



[Home](#) > [News](#) > Greenwashing is a threat to achieving a “Nature Positive” world

PUBLISHED  
22 SEP 2023

SHARE THIS



# Greenwashing is a threat to achieving a “Nature Positive” world

CLIMATE CHANGE ENVIRONMENT RESEARCH

22 September 2023

A new study published today warns that vigilance is needed to prevent the concept of a Nature Positive world being threatened by greenwashing. Otherwise, there is a danger that Nature Positive approaches may undermine existing frameworks designed to minimise the impacts of human activities on biodiversity.

The concept of “Nature Positive” envisages a planet where the current rapid loss of biodiversity is halted and reversed, and nature is restored. This is vitally and

## Greenwashing – the deceptive tactics behind environmental claims



Greenwashing undermines credible efforts to reduce emissions and address the climate crisis. Through deceptive marketing and false claims of sustainability, greenwashing misleads consumers, investors, and the public, hampering the trust, ambition, and action needed to bring about global change and secure a sustainable planet.

# Hvad er Greenwashing?

**Def.: “Information, der udbredes af eller for en organisation med henblik på at præsentere et miljøansvarligt offentligt image, men opfattes som ubegrundet eller bevidst vildledende”**

- ... Social washing
- ... Rainbow-washing
- ... Pinkwashing
- ...

## **Version 1**

- En form for social tilskrivning, der finder sted i det offentlige rum
- Legitimitet, image og omdømme

## **Version 2**

- Love, regler og formelle sanktioner
- Forbrugerombudsmanden og Green Claims Directive

# Den europæiske grønne pagt



- Skabelsen af en transparent **informationsinfrastruktur** til understøttelse af den grønne omstilling
- Bæredygtigheds**rapportering**
- **Disclosure**-krav
- **ESG-data**
- Mere effektiv ansvarliggørelse
- Mere gennemsigtighed
- Markedsmekanismer og processer
- Bekæmpelse af **GREENWASHING**

Hvis en virksomhed bruger klima-, miljø- eller bæredygtighedsudsagn (herefter "miljømæssige udsagn" som samlet betegnelse) i markedsføringen, **skal udsagnene være korrekte og præcise, relevante og afbalancerede og klart formulerede**, så forbrugerne umiddelbart forstår dem. Derudover må væsentlige oplysninger ikke udelades.

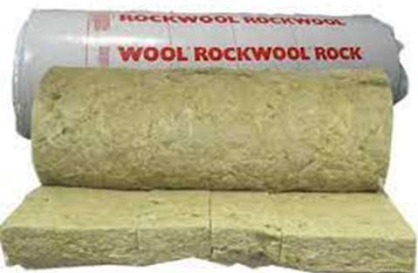
Disse krav gælder for **alle** miljømæssige udsagn i markedsføringen og følger af vildledningsforbuddet i markedsføringsloven.

- » **Kravet om korrekthed og præcision:** Udsagnet skal være korrekt, og det skal klart og tydeligt fremgå, om det miljømæssige udsagn gælder virksomheden som sådan, en eller flere aktiviteter eller et produkt.
- » **Relevanskravet:** Budskabet må ikke fremhæve egenskaber eller aspekter, der må anses for uvæsentlige i forhold til belastningen af klimaet eller miljøet.

Hvis det *følger af lovgivningen*, at virksomheden eller dennes produkt skal opfylde klima- eller miljømæssige krav, er det vildledende at fremhæve det som et særligt aspekt ved virksomheden eller produktet, at disse krav opfyldes.

Ligeledes vil det være vildledende at fremhæve en miljøfordel ved et produkt i markedsføringen, hvis miljøfordelen er *almindelig praksis* eller *almindeligt forekommende* for produktet eller produktkategorien.

- » **Kravet om afbalanceret:** Overdrivelser om virksomhedens aktiviteter eller produktets indvirkning på klimaet eller miljøet må ikke forekomme, og væsentlige informationer må ikke udelades.



**BY  
NATURE.**



## Klimainsats bliver synlig i køledisken

Danskerne vil gerne handle mere klimavenligt, og de vil gerne hjælpes, når de står ved køledisken. Derfor bliver danske landmænds klima-fremskridt nu tydelige på bakker med grisekød fra Danish Crown.

