

Forbrugerombudsmanden  
Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby

Sendt pr. e-mail: [forbrugerombudsmanden@forbrugerombudsmanden.dk](mailto:forbrugerombudsmanden@forbrugerombudsmanden.dk)

København den 7. juni 2021

## **KLAGE – DANISH CROWNS MILJØMARKEDSFØRING (GREENWASHING)**

Greenpeace klager herved over Danish Crown A/S' og Danish Crown AmbAs (samlet "DC") lands-dækkende og omfattende kampagne "Klimakontrolleret Gris" og mærknings-/certificeringsordningen "Klimavejen".

Kampagnen indeholder, efter vores opfattelse, flere vildledende og udokumenterede påstande samt vildledende mærknings-/certificeringsordninger i strid med markedsføringslovens §§ 5-6, 20 og Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v. (2014):

### **A. Markedsføringen er vildledende, uklar og forvirrende for forbrugerne, da den giver indtryk af, at DC's produkter klimamæssigt har en fordel sammenlignet med andre tilsvarende produkter, uden at det er tilstrækkeligt dokumenteret.**

- DC har ikke fremlagt de nødvendige vugge-til-grav livscyklusanalyser, hverken af deres egne produkter, eller som sammenligning mellem deres eget klimaaftryk og klimaaftrykket fra deres danske konkurrenter, eller på anden måde fremlagt dokumentation for, at DC's produkter har en klimamæssig fordel i forhold til tilsvarende danske produkter: Livscyklusanalysen fra Aarhus Universitet (bilag 14), som er fremlagt af DC som dokumentation for deres klimaaftryk, vedrører ikke specifikt DC's produkter, men omfatter derimod alle danske svinekødsproducenter. Hverken DC's eget klimaaftryk eller forskellen på CO<sub>2</sub>ækvivalent-udledningen fra DC og andre danske producenter er derfor i tilstrækkelig grad dokumenteret. DC har derfor ikke fremlagt dokumentation for, at DC's produkter har en klimamæssig fordel i forhold til tilsvarende danske produkter, som markedsført. Derudover udelader rapporten væsentlige dele af livscyklussen i sine beregninger, idet indirekte ændringer i arealanvendelse ikke er medtaget. En sådan praksis strider mod de anerkendte og generelt accepterede metoder for opgørelse af klimaaftrykket i landbrug, jf. bilag 17-19.
- DC har ikke fremlagt dokumentation for, at DC's produkter har en klimamæssig fordel sammenlignet med tilsvarende udenlandske produkter: DC har ikke fremlagt en livscyklusanalyse specifikt for DC's produkter, jf. ovenfor, hvorfor der ikke er et sammenligningsgrundlag med udenlandske produkter. DC påstår, at World Resource Institute rapporten (bilag 15) konkluderer, at dansk svinekødsproduktion (ikke specifikt for DC) har et lavere klimaaftryk end tilsvarende udenlandsk svinekødsproduktion. Det er en vildledende udlægning af rapportens konklusion, da det samtidig fremgår af rapporten, at klimaaftrykket for 8 ud af de 11 lande (herunder Danmark), der indgår i den sammenlignende analyse, bør anses for at være det samme (bilag 15, s. 18).
- DC har på baggrund af 2 meningsmålinger (bilag 6 og 10) og en fokusgruppeundersøgelse (bilag 9), hvor DC bl.a. har bedt deltagerne rangere kødtyper efter deres subjektive opfattelse af kødets "klimavenlighed", brugt udsagn som "Mere klimavenlig end du tror", m.v. Analyserne er uanvendelige som dokumentation for påstande om klimavenlighed, da de er udtryk for deltageres subjektive holdninger og ikke indeholder vugge-til-grav livscyklusanalyser, der kan efterprøves af uvildige. Derudover er resultaterne brugt på en vildledende måde, da markedsføringen ikke afspejler disse.

**B. DC har udviklet en privat mærknings- og certificeringsordning, hvor hverken de mærkede produkter eller DC har dokumenterede kvalitative fortrin frem for andre tilsvarende produkter eller erhvervsdrivende.**

- Hverken de certificerede landmænd, de mærkede produkter eller DC har dokumenterede kvalitative fortrin frem for andre tilsvarende produkter eller erhvervsdrivende.
- Mærket angiver ikke klart og tydeligt i sin tekst og signaleffekt, hvad det er, der er kontrolleret.
- Der foreligger ikke klare objektive kriterier for, hvordan man kan blive certificeret via "Klimavejen" og anvende mærket "Klimakontrolleret Gris".
- Certificeringen er bygget på subjektivt fastsatte mål, som ikke er bindende for landmændene, idet der ikke er konsekvenser ved manglende overholdelse.
- Mærket "Klimakontrolleret gris" kan anvendes på den enkelte landmands kød, uanset om vedkommende overholder sine subjektivt fastsatte mål eller ej.
- Det er ikke dokumenteret, at kriterierne bag mærket og Klimavejen er fastsat og vedligeholdes ud fra en vurdering af hele livscyklus for produkterne og aktiviteteme (vugge-til-grav).

**C. DC's konkrete påstande om CO2-reduktion er vildledende, uklar og forvirrende for forbrugerne, indeholder urigtige oplysninger og udelader væsentlige oplysninger, da de giver indtryk af, at DC's produkter klimamæssigt har en fordel sammenlignet med andre tilsvarende produkter, uden at det er tilstrækkeligt dokumenteret.**

- DC har ikke fremlagt de nødvendige vugge-til-grav livscyklusanalyser for, at DC's produkter har opnået den påståede CO2-reduktion, idet dokumentationen faktisk vedrører udregninger for samtlige danske svineproducenter, jf. afsnit A ovenfor.
- Den fremhævede reduktion ikke er relevant, idet størstedelen af CO2-reduktion siden 2005 ikke er en følge af DC's forhold, men derimod udtryk for effektivisering af landbruget generelt, hvorfor det er sædvanligt for tilsvarende produkter og producenter.
- Den fremhævede reduktion af påvirkningerne af miljøet er ikke et af produktets væsentligste miljøfortrin.
- Markedsføringen udelader væsentlige oplysninger om, at sammenligningsgrundlaget er år 2005.
- Påstandene mangler aktualitet, idet CO2-reduktionen sker ved en sammenligning med danske svineproducenters klimaaftryk for 15 år siden (2005).

**D. Selv hvis de anpriste egenskaber kunne dokumenteres, ville de udlignes af andre belastende egenskaber.**

- De øvrige klimaspekter ved produktet er belastende i et sådant omfang, at det i sig selv gør udsagnene vildledende, herunder at den danske svineproduktion (uden import af foder) i 2018 udledte 6,1 millioner tons CO2-ækvivalenter, svarende til 11% af Danmarks samlede udledninger af klimagasser<sup>1</sup> og DC's samlede klimagasudledning i 2018 var 16,5 millioner tons, svarende til 29% af Danmarks samlede udledning.<sup>2</sup>

Danmark har vedtaget en klimalov med et bindende mål om at reducere drivhusgasudledningerne med 70% i 2030 sammenlignet med 1990, så vi kan bidrage til at indfri Parisaftalen. Det kræver politisk handling og ambitiøse omstillingsplaner for især de mest klima- og miljøbelastende sektorer.

Landbrugssektoren står for godt 31% af Danmarks samlede drivhusgasudledninger, og heraf står produktionen af foder og animalske fødevarer for 89%.<sup>3</sup> Samtidig lægger den animalske produktion beslag på 50% af Danmarks areal til produktion af foder, hvilket betyder et tabt potentiale for genrejsning af CO2-lagrende skove, genetablering af vådområder på lavbundslande og andre tiltag til lagring af CO2 i jord og biomasse.<sup>4</sup> Oveni kommer dansk landbrugs aftryk globalt via import af foder, hvor forskere har estimeret

<sup>1</sup> Beregning fra Greenpeace baseret på tal fra Energistyrelsen fremskrivning fra juni 2020 samt Klimarådets analyse: Effektive veje til drivhusreduktion i landbruget. <https://www.greenpeace.org/static/planet4-denmark-stateless/2020/10/eb486245-landbrugets-andel-af-drivhusgasudslippet-i-2018.pdf>

<sup>2</sup> Oliver Lazarus, et al. (2021), The climate responsibilities of industrial meat and dairy producers, Climatic Change (2021) 16 5:30

<sup>3</sup> Greenpeace (2020): Landbrugets og heraf den animalske produktionens andel af det samlede danske udslip i 2018.

