

PRAKSISOVERSIGTER • SAMLET UDGAVE

Praksis inden for *forbrugerret*

Forbrugerbeskyttelse – urimelige vilkår og vildledende markedsføring.

OVERSIGTER

11

AFGØRELSE

359

PERIODE

1980–2026

11 OVERSIGTER

Indhold

01	Bæredygtigheds- og miljøudsagn i markedsføring (greenwashing)	27 afg.
02	Forbrugerbeskyttelse (forbrugeraftaleloven + aftaleloven § 38)	55 afg.
03	Forbrugerklagenævnet og alternativ tvistløsning (procesrammen)	33 afg.
04	Forbrugerklager om varer og tjenester	29 afg.
05	Fortrydelsesret ved fjernsalg og aftaler uden for forretningssted	48 afg.
06	Pakkerejser – arrangørens ansvar, afbestilling og insolvensbeskyttelse	14 afg.
07	Produktsikkerhed og markedsovervågning (produktloven)	20 afg.
08	Skjult reklame og influencer-markedsføring	20 afg.
09	Urimelige aftalevilkår i forbrugeraftaler (aftaleloven § 36 og § 38 c)	50 afg.
10	Vildledende markedsføring (Forbrugerombudsmanden – generelt)	35 afg.
11	Vildledende markedsføring online (B2C)	28 afg.

Hver oversigt er et selvstændigt kapitel med introduktion, principper, gennemgang, lovgrundlag og citerede afgørelser. Titlerne er klikbare, og kapitlerne findes også som bogmærker i PDF-læseren.

01

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over bæredygtigheds- og miljøudsagn i markedsføring (greenwashing)

Forbrugerombudsmandens håndhævelsespraksis om greenwashing efter markedsføringslovens §§ 5 og 13

Version 2 · Opdateret 26. jun. 2026 · 27 afgørelser · 2020-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Denne praksisoversigt dækker Forbrugerombudsmandens og domstolenes praksis om vildledende miljø- og bæredygtighedspåstande i markedsføringen – det der i daglig tale og EU-retsligt betegnes »greenwashing«. Retsgrundlaget er markedsføringslovens § 5 (forbud mod vildledende handlinger) sammenholdt med § 13 (dokumentationskravet for faktiske påstande), suppleret af Forbrugerombudsmandens Miljø- og etikvejledning fra 2014. Praksis viser et konsekvent mønster: absolutte og generelle miljøudsagn som »bæredygtig«, »klimaneutral«, »miljøvenlig« og »plastfri« underkendes næsten altid, fordi virksomhederne ikke kan dokumentere dem med livscyklusvurderinger eller anden kvalificeret dokumentation. Fra 27. september 2026 skærpes reglerne yderligere ved gennemførelse af EU-direktivet om styrkelse af forbrugere i den grønne omstilling (2024/825), der bl.a. indfører et absolut forbud mod »klimaneutral«-påstande baseret på CO₂-kompensation.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Generelle, fritstående miljøudsagn som »bæredygtig«, »miljøvenlig«, »grøn« og »klimaneutral« opfattes som absolutte udsagn og kræver dokumentation i form af en livscyklusvurdering efter anerkendte metoder.
- 02** Dokumentationskravet i markedsføringslovens § 13 indebærer, at den erhvervsdrivende skal have dokumentationen klar PÅ markedsføringstidspunktet – efterfølgende fremskaffelse er ikke tilstrækkelig.
- 03** Bioplast er teknisk set plastik – et produkt af bioplast kan ikke lovligt markedsføres som »plastfrit« eller »plastikfrit«.
- 04** Påstande baseret på CO₂-kompensation (klimakreditter) kræver dokumentation for additionalitet, permanens, samtidighed og lækage – og selv med dokumentation skal det oplyses, at neutraliteten opnås via kreditter uden for produktets værdikæde.
- 05** Lovpligtige egenskaber må ikke markedsføres som særlige miljøfortrin – fremhævelse af fravær af forbudte stoffer (fx PFOA i stegepander) er vildledende efter markedsføringslovens § 8, stk. 2.

- 06 Begrebet »altovervejende del« af et produkt kræver som udgangspunkt mindst 95 % – en materiale-/miljøpåstand om et produkts sammensætning er vildledende, hvis andelen er lavere uden tydelig procentangivelse.
- 07 Konkrete, uafhængigt verificerede CO2-reduktionsudsagn med angivet sammenligningsgrundlag kan være lovlige – præcise og neutrale påstande er lettere at dokumentere end generelle.
- 08 Visuelle virkemidler som grøn farve, blade-symboler og selvopfundne »grønne« mærker indgår i helhedsindtrykket og kan i sig selv forstærke et vildledende budskab.
- 09 Fremtidige miljømål og visioner i markedsføringen kræver en konkret, målbar og uafhængigt verificeret handlingsplan – abstrakte ambitioner er vildledende.
- 10 Et miljøudsagn der kun vedrører ét aspekt (fx klimaaftryk) kan ikke retfærdiggøre en generel bæredygtighedspåstand, fordi bæredygtighed omfatter bredere parametre som biodiversitet, vandforbrug og sociale forhold.
- 11 Efterlevelse af sektorspecifik regulering (fx VE-direktivet) kan ikke automatisk udgøre tilstrækkelig dokumentation for markedsføringsmæssige bæredygtighedspåstande.
- 12 Udsagnet »klimaneutralt« på et produkts emballage kræver en umiddelbar, tydelig forklaring i nær tilknytning til selve udsagnet – henvisning til bagsiden eller en hjemmeside er utilstrækkeligt.
- 13 Fra 27. september 2026 forbyder den danske gennemførelse af EU-direktiv 2024/825 under alle omstændigheder generiske miljøanprisninger uden anerkendt fremragende miljøpræstation samt klimaneutralitetspåstande baseret på CO2-kompensation.

§ 1 Retsgrundlaget for greenwashing-håndhævelse i dansk ret

Håndhævelsen af vildledende miljøpåstande i markedsføringen hviler på flere sammenhængende bestemmelser i markedsføringsloven:

- [Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#) forbyder handelspraksis der indeholder urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform vildleder gennemsnitsforbrugeren. Vildledning kan bl.a. vedrøre »de væsentligste egenskaber ved produktet« (§ 5, stk. 2, nr. 2), herunder dets miljømæssige egenskaber.
- [Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#) supplerer med et forbud mod vildledende *udeladelser* – dvs. situationer hvor væsentlige oplysninger undlades eller skjules.
- [Markedsføringsloven § 8, stk. 2](#) forbyder specifikt, at en erhvervsdrivende præsenterer rettigheder eller begrænsninger, der følger af lovgivningen, som en *særlig egenskab* ved sit eget tilbud.
- [Markedsføringsloven § 13](#) fastsætter det grundlæggende dokumentationskrav: »Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.«

Sanktionshjemlen er [markedsføringslovens § 37, stk. 3](#), der straffer overtrædelse af bl.a. § 5 med bøde, og under skærpende omstændigheder med fængsel indtil 4 måneder (§ 37, stk. 4).

Forbrugerombudsmandens [Vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen](#) fra 2014 (miljø- og etikvejledningen) udgør den centrale fortolkningsramme. Vejledningen fastsætter bl.a., at:

- Fritstående, generelle miljøudsagn opfattes som *absolutte* udsagn om produktet i sin helhed og kræver livscyklusvurdering.
- Produktet skal »generelt belaste miljøet væsentligt mindre end tilsvarende produkter« for at berettige et generelt miljøudsagn.
- Dokumentationen skal foreligge på markedsføringstidspunktet og normalt være underbygget af en uafhængig instans med anerkendt faglig kompetence.

LOV

[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 8, stk. 2](#)[Markedsføringsloven § 13](#)[Markedsføringsloven § 37, stk. 3](#)

Absolutte og generelle miljøudsagn: »bæredygtig«, »miljøvenlig«, § 2 »grøn«

Det klare hovedmønster i Forbrugerombudsmandens praksis er, at generelle, fritstående miljøudsagn underkendes, fordi virksomhederne ikke kan dokumentere dem med tilstrækkelig livscyklusdokumentation. Mønsteret er ensartet på tværs af brancher:

Byggeri: I [sagen om byggeprojekter markedsført som »bæredygtige« og »klimaneutrale«](#) (2024) fandt Forbrugerombudsmanden, at en byggevirksomheds brug af slogans som »Her bygger vi bæredygtigt« og »Vi er klimaneutrale« var vildledende, selv om virksomheden dokumenterede en række konkrete miljøtiltag. Forbrugerombudsmanden udtalte:

»Forbrugerombudsmanden havde ikke bemærkninger til dokumentationen for tiltagene, men var dog af den opfattelse, at tiltagene ikke kunne begrunde de udsagn, virksomheden havde anvendt i markedsføringen.«

Byggeriet adskilte sig ikke væsentligt fra andre tilsvarende byggerier – et krav der er afgørende for generelle miljøanprisninger.

