dette kan medføre skovrydning og beslaglæggelse af landbrugsarealer, der ellers kan bruges til at dyrke fødevarer.

Livscyklusvurderinger er efter Dansk Erhvervs opfattelse en utilstrækkelig metode som dokumentationsgrundlag for brug af begrebet "bæredygtighed" i markedsføringen. Dansk Erhverv vil derfor anbefale, at man ikke lemper for dokumentationskravet for brug af bæredygtighed, men fastholder den nuværende fortolkning, som den fremgår i den eksisterende vejledning.

Derudover mener Dansk Erhverv, at det er vigtigt, at Forbrugerombudsmanden har tilstrækkelige ressourcer til at opdatere vejledningen og til vejledning og kontrol med den miljømarkedsføring, der foregår på det danske marked.

Med venlig hilsen,

Jakob Zeuthen
Miljøpolitisk chef