

Forbrukertilsynet
Postboks 2862 Kjørbekk
3702 Skien

15.12.2025

Klage på Skogshjerte for brudd på markedsføringsloven

Bakgrunn

Skogshjerte har for tiden et massivt markedsføringstrykk i sosiale medier for deres kjøkkenredskaper i tre. Skogshjertes markedsføring retter seg mot norske forbrukere og fremstår som en norsk næringsdrivende. Blant annet benyttes "Skogshjerte Norge" nederst på nettsiden <https://skogshjerte.shop/>:

Copyright © 2025 Skogshjerte Norge

Ifølge en [artikkel i Nationen](#) står det svenske selskapet Rwl Ecom AB bak Skogshjerte. Virksomheten gjør lite for å korrigere oppfatningen om at de er en norsk bedrift.

Forhold som kan utgjøre brudd på markedsføringsloven/angrerettloven

Mangelfull informasjon om den næringsdrivendes identitet

På den næringsdrivendes nettside informeres det ikke om foretaksnavn og telefonnummer. E-postadresse finnes ikke på «Kontakt oss» eller «Om oss», men er gjemt bort under sider som "vilkår og betingelser" og "personvernerklæring". Den næringsdrivende skal gi slik informasjon etter markedsføringsloven § 8 annet ledd, samt angrerettloven § 8 første ledd bokstav d.

Skjev/uriktig fremstilling av brukeranmeldelser

Kun et fåtall av totalt antall anmeldelser blir markedsført og er mulig å lese. De anmeldelsene som vises er utelukkende av høy karakter (fortrinnsvis 5/5 stjerner, en med 4/5). Dette fremstår som selektiv fremstilling av kun anmeldelser med høy karakter. Hos Trustpilot har



Skogshjerte 1,7 av 5 stjerner da hovedvekten av brukerne er misfornøyde. På nettsiden fremgår heller ingen lenke til total oversikt over alle brukeranmeldelser. Skogshjertes bruk av brukeranmeldelser på nettsiden kan være villedende fremstilling og utelatelse av brukeranmeldelser som er egnet til å påvirke forbrukernes økonomiske beslutninger, jf. markedsføringsloven § 7 og § 8.

Villedende fremstilling av ytelsens art og hovedegenskaper etter markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav a) og b):

- *Kjemikaliefrie/sunne og nordiske kjøkkenredskaper:*

Det opplyses på nettsiden skogshjerte.shop at kjøkkenredskapene er «100% kjemikaliefrie» og «naturlige». Videre at «Skogshjerte-redskapene er behandlet med matsikre, naturlige oljer – helt fri for skadelige kjemikalier. Treets naturlige oljer gjør redskapene vannavvisende og enkle å rengjøre.»

Redskapene markedsføres også som trygge og sunne å bruke: «Din helse er vår høyeste prioritet. Hva inngår? Våre redskaper i skandinavisk design er laget av naturlig teak og behandlet med matsikker olje for ekstra holdbarhet.»

«Bli med i Skogshjerte-familien og del lidenskapen for sunn matlaging...»

Markedsføring på Facebook oppgir at redskapene er frie for skadelige stoffer, samt at redskapene er «100% tre i skandinavisk kvalitet».

Forbrukere som har kjøpt og mottatt disse redskapene forteller om et helt annet inntrykk. Det beskrives kjøkkenredskaper som lukter sterkt av kjemikalier «selv gjennom emballasjen». Flere mener redskapene ikke kan brukes, da de mistenkes for å være helseskadelige.

Andre kunder opplyser at dette er dropshipping fra Kina. Konkret oppgis det at kunder har mottatt bestillingsbekreftelse med kinesiske tegn, samt at bestillingen kommer etter flere uker.

Enkelte brukere er også av den oppfatning at materialet ikke er av teak, slik oppgitt i markedsføringen, mens andre reagerer på at redskapene ikke er produsert i Norden.

- *Bærekraftig kvalitet/grønnvasking:*

Det opplyses på nettsiden om «bærekraftig kvalitet». Dette er ikke dokumentert og fremstår som en grønnvaskingspåstand uten ytterligere dokumentasjon jf. markedsføringsloven § 3.



Påstanden om at kjøkkenredskapene er "bærekraftige" gjentas mange ganger både ved markedsføring på nettstedet, samt i markedsføring i sosiale medier, uten at påstanden konkretiseres eller forklares.

Markedsføringen for øvrig viser til at redskapene er laget av tre, og med naturlige oljer – men disse påstandene er ikke egnet til å synliggjøre hvorfor akkurat produktene fra Skogshjerte ikke har noen påvirkning på miljøet eller har en lavere påvirkning på miljøet sammenliknet med konkurrerende produkter i samme kategori.

Da markedsføringen oppgir at kjøkkenredskapene er laget av teak, er det høyst relevant å stille ekstra strenge krav til dokumentasjon av bærekraft siden det er store utfordringer knyttet til hogst og produksjon av teaktømmer i tropiske land. Skulle produktene være produsert i Kina, noe som fremstår sannsynlig, er risikoen høy for at trevirket er importert fra et land med betydelig ikke-bærekraftig og ulovlig hogst.

Forbrukertilsynets veileder i markedsføring av bærekraftpåstander punkt 3.4.2 uttaler at slike frittstående og generelle miljøpåstander om produkter uten å samtidig gi en forklaring på hvilke konkrete egenskaper ved produktene påstandene relaterer seg til, som hovedregel vil være villende og forbudt etter markedsføringsloven.

Nevnte veileder bemerker også at dokumentasjonsplikten er strengere for slike frittstående, generelle bærekraftspåstander. Den næringsdrivende må ved bruk av slike vide påstander som "hovedregel kunne dokumentere at produktet under hele livssyklusen ("fra vugge til grav") belaster vesentlig mindre enn andre produkter i samme produktkategori." Se her sak fra Markedsrådet MR-1993-20.

Sluttbemerkninger

Det samlede inntrykk er at Skogshjerte tilsynelatende villeder forbrukere på sentrale punkter når det gjelder den næringsdrivendes identitet og hvordan produktene blir produsert, samt produktenes opprinnelse, egenskaper og miljøfordeler. Vi mener derfor Forbrukertilsynet bør føre tilsyn med Skogshjerte og Rwl Ecom AB, eventuelt i samarbeid med svenske forbrukermyndigheter.

Bilag – Forbrukerhistorier og markedsføring



Vennlig hilsen

Forbrukerrådet

Elin Volder Rutle

Fagsjef Bærekraft

Regnskogfondet

Ingrid Tungen

Leder Avskogingsfrie markeder