Køkkener: I [sagen om køkkener markedsført som »bæredygtige og miljøvenlige«](#) (2023) fastslog Forbrugerombudsmanden, at brug af certificeret træ og genanvendt plastfolie i dele af produktet ikke berettigede at betegne *hele* køkkenet som bæredygtigt. Billedmateriale der viste hele køkkenmiljøer forstærkede vildledningen.

Tekstiler: I [sagen om »bæredygtig mode«](#) (2022) var brug af økologisk bomuld, genanvendt polyester og HIGG-indekset ikke tilstrækkelig dokumentation for en generel bæredygtighedspåstand. Tilsvarende blev [»100% BÆREDYGTIGT – Alt vores tøj er bæredygtigt og økologisk«](#) (2022) underkendt.

Legetøj: I [sagen om »bæredygtigt legetøj«](#) (2022) fastslog Forbrugerombudsmanden, at det forhold, at legetøj er fremstillet af træ og er økologisk eller kemikaliefrit, ikke i sig selv er tilstrækkeligt til at betegne produkterne som »bæredygtige« eller »miljøvenlige«.

Batterier: Allerede i [sagen om batterier markedsført som »de mest bæredygtige« og »de grønneste i verden«](#) (2020) var mønsteret etableret: uden dokumentation er sådanne superlativudsagn vildledende.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 13	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af byggeprojekter som "bæredygtige" og "klimaneutrale" over for erhvervsdrivende		23.05.2024
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af køkkener som bæredygtige og miljøvenlige uden tilstrækkelig dokumentation		15.08.2023
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af legetøj som bæredygtigt og miljøvenligt		13.12.2022
	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed indskræpes for vildledende bæredygtighedsudsagn uden tilstrækkelig dokumentation		15.11.2022
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende brug af bæredygtighedsudsagn i markedsføring af tekstilprodukter		10.10.2022
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende miljømarkedsføring af batterier: Manglende dokumentation for bæredygtighedspåstande		29.05.2020

§ 3 »Klimaneutral« og CO2-kompensation via klimakreditter

CO2-kompensation og »klimaneutral«-påstande har været genstand for en markant praksisudvikling:

Kravet om umiddelbar forklaring: I [forhåndsbeskeden om »klimaneutral« på emballage](#) (2024) fastslog Forbrugerombudsmanden, at udsagnet »klimaneutral« er et vagt og flertydigt begreb, der kræver en umiddelbar forklaring i nær tilknytning til selve udsagnet. Det er utilstrækkeligt at placere forklaringen på bagsiden af produktet eller på en hjemmeside.

Tankstationsagen: I [sagen om CO2-kompensation via skovbevarelsesprojekter](#) (2023) kunne en benzinkort-udbyder ikke dokumentere, at skovbevarelsen reelt ville forhindre afskovning – dokumentationen var baseret på antagelser om sammenhæng mellem tidligere og fremtidig fældning.

Elhandlersagerne: I [sagen om en elhandlers »grønne« elprodukter](#) (2024) og [sagen om manglende additionalitet](#) (2024) fandt Forbrugerombudsmanden, at køb af klimakreditter i ni projekter ikke tilstrækkeligt dokumenterede, at klimaeffekten ville have fundet sted uden projekterne.

Nordisk skærpelse: I [Forbrugerombudsmandens fælles nordiske udmelding om CO2-kompensation](#) (2024) blev kravene skærpet. Dokumentation for CO2-kompensation skal tage højde for:

- **Additionalitet:** Klimaeffekten ville ikke have fundet sted uden projektet.
- **Permanens:** CO2-bindingen er varig.
- **Samtidighed:** Kompensationen sker samtidig med udledningen.
- **Lækage:** Udledningen flyttes ikke blot til et andet sted.

Selvom disse krav opfyldes, skal det tydeligt oplyses, at neutraliteten opnås via klimakreditter *uden for* produktets værdikæde.

Kommende EU-forbud: Fra 27. september 2026 implementeres [EU-direktiv 2024/825](#) (ECGT-direktivet), der tilføjer et absolut forbud til sortlisten: en erhvervsdrivende må ikke »hævde på basis af kompensation for drivhusgasemissioner, at et produkt har en neutral, reduceret eller positiv indvirkning på miljøet med hensyn til drivhusgasemissioner.«

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 6, stk. 1	Markedsføringsloven § 13
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Krav om umiddelbar forklaring ved brug af miljøudsagnet klimaneutral på emballage		31.10.2024

Forbrugerombudsmanden · Elhandlers vildledende markedsføring af 'grønne' elprodukter og CO2-reduktionsmålsætning	18.06.2024
Forbrugerombudsmanden · Elhandlers markedsføring af klimavenligt elprodukt underkendt for mangelfuld dokumentation af klimaeffekt	13.05.2024
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden skærper kravene til klimamarkedsføring baseret på CO2-kompensation	07.05.2024
Forbrugerombudsmanden · Virksomhed vildledte om CO2-kompensation ved manglende dokumentation	19.12.2023

§ 4

Bioplast, biokomposit og materiale-påstande

Forbrugerombudsmandens praksis viser en streng linje over for materiale-relaterede miljøpåstande:

Bioplast er plastik: I [sagen om bioplastprodukter markedsført som »plastikfrie« og »bæredygtige«](#) (november 2025) fastslog Forbrugerombudsmanden, at bioplast teknisk set karakteriseres som plastik, hvilket gør påstanden om »plastikfrie« produkter *faktuelt forkert*. Det forhold, at produkterne bestod af 94 % biologisk materiale, var ikke i sig selv tilstrækkeligt til at markedsføre dem med generelle miljøudsagn. Påstanden om 94 % mindre CO2 end konventionelle produkter krævede en omfattende livscyklusvurdering, som virksomheden ikke havde.

95 %-tærsklen for »altovervejende«: I [sagen om krydderikværne med »Based on biocomposite«](#) (august 2025) fastsatte Forbrugerombudsmanden en konkret tærskel:

»Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at en altovervejende del af et produkt som udgangspunkt må være mindst 95 % af produktet.«

Da biokompositten kun udgjorde 50-70 % af kværnens vægt, var markedsføringen vildledende uden en tydelig procentangivelse.

Bioemballage: I [sagen om bioemballage markedsført som »miljøvenlig«](#) (2023) var »bionedbrydelig« acceptabelt under visse betingelser, men »miljøvenlig« og »bioemballage for en grøn verden« krævede livscyklusdokumentation.

»100 % havplast«-briller: I [sagen om en optikerkædes briller](#) (2025) kunne dokumentationen ikke med fornøden sikkerhed lægge til grund, at plasten »rent faktisk havde været i havet og senere var blevet opsamlet fra havet.«

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 13	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af bioplastprodukter som plastikfrie og bæredygtige		26.11.2025
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende brug af miljøpåstanden ”Based on biocomposite” på krydderikværne		06.08.2025
	Forbrugerombudsmanden · Optikerkæde indskærpes regler for vildledende grøn markedsføring af briller		04.07.2025
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden vurderer brugen af miljøudsagn på bioemballage		20.07.2023

§ 5 Lovpligtige egenskaber som miljøfortrin og PFAS-fri-problematikken

Et væsentligt princip i praksis er, at virksomheder ikke må markedsføre overholdelse af lovkrav som et særligt produktfortrin. Princippet er forankret i [markedsføringslovens § 8, stk. 2](#) og er nu også kodificeret i ECGT-direktivet.

Stegepandesagen (2024): I [sagen om stegepander markedsført som »PFOA-fri«](#) (december 2024) fastslog Forbrugerombudsmanden, at PFOA og PFOS allerede er forbudte stoffer i henhold til EU's POP-forordning (2019/1021). Fraværet af disse stoffer udgør derfor ikke en særlig fordel i forhold til andre lovlige produkter. Seks af otte virksomheder fjernede markedsføringen efter henvendelse fra Forbrugerrådet TÆNK; de to resterende fik indskærpelse.

Opfølgningssagen (2025): I den efterfølgende [sag om korrigerende markedsføring af stegepander](#) (oktober 2025) fandt Forbrugerombudsmanden, at selv den *korrigerende* mærkning var vildledende. Virksomhederne havde placeret nye etiketter med tekst om, at det ikke er tilladt at markedsføre fravær af ulovlige stoffer – men selve formuleringen fastholdt fokus på PFAS-fravær og kunne dermed stadig give et indtryk af et særligt miljøfortrin.