<sup>4</sup> Danmarks Naturfredningsforening og Dyrenes Beskyttelse (2017), Sådan ligger landet.

udledningerne fra importen af sojafoder til at udgøre 6,2 millioner tons CO<sub>2</sub>-ækvivalenter årligt, overvejende på grund af skovrydning i Sydamerika, hvor hovedparten af importen kommer fra.<sup>5</sup>

Gradvis omstilling af både vores fødevarerforbrug til færre animalske produkter og landbruget til mindre animalsk produktion og øget produktion af plantebaserede fødevarer til mennesker frem for foder til dyr på det danske landbrugsareal, er derfor afgørende for at opnå Danmarks klimamål. Dette understøttes også af, at regeringen i januar 2021 udgav nye officielle kostråd, der for første gang tog hensyn til både folkesundheden og klimaet. En central anbefaling i kostrådene er, at den danske befolkning skal spise mindre kød og mere plantebaseret.<sup>6</sup> Aktuelt spiser danskerne i gennemsnit 1 kg kød om ugen.<sup>7</sup> De nye anbefalinger er, at danskerne kun skal spise 350 gr. kød om ugen.<sup>8</sup>

DC's markedsføring risikerer at forsinke den nødvendige omstilling af fødevarerforbruget til mindre kød ved at vildlede forbrugerne om klimapåvirkningen ved dansk svinekød, ligesom den er medvirkende til, at forbrugerne bliver vildledt og ikke sættes i stand til at træffe et oplyst valg. På den baggrund har vi fundet nærværende klage nødvendig.

## 1 Beskrivelse af Greenpeace og DC

### 1.1 Greenpeace

Greenpeace er verdens største uafhængige miljøorganisation og har siden 1971 arbejdet for at beskytte naturen og vores planet. En del af dette arbejde består bl.a. i at:

- Beskytte den biologiske mangfoldighed i alle dens former.
- Undgå forurening og ødelæggelse af Jordens have, landområder, luft og ferskvand.
- Bekæmpe klimaforandringer.
- Stoppe alle nukleare trusler, samt fremme fred, global nedrustning og ikke-vold.

Greenpeace taler på vegne af tre millioner støttemedlemmer fra hele verden, herunder 21.878 i Danmark, og er til stede i mere end 55 lande på tværs af Europa, Nord- og Sydamerika, Afrika, Asien og Stillehavsregionen.

### 1.2 Danish Crown

DC er en dansk kødvirksomhed og blandt verdens 10 største indenfor sit felt. Koncernen er verdens største svinekødseksportør og Europas største producent af svinekød. DC havde i 2020 en omsætning på 60,8 milliarder kroner, og et nettoresultat på 2,1 milliarder kroner.<sup>9</sup> I 2018 stod DC for klimagasudledning op mod 16,5 millioner tons, svarende til 29% af Danmarks samlede udledning.<sup>10</sup>

## 2 Kampagnen "Klimakontrolleret Gris" / "Klimavejen"

I august 2020 lancerede DC landsdækkende kampagner for "Klimakontrolleret Gris" og "Klimavejen", som både indeholdt landsdækkende markedsføring og udvikling af emballagemærket "Klimakontrolleret Gris", der fortsat anvendes i dag. Se de enkelte påstande under afsnit 3-7. Det fremgik af DC's pressemeddelelse af 24. august 2020 ([bilag 1](#)):

*"Gris er mere klimavenligt, end de fleste tror, og i jagten på en mere bæredygtig fremtid for fødevarer vil vi i DC halvere klimaaftrykket fra et kilo dansk grisekød i 2030 og være klimaneutrale i 2050."*

<sup>5</sup> [Bosselmann, A. S., Gylling, M., & Callesen, G. E., \(2020\). Opgørelse over udledningen af drivhusgasser i forbindelse med Danmarks import af sojaskrå og palmeolie, 9 s., IFRO Udredning, Nr. 2020/09.](#)

<sup>6</sup> [Fødevarestyrelsen \(2021\), Alt om kost](#)

<sup>7</sup> [DTU Fødevarerinstitutet \(2018\), Gennemsnitsdanskere spiser 52 kilo kød om året](#)

<sup>8</sup> [Fødevarestyrelsen \(2021\), CO<sub>2</sub>'en skal ned med nye officielle kostråd](#)

<sup>9</sup> <https://www.danishcrown.com/news/1-6-milliarder-paa-vej-til-danish-crowns-ejere/>

<sup>10</sup> [Oliver Lazarus, et al. \(2021\), The climate responsibilities of industrial meat and dairy producers, Climatic Change \(2021\) 165:30](#)

Kampagnen er intensivt markedsført på bl.a. sociale medier, i TV og radio samt i outdoorreklamer, aviser og supermarkeder. Ifølge Gallup brugte DC i 2020 kr. 5.887.837 på markedsføring af kampagnen i outdoor, TV, aviser og radio, se oversigt i [bilag 2a](#) og tilhørende underliggende tal i [bilag 2b](#). Førnævnte beløb udgør formentlig kun en mindre del af de samlede markedsføringsomkostninger, da bl.a. omkostninger til udarbejdelse af markedsføringen, sociale medier, supermarkeder, produktion af mærke, m.v. ikke indgår.

Den 24. marts 2021 kontaktede vi DC og anmodede om at få udleveret dokumentation for deres påstande, jf. [bilag 3](#). DC foreslog et møde, hvor de kunne gennemgå vores anmodning og den bagvedliggende dokumentation for påstandene. Mødet blev afholdt den 7. april 2021. Vi fik på mødet udleveret et feedbackdokument ([bilag 4](#)), hvor DC kommenterer på påstandene og den tilhørende dokumentation. DC oplyste desuden, at kampagnematerialet for Klimakontrolleret Gris var ændret i oktober 2020, hvilket også fremgår af Feedbackdokumentet (bilag 4): *”Bemærk gerne, at efter kritik i forbindelse med DR-interview blev kampagnen ændret i oktober 2020 således, at ”mere klimavenlig end du tror” er fjernet fra alle kampagne-elementer.”*

Den 14. april 2021 modtog vi en e-mail fra DC med yderligere bemærkninger ([bilag 5](#)), kopi af feedbackdokumentet (bilag 4) samt en kvantitativ analyse fra Wilke med 1004 personer om danske forbrugeres opfattelse af grisekød ([bilag 6](#)).

Efterfølgende, den 26. april 2021, modtog vi en e-mail fra DC med yderligere bemærkninger ([bilag 7](#)), en PowerPoint præsentation, som viser ændringen af DC's markedsføringsbudskaber fra hhv. uge 34-37 til uge 43-46 i 2020 ([bilag 8](#)) samt præsentation af en fokusgruppeundersøgelse fra Marple, september 2019 ([bilag 9](#)). Den 28. april 2021 modtog vi uddrag af YouGov analysen fra juni 2020 ([bilag 10](#))

Den udleverede dokumentation er gennemgået i relation til de enkelte påstande nedenfor.

DC oplyste desuden på mødet, at de påtænker at lancere kampagnen i Sverige, Tyskland og Polen. Af DC's bæredygtighedsrapport fra 2019/2020 ([bilag 11](#)), s. 4, fremgår, at koncernen er i gang med at udbrede programmet for Klimavejen til alle deres leverandører af slagtedyr i Danmark, Sverige og Polen.

