

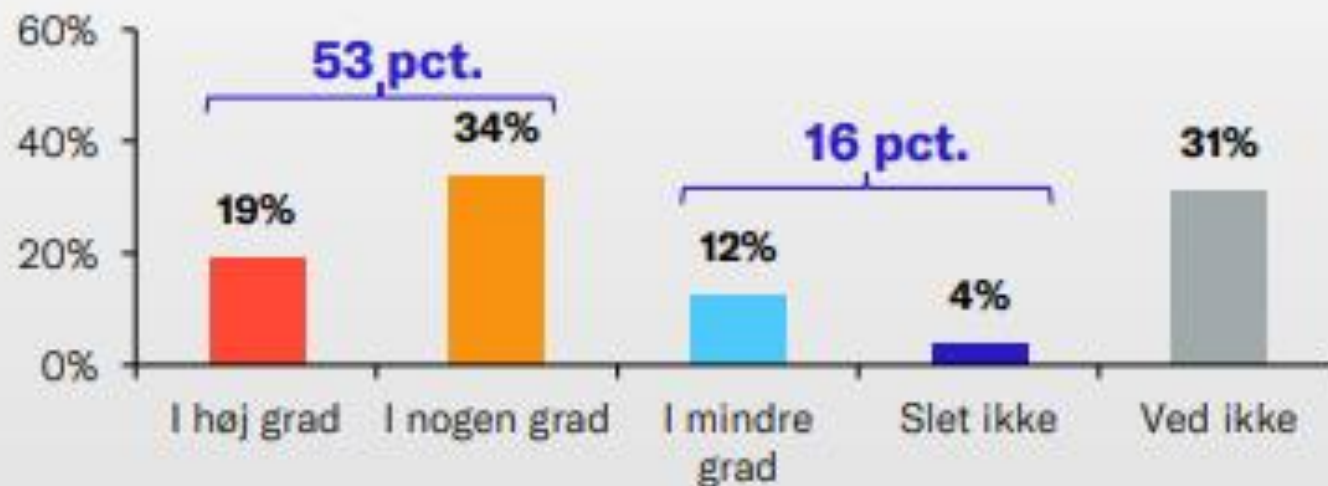
Få styr på de grønne budskaber og undgå greenwashing





Forbrugertillid

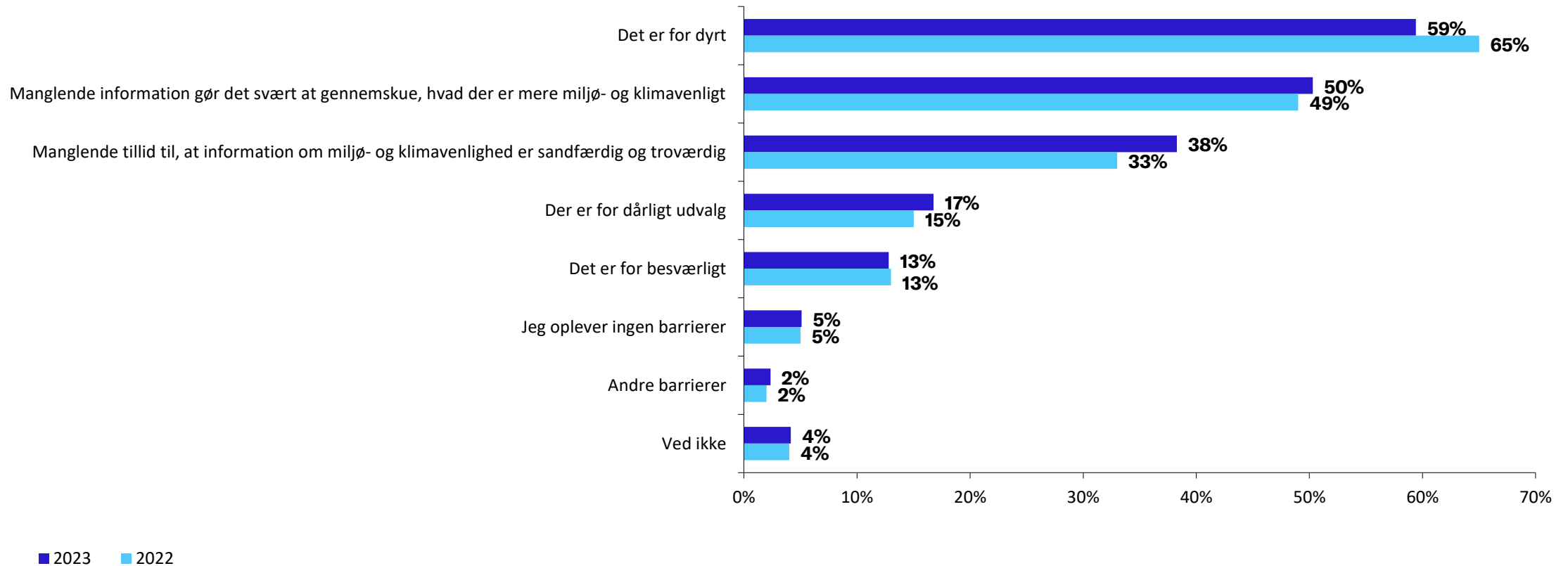
I hvilken grad oplever du, at virksomheder greenwasher de produkter, de sælger?



Kilde: Norstat for Dansk Erhverv, juli 2023.

Note: n = 2.055. Greenwashing er, når virksomheder overdriver, vildleder eller taler falskt om miljø- og klimavenligheden af de produkter, de sælger.

Hvilke af følgende forhindre i at købe mere miljø- og klimavenligt?



Dont's

- Fremsæt ikke påstande om miljømæssige fordele af generel karakter eller om bæredygtighed generelt
- Brug ikke sprog, der indebærer bæredygtighed eller indirekte refererer til at være “grøn” uden at kunne dokumentere indsats, aktiviteter eller effekt.
- Fremsæt ikke en påstand, som virksomheden ikke har været/er i stand til at underbygge.
- Fremstil ikke berygtede forurenende aktiviteter på en “grøn” måde, farve eller kontekst.
- Undlad at overdrive eller oversælge grønne budskaber.
- Medtag ikke generelle udsagn, der omfatter hele virksomheden eller aktiviteterne som værende “grønne” eller bæredygtige.
- Fremsæt ikke påstande om aspekter, der er lovpligtige.

Do's

- Sørg for, at påstanden ikke kan misfortolkes ved at tilføje en forklaring eller bruge symboler
- Hvis et symbol bruges, skal virksomheden sørge for, at det er enkelt og brugt på en sådan måde, at det ikke giver falske indtryk.
- Indhent og vedligehold dokumentation for virksomhedens niveau af bæredygtighed, der er tilgængeligt for kunder og myndigheder.
- Sørg for, at alle aspekter af virksomheden er i overensstemmelse med de bæredygtige initiativer, hvis der laves en generel målsætning og vision.
- Informer om virksomhedens specifikke tiltag i stedet for en generel udtalelse om, at virksomheden bekymrer sig om miljøet.
- Sørg for, at udsagn er opdateret, så de fortsat er relevante.

Tak for opmærksomheden



Handel

Martin Jørgensen

Advokat, chefkonsulent



2094 5495



3374 6428



MJO@DANSKERHVERV.DK