PFAS-fri forhåndsbesked (2024): I [forhåndsbeskeden om »PFAS-fri« og »ikke tilsat PFAS«](#) (februar 2024) fastsatte Forbrugerombudsmanden detaljerede retningslinjer: »PFAS-fri« kan bruges, hvis PFAS-niveauet er under detektionsgrænsen – men det er vildledende at fremhæve egenskaben som en miljøfordel, hvis produktets materialer *almindeligvis* ikke indeholder PFAS.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 8, stk. 2
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af lovpligtige egenskaber som miljøfortrin for stegepander 24.10.2025	
	Forbrugerombudsmanden · Markedsføring af stegepander som 'PFOA-fri' var vildledende fremhævelse af lovkrav 13.12.2024	
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af anprisninger om "PFAS-fri" og "ikke tilsat PFAS" i markedsføring af køkkenredskaber 21.02.2024	

§ 6 Brændeovne, træbriketter og brændstof: sektorspecifik greenwashing

Energiprodukter har været genstand for en række markante sager, der illustrerer forholdet mellem sektorregulering og markedsføringsret.

22 brændeovnsvirksomheder (2023): I [massesagen om brændeovne og træbriketter](#) (2023) undersøgte Forbrugerombudsmanden 22 virksomheders brug af udsagn som »miljøvenlig«, »fyre op med god samvittighed« og »CO₂-neutral«. Forbrugerombudsmanden fastslog:

- Brændefyring udleder partikler og forurenende stoffer – »miljøvenlig« er egnet til at give et fejlagtigt indtryk.
- At biomasse betegnes som »CO₂-neutral« i EU's og FN's bogføringsregler, ændrer ikke ved, at træafbrænding udleder CO₂ straks.
-

Relative udsagn som »mindre miljøbelastende brændeovn« kan dog være lovlige for svanemærkede brændeovne.

Alle 22 virksomheder fik indskærpet reglerne.

Falsk svanemærkning (2023): I [sagen om brændeovne markedsført som svanemærkede](#) (november 2023) vedtog virksomheden en bøde på **125.000 kr.** for at have markedsført brændeovne som svanemærkede i 2 år, selvom de ikke var det.

Brændstof »90 % mere bæredygtig« (2025): I [sagen om brændstof markedsført som bæredygtigt](#) (oktober 2025) indrykkede en brændstofproducent annoncer med »90 % mere bæredygtig på 5 minutter«. Forbrugerombudsmanden fastslog tre centrale pointer:

1. Det sammenlignende udsagn manglede et angivet sammenligningsgrundlag.
2. »Bæredygtighed« er bredere end blot klimaeffekter – det omfatter biodiversitet, vandforbrug og sociale parametre.
3. Overholdelse af EU's VE-direktiv fritager ikke fra markedsføringslovens krav:

»Efterlevelse af særregulering, der tjener andre hensyn end markedsføringsmæssige, kan ikke automatisk udgøre dokumentation for, at et produkt mv. lovligt kan markedsføres med bæredygtighedsudsagn.«

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 6, stk. 1	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af brændstof som bæredygtigt		20.10.2025
	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed straffes for vildledende markedsføring af brændeovne som svanemærkede og miljøvenlige		17.11.2023
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af brændeovne med miljø- og CO2-neutrale påstande		16.07.2023

§ 7 Selvopfundne miljømærker og vildledende certificering

Forbrugerombudsmandens praksis viser, at selvopfundne »grønne« mærker og vildledende brug af certificeringstermer er særligt problematiske:

Eget bæredygtighedsmærke: I [sagen om en netbutiks eget bæredygtighedsmærke for lamper](#) (2022) fastslog Forbrugerombudsmanden, at miljø-, klima- og bæredygtighedsudsagn er udsagn om faktiske forhold, der skal kunne dokumenteres efter [§ 13](#). Netbutikken kunne ikke fremlægge nogen dokumentation for sit mærke.

Vildledende klimamærke: I [sagen om et klimamærke med teksten »målt og certificeret«](#) (2023) fandt Forbrugerombudsmanden, at det var vildledende at bruge ordet »certificeret« i grøn farve, når det alene var *målingen* af CO2-aftrykket – ikke selve *reduktionen* – der var certificeret. Virksomheden havde ingen verificeret plan for CO2-reduktion.

Forbrugerombudsmandens [Miljø- og etikvejledning punkt 10](#) fastslår, at *officielle* miljømærkningsordninger som Svanen og Blomsten som udgangspunkt opfylder dokumentationskravet, men at et mærke ikke må overdrives ud over ordningens faktiske indhold. Et mærke der angår *virksomheden* eller dens *ledelse* må ikke anvendes i markedsføringen af et enkelt *produkt*.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1
-----	---

Markedsføringsloven § 13

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed straffes for vildledende markedsføring af brændeovne som svanemærkede og miljøvenlige	17.11.2023
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende klimamarkedsføring og uretmæssig brug af certificeringsmærker	15.02.2023
	Forbrugerombudsmanden · Netbutik indskærpes for vildledende brug af bæredygtighedsudsagn og eget bæredygtighedsmærke	10.10.2022

§ 8 Fossile leveringer markedsført som miljøvenlige og leveringsservice-sager

Forbrugerombudsmanden har i nyere praksis specifikt behandlet spørgsmålet om, hvorvidt leveringsservices kan markedsføres med miljøudsagn, når selve transporten foregår med fossildrevne køretøjer.

I [sagen om en leveringsservice med udsagn som »sådan skåner vores levering miljøet«](#) (januar 2025) fandt Forbrugerombudsmanden, at virksomheden ikke kunne dokumentere sine miljøudsagn, selv med en ekstern livscyklusvurdering. Vurderingen afdækkede flere afgørende mangler:

- Livscyklusvurderingen dokumenterede kun *klimamæssige* forhold, ikke *miljømæssige* i bredere forstand – men udsagnene refererede til »miljøet«.
- Selv klimadokumentation var utilstrækkelig, da den ikke viste en *væsentlig* mindre belastning.
- Virksomhedens service benytter benzin- eller dieseldrevne varevogne, hvilket i sig selv belaster klimaet.

Denne sag illustrerer et kernekrav i praksis: at klimafordelen ved et produkt/en service ikke reduceres væsentligt af klimabelastende aspekter ved produktet selv.

LOV

Markedsføringsloven § 5, stk. 1

Markedsføringsloven § 6, stk. 1

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende miljømarkedsføring: Utilstrækkelig dokumentation for klima- og miljøudsagn	10.01.2025
---------	---	------------

§ 9 Lovlig grøn markedsføring: konkrete og dokumenterede udsagn

Forbrugerombudsmandens praksis er ikke udelukkende restriktiv. Konkrete, neutrale og uafhængigt verificerede miljøudsagn kan lovligt anvendes.

CO2-reduktion på emballage: I [sagen om konkret CO2-reduktionsmarkedsføring](#) (2023) vurderede Forbrugerombudsmanden, at en virksomheds angivelse af CO2-reduktion på emballagen var lovlig, fordi:

- Beregningerne var foretaget af en uafhængig instans.
- CO2-reduktionen var angivet *neutralt* med oplysning om sammenligningsgrundlaget.
- Udsagnene var *konkrete* snarere end generelle.

Forbrugerombudsmanden fremhævede, at »konkrete udsagn om miljø- eller klimafordele er lettere at dokumentere end generelle udsagn«.

Hierakiet i miljø- og etikvejledningens krav kan sammenfattes således:

Udsagnstype	Dokumentationskrav	Eksempel
Generelt, fritstående	Livscyklusvurdering; produktet skal høre til de allerbedste	»Bæredygtig«, »Miljøvenlig«
Med forklaring	Fremhævet miljøfortrin ikke sædvanligt forekommende; godtgørelse	»Fremstillet af 70 % genanvendt materiale«
Konkret og sammenlignende	Uafhængig beregning, angivet sammenligningsgrundlag	»23 % mindre CO2 end [konkret alternativ]«
Officielt mærke (Svanen/Blomsten)	Som udgangspunkt opfyldt	»Svanemærket«

Virksomheder anbefales at beskrive *konkrete handlinger* fremfor absolutte påstande – og at sikre, at ethvert sammenlignende udsagn har et tydeligt og fair sammenligningsgrundlag.

LOV

Markedsføringsloven § 5, stk. 1

Markedsføringsloven § 13

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden tillader konkret CO2-reduktionsmarkedsføring baseret på uafhængige beregninger

16.05.2023

§ 10 Sammenlignende miljøpåstande og dokumentation af CO2-aftryk

Sammenlignende miljøpåstande (»halvt så stort CO2-aftryk«, »90 % mere bæredygtig«) kræver præcis dokumentation af sammenligningsgrundlaget.