Efter gennemgang af det udleverede materiale var det fortsat Greenpeaces vurdering, at flere af påstandene ville blive forstået anderledes af en gennemsnitsforbruger, end som forudsat af DC. Derfor fik Greenpeace udarbejdet en opinionsundersøgelse fra Danmarkspanel i uge 21 2021, ("Opinionsundersøgelsen") mhp. at afdække, hvordan danske forbrugere forstod DC's påstande om klimavenlighed, klimamærket og klimacertificerede gårde, se [bilag 12](#). Opinionsundersøgelsen er nærmere gennemgået i relation til de enkelte påstande nedenfor.

### **3 "Dansk gris er mere klimavenlig, end du tror" (påstand 1)**

Påstand 1: *”Dansk gris er mere klimavenlig, end du tror [ ] 90% af vores danske grise kommer fra klimakontrollerede gårde, og indtil videre har vi mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg kød. Rejsen er lang, men vi er godt på vej. Og vi skal videre. [Klimamærket ”Klimakontrolleret Gris”].* Påstanden er bl.a. fremsat i outdoorreklame i uge 34-37 2020, jf. ([bilag 13](#)).

Tilsvarende påstande indgik i DC's pressemeddelelse af 24. august 2020 (bilag 1).

#### **3.1 Hvilken type påstande er der tale om?**

Det er vores vurdering, at markedsføringen indeholder:

- **fritstående, generelle klimapåstande**, idet markedsføringen ved brug af udtryk som "mere klimavenlig", "klimakontrollerede gårde", "vi er godt på vej", m.v. giver indtryk af, at dansk gris og DC's produkter har en klimamæssig fordel, jf. princippet i FO sag 1992-324/5-36, [FO sag 18/04490](#). Det understøttes tillige af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:
  - 40,1% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde har en positiv påvirkning på klimaet.
  - 45,2% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at DC er klimavenlig.

- 48,7% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde klimamæssigt er blandt de absolut bedste tilsvarende svinekødsprodukter.
- 49,2% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde er skånsomt for klimaet.
- **konkrete klimapåstande**, ved påstanden "vi [har] mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg kød", som giver indtryk af, dels at DC's produktion og produkter klimamæssigt er 25% bedre end tilsvarende produkter, dels at reduktionen er sket inden for de seneste år.

## 3.2 DC's dokumentation

### 3.2.1 Fritstående, generelle klimapåstande

DC har oplyst (bilag 4):

#### **"Påstand #1 – Dansk Gris er mere klimavenlig end du tror"**

**Svar:** Danish Crown arbejder med at gøre den danske gris, som er produceret af danske landmænd, mere bæredygtig. Derfor har vi igangsat et større udviklingsprogram i landbruget, som vi kalder Klimavejen, hvor landmændene måles på en lang række bæredygtighedsparametre, herunder udledningen af klima-gasser. Landmændene sætter mål for egne fremskridt. Og det samlede mål er at halvere udledningen af klimagasser pr kilo produceret gris med 50% i 2030.

Det overordnede formål med kampagnen for Klimakontrolleret Gris er at hjælpe forbrugerne til at vælge dansk gris produceret af landmænd, der deltager i Klimavejen. Herved støtter forbrugeren den omstilling af landbruget, der er nødvendigt for at opnå en mere bæredygtig fødevarerproduktion. Samtidig giver kampagnen mulighed for, at forbrugeren kan følge den rejse, som Danish Crown er på rent klimamæssigt mod en mere bæredygtig fremtid.

Af samme årsag har vi i Danish Crown foretaget målinger af, hvordan forbrugerne opfatter klimapåvirkningen af grisekød i forhold til andre kødtyper. Gennem kvalitative fokusgruppe-interviews, i samarbejde med bureauet Maple [red: bilag 9], har vi identificeret, at kylling i vores undersøgelse blev opfattet som mest klimavenlig, mens grisen blev placeret tæt på kalv og oksekød. Desuden viste analysen, en opfattelse af, at klima-aftryk er relateret til dyrets størrelse.

Desuden har en kvantitativ analyse, foretaget af YouGov [red: bilag 10], vist, at en vis andel af respondenterne angiver gris som værende henholdsvis næst-værst og værst for klimaet i gruppen af fødevarer: kylling, gris, oksekød, fisk & skaldyr samt plantebaseret (uden kød).

Samlet set ud fra de 2 analyser bekræftes det, at forbrugerne umiddelbart har svært ved at placere de enkelte kødtyper korrekt i forhold til hinanden klimaaftryksmæssigt. Dette illustreres bl.a. ved, at forbrugerne placerer grisen i den tunge ende af skalaen, hvor den faktisk ligger forholdsvis tættere på kylling end på oksekød og fx visse skaldyr ift CO2 udledning pr kg kød.

Bemærk gerne, at efter kritik i forbindelse med DR-interview blev kampagnen ændret i oktober 2020 således, at "mere klimavenlig end du tror" er fjernet fra alle kampagne-elementer."

Derudover har DC oplyst i e-mail af 26. april 2021:

*"Grisen placeres i forbrugerens opfattelse tættere på kalv og okse i en klima/kødtype - kontekst, mens gris reelt ligger tættere på kylling. Marple's kvalitative analyse peger på, at forbrugerne bruger dyrets størrelse som rationale." jf. (bilag 7)*

Som dokumentation har DC fremlagt:

- En præsentation af resultatet af en fokusgruppeundersøgelse fra Marple (bilag 9):

*"I alt har 32 personer deltaget i de 6 fokusgrupper; 3 grupper i København og 3 grupper i Aarhus. Her har vi bedt deltagerne beskrive, hvad madlavning og dagligvareindkøb betyder i deres hverdag, hvilke typer kød de spiser, og hvordan de opfatter klimaudfordringerne. Vi har bedt dem diskutere forskellige kødtypers klimabelastning og hvilke initiativer, der er vigtigst, hvis fødevarerens virkninger vil gøre en indsats ift. klimaet. Deltagerne har også lavet øvelser og givet feedback på konkret materiale fra Danish Crown."*

Om deltagerens vurdering af klimaaftrykket ved gris:

*"Der er tvivl om, hvor gris placerer sig. På grund af dyrets størrelse tror de fleste forbrugere, at grisen er næsten lige så klimabelastende som okse. I deres overvejelser nævner de gylle, grisenes trange forhold i stalden, transport af grise til slagteriet, slagterier i udlandet m.m."*

- Et uddrag af en kvantitativ analyse fra YouGov med 557 personer (bilag 10), hvor deltagerne bliver spurgt, hvor enig eller uenig deltagerne var i udsagn om, at henholdsvis grisekød, oksekød, kylling og kalvekød "er klimavenlig".
  - Heraf er 18,9% meget enige/enige i, at grisekød er klimavenligt, mens 30,3% er meget uenige/uenige, og 50,8% hverken er enige eller uenige.
  - 13,4% er meget enige/enige i, at oksekød er klimavenligt, mens 53,7% er meget uenige/uenige, og 32,8 procent er hverken enige eller uenige.
  - 42,5% er meget enige/enige i, at kylling er klimavenligt, mens 10,7% er meget uenige/uenige, og 46,8% er hverken enige eller uenige.
  - 15,1% er meget enige/enige i, at kalvekød er klimavenligt, 39,9% er meget uenige/uenige, og 45% er hverken enige eller uenige.

### 3.2.2 Konkrete påstande om reduktion af klimaaftrykket

DC har oplyst (bilag 4):

**"Påstand # 6** – Danske landmænd og vores slagterier har mindsket klimaaftrykket fra vores danske svinekød med 25% pr kg siden 2005.

**Svar:** Dette viser en livscyklusanalyse af, hvordan det klima- og miljømæssige fodaftryk for vores grise- og grisekødsproduktion har udviklet sig i Danmark i perioden fra 2005 til 2016. Analysen er gennemført af Aarhus Universitet for Danish Crown. Analysen bygger på et omfattende datasæt fra hele værdikæden lige fra foderproduktion til grisen er slagtet og kødet er klar til videre forarbejdning.

