



Folketingets Miljø- og Fødevarerudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

Den 2. februar 2023

Hermed sendes besvarelse af spørgsmål nr. 13 (Alm. del), som Folketingets Miljø- og Fødevarerudvalg har stillet til ministeren for fødevarer, landbrug og fiskeri den 13. februar 2023. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Søren Egge Rasmussen (EL).

### **Spørgsmål nr. 13 (Alm. del) fra Folketingets Miljø- og Fødevarerudvalg**

”Tidligere erhvervsminister Simon Kollerup rettede den 11. februar 2021 i et brev henvendelse til Europa-Kommissionen med bekymring over vækst i tilfælde, hvor virksomheder greenwasher deres produkter. Han skrev bl.a. “This results in an uneven playing field and weakens consumer confidence in green marketing in general.” Og videre: “More should be done to fight greenwashing and support more sustainable consumer choices through reliable information about the contribution of products and services to a greener economy. Robust and effective enforcement should have key priority.” Vil ministeren redegøre for, om den nuværende regering deler den tidligere erhvervsministers holdning til, at “robust og effektiv håndhævelse bør have høj prioritet”, og hvis ja, hvilke tiltag ministeren vil sætte i gang for at sikre en sådan robust og effektiv håndhævelse hos Fødevarerstyrelsen over for greenwashing?”

### **Svar**

Jeg er enig med den tidligere regering i, at robust og effektiv håndhævelse skal prioriteres højt.

Mange virksomheder vil gerne levere fødevarer med lavere klimabelastning, og det skal vi værne om og understøtte. Samtidig er det helt afgørende, at reglerne om beskyttelse af forbrugere mod vildledende markedsføring håndhæves korrekt og effektivt.

Såkaldte grønne anprisninger er et komplekst område, hvor sagsbehandlingen kræver en del afklaring, som er tidskrævende, men helt afgørende for en korrekt, effektiv og ensartet sagsbehandling og for den fremtidige vejledning og kontrol på området.

Der er behov for, at vi bliver i stand til at hjælpe både forbrugere og virksomheder med at begå sig på et marked, hvor mange forbrugere ønsker at inddrage klima- og miljømæssige aspekter i deres valg af f.eks. fødevarer, og hvor vi ser en øget anvendelse af grønne anprisninger i markedsføringen af blandt andet fødevarer.

./.  
Der henvises endvidere til den samtidige besvarelse af spørgsmål nr. 12 (Alm. del) fra Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg.”

Jacob Jensen

/

Paolo Drostby



Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

Den 2. februar 2023

Hermed sendes besvarelse af spørgsmål nr. 12 (Alm. del), som Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg har stillet til ministeren for fødevarer, landbrug og fiskeri den 13. januar 2023. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Søren Egge Rasmussen (EL).

**Spørgsmål nr. 12 (Alm. del) fra Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg**

” Vil ministeren redegøre for, hvilke tiltag han vil tage i brug for at sikre, at Fødevarestyrelsen når at færdigbehandle Greenpeaces klage over Danish Crowns markedsføringskampagne ”klimakontrolleret gris”, inden for to år fra klagen blev indgivet den 7. juni 2021?”

**Svar**

Jeg kan ikke udtale mig om den konkrete verserende sag, som spørger henviser til. Jeg kan imidlertid oplyse, at det er min klare forventning, at Fødevarestyrelsen tilrettelægger behandlingen af klagesager mv. således, at sagerne færdigbehandles med den fornødne hurtighed, herunder inden eventuel forældelse indtræder.

Jacob Jensen

/

Paolo Drostby



**MINISTRY OF INDUSTRY, BUSINESS  
AND FINANCIAL AFFAIRS**

Vice President, Ms. Věra Jourova  
Commissioner, Mr. Didier Reynders  
European Commission  
Rue de la Loi 200  
1049 Brussels  
Belgium

11 February 2021

Dear Vice President Jourova and dear Commissioner Reynders,

In order to speed up the green transition and reach the climate and environmental targets set by the EU, it is key that both consumers and traders contribute.