Byggematerialer og Materialepyramiden: I [sagen om vildledende CO2-aftrykpåstande for byggematerialer](#) (2024) påstod en virksomhed, at dens produkter havde halvt så stort CO2-aftryk som konkurrenternes med henvisning til Byggeriets Materialepyramide. Forbrugerombudsmanden fandt dokumentationen utilstrækkelig, bl.a. fordi tallene i Materialepyramiden havde *ændret sig flere gange inden for en kortere periode*, hvilket undergravede dokumentationsgrundlaget.

Klimavenligste hoteller: I [sagen om »Danmarks mest klimavenlige hoteller«](#) (2024) kunne virksomheden dokumentere, at de vindende hoteller var mere klimavenlige end andre *konkurrencedeltagere* – men ikke, at de var de mest klimavenlige i Danmark. En sammenligning mellem hotelophold og privatbolig blev afvist som irrelevant.

Begge sager illustrerer, at sammenlignende påstande skal:

- Have et præcist angivet og relevant sammenligningsgrundlag.
- Bygge på stabil og verificerbar datagrundlag.
- Ikke overskride, hvad dokumentationen faktisk dækker.

LOV

Markedsføringsloven § 13

Markedsføringsloven § 20, stk. 1

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring om Danmarks mest klimavenlige hoteller

17.07.2024

Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring om miljøpåvirkning og manglende dokumentation af CO2-aftryk

23.05.2024

§ 11 EU-direktivet om styrkelse af forbrugere i den grønne omstilling (2024/825) og kommende lovændringer

[EU-direktiv 2024/825](#) – populært kaldet ECGT-direktivet (Empowering Consumers for the Green Transition) – ændrer direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF) ved at udvide den såkaldte »sortliste« med specifikke greenwashing-forbud. Direktivet gennemføres i dansk ret ved [lov nr. 558 af 27. maj 2025](#) med ikrafttræden den **27. september 2026**.

De vigtigste nye forbud (som tilføjes bilag I til UCPD og dermed er *absolutte* – de kræver ingen konkret vildledningsvurdering):

- **Nr. 4a:** Forbud mod generiske miljøanprisninger (»miljøvenlig«, »grøn«, »klimavenlig« osv.) uden anerkendte fremragende miljøpræstationer. Farvebrug og billeder kan i sig selv udgøre en generisk anprisning.
- **Nr. 4b:** Forbud mod miljøanprisninger der vedrører hele produktet, når de kun dækker ét aspekt.
- **Nr. 4c:** Absolut forbud mod at hævde, at et produkt har neutral, reduceret eller positiv klimaindvirkning baseret på *kompensation for drivhusgasemissioner*.

Derudover ændres [§ 5, stk. 2, nr. 2](#) til eksplicit at nævne, at vildledning kan vedrøre *miljømæssige og sociale karakteristika samt cirkularitetsaspekter* som holdbarhed og reparationsmuligheder.

Den danske gennemførelse tilføjer desuden nye krav om, at fremtidige miljøpræstationspåstande (§ 5, stk. 2, nr. 12) kun må fremsættes, når de understøttes af klare, objektive, offentligt tilgængelige og verificerbare forpligtelser i en detaljeret gennemførelsesplan verificeret af en uafhængig tredjepart.

Forbrugerombudsmandens eksisterende praksis er allerede i vid udstrækning på linje med ECGT-direktivets krav – direktivet *kodificerer* de principper, der allerede er etableret i dansk håndhævelsespraksis, og gør dem til absolutte forbud.

LOV

[Markedsføringsloven § 5, stk. 2](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden skærper kravene til klimamarkedsføring baseret på CO2-kompensation

07.05.2024

§ 12 Sanktionsniveauer og håndhævelsesredskaber

Forbrugerombudsmandens håndhævelse af greenwashing-reglerne sker gennem et gradueret sanktionssystem:

Indskærpelse: Det hyppigste redskab i greenwashing-sager. Virksomheden får en bindende henstilling om at bringe markedsføringen i overensstemmelse med loven. Langt de fleste sager i denne praksisoversigt er afsluttet med indskærpelse – ofte fordi virksomheden frivilligt har ændret markedsføringen under sagens behandling.

Forhåndsbesked: Virksomheder kan proaktivt anmode Forbrugerombudsmanden om en vurdering af påtænkt markedsføring. Flere sager er afgjort som forhåndsbeskeder, herunder sagen om »klimaneutral« på emballage og sagen om biokomposit-krydderikværne.

Politianmeldelse og bøde: Ved grovere eller gentagne overtrædelser:

Sag	Overtrædelse	Bøde
Falsk svanemærkning af brændeovne (2023)	Markedsført som svanemærkede i 2 år	125.000 kr.
Brændstof som bæredygtigt (2025)	Udokumenteret »90 % mere bæredygtig«	Pålagt at indstille markedsføringen

Bødeudmålingen sker efter [markedsføringslovens § 37, stk. 6](#), hvor der lægges vægt på overtrædelsens grovhed og den erhvervsdrivendes omsætning. Ved grænseoverskridende sager kan bøden efter § 37, stk. 8, udgøre op til 4 % af den erhvervsdrivendes årlige omsætning i de berørte medlemsstater.

Generelt viser praksis en tendens mod skærpede sanktioner i takt med, at greenwashing er blevet et politisk og regulatorisk fokusområde. Gennemførelsen af ECGT-direktivet i 2026 forventes at øge antallet af sager der fører til bøder, fordi de nye sortliste-forbud fjerner behovet for en konkret vildledningsvurdering.

LOV [Markedsføringsloven § 37, stk. 3, 6](#)

PRAKSIS **Forbrugerombudsmanden** · Vildledende markedsføring af brændstof som bæredygtigt 20.10.2025
Forbrugerombudsmanden · Virksomhed straffes for vildledende markedsføring af brændeovne som svanemærkede og miljøvenlige 17.11.2023

§ 13 Sammenfatning og afgrænsning til beslægtede emner

Forbrugerombudsmandens praksis om greenwashing tegner et klart og konsekvent billede: den erhvervsdrivende bærer den fulde bevisbyrde for rigtigheden af miljøpåstande, og generelle udsagn uden livscyklusdokumentation underkendes næsten uden undtagelse. Praksis kan opsummeres i fire grundregler:

- Generelt = strengt:** Jo bredere og mere absolut miljøudsagnet er, desto strengere dokumentationskrav.
- Konkret = lettere:** Præcise, neutrale og uafhængigt verificerede påstande med angivet sammenligningsgrundlag har bedre chancer for at bestå.
- Lovpligtigt ≠ miljøfortrin:** Overholdelse af lovkrav eller sektorregulering kan aldrig udgøre et særligt markedsføringsmæssigt fortrin.
- Snart kodificeret:** Fra september 2026 bliver flere af disse principper til absolutte forbud via ECGT-direktivet.

Denne praksisoversigt dækker specifikt miljø- og bæredygtighedspåstande. For beslægtede emner henvises til:

- [Generel vildledende markedsføring](#) uden specifikt grønt tema.
- [Vildledende markedsføring online](#) for dark patterns og prismarkedsføring.
- [Skjult reklame fra influencers](#) for produktplacering, herunder grønne produkter.

REFERENCE Lovgrundlag

5 paragraffer

Markedsføringsloven § 5	stk. 1	Markedsføringsloven § 6	stk. 1
Markedsføringsloven § 8	stk. 1-2	Markedsføringsloven § 13	

MATERIALE Citerede afgørelser

27 afgørelser

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS

27

26.11.2025	Vildledende markedsføring af bioplastprodukter som plastikfrie og bæredygtige
24.10.2025	Vildledende markedsføring af lovpligtige egenskaber som miljøfortrin for stegepander
20.10.2025	Vildledende markedsføring af brændstof som bæredygtigt
06.08.2025	Vildledende brug af miljøpåstanden "Based on biocomposite" på krydderikværne
04.07.2025	Optikerkæde indskærpes regler for vildledende grøn markedsføring af briller
10.01.2025	Vildledende miljømarkedsføring: Utilstrækkelig dokumentation for klima- og miljøudsagn
13.12.2024	Markedsføring af stegepander som 'PFOA-fri' var vildledende fremhævelse af lovkrav
31.10.2024	Krav om umiddelbar forklaring ved brug af miljøudsagnet klimaneutral på emballage
17.07.2024	Vildledende markedsføring om Danmarks mest klimavenlige hoteller
18.06.2024	Elhandlers vildledende markedsføring af 'grønne' elprodukter og CO2-reduktionsmålsætning
23.05.2024	Vildledende markedsføring om miljøpåvirkning og manglende dokumentation af CO2-aftryk
23.05.2024	Vildledende markedsføring af byggeprojekter som "bæredygtige" og "klimaneutrale" over for erhvervsdrivende
13.05.2024	Elhandlers markedsføring af klimavenligt elprodukt underkendt for mangelfuld dokumentation af klimaeffekt
07.05.2024	Forbrugerombudsmanden skærper kravene til klimamarkedsføring baseret på CO2-kompensation
21.02.2024	Forbrugerombudsmandens vurdering af anprisninger om "PFAS-fri" og "ikke tilsat PFAS" i markedsføring af køkkenredskaber
19.12.2023	Virksomhed vildledte om CO2-kompensation ved manglende dokumentation
17.11.2023	Virksomhed straffes for vildledende markedsføring af brændeovne som svanemærkede og miljøvenlige
15.08.2023	Vildledende markedsføring af køkkener som bæredygtige og miljøvenlige uden tilstrækkelig dokumentation
20.07.2023	Forbrugerombudsmanden vurderer brugen af miljøudsagn på bioemballage
16.07.2023	Vildledende markedsføring af brændeovne med miljø- og CO2-neutrale påstande