Danish Crown har ikke udarbejdet analyser med udgangspunkt i internationale statistikker. Vi måler det virkelige aftryk på gårdene og slagterierne. Derfor kan vi også sige, at danske landmænd og vores slagterier har mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg. kød siden 2005. Dette understøttes af World Resource Institute 2020-rapporten, der konkluderer, at danske landmænd har noget at den mindst klimabelastende produktion blandt de store griseproducerende lande."

Derudover har DC fremlagt:

- Rapporten "Grisekød - produktivitet og miljøpåvirkning 2005 vs. 2016", forfattet af Aarhus Universitet, [bilag 14](#).

Vi bemærker, at rapporten generelt omtales som en livscyklusanalyse specifikt for DC's produkter, fx bilag 4, men det fremgår af rapporten:

*s. 3: "Produktionsdata fra svineproduktionen er fra opgørelse fra danske svineproducenter indsamlet af SEGES og DANISH CROWN har leveret data for slagteridelen – ind transport af grisene og forbrug på slagterier samt udnyttelse af grisen. Herudover er der indhentet oplysninger fra DAKA omkring udnyttelsen af biprodukterne fra slagteriet. [...]"*

s. 4: "Resultaterne er opgjort ud fra forbrug og produktion knyttet til en gennemsnitlig so (årsso) i Danmark i løbet af et år i henholdsvis 2005 (Notat 624) og 2016 (Notat 1716: Landsgennemsnit for produktivitet i svineproduktionen 2016, SEGES)."

Det er derfor vores vurdering, at rapporten ikke er en livscyklusanalyse specifikt for DC's produkter, men derimod for samtlige danske svinekødsproducenter.

- Rapporten "*Comparing the Life Cycle Greenhouse Gas Emissions of Dairy and Pork Systems Across Countries Using Land-Use Carbon Opportunity Costs*", forfattet af World Resource Institute, [bilag 15](#).

I en artikel på dr.dk af 23. september 2020 ([bilag 16](#)) er Professor, Jørgen Olesen, fra Aarhus Universitet og institutleder for forskerne, der har udarbejdet rapporten "*Grisekød - produktivitet og miljøpåvirkning 2005 vs. 2016*" (bilag 14), interviewet om rapporten:

*"Det bygger de [red: DC] på en beregning, som de har lavet sammen med Aarhus Universitet, af, hvor mange drivhusgasser produktionen af en gris udleder i dag sammenlignet med 2005. Beregningen viser, at klimagasserne er reduceret med 25 procent.*

*Men ifølge Jørgen E. Olesen, der er professor på instituttet, der har lavet rapporten, viser rapporten ikke, at grise fra Danish Crown udleder mindre end andre danske grise. - Det kunne sagtens være det samme, hvis den kom fra et andet dansk slagteri. Det er der sikkert ikke forskel på - i hvert fald ikke, hvis det er dansk kød, siger han."*

### 3.3 Vores vurdering

#### 3.3.1 Fritstående, generelle klimapåstande

De fritstående, generelle påstande vil i almindelighed blive opfattet som et absolut udsagn, der vedrører og generelt anpriser produktet i sin helhed. Påstande af denne art vil derfor kunne vildlede forbrugere, hvis ikke produktet miljømæssigt hører til blandt de absolut bedste tilsvarende produkter.

Det kræver, at DC via en livscyklusanalyse kan dokumentere sin påstand om generel miljøvenlighed og ikke blot for enkelte egenskaber af deres produkt, og at produktet under hele sin livscyklus belaster miljøet væsentligt mindre end øvrige produkter i samme produktkategori, jf. FO sag 1996-289/5-4 og [FO sag 13/10370](#).

*Analyserne (bilag 9-10)*

Det er vores vurdering, at den fremlagte præsentation af fokusgruppeundersøgelsen fra Marple (bilag 9) og YouGov analysen (bilag 10) ikke udgør tilstrækkelig dokumentation for markedsføringsbudskabene. Det skyldes, at DC ikke har dokumenteret, at deres svineprodukter generelt belaster miljøet væsentligt mindre end tilsvarende produkter ved at have gennemført en livscyklusanalyse specifikt for DC's produkter og livscyklusanalyser for tilsvarende produkter til sammenligning.

Vi bemærker desuden, at præmissen for DC's spørgsmål i bilag 9-10 - at rangere produkterne efter "klimavenlighed" - er forkert, da DC's produkter dels ikke opfylder kravene for "klimavenlighed", dels at DC's samlede klimabelastning gør det umuligt at bruge "klimavenlig" om deres produkter.

Vi bestrider DC's anbringende om, at markedsføringen skal ses som udtryk for, at "*Grisen placeres i forbrugernes opfattelse tættere på kalv og okse i en klima/kødtype kontekst, mens gris reelt ligger tættere på kylling. Marple's kvalitative analyse peger på, at forbrugerne bruger dyrets størrelse som rationale.*" jf. (bilag 7). Det er vores vurdering, at forbrugerne ikke umiddelbart vil forstå markedsføringen, som at klimaafttrykket for dansk gris ligger tættere på kylling end oksekød, jf. princippet i [FO 12/00396](#). Dette fremgår også af Opinionsundersøgelsen, hvor kun 25,5% af deltagerne fandt, at markedsføringen gav indtryk af, klimaafttrykket for dansk gris ligger tættere på kylling end oksekød.



Derudover er det vores vurdering, at markedsføringsbudskaberne i øvrigt ikke er afbalancerede, idet de øvrige klimaaspekter ved produktet er belastende i et sådant omfang, at dets samlede klimabelastning gør udsagnet vildledende.

Sammenfattende er det vores vurdering, at markedsføringen ikke giver et rigtigt, balanceret og loyalt helhedsindtryk af DC, deres produkter og produktion, hvorfor udsagnene er vildledende, jf. princippet i [FO 12/00396](#).

*Rapporterne (bilag 14-15)*

Rapporten fra Aarhus Universitet (bilag 14), som er fremlagt af DC som dokumentation for deres klimaaftryk, vedrører ikke specifikt DC's produkter, men omfatter derimod alle danske svinekødsproducenter. Hverken DC's eget klimaaftryk eller forskellen på klimaudledningen fra DC og andre danske producenter er derfor i tilstrækkelig grad dokumenteret. Derudover udelader rapporten (bilag 14) væsentlige dele af livscyklusen i sine beregninger, idet indirekte ændringer i arealanvendelse ikke er medtaget, hvilket er en af de vigtigste poster i beregningen. Det skyldes, at den indirekte arealanvendelse udgør omkring 50% af det samlede klimaaftryk på svinekød. En sådan beregningsmetode strider desuden mod de anerkendte eller generelt accepterede metoder for opgørelse af klimaaftrykket i landbrug, se fx:

- Den grønne tænketank Concitos' anbefalinger i rapporten "Retvisende klimakommunikation om fødevarer (2020)": "*Klimaaftrykket skal være beregnet med anerkendte standarder og inkludere klimapåvirkning fra arealanvendelse.*" (bilag 17).
- Professor ved Syddansk Universitet og ekspert i livscyklusanalyser Henrik Wenzels udtale til dagbladet Information (debatindlæg) den 16. august 2019 vedr. en anden rapport, der heller ikke inkluderer indirekte arealanvendelse, og som også er udarbejdet af Institut for Agroøkologi ved Aarhus Universitet:

*"Regner man ikke det med, overser man det allervigtigste aspekt. Man bør selvfølgelig regne det med efter bedste evne. Og så uenig er man altså heller ikke om metoderne."* (bilag 18).

- Professor ved Syddansk Universitet og ekspert i livscyklusanalyser Henrik Wenzels e-mail af 25. maj 2021, som bekræfter:

*"Ja, det er meget vigtigt at inkludere areal-effekterne. Omkring 80 % af klodens landbrugsareal går til at producere dyr, enten til dyrefoder eller til direkte afgræsning for dyrene selv. Hvis vi blev vegetarer alle sammen, så kunne langt hovedparten af dette areal lægges om til natur, og det ville resultere i en meget stor binding af CO2 i vegetation både over og under jorden. Så det er klart, at jordens og vegetationens kulstofindhold betyder overordentligt meget, og det er lige så klart, at det selvfølgelig også skal medregnes, når man så regner på klimabetydningen af kødproduktion."* (bilag 19).

