



## **Begrebet ” Greenwashing ”.**

Se [artikel i Jyllandsposten](#): En sort samvittighed i grønne klæder

Se [Artikkel om greenwashing](#)

*” I dag er det et hit at være grøn. Snart sagt alle virksomheder slynger rundt med løfter om, hvor grønne de er. Nogle af dem lyver. De er fake. De har blot vasket virksomheden grøn med en smart reklamekampagne, men bag alle løfterne gemmer sig forurening og sort samvittighed. Forskellen på fake og frontløber er forskellen på grøn produktion versus grøn marketing. Og grøn marketing på falske præmisser er greenwashing. Begrebet dækker over alle de virksomheder, som lugter penge, men ikke vil betale prisen. Virksomheder, der har gjort produktionen grøn, og virksomheder, hvor blot marketingafdelingen er grønne. ”*

Grønvaskning er at markedsføre miljøbelastende virksomheder eller produkter som værende miljøvenlige uden at virksomhederne har foretaget ændringer i forsyningskæden eller ændret på deres produkt eller produktionsproces. Altså vildledende markedsføring.

Greenwashing er spin, hvor grøn marketing bliver brugt til at promovere opfattelsen af, at en virksomheds produkter, målsætninger eller produktionsmetoder er miljøvenlige, uden at virksomheder efterlever det.

Greenwashing kan komme i mange afskygninger og spænder fra at ændre et navn på mærkatet, så det leder tankerne hen på naturen, selv om produktet indeholder skadelige kemikalier til store, dyre reklamekampagner, der fremstiller forurenende energivirksomheder som værende miljøvenlige.

Der opdeles i 7 synder inden for grønvasnkning:

- |                            |                                 |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1. Det skjulte regnestykke | Sin of the hidden trade-off.    |
| 2. Intet bevis             | Sin of no proof.                |
| 3. Det svage bevis         | Sin of Vagueness                |
| 4. Det irrelevante bevis   | Sin of irrelevance              |
| 5. Det falske bevis        | Sin of Fibbing                  |
| 6. Det falske mærkat       | Sin of worshipping false labels |
| 7. Det mindste af 2 onder  | Sin of lesser than two evils    |

De7 synder inden for greenwashing, uddybet mere:

Det skjulte regnestykke	Et firma kan fx sælge et produkt på, at det er grønt, men de skjuler de sande udgifter på miljøkontoen ved produktionen. Fx genbrugspapir, der
-------------------------	--



	<p>er miljøvenligt fordi det kan genbruges, men giver voldsom luftforurening, vandforurening, og CO<sub>2</sub>-udledning.</p>
Det manglende bevis	<p>Firmaet hævder, deres produkter er grønne, men mangler et beviser på det.</p> <p>Et eksempel på dette er kosmetik, som hævder ikke at være testet på dyr uden at kunne bringe bevis for, at det er sandt.</p>
Det svage bevis	<p>Mangelfuld beskrivelse af, hvorfor og hvordan produktet er grønt. Er det hele produktet, eller kun dele af det ??</p> <p>Et eksempel er den kendte vending "uden kemikalier" (alle produkter indeholder kemikalier, nogle er blot mere farlige end andre) eller "100% naturlig" (både arsenik og plutonium er stoffer, der findes i naturen og derfor er naturlige)</p>
Det irrelevante bevis	<p>Firmaet anpriser et produkt med en påstand, som sagtens kan være sand, men ikke brugeren en relevant og nyttig viden. Fx kan man reklamere for at et produkt er fri for et stof, som iflg. Lovgivningen har været forbudt i årevis.</p> <p>Et ofte set eksempel er mærkatet CFC-free (freon fri) på køleskabe og spraydåser. Hvilket er sandt, men freon har været ulovligt de seneste 30 år i USA og Europa, så alle køleskabe er uden freon i dag.</p>
Det løgnagtige bevis	<p>Produktet sælges åbenlyst på en løgn. Fx med omtale af falske miljøcertificeringer.</p> <p>Det kunne for eksempel være Ø-mærkede grøntsager, der ikke er økologiske, eller shampoo, som bærer Svanemærket uden at have fået det tildelt af Miljøstyrelsen.</p>
Det mindste af 2 onder	<p>Der reklameres med at et produkt er blevet grønnere end det var førhen. Så selvom, der er sket en reducere af skadeligt indhold, er produktet stadig så skadeligt, at det ikke kan betegnes som miljøvenligt.</p> <p>Eksempelvis organiske cigaretter, som rigtignok indeholder færre skadelige stoffer end almindelige cigaretter, men som, når alt kommer til alt, er miljø- og sundhedsskadelige.</p>
Det falske mærkat.	<p>Firmaet opfinder fx et falsk mærkat som de sætter på et produkt. Det skal give indtryk af, at der er en 3. part der har bedømt produktet som miljøvenligt.</p>

Følgende fra artikel, JP, 2015, om et firma der er dømt for at grønvaske Papiruld til Isolering.