16.05.2023	Forbrugerombudsmanden tillader konkret CO2-reduktionsmarkedsføring baseret på uafhængige beregninger
15.02.2023	Vildledende klimamarkedsføring og uretmæssig brug af certificeringsmærker
13.12.2022	Vildledende markedsføring af legetøj som bæredygtigt og miljøvenligt
15.11.2022	Virksomhed indskærpes for vildledende bæredygtighedsudsagn uden tilstrækkelig dokumentation
10.10.2022	Vildledende brug af bæredygtighedsudsagn i markedsføring af tekstilprodukter
10.10.2022	Netbutik indskærpes for vildledende brug af bæredygtighedsudsagn og eget bæredygtighedsmærke
29.05.2020	Vildledende miljømarkedsføring af batterier: Manglende dokumentation for bæredygtighedspåstande

02

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over forbrugerbeskyttelse (forbrugeraftaleloven + aftaleloven § 38)

Fortrydelsesret, oplysningspligt og tilsidesættelse af urimelige vilkår

Version 2 · Opdateret 16. jul. 2026 · 55 afgørelser · 1980-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Forbrugerbeskyttelsen i dansk formueret hviler på to spor, der griber ind i hinanden: forbrugeraftalelovens præceptive regler om uanmodet henvendelse, oplysningspligt før aftaleindgåelsen, fortrydelsesret ved fjernsalg og opsigelse af løbende aftaler – og aftalelovens kapitel IV (§§ 38 a-38 d), der gennemfører direktiv 93/13/EØF og skærper § 36's generalklausul over for erhvervsdrivende, som anvender standardvilkår. Praksis skabes overvejende af Forbrugerombudsmanden og Forbrugerklagenævnet, mens domstolene griber ind i de principielle sager – senest Højesterets dom af 7. december 2023 om abonnementsfælder i netbutikker. Gennemgående mønstre er, at undtagelser fra fortrydelsesretten fortolkes snævert, at tilsidesat oplysningspligt rammer den erhvervsdrivende civilretligt og ikke blot bødemæssigt, og at standardiserede gebyrer uden sammenhæng med det konkrete tab tilsidesættes som urimelige.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Undtagelserne fra fortrydelsesretten i forbrugeraftalelovens § 18, stk. 2, er undtagelsesbestemmelser, der skal fortolkes snævert – tilskæring af standardvarer i metermål gør dem ikke "specialfremstillede".
- 02 Fortrydelsesretten udøves ved en utvetydig erklæring; ordvalget er uden betydning, så "jeg afbestiller" er en gyldig fortrydelse.
- 03 Fortrydelsesretten kan udøves før varen er leveret, og fortrydes der inden afsendelse, kan forbrugeren ikke pålægges omkostninger.
- 04 Samtykke til bortfald af fortrydelsesretten kan ikke indhentes ved, at forbrugeren accepterer generelle salgs- og leveringsbetingelser – det kræver et særskilt, udtrykkeligt samtykke.
- 05 En hjemmeside er ikke et varigt medium; oplysning om fortrydelsesret alene på hjemmesiden opfylder ikke oplysningspligten og forlænger fortrydelsesfristen.
- 06 Ibrugtagning af en vare er som hovedregel ikke i sig selv til hinder for fortrydelse – det kræver, at forbrugeren udtrykkeligt er gjort opmærksom på, at brug afskærer retten.

- 07 Fortsat brug af varen efter at fortrydelsen er meddelt afskærer derimod fortrydelsesretten, fordi varen ikke længere kan tilbagegives i væsentlig samme stand.
- 08 Uenighed om størrelsen af et værdiforringelsesfradrag berettiger ikke forbrugeren til at tilbageholde varen ud over returneringsfristen.
- 09 Efter forbruger aftalelovens § 12 er forbrugeren slet ikke bundet af en elektronisk bestilling, hvis betalingsforpligtelsen ikke er angivet klart og tydeligt og bestillingsknappen ikke er korrekt mærket.
- 10 Højesteret pålagde ved dom af 7. december 2023 netbutikker at tilbagebetale abonnementsbetalinger af egen drift, når § 12's oplysningskrav ikke var opfyldt.
- 11 Ensidige ændringsvilkår, der giver den erhvervsdrivende en reelt ubegrænset adgang til at hæve priser eller indføre nye gebyrer uden individuelt og rimeligt varsel, er urimelige og ugyldige efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36.
- 12 Et standardiseret gebyr, der fastsættes på forhånd uden hensyn til det konkrete direkte økonomiske tab, stiller forbrugeren væsentligt ringere end almindelige erstatningsretlige principper og tilsidesættes.
- 13 Et byrdefuldt gebyr er derimod ikke urimeligt alene fordi det er byrdefuldt – er det klart oplyst før aftaleindgåelsen og sædvanligt i branchen, opretholdes det.
- 14 Uklare standardvilkår fortolkes efter aftalelovens § 38 b mest gunstigt for forbrugeren, og den erhvervsdrivende har bevisbyrden for individuel forhandling.
- 15 Usædvanligt byrdefulde vilkår, der ikke er særligt fremhævet, anses ikke for gyldigt vedtaget.
- 16 Forbrugeren kan efter forbruger aftalelovens § 28, stk. 1, opsiges løbende aftaler med 1 måneds varsel efter 5 måneder, og der kan ikke aftales et længere opsigelsesvarsel.
- 17 Automatisk fornyelse af et abonnement med en ny bindingsperiode er i strid med forbruger aftalelovens præceptive opsigelsesregler.
- 18 Bødeniveauet for uanmodet telefonisk henvendelse efter forbruger aftalelovens § 4, stk. 1, er skærpet markant – fra 125.000-210.000 kr. til 400.000-700.000 kr. i de nyeste sager.
- 19 Et samtykke indhentet via leadvirksomheders onlinekonkurrencer opfylder normalt ikke kravet om en forudgående, udtrykkelig anmodning fra forbrugeren.
- 20 Betaling for ydelser ud over hovedydelsen kræver forbrugers udtrykkelige samtykke før aftaleindgåelsen, og betalinger opnået i strid hermed kan kræves tilbagebetalt, jf. § 31.

To spor i retsgrundlaget: forbruger aftaleloven og aftalelovens kapitel IV

Forbrugerbeskyttelsen ved aftaleindgåelse hviler på to selvstændige, men samvirkende regelsæt.

Forbrugerftaleloven regulerer *adfærden omkring* aftalen: forbuddet mod uanmodet henvendelse (§ 4, stk. 1), oplysningspligten inden aftaleindgåelsen (§ 8, stk. 1), formkravene ved elektronisk aftaleindgåelse (§ 12-), fortrydelsesretten ved fjernsalg og aftaler uden for forretningsstedet (§ 18) samt opsigelse af løbende aftaler (§ 28). Loven gennemfører [forbrugerrettighedsdirektivet 2011/83/EU](#) og er som udgangspunkt totalharmoniseret.

Aftalelovens kapitel IV regulerer *indholdet af* aftalen. § 38 a definerer forbrugerftalen og placerer bevisbyrden hos den erhvervsdrivende:

Ved en forbrugerftale forstås i denne lov en aftale, som en erhvervsdrivende indgår som led i sit erhverv, når den anden part (forbrugeren) hovedsagelig handler uden for sit erhverv. Den erhvervsdrivende har bevisbyrden for, at en aftale ikke er en forbrugerftale.

§ 38 b rummer uklarhedsreglen og kravet om, at skriftlige aftaler skal være udarbejdet klart og forståeligt. § 38 c skærper generalklausulen i § 36:

Såfremt det vil være stridende mod hæderlig forretningskik og bevirke en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren at gøre et aftalevilkår gældende, gælder de i § 36, stk. 1, nævnte retsvirkninger også, idet forbrugeren dog i så fald kan kræve, at den øvrige del af aftalen skal gælde uden ændringer, hvis dette er muligt.