DC har derved ikke fremlagt de nødvendige vugge-til-grav livscyklusanalyser, hverken af deres egne produkter, eller som sammenligning mellem deres eget klimaaftryk og klimaaftrykket fra deres danske konkurrenter, eller på anden måde fremlagt dokumentation for, at DC's produkter har en klimamæssig fordel i forhold til tilsvarende danske produkter.

Skulle Forbrugerombudsmanden finde, at et klimafortrin er dokumenteret, gør vi gældende, at det er sædvanligt forekommende for tilsvarende produkter og derfor ikke kan fremhæves som et miljøfortrin. Det skal ses i lyset af, at markedsføringen fremstår som om, at der er tale om kvalitative fortrin ved et produkt frem for andre tilsvarende produkter. Det er vores vurdering, at markedsføringen dels giver indtryk af DC's produkters klimamæssige fortrin sammenlignet med andre danske svinekødsproducenter, dels dansk gris sammenlignet med udenlandsk gris. Det er dog vores vurdering, at DC ikke i tilstrækkelig grad har dokumenteret et sådan miljøfortrin. Det skal ses i lyset af:

- WRI-rapporten (bilag 15): Det er korrekt, at WRI angiver Danmarks griseproduktion som den, der har det mindste klimaaftryk per kg. sammenlignet med 10 andre lande. Det fremgår dog samtidig:

*"For pork, we again find that Danish production is within the top tier, and it nominally comes in first, but the differences with eight countries are no more than 8 percent. Denmark has two qualities that could explain a top position: a top feed conversion efficiency due primarily to its high rate of breeding*



*piglets per sow and a low temperature. But given the uncertainties, we think it's appropriate to consider the emissions as equal."*

Det fremgår således direkte af rapporten, at klimaaftrykket for svineproduktionen i landene i top tier – det øverste niveau, som udgøres af 8 ud af de 11 undersøgte lande - bør anses for at være lige, dvs. at Danmarks svineproduktion har det samme klimaaftryk som Holland, Tyskland, USA, England, Polen, Frankrig og Sverige; et mindre aftryk end Italien og Spanien og et noget mindre end Brasilien. Rapporten er derved ikke tilstrækkelig dokumentation for DC's påståede miljøfortrin.

### 3.3.2 Konkrete påstande om reduktion af klimaaftrykket

Det er vores vurdering, at:

- DC ikke har fremlagt de nødvendige vugge-til-grav livscyklusanalyser for, at DC's produkter har opnået den påståede CO2-reduktion, idet dokumentationen faktisk vedrører udregninger for samtlige danske svineproducenter, jf. afsnit 3.3.1 ovenfor.
- Den fremhævede reduktion af påvirkningerne af miljøet er ikke et af produktets væsentligste miljøfortrin. Det skyldes, at størstedelen af reduktionen ikke er en følge af DC's forhold, men derimod forhold hos andre aktører (fx landbruget).
- Markedsføringen ikke er:
  - Tilstrækkelig præcis, idet markedsføringen giver indtryk af at vedrøre DC's produkter, men faktisk vedrører udregninger for samtlige danske svineproducenter. Det støttes tillige af Opinionsundersøgelsen, hvor 55,9% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af at være en informationskampagne om DC's klimakontrollerede gårde.
  - Tilstrækkelig præcis, idet DC udelader væsentlige oplysninger om, at sammenligningsgrundlaget er år 2005, idet informationerne er væsentlige for forbrugerens forståelse af budskabet, jf. princippet i Sø- og Handelsrettens dom af 18. november 1994, sag P 3/93 og FO sag 09/05694.
  - Aktuel, idet DC oplyser, at sammenligningsgrundlaget er 2005, se fx bilag 4, hvor der er tale om en sammenligning med produktion for 15 år siden, hvorfor sammenligningen ikke har den fornødne aktualitet og derved er vildledende. Det skal ses i lyset af, at markedsføringsbudskabet anvendes uden henvisning til Parisaftalen mv.
  - Relevant, idet størstedelen af CO2-reduktion siden 2005 ikke er en følge af DC's forhold, men derimod udtryk for effektivisering af landbruget generelt.

## 4 "Klimakontrollerede gårde" (påstand 2)

Påstand 2 (bilag 20): "Vælg dansk gris fra vores klimakontrollerede gårde [ ] 90% af vores danske grise kommer fra klimakontrollerede gårde, hvor vores landmænd hver dag arbejder på at mindske klimaaftrykket [Klimamærket "Klimakontrolleret Gris"]". Påstanden er bl.a. fremsat i de ændrede outdoorreklamer, som bl.a. er brugt i uge 43-46 2020.

Tilsvarende påstande indgik i DC's Tv-reklamer i uge 35-37 og 43-45 i 2021 (bilag 21).

### 4.1 Hvilken type påstande er der tale om?

Det er vores vurdering, at markedsføringen indeholder:

- **Fritstående, generelle klimapåstande** (påstand 2), idet markedsføringen ved brug af udtryk som "klimakontrollerede gårde", "[...] arbejder på at mindske klimaaftrykket", mv. giver indtryk af, at dansk gris og DC's produkter har en klimamæssig fordel, jf. princippet i FO sag 1992-324/5-36 og FO sag 18/04490. Det understøttes tillige af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:
  - 43% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde har en positiv påvirkning på klimaet.

- 45,4% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klima-kontrollerede gårde er skånsomt for klimaet.
- 58,2% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klima-kontrollerede gårde i mindre grad påvirker klimaet, end gris fra ikke klimakontrollerede gårde.

## 4.2 DC's dokumentation

Som dokumentation har DC fremlagt:

- Se afsnit 3.2.

## 4.3 Vores vurdering

### 4.3.1 Fritstående, generelle klimapåstande

Se afsnit 3.3.1.

## 5 Klimamærket/-certificering "Klimakontrolleret Gris" / "Klimavejen" (påstand 3-4)

**Påstand 3 (bilag 22):** "Klimakontrolleret Gris [ ] Dansk gris har 25% mindre klimaaftryk pr. kg kød siden 2005. Og vi skal videre. [ ] Klimakontrolleret.dk". Påstanden er bl.a. brugt på emballage, outdoor reklamer i perioden fra august 2020 til dags dato.

**Påstand 4 (uddrag af bilag 23):** "Landmænd, der går Klimavejen, forpligter sig til at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030. [...] Siden 2005 har de danske landmænd reduceret deres CO<sub>2</sub>-udledning med omkring 25% i gennemsnit. Det er halvvejs mod målet om at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030." Påstanden fremsættes bl.a. på DC's hjemmeside (bilag 23), og tilsvarende påstande anvendes i Tv-reklamer, annoncer i dagblade og på sociale medier.

