

Til Forbrugerombudsmanden

Ballerup den 23. august 2022

Vedr. markedsføring af økologi i COOP.

Hermed påklager jeg COOP for brug på markedsføringslovens §§ 5, 6, 8, og 13.

Anledningen til min henvendelse er at der i COOPs butikker skiltes med at man som kunde kan beskytte grundvandet ved at vælge økologisk.

COOP er tidligere blevet pålagt et forbud imod at anprise økologiske varer som sundere uden at kunne dokumentere dette.<sup>1</sup> Jeg har derfor henvendt mig til COOPs CSR chef Thomas Roland for at få dokumentation for, at man som kunde beskytter grundvandet ved at vælge økologisk. COOP er forpligtet til at kunne dokumentere dette i henhold til markedsføringslovens §13.

Efter lidt mere end to måneder modtog jeg et svar fra Thomas Roland. Han skrev bl.a.:

*Jeg ligger ikke inde med den evidens (så vidt jeg husker kommer den blandt andet fra en "videnssynthese om økologisk landbrug", som Århus Universitet har forfattet).*

Dette må betragtes som en ren tilståelse af at COOP ikke overholder Markedsføringslovens § 13. Ikke desto mindre lykkedes det efter endnu en henvendelse at få et link til denne tekst, som rettelig hedder "Økologiens bidrag til samfundsgoder"<sup>2</sup> og overhovedet ikke er forfattet af Århus Universitet. Denne omfatter 400 sider, som Thomas Roland forlangte at jeg som forbruger skulle gennemlæse for at finde dokumentation for COOPs reklame. I sandhed en besynderlig måde at opfylde markedsføringslovens §13.

Men jeg måtte jo formode, at Thomas Roland vidste, hvad han gjorde, og at dokumentationen kunne findes i denne noget mærkværdige tekst, der placerer sig mellem egentlig reklame, partsindlæg, historiske redegørelser, spekulation og løsningsforslag. Landbruget har selv medvirket til udarbejdelsen af teksten, som derfor næppe kan kaldes objektiv eller evidensbaseret.

Det blev ikke mindre besynderligt, da jeg på side 117 bl.a. kunne læse:

*"Der mangler konkret viden om brugen af økologisk jordbrug til grundvandsbeskyttelse i kommunerne både i forbindelse med indsatsplanlægningen og udpeging af boringsnære beskyttelsesområder (BNBO)." (s. 117)*

Det viste sig at Thomas Roland forsætligt ledte mig på vildspor, formodentlig i håbet om, at de mange sider ville skræmme mig fra at gå videre med sagen. Jeg må jo formode, at Thomas Roland kender denne tekst, når han henviser til den som dokumentation. Som altså ikke findes.

Thomas Roland henviste i også til

*en hel samling af "godkendte påstande", som Økologisk Landsforening, Fødevarestyrelsen og Landbrug & Fødevarer er blevet enige om, at man kan bruge, fordi der er evidens for dem.*

---

1 <https://politiken.dk/forbrugogliv/art6023483/%C3%98kologiske-f%C3%B8devarer-m%C3%A5-ikke-kaldes-sundere>

2 [https://icofs.dk/fileadmin/icofs/Diverse\\_materialer\\_til\\_download/Videnssynte\\_WEB\\_2015\\_\\_Fuld\\_laengde\\_400\\_sider.pdf](https://icofs.dk/fileadmin/icofs/Diverse_materialer_til_download/Videnssynte_WEB_2015__Fuld_laengde_400_sider.pdf)

Jeg kunne konstatere, at Økologisk Landsforening, en kapitalstærk og velorganiseret interesseorganisation, har stillet materiale til rådighed, men hverken evidens eller forbindelse til Fødevarestyrelsen lod sig efterprøve. Thomas Roland kunne ikke hjælpe her. Det skal bemærkes, at ingen af disse organisationer råder over særlige kompetencer, når det drejer sig om grundvandsdannelse.

Thomas Roland henviste mig videre til selv at undersøge evidensen for COOPs påstande om økologi:

*Jeg synes derfor, du skal spørge Økologisk Landsforening direkte om det. Vi henholder os blot til - og udnytter selvfølgelig - at der faktisk findes en række påstande om økologisk produktion, som det er tilladt at bruge i salgs- og markedsføringssammenhænge.*

Hermed endnu et entydigt brud på markedsføringslovens §13.