De to led – «hæderlig forretningskik» og «betydelig skævhed» – er den danske gennemførelse af [artikel 3 i direktiv 93/13/EØF](#). Direktivets vejledende bilagsliste anvendes direkte af nævnene: i **1998-4051/7-663** henviste Forbrugerklagenævnet til bilagets pkt. 1, litra e, og i **2006-541/-86** til pkt. 1, litra l, om ensidige prisforhøjelser. Endelig sikrer § 38 d, at et lovvalg til fordel for et land uden for EØS ikke kan bruges til at omgå beskyttelsen mod urimelige vilkår.

Bemærk, at § 36 blev indsat i sin nuværende form ved **lov nr. 250 af 12. juni 1975**, hvis forarbejder byggede på professor Stig Jørgensens redegørelse om formuerettens generalklausuler; kapitel IV med §§ 38 a-38 d kom først til ved gennemførelsen af 93/13-direktivet.

Aktualitet: forbrugerftaleloven er senest bekendtgjort 7. oktober 2025, og der er ingen vedtagne, ikke-konsoliderede ændringer. Der venter dog en ændring med virkning fra **27. september 2026**, hvor **lov nr. 12 af 28. maj 2025 om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugerftaler og forbrugerklageloven** (gennemførelse af ECGT-direktivet om forbrugernes rolle i den grønne omstilling) omnummererer oplysningskravene i § 8, så henvisningerne i § 12, stk. 1, 2. pkt., ændres fra «nr. 1, 6, 7, 19 og 20» til «nr. 1, 6, 7, 17, 21 og 22». Ændringen tilføjer bl.a. oplysningspligt om producentgarantier for holdbarhed og om softwareopdateringsperioder. Numrene i afgørelser fra før denne dato skal derfor læses med forsigtighed.

LOV

[Aftaleloven § 36](#)[Aftaleloven § 38a](#)[Aftaleloven § 38b](#)[Aftaleloven § 38c](#)[Aftaleloven § 38d](#)[Forbrugerftaleloven § 4, stk. 1](#)[Forbrugerftaleloven § 8, stk. 1](#)[Forbrugerftaleloven § 12](#)[Forbrugerftaleloven § 18](#)[Forbrugerftaleloven § 28](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Uvarslet prisstigning på fitnessabonnement giver ret til øjeblikkelig opsigelse

05.12.2007

Forbrugerklagenævnet · Uopsigeligheidsklausul i lejeaftale for telefax vurderet urimelig

31.12.1999

Fjernsalgsbegrebet – og når hjemmesiden fremstår som fjernsalg uden at være det

§ 2

Fortrydelsesretten hænger på kvalifikationen. Efter § 3, nr. 4 er en fjernsalgsaftale enhver aftale, der frem til aftaleindgåelsen udelukkende indgås ved fjernkommunikation og som led i et system for fjernsalg drevet af den erhvervsdrivende. Begge betingelser skal være opfyldt.

Den mest lærerige afgørelse er **01-09-7661**, hvor en forbruger reserverede et tv online og afhentede og betalte det i butikken. Forbrugerklagenævnet nåede først frem til, at der formelt *ikke* var tale om fjernsalg, fordi den endelige aftale blev indgået fysisk, og forbrugeren kunne annullere reservationen. Nævnet gav alligevel forbrugeren medhold: hjemmesiden fremstod som en fjernsalgsplatform med «Varekurven», krav om accept af betingelser og e-mærket, og butikken oplyste ikke tydeligt, at der *ikke* var tale om fjernsalg. Under disse omstændigheder skulle den erhvervsdrivendes egne returbetingelser fortolkes i lyset af forbrugeraftalelovens fortrydelsesregler. Afgørelsen viser, at den erhvervsdrivende bærer risikoen for det indtryk, hans salgskanal skaber – kvalifikationen kan ikke reddes af en formalitet, når fremtoningen er en anden.

I **2005-4112/7-122** blev et komfur købt via en hjemmeside kvalificeret som fjernsalg efter § 4 i den dagældende lov, og i **01-12-2048** viser nævnet, hvordan værneting og lovvalg afgøres, når forbrugeren bestiller i udlandet, men får varerne leveret i Danmark: aftalen blev bedømt efter dansk ret, fordi kontrakten var på dansk, betalingen skete i kroner, leveringen skete til Danmark, og korrespondancen var dansk.

Aftaler indgået **uden for den erhvervsdrivendes forretningssted** er sidestillet med fjernsalg i § 18, stk. 1 og defineret i § 3, nr. 5. Det er hjemmesalgssituationen i **1999-421/7-15** (grydesæt solgt under hjemmebesøg) og **2005 4012/7-639** (brugt fjernsyn solgt til en 81-årig i hendes hjem).

LOV	Forbrugeraftaleloven § 3	Forbrugeraftaleloven § 4	Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 1
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet Forbrugerklagenævnet · Forbruger får medhold i sag om skadet komfur under returtransport Forbrugerklagenævnet · Uanmodet salg af brugt fjernsyn på bopæl – ugyldig aftale Forbrugerklagenævnet · Ugyldig købsaftale grundet manglende oplysning om fortrydelsesret ved hjemmesalg af grydesæt		
			29.09.2010
			21.06.2007
			03.11.2006
			31.12.2001

Fortrydelsesrettens udøvelse: den utvetydige erklæring og fristens forløb

§ 3

Fortrydelse udøves ved en utvetydig erklæring inden fristens udløb. Praxis er formfri, men konsekvent på tre punkter.

Ordvalget er uden betydning. I **14/10093** skrev forbrugeren fem dage efter bestillingen: «Har bestilt en forstærker men ønsker den ikke alligevel da manden ikke vil have den. Derfor afbestiller jeg den.» Nævnet fandt, at formuleringen opfyldte kravet om en utvetydig erklæring, og at anvendelsen af ordet «afbestille» ikke ændrede ved, at der var tale om en klar tilkendegivelse af fortrydelsesret.

Fortrydelse kan ske før levering. Samme afgørelse fastslår, at retten til at fortryde indtil 14 dage efter levering «også indebærer en ret til at fortryde købet, inden varen er leveret». I **2005-4031/7-1498** fortrød en forbruger en computer, efter at fragtselskabet havde oplyst, at varen endnu ikke var indleveret til forsendelse. Nævnet

henviste til forarbejderne og fastslog, at forbrugeren ikke kan pålægges omkostninger ved fortrydelse, når meddelelsen gives, inden varen er afsendt – den erhvervsdrivende måtte tilbagebetale hele det fratrukne beløb på 743,75 kr.

Omstændighederne kan modvirke en påberåbelse. Modstykket er **2006-4031/7-2146**, hvor en forbruger først returnerede et bundkort under påberåbelse af en mangel, fik det ombyttet, og otte dage efter modtagelsen af det ombyttede kort returnerede det igen – nu under påberåbelse af fortrydelsesretten. Nævnet accepterede, at det ikke kræves, at forbrugeren *udtrykkeligt* påberåber sig fortrydelsesretten, men fandt konkret, at omstændighederne ved den første returnering og forsinkelsen ikke gav den erhvervsdrivende grund til at tro, at fortrydelsesretten blev udnyttet. Forbrugeren var desuden behørigt informeret om sin ret. Sagerne tegner tilsammen billedet: formfrihed ja – men forbrugers adfærd skal samlet set kunne læses som en fortrydelse.

Fristen løber fra dagen efter levering. I **2003-4012/7-335** blev en dvd-afspiller afhentet 30. august og returneret 13. september; nævnet fastslog, at fristen begynder dagen efter leveringsdatoen, og at returneringen derfor var rettidig.

LOV	Forbrugerftaleloven § 19	Forbrugerftaleloven § 20	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbruger fik medhold i fortrydelse af køb af forstærker		20.02.2015
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort		17.12.2007
	Forbrugerklagenævnet · Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling		27.08.2007
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt		07.07.2004

§ 4 Undtagelserne i § 18, stk. 2, fortolkes snævert

§ 18, stk. 2 opregner 15 undtagelser fra fortrydelsesretten. Praksis behandler dem gennemgående som ægte undtagelsesbestemmelser med tilsvarende snæver fortolkning.

Specialfremstillede varer (nr. 3). I **Forbrugerombudsmandens forhåndsbesked af 22. marts 2017** solgte en virksomhed reb, tov og kæder i metermål online; varerne blev tilskåret efter bestilling og enderne eventuelt brændt. Forbrugerombudsmanden fandt, at varerne ikke var specialfremstillede: de blev solgt i standardmål og ikke efter særlige specifikationer fra forbrugerne, og tilpasningen forhindrede ikke videresalg. Det blev udtrykkeligt fremhævet, at § 18, stk. 2, nr. 3 «er en undtagelsesbestemmelse, som skal fortolkes snævert». Samme linje i **Forbrugerombudsmandens afgørelse af 17. august 2011**, hvor et generelt vilkår om, at bestillingsvarer var undtaget fra fortrydelsesretten, blev anset for stridende mod loven.

