

# LUNDGRENŠ

Forbrugerombudsmanden  
Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby

**Sendt pr. e-mail til: [forbrugerombudsmanden@forbrugerombudsmanden.dk](mailto:forbrugerombudsmanden@forbrugerombudsmanden.dk)**

Sagsnr.: 70863  
sdr@lundgrens.dk  
+45 3114 3014  
**15. april 2021**

## **KLAGE OVER VILDLEDENDE SAMT POTENTIelt VILDLEDENDE MARKEDSFØRING**

Jeg retter herved henvendelse til Forbrugerombudsmanden på vegne af min klient, Stig Severinsen, idet min klient har konstateret, at det danske selskab, Airofit A/S, i en række henseender markedsfører sig i strid med markedsføringsloven, eller at der i hvert fald er risiko for, at Airofit A/S markedsfører sig sådan.

Som det formentlig er Forbrugerombudsmanden bekendt, er min klient en verdensberømt dansk fridykker, som er indehaver af en række verdensrekorder inden for sit område. Hertil kommer, at min klient er uddannet biolog og har en ph.d. i medicin og således har stor faglig indsigt i det område, han til dagligt beskæftiger sig med, herunder fx åndedræt, vejrtrækning, optimering af sundhed og performance, m.v.

Airofit A/S er, som selskabsbetegnelsen antyder, et dansk selskab, der har udviklet et respiratorisk træningssystem, som markedsføres under varemærket AIROFIT. Der henvises herved til Airofit A/S' hjemmeside: <http://www.airofit.com/>. Min klient har tidligere samarbejdet med Airofit A/S, men samarbejdet er ophørt.

Når jeg nu retter henvendelse til Forbrugerombudsmanden, skyldes det som nævnt indledningsvis, at min klient har konstateret, at Airofit A/S markedsføring i en række henseender strider mod markedsføringsloven eller at der i hvert fald er risiko for, at Airofit A/S markedsfører sig sådan, hvilket jeg i det følgende giver fire eksempler på:

## 1. EKSEMPEL 1

---

Følgende fremgår af Airofit A/S' hjemmeside, jf. **bilag 1**:

"Training with Airofit gives athletes larger vital lung capacity, stronger breathing muscles, and higher anaerobic tolerance. It's not my opinion, it's a medical fact."



**Dr. MIKE MARIC**

*Professor at Pavia University, Scientist,  
Former World Champion in Freediving*

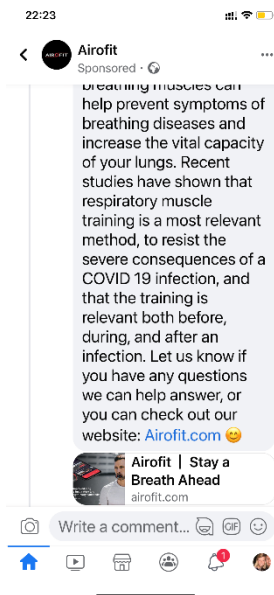
Det har imidlertid ikke været muligt at bekræfte, at Mike Maric rent faktisk er "*Former World Champion in Freediving*".

Der er således risiko for, at der er tale om vildledende markedsføring i strid med markedsføringslovens § 5, stk. 1, idet meget umiddelbart tyder på, at der er tale om urigtige oplysninger.

## 2. EKSEMPEL 2

---

Følgende fremgår af en Facebookreklame for Airofit A/S, jf. **bilag 2**:



Med formuleringen *"Recent studies have shown that respiratory muscle training is a most relevant method, to resist the severe consequences of a COVID 19 infection, and that training is relevant both before, during, and after an infection"* antydes det altså, at Airofit A/S' product kan forebygge samt behandle eventuelle symptomer på en infektion med COVID 19.

Medmindre Airofit A/S mod forventning måtte være i stand til at dokumentere rigtigheden af dette udsagn, jf. markedsføringslovens § 13, vil der være tale om vildledende markedsføring i strid med markedsføringslovens § 5, stk. 1.

Der henvises herved til Forbrugerombudsmandens sagsnr. 20/03802, hvorved Forbrugerombudsmanden fandt, at *"en erhvervsdrivendes markedsføring på Instagram med sundhedsmæssige udsagn som 'hot yoga strengthen your immune system by over 60%, that is a fact' og 'Corona virus can not stand temperatures above 25 degrees with high humidity', var i strid med markedsføringslovens § 5, sammenholdt med § 8"*, og hvorved Forbrugerombudsmanden samtidig vurderede, *"at en anden erhvervsdrivende ligeledes havde overtrådt markedsføringslovens § 5, sammenholdt med § 8, ved i et Facebook-opslag at have oplyst, at deres produkt 'vitaliserer lunge- og luftvejssystem. Et naturligt valg til at hjælpe dig i disse tider med Corona virus'"*.