## Tekstanalyse af skiltningen



Illustration 1

Teksten er et retorisk spørgsmål: "Vidste du at..." Nå, ikke, men du kan altså beskytte vores grundvand ved at vælge økologisk. Teksten henvender sig til mennesker, som gerne vil være klogere og/eller er usikre på deres eget vidensniveau.

"Du" Teksten henvender sig direkte og personligt til læseren. Ikke til flere læsere/kunder, men netop til den enkelte kunde i COOP, som læser skiltet.

"beskytter". Beskyttelsen er ikke specificeret. Der gøres ikke rede for, hvad kunden kan beskytte grundvandet imod, hvornår og hvor længe. Der er tale om en universel beskyttelse, som sikrer rent grundvand

"vores grundvand". Der menes grundvandet i Danmark, som tilhører "os". I hvert fald er der tale om al grundvandet, ikke bare dele af det.

”køber økologisk”. Købet er ikke specificeret. Det omfatter ethvert køb af enhver økologisk vare i hvilken som helst butik, altså ikke bare COOP.

Teksten er ledsagt af en tening af en vandhane, hvor der drypper vand ud. Det må betyde, at der ikke bare er tale om grundvand nede i jorden, men også drikkevand.

Samlet påstår teksten, at du, kunde i COOP, beskytter al grundvandet hver gang du vælger en økologisk vare.

Kunden må formode, at afsenderen af budskabet er COOP.

Jeg har spurgt Thomas Roland, hvorledes denne beskyttelse kommer til udtryk for eksempel, når man køber importerede økologiske varer.

Thomas Roland svarer,

*Jeg går ud fra, at de fleste kunder godt kan regne ud, at det grundvand, som beskyttes, er det som genereres under den afgrøde, som dyrkes. Og jeg tror også de fleste ved, at vi ikke dyrker kakao og bananer eller sort peber i Danmark. Nu er ”vores” jo også et bredt begreb. Jeg er sikker på, at nogle kunder, som tænker meget snævert, kun opfatter ”vores” som det, der genereres til deres private vandboring, mens andre tænker at ”vores” måske er det kommunale. Eller det danske. Og nogle vil tænke vores som europæisk og nogle ganske få vil nok have en global bevidsthed.*

Det fremgår, at ordet ”vores” ifølge COOPs CSR chef er flertydigt. Dette må være et klart brud på markedsføringslovens §6.1 der ikke tillader, at en vares egenskaber præsenteres

*på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.*

Det fremgår ligeledes, at det i Thomas Rolands optik er acceptabelt at udtrykke sig i strid med sandheden, hvis bare han ”tror”, at kunderne kan gennemskuet fifleriet. Det er naturligvis ikke sandt, at man beskytter grundvandet i Danmark ved at vælge økologiske importvarer. Det er ikke engang sikkert, at man beskytter noget andet grundvand, og COOP har ikke dokumenteret dette. Man kan anføre, at hvis økologisk drift skal medføre en miljøgevinst, så skal de økologiske arealer erstatte nogle konventionelt dyrkede arealer. Men dette har COOP heller ikke dokumentation for. Endelig har jeg påpeget, at økologiske arealer herhjemme må gødes med både almindelig gylle og gærrest fra biogasanlæg, ja endda overgødes<sup>3</sup>, hvilket påviseligt medfører nedsivning af nitrat, udvaskning af fosfat og kali til vandmiljøet. Hertil svarer Thomas Roland bl.a.:

*I den logik, som vi arbejder med i grundvandstemaet, handler det om risikoen for udvaskning af pesticider.*

Da denne indskrænkning af den påståede beskyttelse af grundvandet ikke fremgår af skiltningen foreligger der et klart brud på markedsføringslovens § 6.1, der forbyder

---

3 <https://www.landmisbrug.dk/2016/11/26/myndighederne-kender-til-fifleriet-med-udnyttelsesprocenterne-i-biogasgyllen/>

*at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.*

Jeg har også forholdt Thomas Roland, at produktionen af en liter økologisk mælk, som jo er en af de største økologiske sællerter, kræver 628 liter rent vand. Et kilo økologisk oksekød kræver 16.000 liter vand. Hvordan kan det økologiske valg i dette lys nu kaldes beskyttelse af vandressourcen?

Også her udelades væsentlige oplysninger.

