PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE – Markedsføring af slankeplastre var vildledende

Pressemeddelelse · Offentlig forvaltning



Forbrugerombudsmanden har indskærpet over for virksomheden Perfect-Body ApS, at det er vildledende at skrive, at slankeplastre øger stofskiftet, hvis virksomheden ikke kan dokumentere påstanden.

Forbrugerombudsmanden har vurderet, at virksomheden Perfect-Body ApS har vildledt forbrugerne ved at sælge et slankeplaster med påstanden ”øg dit stofskifte 30 dage”. Virksomheden kunne ikke dokumentere, at plastret havde den påståede effekt.

Forbrugerombudsmanden modtog fire klager over markedsføringen af slankeplasteret, der blev solgt på hjemmesiden www.perfect-body.dk. Derfor bad Forbrugerombudsmanden virksomheden om at dokumentere påstanden om, at plastret kunne øge stofskiftet på 30

dage.

Virksomheden har oplyst, at den ikke kan skaffe dokumentation for påstanden og derfor har taget produktet af markedet.

Forbrugerombudsmanden har nu indskærpet over for virksomheden, at den skal kunne dokumentere alle faktuelle oplysninger i markedsføringen.

Forbrugerombudsmand, Christina Toftegaard Nielsen, siger:

”Både producenter og forhandlere skal kunne dokumentere, at et produkt kan det, de lover i deres markedsføring. Det gælder også for kosmetiske produkter. Kan virksomhederne ikke dokumentere påstandene, er det vildledende markedsføring.”

Lovgrundlag:

Markedsføringslovens § 5 har følgende ordlyd:

”§ 5. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte.
Stk. 2. Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:
1) Produktets eksistens eller art,
2) de væsentligste egenskaber ved produktet,
[…]”

Markedsføringslovens § 6, stk. 1 og 2, har følgende ordlyd:

”§ 6. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke vildlede ved at ude-lade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.
Stk. 2. Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:
1) Produktets væsentligste karakteristika i et omfang, der svarer til mediet og produktet,
[…]”

Markedsføringslovens § 13 har følgende ordlyd:

”§ 13. Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.”

Pressekontakt:

Kontakt Forbrugerombudsmandens pressesekretariat på tlf. 41 71 50 98.

Kilde / Logo: Forbrugerombudsmanden

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-markedsfoering-af-slankeplastre-var-vildledende/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Forbrugerombudsmanden.