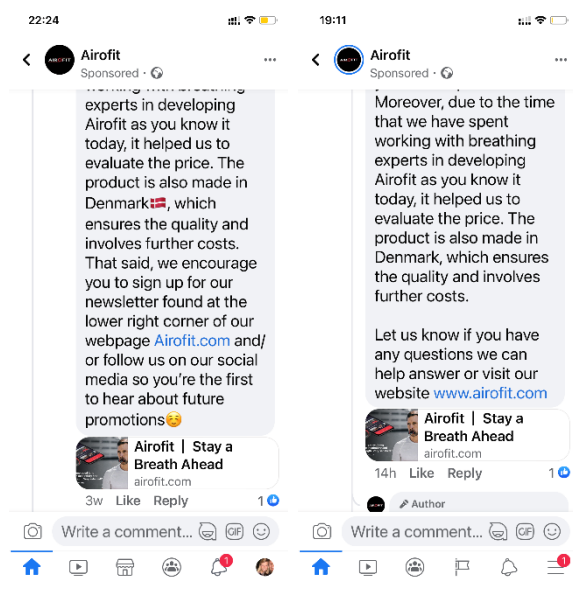
Særligt sidstnævnte har betydelige ligheder med Airofit A/S' udsagn.

Undertegnede har ikke på nuværende tidspunkt overvejet nærmere, om reglerne om markedsføring af medicinsk udstyr ligeledes finder anvendelse og eventuelt er overtrådt i anledning af ovennævnte, men forbeholder sig at fremkomme med supplerende bemærkninger desangående.

### 3. EKSEMPEL 3

---

Følgende fremgår af en Facebookreklame for Airofit A/S, jf. **bilag 3**:



Airofit A/S markedsfører altså via Facebook sit produkt som værende "made in Denmark".

Udsagnet ses imidlertid ikke brugt i andre markedsføringssammenhænge, og der er ikke oplysninger på eksempelvis Airofit A/S' hjemmeside, der indikerer, at udsagnet er rigtigt, hvilket er besynderligt. Forbrugerombudsmanden opfordres derfor til at efterprøve udsagnets rigtighed.

### 4. EKSEMPEL 4

---

Følgende fremgår af Airofit A/S' hjemmeside, jf. bilag 1:

"Respiratory training is an overlooked aspect in everyday medicine, but it has great impact. Don't take my word for it - there is a lot of clinical evidence that respiratory training works."



**JEFFREY LIME**

*MS, PA-C, AE-C, Expert in Lung Medicine and allergy, Former Navy Seal.*

Det fremgår altså, at Jeffrey Lime er "*Former Navy Seal*", hvilket mange danske forbrugere vil lægge betydelig vægt på, idet er almindeligt kendt blandt danske forbrugere, at Navy SEAL er eliteenhed for de dygtigste elitesoldater.

Det fremgår imidlertid ikke umiddelbart i nogen anden sammenhæng, at Jeffrey Lime markedsfører sig selv som værende "*Former Navy Seal*", jf. eksempelvis Jeffrey Limes LinkedIn profil.

Forbrugerombudsmanden opfordres således til at efterprøve udsagnets rigtighed, idet der også her vil være tale om vildledende markedsføring i strid med markedsføringslovens § 5, stk. 1, såfremt udsagnets rigtighed ikke kan dokumenteres.

\*\*\*

Forbrugerombudsmanden anmodes om at tage klagen op til behandling, idet der er tale om såvel konstaterede som mulige overtrædelser af markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden anmodes desuden om at prioritere klagen højt, idet særligt de sundhedsmæssige udsagn i relation til COVID 19 er egnede til væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren, jf. markedsføringslovens § 8.

Det understreges i den forbindelse, at forbrugerne netop nu er mere end almindeligt modtagelige for vildledende sundhedsmæssige udsagn i relation til COVID 19, og at sådanne udsagn dermed udgør en betydelig risiko for forbrugerne, hvilket Forbrugerombudsmanden opfordres til at tage højde for i sin "triage".

Med venlig hilsen  
Lundgrens Advokatpartnerselskab

Søren Danelund Reipurth  
Advokat (H), Partner