Today's consumers are increasingly focused on buying more sustainably and often willing to pay more for products they perceive as green and climate-friendly. Hence, competition among traders to deliver more sustainable solutions for consumers has the potential to become an important vehicle in the efforts to improve our climate and environment through the market for sustainable solutions. Unfortunately, we have seen that this competition has led some traders to market their products as more environmentally friendly or more sustainable than they are. This is greenwashing.

The sweep on greenwashing from January 2021 conducted by the Commission and national consumer authorities shows that in 42 pct. of the investigated cases, claims of products being sustainable were exaggerated, false or deceptive, and could potentially qualify as unfair commercial practice<sup>1</sup>. This results in an uneven playing field and weakens consumer confidence in green marketing in general<sup>2</sup>.

The scope of the Unfair Commercial Practices Directive (UCPD) enables national enforcement authorities to take action against unfair commercial practices harming consumers. However, it is only possible for the enforcement authorities to act on a case-by-case assessment that includes highly complicated documentation. This affects the processing time of individual cases and reduces the number of cases, which the authorities resourcefully are able to investigate, thereby leaving greenwashing unsanctioned in some cases. Thus, it is difficult for the authorities to address the challenges with greenwashing in an effective way to the detriment of consumers and compliant businesses.

---

<sup>1</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)

<sup>2</sup> Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489-500.

**MINISTRY OF INDUSTRY,  
BUSINESS AND FINANCIAL  
AFFAIRS**

Slotsholmsgade 10-12  
1216 Copenhagen K  
Denmark

Tlf. +45 33 92 33 50  
Fax. +45 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 579800026001  
em@em.dk  
www.em.dk

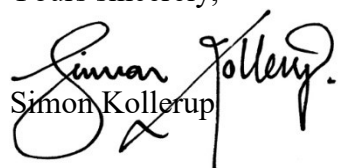
Furthermore, an increasing number of businesses make use of private and voluntary standards, climate credits and compensation schemes. Although the businesses' focus on climate compensation should be acknowledged, it simultaneously becomes increasingly difficult for consumers to navigate the landscape of green marketing given the many different standards that are applied diversely across Member States.

More should be done to fight greenwashing and support more sustainable consumer choices through reliable information about the contribution of products and services to a greener economy. Robust and effective enforcement should have key priority. This importance has also been underlined by the Council Conclusions on the New Consumer Agenda<sup>3</sup>.

To exploit the full potential of green marketing as a key enabler to facilitate a green recovery from the COVID-19 pandemic and the transition to a circular economy and climate-neutrality, your upcoming proposal on empowering consumers for the green transition plays a crucial role.

Solutions must be found on EU level. I appreciate your efforts on this very important agenda and look forward to work with you in order to reach ambitious solutions.

Yours sincerely,

  
Simon Kollerup

---

<sup>3</sup> <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6364-2021-INIT/en/pdf>



# FOLKETINGET

## Miljø- og Fødevareudvalget

**Til:** Ministeren for fødevarer, landbrug og fiskeri  
**Dato:** 13. januar 2023

Udvalget udbeder sig ministerens besvarelse af følgende spørgsmål:

### MOF alm. del

#### Spørgsmål 13

Tidligere erhvervsminister Simon Kollerup rettede den 11. februar 2021 i et brev henvendelse til Europa-Kommissionen med bekymring over vækst i tilfælde, hvor virksomheder greenwashes deres produkter. Han skrev bl.a. "This results in an uneven playing field and weakens consumer confidence in green marketing in general." Og videre: "More should be done to fight greenwashing and support more sustainable consumer choices through reliable information about the contribution of products and services to a greener economy. Robust and effective enforcement should have key priority." Vil ministeren redegøre for, om den nuværende regering deler den tidligere erhvervsministers holdning til, at "robust og effektiv håndhævelse bør have høj prioritet", og hvis ja, hvilke tiltag ministeren vil sætte i gang for at sikre en sådan robust og effektiv håndhævelse hos Fødevarestyrelsen over for greenwashing?

Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Søren Egge Rasmussen (EL).  
Svar bedes sendt elektronisk til spørgeren på [soren.egge.rasmussen@ft.dk](mailto:soren.egge.rasmussen@ft.dk) og til [lov@ft.dk](mailto:lov@ft.dk).

På udvalgets vegne  
Hans Kristian Skibby  
formand