

# Kvik-guide til grøn markedsføring

Når virksomheder ønsker at markedsføre sig som bæredygtig, grøn, miljø- eller klimavenlig, skal man passe grundigt på. Udover markedsføringsloven, er der dog et par få, enkle retningslinjer fra Forbrugerombudsmanden:

## Retningslinjer fra Forbrugerombudsmanden

- Virksomheder skal kunne dokumentere alle miljømæssige påstande, de anvender i deres markedsføring. Dokumentationen skal være tilstrækkelig, pålidelig og kunne præsenteres på forespørgsel.
- Påstande skal være konkrete og entydige for at undgå forbrugerforvirring.
- Påstande skal overholde markedsføringslovens regler om sandhed, ikke-vildledning og væsentlig information
- Særligt kritisk er brugen af udtryk som "CO<sub>2</sub>-neutral" eller "bæredygtig," hvor kravene til dokumentation er høje, og risikoen for vildledning er stor.
- Benyt præcise formuleringer – som fx "indeholder genanvendt plast" frem for "miljøvenlig"
- Undgå generelle udsagn, der kan misforstås eller ikke kan underbygges.

## Yderligere materiale:

Forbrugerombudsmanden har udarbejdet illustrative eksempler på lovlig og ulovlig brug af miljøudsagn. Du kan læse mere og finde den fulde guide på Forbrugerombudsmandens hjemmeside:

<https://forbrugerombudsmanden.dk/media/e4bdf1uo/virksomheders-miljoemarkedsfoering-forbrugerombudsmandens-anbefalinger.pdf>