Det er en udbredt misforståelse, at økologisk landbrug ikke sprøjter med pesticider. Antallet af tilladte insekticider er nu oppe på tre, så selv hvis man accepterede COOPs præmis:

*I den logik, som vi arbejder med i grundvandstemaet, handler det om risikoen for udvaskning af pesticider.*

kan man ikke gå ud fra at økologisk valg beskytter grundvandet imod forurening med sprøjtegifte. Mængden af Pyretrin, Spinosad og Azadirachtin, som de tilladte gifte kaldes, er ikke kendt, da disse sprøjtegifte, så vidt jeg er orienteret, ikke opgøres eller skal indføres i den ellers påbudte sprøjtejournal. Under alle omstændigheder er det en antagelse, at man "beskytter vores grundvand" ved ikke at anvende sprøjtegifte. Og den kan være sand. Men der foreligger altså ikke dokumentation herfor fra COOPs side. En anden antagelse er, at de økologiske arealer heller ikke under normal drift ville blive sprøjtet (det gælder for eksempel græsarealer), så økologien giver ikke her nogen gevinst for grundvandet.

Endvidere flytter de økologiske arealer en del omkring, så den samlede belastning med pesticider ikke falder, men blot påvirker ændrede arealer. I så fald er den påberåbte "beskyttelse" af forbigående karakter på ganske små arealer. Det her genererede grundvand perkolerer ned igennem jordlagene, hvor det optager alle mulige giftrester for til sidst at blive blandet med alt muligt andet grundvand nede i jorden og hente på vandværket. Hvis COOPs påstand skal være lovlig, skal et større areal generere grundvand uden at dette forurenes med gylle og tilladte pesticider og endda uden at optage stoffer fra tidligere konventionel drift. Vandet skal pumpes op til et vandværk og sendes ud til vandforbrugerne uden at blive blandet med andet vand. Dette er et helt og aldeles urealistisk scenarie.

Dannelsen af grundvand tager årtier så resultatet af det økologiske valg vil altså først vise sig om 30 eller 50 år, hvilket ikke fremgår af skiltningen. Igen er der tale om en antagelse, der er uden dokumentation. Økologiske arealer kan og bliver lagt tilbage til konventionel drift, og så forsvinder den påståede beskyttelse øjeblikkeligt.<sup>4</sup>

Der er ikke påvist et fald i pesticidforbruget samlet set, der kan henføres til økologiens udbredelse. Der findes ingen vandhaner i Danmark, hvor vandet er rent på grund af økologi, hvorfor illustrationen på skiltningen er misvisende.

I henhold til §13 i markedsføringsloven må man ikke til egen fordel udnytte, at kunderne er særlig sårbare

*...på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed*

De kunder, som betaler op til ti gange prisen for økologiske varer gør det af forskellige årsager. Mange luksusvarer er også økologiske, så de sælges til velstående kunder. Men en del kunder, der køber økologiske varer drives af følelser, bekymring for at der er "gift i maden", eller for at dyrelivet og floraen lider under konventionel drift. Disse kunder, som også tyr til alternative

4 <http://www.landmisbrug.dk/2018/06/07/okoarealet-der-forsvandt/>

behandlingsformer, astrologi, numerologi er lette at påvirke med en falsk budskab om at kunne påvirke det store vandkredsløb og beskytte grundvandet langt ud i fremtiden.

Godtroenhed kommer i høj grad i spil her. Dette segment af miljøforkæmpere og drømmere har man bildt ind, at deres valg kan løse væsentlige og presserende miljøproblemer, og de er lette ofre for COOPs reklame, hvilket Thomas Roland kommenterer således:

*Økologi er bud på et produktionssystem baseret på nogle andre principper, og som ser ud til at producere gode fødevarer, der oven i købet er en fornuftig forretning i både at producere og sælge.*

Hvis teksten skulle være lovlig kunne den lyde:

Vidste du, at du måske bidrager til en forbigående og ubetydelig formindskelse af forureningen med nogle pesticider i nogle dele af det øvre grundvand når du vælger økologiske vegetabiliske varer, dyrket i Danmark.

Sidst skal jeg påpege, at det ikke fremgår af skiltningen, at den er leveret af Økologisk Landsforening<sup>5</sup>. Kunden oplever COOP som afsender, men det forbliver altså skjult, at en interesseorganisation, som har modtaget mange offentlige penge til markedsføring, står bag den vildledende tekst. Dette må være i strid med god markedsføringsskik.

Med venlig hilsen

Knud Haugmark  
Skelhøjvej 25 C 1 th.  
2800 Lyngby

---

5 <https://okologi.dk/om-os/billeder-og-grafik/budskaber/>