- Gris er mere klimavenligt, end de fleste tror, og i jagten på en mere bæredygtig fremtid for fødevarer vil vi i Danish Crown halvere klimaaftrykket fra et kilo dansk grisekød i 2030 og være klimaneutrale i 2050. Vi og vores ejere – de danske landmænd – har forpligtet os til at gøre det en lille smule bedre hver dag. Nu forpligter vi os overfor forbrugerne ved hele tiden at fortælle dem hvor langt vi er kommet, siger Mette Færch, direktør for marketing og innovation i Danish Crown, og fortsætter:

- I dag skal forbrugerne navigere i en jungle af informationer om fødevarernes klimaaftryk. Der er forskel på kød, og med det nye klimabudskab på emballagen til vores klimakontrollerede gris viser vi, at man ikke kan skære alle grise over én kam. Der er sågar stor forskel på grise, der, afhængigt af hvor de er vokset op, har forskellige klimaaftryk. Klimaaftrykket fra grisekød fra Danish Crown er reduceret med 25% pr. kg. siden 2005. Det betyder, at vores grisekød nærmer sig kylling, når man ser på klimaaftrykket.



ET FSC-CERTIFICERET  
SPISEBORD GØR  
DIN BOLIGINDRETNING  
BÆREDYGTIG



Stol fra kr. 3.200,-

Bord fra kr. 12.000,-

VÆLG  
FSC-CERTIFICERING  
TIL I DIN  
INDRETNING

Møblerne er lavet af træ  
fra ansvarlig skovdrift




Stol fra kr. 3.200,-

Bord fra kr. 12.000,-

## Eksempler

**SÆSONENS  
BÆREDYGTIGE MUSTHAVES  
LIVE I WEBSHOPPEN  
NU!**

ALT VORES TØJ ER  
PRODUCERET AF  
100% ØKOLOGISK  
BOMULD  SHOP

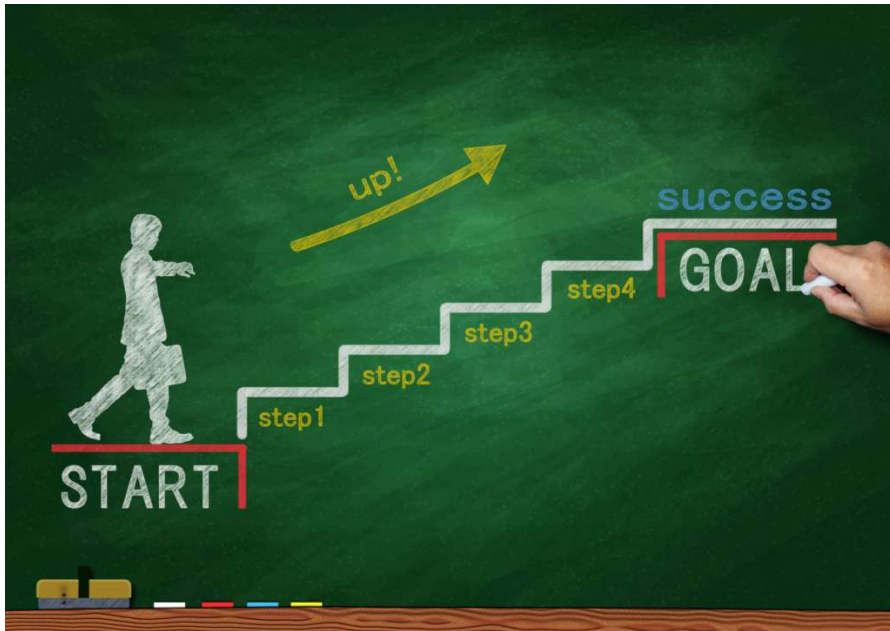
**Nu kan  
du sove  
lidt bedre**

Z  
Z  
Z  
Z  
Z  
Z  
Z

For hver solgte seng støtter vi plantning af nye træer gennem GreenKeepers Skovrejsningsprojekt, der sikrer, at der over de næste 20 år bliver bundet 250 kg. CO2 i skoven.



