



Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg
Christiansborg
1240 København K

Den 2. februar 2023

Hermed sendes besvarelse af spørgsmål nr. 13 (Alm. del), som Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg 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 Fødevareudvalg

”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 Fødevarestyrelsen 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 forbrugerne 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