Forseglede hygiejneverer (nr. 5). I **18/11434** afviste en sælger fortrydelsesret på en madras med brudt plastemballage. Forbrugerklagenævnet henviste til [artikel 16, litra e, i forbrugerrettighedsdirektivet](#) og til **EU-Domstolens dom af 27. marts 2019 i sag C-681/17**, hvorefter undtagelsen ikke omfatter madrasser. Fortrydelsesretten var derfor i behold trods brudt emballage. Tilsvarende blev en møbelvirksomheds vilkår om, at fortrydelsesretten bortfaldt ved brudt emballage, kritiseret i **Forbrugerombudsmandens afgørelse af 16. marts 2022** med den begrundelse, at vilkåret er i strid med loven, hvis varen normalt udstilles uden emballage.

Samtykke til bortfald. Hvor loven tillader, at fortrydelsesretten ophører mod forbrugers forudgående udtrykkelige samtykke – i dag § 18, stk. 2, nr. 2 for påbegyndte tjenesteydelser – stiller praksis skarpe krav til samtykkets form. I **Forbrugerombudsmandens forhåndsbesked af 17. november 2010** drev en

erhvervsdrivende en webshop, hvor forbrugere uploadede PDF-filer til tryk, og havde indsat et vilkår om, at forbrugeren ved accept af salgs- og leveringsbetingelserne samtidig accepterede, at fortrydelsesretten bortfaldt. Forbrugerombudsmanden godkendte ikke vilkåret: samtykket kunne ikke anses for indhentet ved en accept af de generelle betingelser. Princippet er, at samtykke til at opgive en præceptiv rettighed ikke kan bakes ind i standardvilkårene.

Grænsetilfælde ved forsyningsaftaler. I **Forbrugerombudsmandens afgørelse af 17. oktober 2022** afviste et elsselskab en forbrugers fortrydelse af en strømaftale med henvisning til, at aftalen var registreret som en «tilflytning». Forbrugerombudsmanden fandt, at der reelt var indgået en aftale om levering af strøm, at fortrydelsen efter §§ 18 og 19 var rettidig, og at afvisningen var i strid med god markedsføringsskik. Betaling for strøm leveret i perioden fra aftalens indgåelse til fortrydelsen skulle afregnes efter § 25.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2	Forbrugeraftaleloven § 19	Forbrugeraftaleloven § 25
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Elsskabs afvisning af fortrydelsesret på strømaftale vurderes som vildledende markedsføring		
	17.10.2022		
	Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt		
	16.03.2022		
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved salg af reb, tov og kæder i metermål		
	22.03.2017		
Forbrugerombudsmanden · Vilkår om undtagelse af fortrydelsesret for bestillingsvarer i strid med Forbrugeraftaleloven			
17.08.2011			
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden godkender ikke vilkår om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgs- og leveringsbetingelser			
17.11.2010			
Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen			
15.10.2019			

§ 5 Oplysningspligtens civilretlige sanktion: forlænget frist og manglende binding

Den vigtigste lære af praksis er, at oplysningspligten ikke blot er en offentligretlig ordensforskrift. Tilsidesættelse rammer den erhvervsdrivende dér, hvor det gør ondt: i aftalens bindende kraft.

Hjemmesiden er ikke et varigt medium. Dette er den mest gentagne præmis i hele materialet. I **2003-4012/7-335** fremgik oplysningen om fortrydelsesret alene af den erhvervsdrivendes hjemmeside; nævnet fastslog, at en internethjemmeside ikke er et varigt medium, og at fortrydelsesretten derfor blev forlænget til tre måneder fra leveringen. Samme resultat i **01-08-8912** (digital lydoptager), **2003-441/7-100** (vaskemaskine) og **2006-4111/7-150** (køleskab). Definitionen af varigt medium står i dag i § 3, nr. 8, og oplysningerne skal ved fjernsalg gives efter § 11, herunder med standardfortrydelsesformularen efter § 11, stk. 2.

Manglende oplysning smitter af på fremgangsmåden. I **01-08-8912** returnerede forbrugeren varen til den erhvervsdrivendes underleverandør i stedet for til den erhvervsdrivende selv. Nævnet accepterede returneringen, netop fordi den erhvervsdrivende ikke havde oplyst om den korrekte fremgangsmåde, og afsenderens adresse fremgik af følgesedlen. Den, der ikke oplyser, kan ikke påberåbe sig, at forbrugeren gjorde det forkert.

Ved hjemmesalg: aftalen er slet ikke bindende. I **1999-421/7-15** havde en sælger under et hjemmebesøg solgt et grydesæt til 11.900 kr. Købekontrakten indeholdt ganske vist oplysninger om fortrydelsesret, men forbrugeren modtog dem ikke ved leveringen. Efter den dagældende lovs § 7, stk. 1 og 2, var aftalen dermed

ikke bindende – og da sælgeren havde formidlet finansieringen, kunne ugyldigheden også gøres gældende over for den finansierende tredjemand. Reglen om, at en tilknyttet aftale falder med hovedaftalen, findes i dag i § 26, hvorefter forbrugeren heller ikke kan pålægges gebyr eller erstatning som følge af bortfaldet.

Men ugyldigheden kan fortabes ved passivitet. I 2004-662/7-100 havde en erhvervsdrivende solgt persiennen uden for sit faste forretningssted uden at give oplysning om fortrydelsesretten. Aftalen var derfor som udgangspunkt ikke bindende. Forbrugeren påberåbte sig imidlertid først ugyldigheden ca. et år efter købet – og havde forinden i et svarskrift foreslået forlig mod prisnedslag. Nævnet fandt, at forbrugeren havde udvist retsfortabende passivitet. Beskyttelsen er præceptiv, men ikke evig.

Forbrugerombudsmandens sagsportefølje viser, at oplysningssvigt også håndhæves administrativt: i **afgørelsen af 4. maj 2009** om internetsalg af smykker blev reglerne indskærpet efter forhandling, og i **afgørelsen af 16. marts 2022** blev en møbelvirksomhed kritiseret for hverken at stille standardfortrydelsesformularen til rådighed, oplyse om mangelsbeføjelser eller linke til den europæiske klageportal. Modsat viser **Forbrugerombudsmandens omtale af landsrettens dom af 17. juli 2014**, at den strafferetlige vej ikke altid fører igennem: selskabet blev frifundet i en sag om manglende oplysning om fortrydelsesret ved fjernsalg.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 3	Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1
	Forbrugeraftaleloven § 11, stk. 2	Forbrugeraftaleloven § 26
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt 24.09.2009 Forbrugerklagenævnet · Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret 20.12.2007 Forbrugerklagenævnet · Afvisning af fortrydelsesret ved køb af vaskemaskine efter ibrugtagning 23.05.2005 Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt 07.07.2004 Forbrugerklagenævnet · Ugyldig købsaftale grundet manglende oplysning om fortrydelsesret ved hjemmesalg af grydesæt 31.12.2001 Forbrugerklagenævnet · Retsfortabende passivitet ved manglende oplysning om fortrydelsesret 01.01.1980 Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt 16.03.2022 Forbrugerombudsmanden · Landsretten frifinder selskab i sag om manglende oplysning om fortrydelsesret ved fjernsalg 17.07.2014 Forbrugerombudsmanden · Manglende oplysning om fortrydelsesret ved internetsalg af smykker 04.05.2009	

Knappen der binder: § 12 og Højesterets opgør med abonnementsfælder

§ 6

§ 12 er forbrugeraftalelovens skarpeste civilretlige våben. Bestemmelsen kræver, at en betalingsforpligtelse ved elektronisk aftaleindgåelse angives «klart og tydeligt på det sted, hvor bestillingen afgives», at de centrale oplysninger gentages «tydeligt og i fremhævet form» umiddelbart før bestillingen, og at en bestillingsknap mærkes «ordre med betalingsforpligtelse» el.lign. Sanktionen står i § 12, stk. 3: *forbrugeren er alene bundet, hvis kravene er overholdt.*

Forarbejderne til bestemmelsen – der gennemfører artikel 8, stk. 2, i forbrugerrettighedsdirektivet – forklarer hensynet:

Hensigten med den foreslåede bestemmelse er at sikre, at forbrugeren er i stand til at afgøre, på hvilket tidspunkt vedkommende påtager sig betalingsforpligtelsen. Dette kan eksempelvis være uklart i situationer, hvor forbrugere

bekræftelse af aftalen eller en bestilling sker tidligt i bestillingsprocessen, f.eks. inden øvrige sædvanlige bestillingstrin, herunder angivelse af leverings- og fakturaadresse, er gennemført.