# Aspirational talk ...



## Stretch Goals

*Stretch your goals,  
and your goals will stretch you!*



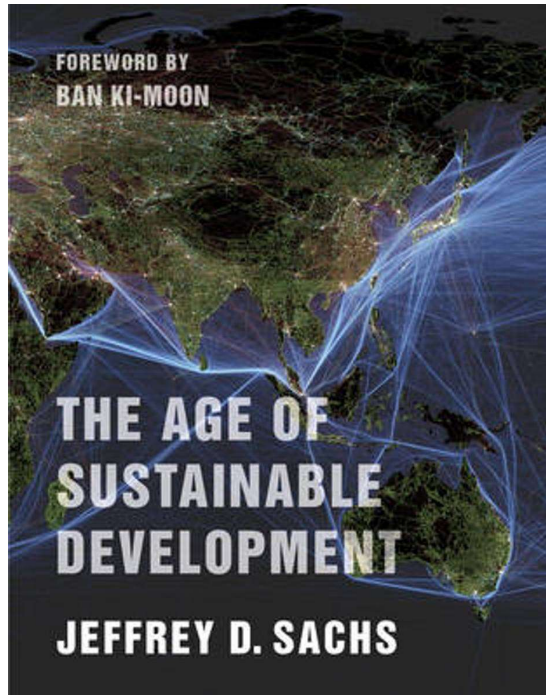
Easy Goal	Stretch Goal
No challenge	Inspiring challenge
No excitement	Entrepreneurial action
No breakthroughs	Breakthrough achievements

possible

1000ventures

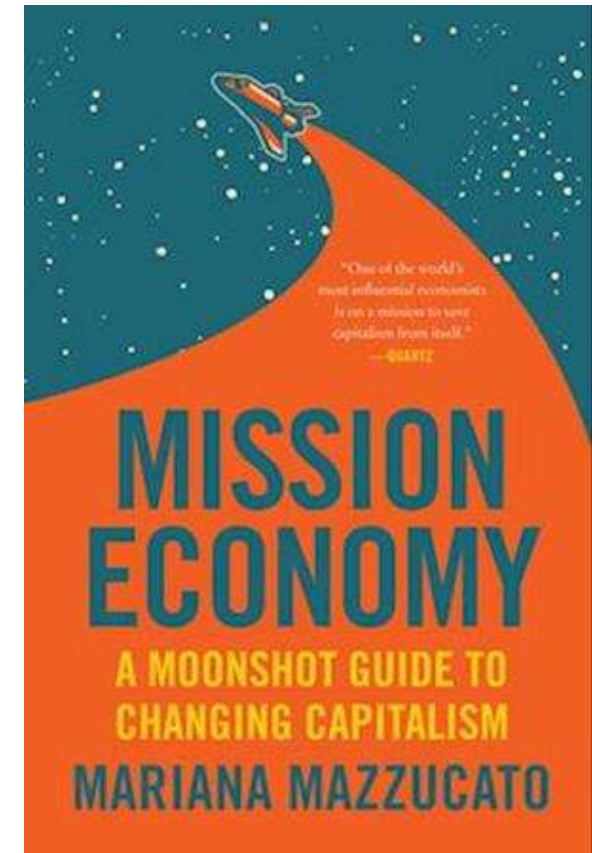
The complex block contains a title 'Stretch Goals' in red, a motivational quote in green italics, and an illustration of a group of people climbing a large green arrow. Below this is a comparison table between 'Easy Goal' and 'Stretch Goal'. The 'Easy Goal' is represented by a blue bar and lists 'No challenge', 'No excitement', and 'No breakthroughs'. The 'Stretch Goal' is represented by an orange bar and lists 'Inspiring challenge', 'Entrepreneurial action', and 'Breakthrough achievements'. The word 'possible' is faintly visible at the bottom left, and '1000ventures' is written vertically at the bottom right.

## Backcasting // Moonshots



There are **two specific tools that will be important for translating SDGs into reality**. The first of those tools is called ***backcasting***. Rather than forecasting (or guessing!) what will happen in 2040 or 2050, **one sets the target for a certain date and then analyzes the problem from the target to the present (backward in time) in order to chart a course between today and the future goal**. Backcasting is about asking: How can we get from here to there?