DC beskriver i øvrigt Klimavejen som:

- **"2030-mål** Vi vil reducere klimapåvirkningen fra vores kødproduktion med 50 procent inden 2030. **2050-vision** Vi ser en fremtid i 2050, hvor vores kødproduktion vil være klimaneutral (netto-nul), DC's bæredygtighedsrapport, bilag 11, s. 16.
- "Programmet hjælper de enkelte landmænd med at identificere, hvordan de kan blive mere bæredygtige og opstille mål for at minimere deres klimaaftryk. Det hele er gjort ad frivillighedens vej.", jf. DC's bæredygtighedsrapport, bilag 11, s. 6.
- "For svineproducenterne vil den nye målsætning ikke komme til at betyde nye retningslinjer, krav - eller forventninger om investeringer, mener slagerdirektøren. I stedet forventer han at udnytte landmændenes venskabelige dyster med naboerne om at være dygtigst.  
»Det vil ikke komme forskel i noteringen på grund af mere eller mindre bæredygtighed. Men det er klart, at det er vel ikke anderledes, end når man får karakterbogen med hjem, at man så får en samtale, om man kan gøre det lidt bedre. Vi kommer ikke ud og siger, at man ikke kan være leverandør til Danish Crown, hvis man ikke bliver mere bæredygtig. Men jeg har en stor tro på, at man ikke gider være sidst. Landmænd er konkurrencemennesker, og det er meget motiverende for folk at se, hvor de ligger i forhold til andre«, siger han.  
Derfor er målsætningen også, at hver enkelt landmand skal planlægge, hvad der vil give mening af tiltag på hans egen bedrift.  
»Det er ikke sådan, at vi siger, at alle skal have gyllekøling eller sætte en vindmølle op. Det vil ikke blive det samme for alle«, lyder det.", jf. interview af 7. marts 2019 i Landbrugsavisen (bilag 24) med DC's administrerende direktør, Jais Valeur.
- "Programmet indebærer at landmanden sætter treårige mål for hvordan gården vil nedsætte klimaaftrykket samt forbedre sig på en række andre områder inden for miljø, dyrevelfærd og socialt ansvar. Hver landmand fastlægger derfor en baseline for CO<sub>2</sub>-udledningen pr. opdrættet gris, så landmanden kan vurdere sin præstation i forhold til sit eget mål.", jf. DC's hjemmeside (bilag 23).
- "Klimakontrollen er en del af DC's bæredygtighedsprogram, Klimavejen. [...] Når landmanden indgår i Klimavejen, beregnes en baseline for gårdens udledning af CO<sub>2</sub>-ækv. pr. opdrættet gris.

Samtidig forpligter landmanden sig til at sætte treårige mål for, hvordan gården vil reducere CO<sub>2</sub>-udledningen frem mod 2030. [...] Kontrollen sikrer samtidig, at vi systematisk får indsamlet sammenlignelige data fra vores landmænd. Det er data, som vi ikke hidtil har haft et samlet overblik over, og som vi nu får med en meget høj detaljeringsgrad. Det betyder, at vi får indsigt i hver enkelt gårds mål på de områder, der har betydning for gårdens bæredygtighed. Landmændene får til gengæld mulighed for at sammenligne deres egen indsats og resultater i forhold til kollegerne. Lidt forsimplet kan man sige, at hver gård gennem Klimavejen får sin egen bæredygtighedsplan, som bidrager til, at DC kan nå 2030 klimamålet og 2050 visionen.", jf. DC's hjemmeside ([bilag 25](#)).

- **"DET FØRSTE KAN GØRES - DET NÆSTE SKAL OPFINDES**  
Selv om Danish Crown allerede uden en decideret klimaindsats er halvvejs i mål med reduktionen i udledningen frem mod 2030, mener slagteribossen ikke, at det bliver let at komme frem til de kommende års sænkninger.  
»Vi bider den over i to med mål for først 2030 og så 2050, og det er meget bevidst. Vi kan se, hvordan vi kan komme frem til en halvering af udledningen med den viden, vi har. Men skal man være klimaneutral, som er visionen i 2050, så skal vi ud over den teknologi og viden, vi har i dag«, siger han.  
I Danish Crown bliver der ikke på grund af de nye målsætninger sat særlige klimapenge af til at nå målet i 2030.  
»Vi investerer milliardbeløb hvert år, når vi lægger landmændenes og slagteriets investeringer sammen. Jeg forventer ikke, at det her gør det meget dyrere, eller at vi hovedløst skal ud at investere, bare fordi noget hedder bæredygtigt. I stedet skal vi sørge for, at når vi laver en investeringsbeslutning, om vi så kan lave en bedre og mere miljørigtig investering for de samme penge«, mener Jais Valeur.", jf. interview af 7. marts 2019 i Landbrugsavisen (bilag 24) med DC's administrerende direktør, Jais Valeur."

På mødet mellem DC og Greenpeace den 7. april 2021 oplyste DC, at:

- Bæredygtighedsmålet for 2030 beskrevet i Klimavejen ikke er nedfældet i en kontrakt med landmændene, der har tilsluttet sig programmet.
- DC påfører mærket "Klimakontrolleret Gris" på den enkelte landmands kød, uanset om vedkommende har mindsket sit klimaaftryk i overensstemmelse med de subjektivt fastsatte bæredygtigheds mål.

## 5.1 Hvilken type påstande er der tale om?

Det er vores vurdering, at markedsføringen indeholder:

- **Privat mærknings-/certificeringsordning**, idet der er tale om et mærke, som har til formål at understrege et produkts eller en aktivitets miljømæssige eller etiske egenskaber eller aspekter.
- **Privat certificering**, idet Klimavejen giver indtryk af, at landmændene forpligter sig til at overholde særligt skrappe krav, som medfører at deres produkter har en klimamæssig fordel.
- **Vision**, idet Klimavejen giver indtryk af, at landmændene forpligter sig til i fremtiden at implementere aktiviteter, som giver en klimamæssig fordel, herunder at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030 og at blive klimaneutral inden 2050.
- **Generelle fritstående klimapåstande**, idet markedsføringen ved brug af udtryk som "Klimakontrolleret Gris", "Klimavejen", m.v. giver indtryk af, at DC's produkter har en klimamæssig fordel. Det understøttes tillige af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:
  - 42,7% har svaret, at mærket giver indtryk af, at produkter med mærket har en positiv påvirkning på klimaet.
  - 51,1% har svaret, at mærket giver indtryk af, at produkter med mærket er skånsomme for klimaet.

- 57,1% har svaret, at mærket giver indtryk af, at produkter med mærket i mindre grad påvirker klimaet, end ikke mærkede produkter.
- 61,3% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af at være en informationskampagne om DC's mærke "Klimakontrolleret Gris".
- **Konkrete klimapåstande**, ved påstanden "vi [har] mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg kød", og "Siden 2005 har de danske landmænd reduceret deres CO<sub>2</sub>-udledning med omkring 25% i gennemsnit", se bemærkninger under afsnit 3.3.

## 5.2 DC's dokumentation

DC har oplyst (bilag 4):

**"Påstand # 4 – Med lanceringen af det nye klimabudskab på emballagen til vores grisekød fra klimacertificerede gårde, bliver det nu nemmere for brugerne at følge og støtte landbruget i at blive endnu mere bæredygtigt.**

**Svar:** 39% af danskerne finder det vigtigt at handle bæredygtigt, men der er også en oplevelse af, at det kan være svært at træffe bedre valg i forhold til at tage hensyn til klimaet (kun én ud af 5 mener det er nemt iht Wilke-analyse juli 2020).

Intentionen med klimabudskabet på emballagen fra Danish Crown var/er at fortælle forbrugerne om, at vi faktisk arbejder aktivt sammen med landmændene for at nedbringe CO<sub>2</sub>-udledningerne; udledninger, der er del af Scope 3, men som udgør ca. 9/10 af udledningerne i hele værdikæden for gris. Se desuden feedback til Påstand #1 om at involvere forbrugerne i klima-rejsen."

**"Påstand # 5 – Landmænd, der går Klimavejen forpligter sig til at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030**

**Svar:** Danish Crown er ejet af de danske landmænd og Danish Crown har forpligtet sig igennem vores vision at reducere aftrykket på grisekædet med 50%. Klimavejen er Danish Crowns bæredygtighedsstandard og ved at tiltræde denne (det har alle ejere (Griseproducenter) gjort) forpligter landmændene sig til at sætte sig treårig reduktions målsætning for bedriftens klimaaftryk og at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030."

Som dokumentation har DC fremlagt:

- Se afsnit 3.2.

Derudover har DC fremlagt:

- En kvantitativ analyse fra Wilke med 1004 personer (bilag 6), som bl.a. viser, at det er "svært at træffe bedre valg i forhold til at tage hensyn til klimaet." (jf. bilag 4).