*"I slutningen af april 2015 afsagde Højesteret for første gang nogensinde i Danmark dom i en sag om greenwashing. Isoleringsgiganten Rockwool Danmark havde lagt sag an mod den mindre konkurrent Papiruld Danmark for vildledende markedsføring. Dommen betyder bl. a., at Papiruld Danmark ikke længere må markedsføre firmaets isoleringsprodukt, parpiruld, som "miljørigtig".*

*Højesteret dømte Papiruld Danmark for vildledende markedsføring. I dommen lød det bl. a.: »Højesteret finder, at Papiruld Danmark har anvendt udtryk som "miljørigtig" og "miljøvenlig" fritstående og uden forklaring. Herved efterlades indtryk af, at Papiruld Danmarks produkter er særligt skånsomme i miljømæssig henseende sammenlignet med konkurrerende produkter.« "*

Flere Eksempler:

**Fords reklamer** i 2009 for deres Ford Escape Hybrid, der gav indtryk af, at virksomheden var blevet grøn, når størstedelen af de producerede biler stadig var benzinbiler.

I forbindelse med **Statoils markedsføring af Bio95** rettede Verdens Skove i januar 2008 henvendelse til Forbrugerombudsmanden for enten at få dokumentation for den påståede miljørigtighed eller for at få stoppe deres markedsføring.

Det lykkedes ikke Statoil at fremvise dokumentation for en miljøgevinst ved Bio95, og Forbrugerombudsmanden bad i en afgørelse Statoil om at stoppe brugen af miljøudsagn i deres markedsføring.

**Coca Cola-sagen:** I tiden op til klimatopmødet COP15 i København i 2009 lancerede sodavandsfabrikanten Coca Cola den såkaldte Plantbottle, der skulle være fremstillet af genvundet plast og op til 15 pct. plantemateriale.

Verdens Skove rettede henvendelse til forbrugerombudsmanden med krav om dokumentation for, at flasken var mere grøn end andre flasker.

Henvendelsen påpegede også, at Coca Cola anvendte sit eget uautoriserede miljømærke. I 2012 gav forbrugerombudsmanden Verdens Skove ret i, at flasken ikke levede op til reklamens grønne budskab.

## **De 7 synder i Greenwashing: ( engelsk )**

### **Sin of the hidden trade-off. ( Det skjulte regnestykke )**

A claim suggesting that a product is 'green' based on a narrow set of attributes without attention to other important environmental issues. Paper, for example, is not necessarily environmentally-preferable just because it comes from a sustainably-harvested forest. Other important



environmental issues in the paper-making process, such as greenhouse gas emissions, or chlorine use in bleaching may be equally important.

### **Sin of no proof: ( Intet bevis )**

An environmental claim that cannot be substantiated by easily accessible supporting information or by a reliable third-party certification. Common examples are facial tissues or toilet tissue products that claim various percentages of post-consumer recycled content without providing evidence.

### **Sin of Vagueness ( Det vage bevis )**

A claim that is so poorly defined or broad that its real meaning is likely to be misunderstood by the consumer. 'All-natural' is an example. Arsenic, uranium, mercury, and formaldehyde are all naturally occurring, and poisonous. 'All natural' isn't necessarily 'green'.

### **Sin of worshipping false labels ( Det falske mærkat )**

A product that, through either words or images, gives the impression of third-party endorsement where no such endorsement exists; fake labels, in other words.

### **Sin of irrelevance ( Det irrelevante bevis )**

An environmental claim that may be truthful but is unimportant or unhelpful for consumers seeking environmentally preferable products. 'CFC-free' is a common example, since it is a frequent claim despite the fact that CFCs are banned by law.

### **Sin of lesser than two evils ( Det mindste af to onder )**

A claim that may be true within the product category, but that risks distracting the consumer from the greater environmental impacts of the category as a whole. Organic cigarettes could be an example of this Sin, as might the fuel-efficient sport-utility vehicle.

### **Sin of Fibbing ( Det falske bevis )**

Environmental claims that are simply false. The most common examples were products falsely claiming to be Energy Star certified or registered.

Kilde: <http://sinsofgreenwashing.com/findings/the-seven-sins/>