

PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE - Markedsføringen af Invitas "RE:New"-køkkenkoncept med bæredygtighedsudsagn var vildledende

Pressemeddelelse · Offentlig forvaltning



Billedet er genereret med kunstig intelligens

Nobia Denmark A/S, der blandt andet står bag Invita, har benyttet vildledende udsagn om bæredygtighed i sin markedsføring af Invitas "RE:New"-køkkenfornyelseskoncept. Det vurderer Forbrugerombudsmanden, der har indskærpet reglerne over for Nobia Denmark og en influent, der markedsførte konceptet på sin Instagram-profil

Nobia Denmark har markedsført Invitas koncept "RE:New" med bæredygtighedsudsagn. Markedsføringen fandt sted på Invitas hjemmeside, i Meta-annoncer samt i et Instagram-opslag gennem et samarbejde med en influent. Konceptet blev bl.a. markedsført med følgende udsagn:

- "Med INVITA RE:New forlænger vi levetiden på dit køkken ved at tilbyde en enkel, fleksibel og bæredygtig måde at give dit køkken et nyt design. Et nyt liv. På en bæredygtig måde."
- "Et bæredygtigt valg"
- "Med RE:New hjælper vi dig med at tage et bæredygtigt og mere klimasmart valg."

Invitas koncept "RE:New" indebærer, at enkelte elementer eller andre dele af et køkken udskiftes med nye elementer for at give køkkenet nyt liv.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er udskiftning af låger eller enkelte køkkenelementer dog et helt almindeligt alternativ til at udskifte hele køkkenet. Mange andre virksomheder tilbyder samme løsninger, ligesom det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er forventeligt, at mange forbrugere vil overveje og undersøge en sådan løsning.

Forbrugerombudsmanden vurderede derfor, at Invitas markedsføring af "RE:New"-konceptet med bæredygtighedsudsagn var egnet til at give forbrugerne et vildledende indtryk af, at Invitas koncept besidder særlige klima- og/eller miljøfordele.

Det forhold, at Invitas skabskorpus og udvalgte låger er svanemærkede kunne ikke berettige, at Invitas "RE:New"-koncept blev markedsført med bæredygtighedsudsagn, da Svanemærket efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke er tilstrækkelig dokumentation for bæredygtighedsudsagn.

Markedsføringen af køkkenfornyelseskonceptet fandt også sted i en influents opslag på Instagram. I opslaget var billeder af influentens egen køkkenfornyelse med Invitas "RE:New"-koncept, herunder før- og efter-billeder, hvor det så ud til, at en stor del af det oprindelige køkken var blevet udskiftet. I opslagets tekst stod, at køkkenet kunne fornys ved "kun at udskifte de elementer, der trænger til fornyelse [...] En enkel, nem og bæredygtige måde at skabe køkkenfornyelse på, samtidig med at du forlænger levetiden på dit nuværende køkken."

I teksten var også brugt to grønne spirer-emojis og to bi-emojis. Forbrugerombudsmanden vurderede, at omtalen af køkkenfornyelseskonceptet med bæredygtighedsudsagnet og de dertilhørende emojis var vildledende.

Influenten havde derudover alene markeret sit samarbejde med Invita med taggene "#annonce" og "@invitadanmark" til sidst i Instagram-opslaget. Forbrugerombudsmanden vurderede, at dette ikke var en tilstrækkelig tydelig reklamemarkering, og opslaget var derfor i strid med markedsføringslovens forbud mod skjult reklame. Forbrugerne skal gøres opmærksomme på, at et opslag er reklame, inden eller i forbindelse med at de ser det, og det er derfor ikke tilstrækkeligt blot at tage en virksomhed eller indsætte en reklamemarkering til sidst i et opslag.

Forbrugerombudsmanden har afsluttet sagerne ved at indskærpe markedsføringslovens regler om vildledning over for Nobia Denmark, som står bag Invita, og influenten, ligesom Forbrugerombudsmanden også har indskærpet forbuddet mod skjult reklame over for influenten.

Forbrugerombudsmanden tog sagen op til behandling efter at have modtaget en klage over influentens Instagram-opslag. Invita og influenten ophørte med markedsføringen under sagen.

Forbrugerombudsmand Torben Jensen siger:

Sagen er endnu et eksempel på, at det er meget vanskeligt at markedsføre et produkt eller et koncept som "bæredygtigt" uden at vildlede forbrugerne.

Vi anbefaler, at virksomheder bruger konkrete udsagn i deres markedsføring, der beskriver de eventuelle miljøfordele, deres produkter har – men uden at bruge brede udsagn som f.eks. bæredygtig.

Lovgivningen på området:

Ifølge markedsføringslovens § 5 må markedsføring ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde kunne vildlede forbrugerne, uanset om oplysningerne i markedsføringen er faktisk korrekte.

Ifølge markedsføringslovens § 6 må virksomheder ikke udelade eller skjule væsentlige oplysninger i markedsføringen eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

Det følger af markedsføringslovens § 6, stk. 4, at erhvervsdrivende klart skal oplyse om den kommercielle hensigt med enhver form for handels-praksis, herunder reklame. Det betyder, at skjult reklame og andre skjulte kommercielle hensigter er forbudt.

Reklame og andre kommercielle hensigter skal derfor tydeligt markeres som sådan, medmindre det allerede fremgår tydeligt af sammenhængen, at der er en kommerciel hensigt bag.

Hvis vildledningen egner sig til at få forbrugeren til at træffe en beslutning, som denne ellers ikke ville have truffet, jf. markedsføringslovens § 8, kan den erhvervsdrivende straffes med bøde, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Ifølge markedsføringslovens § 13, skal den erhvervsdrivende kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.

For yderligere information:

Forbrugerombudsmandens pressesekretariat på tlf. 41 71 50 98.

KILDE / LOGO: Forbrugerombudsmanden. ILLUSTRATION: AI-genereret af Pressemeddelelse.dk.

Online: <https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-markedsfoeringen-af-invitas-renew-koekkenkoncept-med-baeredygtighedsudsagn-var-vildledende/>

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