

Den 25. september 2025

Dansk Erhverv og Forbrugerrådet Tænk: Fasthold Forbrugerombudsmandens bevilling om grønne udsagn

Fra finansloven 2022, har Forbrugerombudsmanden haft en ekstrabevilling på syv mio. kr. årligt. Midlerne fra bevillingen har især været målrettet Forbrugerombudsmandens fokuserede indsats med kontrol- og vejledningsindsats i forhold til virksomheders brug af klima-, miljø- og bæredygtighedsudsagn i markedsføringen – den såkaldte indsats mod *greenwashing*.

Vejledning og forebyggelse gavner både erhvervslivet og forbrugerne

Forbrugerombudsmanden har derfor i perioden 2022-2025 ydet en vejlednings- og informationsindsats over for erhvervslivet, men behovet er fortsat stort. Virksomhederne efterspørger i stort omfang klare retningslinjer og rådgivning om, hvordan reglerne overholdes, så de undgår *greenwashing* og samtidig kan markedsføre deres indsats for klima og bæredygtighed på en korrekt måde.

En Forbrugerombudsmand med tilstrækkelige ressourcer til at vejlede virksomhederne, er afgørende for at mindske antallet af *greenwashingsager* ved Forbrugerombudsmanden og i sidste ende ved domstolene.

Vigtige indsatser er bl.a.:

- Vejledninger og anbefalinger med eksempler på lovlig og ulovlig markedsføring.
- Informationsmøder, oplæg, nyhedsbreve og sagsresuméer, der gør praksis tilgængelig og letforståelig for virksomhederne.
- Mulighed for forhåndsbeskeder, hvor virksomheder kan få Forbrugerombudsmandens vurdering af, om et konkret markedsføringstiltag, er i overensstemmelse med lovgivningen.
- Fortsat mulighed for håndhævelse

Når virksomhederne overholder lovgivningen, gavner det også forbrugerne

Forbrugerrådet Tænk har løbende anmeldt virksomheder for overtrædelser af markedsføringsloven til Forbrugerombudsmanden, hvilket har ført til både indskærpelser og bødeforlæg. Sager om klima- og miljømarkedsføring er komplicerede og ressourcekrævende, men er nødvendige at gennemføre. Både for forbrugertilliden til de grønne udsagn, der fremsættes af virksomhederne, men også for konkurrencen blandt virksomhederne, så ikke nogle virksomheder opnår en konkurrencefordel over andre virksomheder.

Forbrugerne ønsker også at tage ansvar for- og aktiv del i den grønne omstilling, hvilket kræver viden og troværdig kommunikation fra virksomheder og offentlige myndigheder om grønne udsagn.

Erhvervslivet EU- og Regelforum anbefaler vejledning til erhvervslivet prioriteres

Fra 27. september 2026 skal erhvervsdrivende efterleve nye strammere krav til markedsføring indeholdende miljømæssige/grønne budskaber. Dette skyldes implementering af ECGT- direktivet (Empowering the consumers for the green transition).

I forbindelse med implementeringsarbejdet har Regeringens EU-og Regelforum fremhævet, at der er behov for en effektiv vejledningsindsats målrettet erhvervsdrivende, da der er tale om regler, der kan være svære at navigere i.

Desuden følger det allerede af EU-retten på området, at medlemsstaterne skal sikre tilstrækkelige og effektive midler, så reglerne i markedsføringsloven kan håndhæves.

Forbrugerrådet Tænk og Dansk Erhvervs anbefaling

Forbrugerrådet Tænk og Dansk Erhverv mener derfor, at der fortsat er behov for en fokuseret indsats mod greenwashing for at skabe øget klarhed, og lige konkurrencevilkår i erhvervslivet samt sikre forbrugertilliden til virksomhedernes kommunikation om klima-, miljø- og bæredygtighedstiltag.

Derfor anbefaler Dansk Erhverv og Forbrugerrådet Tænk, at Forbrugerombudsmandens bevilling fastholdes på 2025-niveau med den kommende Finanslov.

En fastholdelse af bevillingen vil sikre, at danske virksomheder har adgang til den vigtige vejledning og mulighed for at anmode om forhåndsbeskeder, hvilket vil medføre en større regelefterlevelse, både til gavn for konkurrencen blandt virksomhederne og forbrugernes tillid til- og engagement i den grønne omstilling.

Dansk Erhverv

Lotte Engbæk Larsen
Branchedirektør for Handel



Forbrugerrådet Tænk

Winni Grosbøll
Direktør