## 5.3 Vores vurdering

### 5.3.1 Privat mærknings- og certificeringsordning

Det er vores vurdering, at mærket ikke opfylder kravene til private mærknings-/certificeringsordninger, idet:

- Mærket ikke klart og tydeligt i sin tekst og signaleffekt angiver, hvad det er, der er kontrolleret, jf. FO sag 1993-610/3-3.
- Hverken de certificerede landmænd, de mærkede produkter eller DC har kvalitative fortrin frem for andre tilsvarende produkter eller erhvervsdrivende, hvorfor certificeringen er vildledende i sig selv.
- Der ikke foreligger klare objektive kriterier for, hvordan man kan blive certificeret via "Klimavejen" og anvende mærket "Klimakontrolleret Gris".

- Certificeringen er bygget på subjektivt fastsatte mål, som ikke er bindende for landmændene, idet der ikke er konsekvenser ved manglende overholdelse.
- Mærket "Klimakontrolleret gris" kan anvendes på den enkelte landmænds kød, uanset om vedkommende overholder evt. subjektivt fastsatte mål.
- Det ikke er dokumenteret, at kriterierne bag mærket og Klimavejen er fastsat og vedligeholdes ud fra en vurdering af hele livscyklus for produkterne og aktiviteterne (vugge-til-grav).

### 5.3.2 Vision

Det er vores vurdering, at

- DC ikke har fremlagt tilstrækkelig dokumentation for, at Klimavejen og de tilhørende visioner er realiserbare, hvorfor der er stor usikkerhed om rigtigheden af budskabet, jf. princippet i [FO 12/00396](#). Det skyldes bl.a., at
  - DC ikke har fremlagt dokumentation for klare og konkrete handlingsplaner for at nå Klimavejens målsætning.
  - Der ikke foreligger klare objektive og målbare kriterier for Klimavejen.
  - DC er langt fra at kunne opfylde målsætningerne på tidspunktet for markedsføringen, hhv. målsætningerne for år 2030 og 2050, fx forudsætter opfyldelse af 2050-målet ifølge DC nye opfindelser, der endnu ikke findes, og uden at der er afsat finansiering til at opnå målet, jf. bilag 24.

### 5.3.3 Fritstående, generelle klimapåstande

Se afsnit 3.3.1. Det er desuden vores vurdering, at Wilkes analysen ikke udgør tilstrækkelig dokumentation for DC's fritstående generelle påstande.

### 5.3.4 Konkrete påstande om reduktion af klimaaftrykket

Se afsnit 3.3.2.

## 6 "Man kan ikke skære alle grise over én kam" (påstand 5)

Påstand 5 (bilag 26): "Man kan ikke skære alle grise over én kam [ ] 90% af vores danske grise kommer fra klimakontrollerede gårde, og indtil videre har vi mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg kød. Rejsen er lang, men vi er god på vej. Og vi skal videre. [Klimamærket "Klimakontrolleret Gris"]". Påstanden er bl.a. fremsat i outdoorreklame i uge 34-37 2020, annoncer i dagblade og på sociale medier.

### 6.1 Hvilken type påstande er der tale om?

Det er vores vurdering, at markedsføringen indeholder:

- **Fritstående, generelle klimapåstande**, idet markedsføringen ved brug af udtryk som "ikke alle grise over en kam", "klimakontrollerede gårde", "vi er godt på vej", mv. giver indtryk af, at DC's svinekødsprodukter har en klimamæssig fordel, jf. princippet i FO sag 1992-324/5-36, [FO sag 18/04490](#). Det understøttes tillige af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:
  - 44,4% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde har en positiv påvirkning på klimaet.
  - 46,8% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde er skånsomt for klimaet.

Derudover er det vores vurdering, at markedsføringen giver indtryk af, at DC som virksomhed samt DC's produktion har en klimamæssig fordel. Det støttes også af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:

- 61,5% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af at være en informationskampagne om DC's klimakontrollerede gårde.

Endelig giver markedsføringen indtryk af, at DC's svinekødsprodukter har en klimamæssig fordel sammenlignet med andre svinekødsproducenter. Det understøttes tillige af Opinionsundersøgelsen (bilag 12), hvor:

- 45,2% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af, at dansk gris fra klimakontrollerede gårde klimamæssigt er blandt de absolut bedste tilsvarende svinekødsprodukter (hhv. 44,6 for kødprodukter).
  - 61,5% har svaret, at markedsføringen giver indtryk af at være en informationskampagne om DC's klimakontrollerede gårde.
- **Konkrete klimapåstande**, ved påstanden "vi [har] mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg kød", se bemærkninger under afsnit. 3.3.

## 6.2 DC's dokumentation

DC har oplyst (bilag 4):

**"Påstand #3 Det er forskel på kød, og med det nye klimabudskab på emballagen til vores klimakontrolleret gris viser vi, at man ikke kan skære alle grise over en kam Svar:**

*"Der er forskel på kød" understøttes af flere studier fx Morgensen [red: Mogensen] et al fra 2016, der angiver en CO2-udledning pr. kg fødevarer på 4,6 for gris, 5,5 for kylling, 13,9 for oksekød – mens Røos (2014) placerer gris mellem 4-8, kylling mellem 1,7 – 4 og oksekød mellem 17-40.*

*Langt de fleste studier baserer sig på internationale normtal, og der er derfor heller ikke specifikt tale om det danske grisekød, der ligger nede i køledisken.*

*Danish Crown har ikke udarbejdet analyser med udgangspunkt i internationale statistikker. Vi måler det virkelige aftryk på gårdene og slagterierne. Derfor kan vi også sige, at danske landmænd og vores slagterier har mindsket klimaaftrykket med 25% pr. kg. kød siden 2005. Dette understøttes af World Resource Institute-2020-rapporten, der konkluderer, at danske landmænd har noget at den mindst klimabelastende produktion blandt de store griseproducerende lande.*

*Derudover kan forbrugerne være sikre på, at grisekød, der bærer budskabet om Klimakontrolleret Gris kommer fra en dansk klimakontrolleret gård, der indgår i Danish Crown's bæredygtighedsprogram, Klimavejen. Det er nyt for vores branche at udføre klimakontrol på gården og sætte klimamål helt ned på bedriftsniveau. Her er Danish Crown gået forrest.*

*Vores kampagne bygger således på et solidt fagligt fundament. Og vores intensjon og opgave har været at fortælle om at dansk grisekød er på rette vej og har reduceret.*

*Generelt er Klimakontrolleret.dk samt stempel og etikker blevet justeret efter kritik om sektordata og data fra Danish Crown."*

Som dokumentation har DC fremlagt:

- Se afsnit 3.2.

## 6.3 Vores vurdering

### 6.3.1 Fritstående, generelle klimapåstande

Se afsnit 3.3.1.

### 6.3.2 Konkrete påstande om reduktion af klimaaftrykket

Se afsnit 3.3.2.

## 7 Bæredygtighed (påstand 6-9)

DC bruger gentagne gange "bæredygtighed" som led i sin markedsføring af "Klimakontrolleret Gris" og "Klimavejen", fx:

- Påstand 6: *"Alle vores danske grise er klimakontrollerede. Det betyder, at grisene kommer fra en af vores 950 danske gårde, som har tilsluttet sig DC's bæredygtighedsprogram Klimavejen. Landmænd, der går Klimavejen, forpligter sig til at reducere klimaaftrykket med 50% inden 2030. Det er den første milepæl på rejsen mod visionen om at producere kød helt klimaneutralt i 2050."*, jf. bilag 23.
- Påstand 7: *"Bæredygtighed på flere fronter. Hos DC har vi i mange år arbejdet med bæredygtighed i bred forstand, og vi har store ambitioner på området. Rejsen dertil er lang, men vi holder snuden i sporet og arbejder skridt for skridt for en mere bæredygtig fremtid for fødevarer. Vi formulerer en bæredygtighedsstrategi kaldet "MEAT2030". Strategien giver retning for vores arbejde frem mod 2030, hvor vi har en erklæret ambition om at være verdens mest succesfulde og bæredygtige kødproducent. Vi har identificeret fem primære indsatsområder, hvor DC kan være med til at gøre en forskel og bidrage til FN's Verdensmål. Det handler om bæredygtigt landbrug, bæredygtig fødevarerproduktion, gode jobs til alle og samarbejde med kunder og forbrugere om et bæredygtigt forbrug samt forskning og partnerskaber. Med tiltag inden for disse overordnede områder tager vi hånd om bæredygtighed i alle led af værdikæden."*, jf. udskrift fra DC's hjemmeside den 26. maj 2021 fremlagt som [bilag 27](#).
- Påstand 8: *"KLIMA OG MILJØHENSYN  
Mod en mere bæredygtig fødevarerproduktion  
Vores landmænd og slagterier arbejder målrettet på at gøre vores fødevarerproduktion mere klimavenlig og bæredygtig. Visionen er en fremtid, hvor kød fra DC er produceret (netto) klimaneutralt i 2050. Den første milepæl er en halvering af klimaaftrykket fra kød inden 2030. [...]"*, jf. udskrift fra DC's hjemmeside den 26. maj 2021 fremlagt som [bilag 28](#).
- Påstand 9: *"Med lanceringen af det nye klima-budskab på emballagen til vores grisekød fra klimacertificerede gårde, bliver det nu nemmere for forbrugerne at følge og støtte landbruget i at blive endnu mere bæredygtigt."*, jf. artikel i Avisen Danmark, den 27. september 2020 ([bilag 29](#))

### 7.1 Hvilken type påstande er der tale om?

Det er vores vurdering, at markedsføringen indeholder:

- **Generelle fritstående påstande om bæredygtighed**, idet markedsføringen ved brug af udtryk som "bæredygtighedsprogram", "store ambitioner på [red: bæredygtigheds]området". "erklæret ambition om at være verdens meste succesfulde og bæredygtige kødproducent". "mere klimavenlig og bæredygtig" mv., enten giver indtryk af, at DC's svinekødsprodukter allerede er bæredygtige, eller udtryk for en vision om, at produkterne skal blive bæredygtige, jf. princippet i FO sag [FO 18/12043](#).
- Vi bemærker, at DC, efter vores opfattelse, anvender bæredygtighed som noget mere end blot klimavenlighed, jf. Forbrugerombudsmandens [udkast til kvikguide](#), s. 9.

### 7.2 Dokumentation

Det er vores forståelse, at påstande om bæredygtighed skal ses i sammenhæng med de øvrige påstande om "Klimakontrolleret Gris" og "Klimavejen", hvorfor vi henviser til afsnit 3.2.



### 7.3 Vores vurdering

Det er vores vurdering, at DC ikke opfylder kravene for "bæredygtighed". Det skal ses i lyset af definitionen i Brundtland-kommissionens rapport om miljø og udvikling fra 1987 som en udvikling, der opfylder de nuværende generationers behov uden at bringe fremtidige generationers mulighed for at opfylde deres behov i fare.

Dertil kommer, at FN's Fødevarer- og Landbrugsorganisation (FAO) definerer bæredygtig udvikling som

*"styring og bevarelse af naturressourcebasen og orientering om teknologiske og institutionelle ændringer på en sådan måde, at man sikrer opnåelse og fortsat tilfredshed af menneskelige behov for nuværende og fremtidige generationer. En sådan bæredygtig udvikling (inden for landbrug, skovbrug og fiskeri-sektorer) bevarer jord, vand, plante og dyrs genetiske ressourcer, er miljømæssigt ikke nedværdigende, teknologisk passende, økonomisk levedygtigt og socialt acceptabelt."*

Skulle Forbrugerombudsmanden finde, at DC's markedsføring ikke giver indtryk af, at DC allerede er bæredygtige, omend i et mindre omfang, er det vores vurdering, at den fremlagte dokumentation ikke er tilstrækkelig dokumentation for DC's vision om bæredygtighed, jf. tilsvarende FO 18/12043 om manglende dokumentation.

-oOo-

Når Forbrugerombudsmanden har haft lejlighed til at gennemgå vores henvendelse, skal vi venligst anmode om et møde, hvor vi kan belyse sagen yderligere.

Med venlig hilsen

Kristine Modvig Clement

Kampagneleder for landbrug og skov

Greenpeace Nordic

[kristine.clement@greenpeace.org](mailto:kristine.clement@greenpeace.org) - mobil: 52 19 12 91

Den 7. juni 2021

## Bilagsoversigt

Bilag	Beskrivelse
1	DC's pressemeddelelse af 24. august 2020 vedr. "Klimakontrolleret Gris" og "Klimavejen" offentliggjort på DC's hjemmeside
2a	[udateret] Oversigt fra Gallup 2020 over DC's omkostninger til markedsføring i udvalgte medier
2b	[udateret] Underliggende tal vedr. oversigten i bilag 2a
3	E-mail af 24. marts 2021 fra Greenpeace til DC vedr. anmodning om dokumentation
4	Feedback dokument af 7. april 2021 udleveret af DC til Greenpeace
5	E-mail af 14. april 2021 fra DC til Greenpeace med yderligere bemærkninger
6	Kvantitativ analyse fra Wilke, juli 2020
7	E-mail af 26. april 2021 fra DC til Greenpeace med yderligere bemærkninger vedr. dokumentation og PowerPoint præsentation om ændrede markedsføringsbudskaber
8	[udateret] PowerPoint præsentation fra DC, som viser ændringer i DC's markedsføringsbudskaber hhv. august og oktober 2020 sendt til Greenpeace den 26. april 2021
9	Præsentation af en fokusgruppeundersøgelse fra Marple, september 2019
10	Uddrag af YouGov analyse, juni 2020
11	DC's bæredygtighedsrapport for 2019-20
12	Opinionsundersøgelse fra Danmarkspanel, uge 21 2021
13	Outdoor-reklame i uge 34-37 i 2020 for "Dansk gris er mere klimavenlig, end du tror"
14	Rapport, "Grisekød - produktivitet og miljøpåvirkning 2005 vs. 2016", forfattet af Aarhus Universitet
15	WRI rapporten: "Comparing the Life Cycle Greenhouse Gas Emissions of Dairy and Pork Systems Across Countries Using Land-Use Carbon Opportunity Costs", forfattet af World Resource Institute
16	Artikel på dr.dk af 23. september 2020, interview med Professor, Jørgen Olesen, fra Aarhus Universitet og institutleder for forskerne, der har udarbejdet rapporten i bilag 14
17	Concito rapport "Retvisende klimakommunikation om fødevarer" (2020)
18	Artikel i dagbladet Information den 16. august 2019, interview med Professor ved Syddansk Universitet og ekspert i livscyklusanalyser, Henrik Wenzel, om indirekte arealanvendelse
19	E-mail af 25. maj 2021 fra Professor ved Syddansk Universitet og ekspert i livscyklusanalyser, Henrik Wenzel, til Greenpeace, vedr. indirekte arealanvendelse
20	DC outdoor-reklamer, som bl.a. er brugt i uge 43-46 2020 - Vælg dansk gris fra vores klimakontrollerede gårde

- 21 DC's Tv-reklame på TV2 i perioden august til oktober 2020
- 22 Klimakontrolleret Gris-mærket, brugt på emballage, outdoor reklamer i perioden august 2020 frem til dags dato
- 23 Udskrift fra på DC's hjemmeside af 26. maj 2021 vedr. Klimavejen
- 24 Artikel af 7. marts 2019 fra Landbrugsavisen vedr. Klimavejen
- 25 Udskrift fra på DC's hjemmeside af 26. maj 2021 FAQ om Klimavejen
- 26 DC's Outdoor reklame, uge 34-37 2020, "Man kan ikke skære alle grise over en kam"
- 27 Udskrift fra DC's hjemmeside den 26. maj 2021 om bæredygtighed vedr. påstand 7
- 28 Udskrift fra DC's hjemmeside den 26. maj 2021 om bæredygtighed vedr. påstand 8
- 29 Avisen Danmark, Mette Færch, direktør for marketing og innovation i Danish Crown, Debat: Vi vil hjælpe forbrugerne til mere bæredygtige valg 17. september 2021