... ***technology road-mapping***



# TOGETHER TOWARDS ZERO

Carlsberg  
Group



**ZERO**  
CARBON  
FOOTPRINT



**ZERO**  
WATER  
WASTE



**ZERO**  
IRRESPONSIBLE  
DRINKING



**ZERO**  
ACCIDENTS  
CULTURE



circular  
FOR  
zero

BÆREDYGTIG FORRETNING

# Nul miljøpåvirkning



## All the way to zero

Our journey to reach net zero by 2040 continues



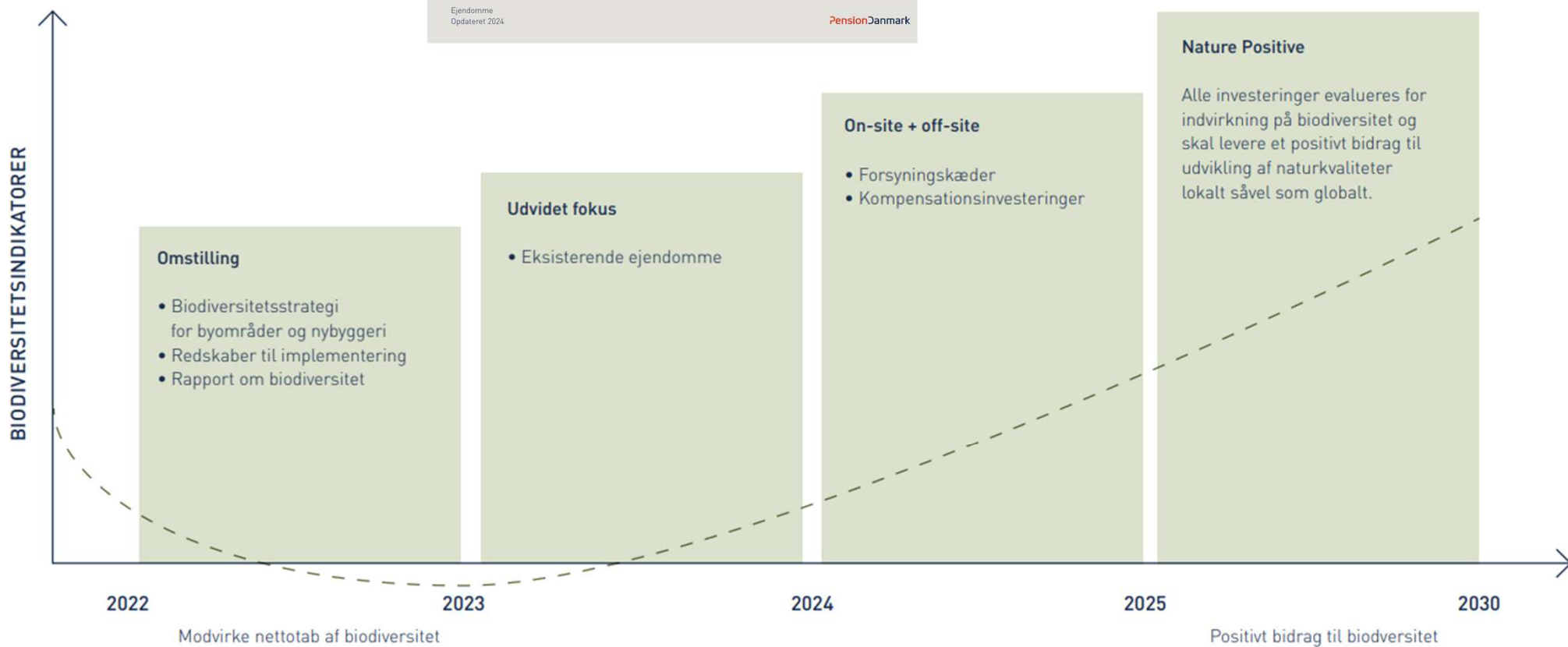
**MAERSK**



**FLSMIDTH**

# Mission Zero

# Progression



# Forbrugerombudsmanden om bæredygtighed og biodiversitet



En virksomhed kan markedsføre sig med, at den laver bæredygtighedstiltag eller lignende udsagn.

- » Det forudsætter, at virksomheden oplyser, hvilke tiltag den konkret har lavet. Tiltagene skal markant fremme bæredygtighed. Det kan være en række tiltag, der skaber markante forbedringer inden for fx **biodiversitet**, klima, forurening, genbrug, genanvendelse eller materialevalg, som tærer væsentligt mindre på Jordens ressourcer.