Og videre om placeringen:

Hensigten med den foreslåede bestemmelse er navnlig at sikre, at forbrugeren ved aftaler, der indgås via hjemmesider, er i stand til fuldt ud at læse og forstå de vigtigste elementer i aftalen, før forbrugeren afgiver sin ordre, hvorfor disse elementer skal angives i tæt tilknytning til den bekræftelse, der kræves for at afgive ordren.

Forarbejderne understreger, at gentagelsespligten gælder, *selv om* alle oplysninger allerede er givet efter § 8, stk. 1 – den erhvervsdrivende «på ny skal gøre forbrugeren opmærksom på de ovenfor nævnte oplysninger umiddelbart før, forbrugeren afgiver sin bestilling».

Denne konstruktion blev afgørende i **Højesterets dom af 7. december 2023**, refereret i

Forbrugerombudsmandens sag om abonnementsfælder. Forbrugerombudsmanden havde stævnet tre netbutikker efter over 865 klager over automatiske abonnementsbetalinger på 89-119 kr./md.

for «medlemspriser», som mange forbrugere ikke havde opdaget. Sø- og Handelsretten gav

Forbrugerombudsmanden medhold i, at forbrugerne ikke var bundet, jf. § 12, stk. 3, og nedlagde forbud mod opkrævningen og markedsføringen – men pålagde kun netbutikkerne at *orientere* forbrugerne om, at de kunne rejse krav. Højesteret stadfæstede med den ændring, at netbutikkerne **selv skulle tilbagebetale** de uretmæssigt opkrævede beløb, medmindre det enkelte krav var forældet, idet betingelserne for påbud om tilbagebetaling i [markedsføringslovens § 24](#) var opfyldt. Dommen flytter byrden: den erhvervsdrivende, der har konstrueret en uklar bestillingsflow, skal selv rydde op.

Parallelt hertil ligger **Sø- og Handelsrettens dom af 15. marts 2016** om bilvurderinger: et selskab mente, at der var indgået aftale om køb af en bilvurdering, blot fordi forbrugeren indtastede sin nummerplade og klikkede videre fra forsiden. Retten fastslog, at selskabet ikke måtte opkræve betaling, og at de forbrugere, der havde betalt, kunne kræve pengene tilbage. Et klik er ikke en aftale, når prisen ikke er tydeligt oplyst.

LOV

[Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1](#)

[Forbrugeraftaleloven § 12](#)

[Markedsføringsloven § 24](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning 07.12.2023

Forbrugerombudsmanden · Sø- og Handelsretten fastslår uretmæssig opkrævning for bilvurderinger bestilt via hjemmesideformular 15.03.2016

§ 7 Ibrugtagning, værdiforringelse og returomkostninger ved fortrydelse

Fortrydelse er ikke gratis for forbrugeren – men den erhvervsdrivende kan kun fradrage det, loven hjemler.

Ibrugtagning afskærer som udgangspunkt ikke fortrydelse. Under den nugældende lov hæfter forbrugeren for værdiforringelse efter § 24, stk. 5, hvis håndteringen går ud over, hvad der er nødvendigt for at fastslå varens art, egenskaber og funktion. I **01-09-7661** havde forbrugeren blot forsøgt at søge efter kanaler på et tv – det var ikke til hinder for tilbagelevering i væsentlig samme stand. Under den ældre lov var reglen strengere formuleret, men også dér var udgangspunktet klart: i **2006-4111/7-150** fastslog nævnet, at ibrugtagning af et køleskab ikke i sig selv hindrede fortrydelse, når forbrugeren ikke *udtrykkeligt* var gjort opmærksom på det. Grænsen blev nået i **2003-441/7-100**, hvor et flertal på 3 mod 2 fandt, at en enkelt tøjvask afskar fortrydelsen; flertallet

lagde vægt på, at en vaskemaskine kræver tilslutning til vand og el, ikke let lader sig rengøre, og at man ikke kan afprøve den med tøj i en fysisk butik. Nævnet citerede forarbejderne:

Bestemmelsen kan kun påberåbes af sælgeren, såfremt ibrugtagningen konkret er af en sådan art, at den må antages at have mindsket varens salgsværdi, og forbrugeren under hensyn til varens art måtte være klar over denne følge af ibrugtagningen.

Fortsat brug efter fortrydelsen afskærer derimod retten. Det er den skarpe sondring i **2006-4111/7-150**: ibrugtagningen før fortrydelsen var uskadelig, men forbrugeren fortsatte med at bruge køleskabet, efter at han havde meddelt fortrydelsen – og så kunne varen ikke tilbagegives i væsentlig samme stand.

Beregningen af værdiforringelse. **20/07352** er den bedste illustration. En espressomaskine til 4.999 kr. blev returneret efter brygning af op mod 40 kopper kaffe. Nævnet fandt dette ud over det nødvendige og godkendte et fradrag på 1.500 kr. på grundlag af en sagkyndig vurdering af et værditab på minimum 1.495 kr. Til gengæld kunne den erhvervsdrivende **ikke** fradrage 469,95 kr. for forbrugt kaffe og filter, fordi prisen på tilbehøret ikke fremgik af kvitteringen og værdien ikke var dokumenteret. Returfragten på 125 kr. kunne fradrages efter [§ 24, stk. 2](#), fordi forbrugeren var oplyst herom før købet – og det ændrede intet, at varen oprindeligt blev returneret som led i en reklamation. Bevisbyrden for værdiforringelsens størrelse ligger altså reelt hos den erhvervsdrivende.

Andre omkostninger kan ikke væltes over. I **2005-4031/7-1498** kunne den erhvervsdrivende hverken opkræve for værdiforringelse eller administration ved fortrydelse før afsendelse, og kunne heller ikke betinge fortrydelsen af, at varen returneredes til Irland. I **Forbrugerombudsmandens udtalelse af 25. maj 2011** blev et vilkår om at fratrække de oprindelige fragtomkostninger på 67 kr. ved *delvis* fortrydelse af et ellers fragtfrit køb anset for stridende mod lovens ufravigelige regler.

Transportskade under returnering. I **2005-4112/7-122** blev et komfur beskadiget under returtransporten. Nævnet lagde til grund, at der var tale om typiske transportskader, og at forbrugeren havde brugt samme transportør, forsendelsesform og emballering som den erhvervsdrivende – beskadigelsen kunne derfor ikke tilskrives forbrugeren, og det var uden betydning, hvem der havde rekvireret transporten.

Forbrugeren må ikke tilbageholde varen som pressionsmiddel. Vigtigst for praktikere er flertallets præmis i **18/11434**: forbrugeren undlod at returnere en madras, fordi han var uenig i fradragets størrelse. Flertallet fandt, at han havde fortabt fortrydelsesretten ved ikke at tilbagelevere inden fristen i [§ 24, stk. 1](#), og fremhævede, at en tvist om tilbagebetalingsbeløbets størrelse ikke berettiger forbrugeren til at tilbageholde varen. Tilbageholdelse er kun berettiget, hvis den erhvervsdrivende har tilbudt at afhente varen, jf. [§ 24, stk. 4](#). Et mindretal på to ville have givet forbrugeren medhold, fordi undladelsen skyldtes den erhvervsdrivendes egne skiftende udmeldinger – først at der ingen fortrydelsesret var, siden at der ville blive fratrullet 40 %.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 22, stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 24, stk. 1, 2, 4, 5	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets afgørelse om værdiforringelse ved fortrydelse af køb af espressomaskine		08.10.2021
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen		15.10.2019
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet		29.09.2010
	Forbrugerklagenævnet · Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret		20.12.2007
	Forbrugerklagenævnet · Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling		27.08.2007
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger får medhold i sag om skadet komfur under returtransport		21.06.2007
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af fortrydelsesret ved køb af vaskemaskine efter ibrugtagning		23.05.2005

Forbrugerombudsmanden · Fratrækning af fragtomkostninger ved delvis fortrydelse af fragtfrie køb 25.05.2011
er i strid med Forbruger aftaleloven

§ 8 Aftalelovens § 38 b: uklarhedsreglen, klarhedskravet og vedtagelsen

§ 38 b rummer to selvstændige regler, som praksis anvender i kombination.

Uklarhedsreglen (stk. 1) fortolker tvivl mest gunstigt for forbrugeren og lægger bevisbyrden for individuel forhandling hos den erhvervsdrivende. I **01-10-7506** krævede en optiker 1.538 kr. i «restgæld» på en brilleordning efter opsigelse af et 15-årigt kontaktlinseabonnement, med henvisning til et kontraktvilkår om, at en «skyldig værdi» nedskrives med 10 kr./md. Nævnet fandt vilkåret uklart formuleret, fortolkede det til forbrugerens fordel efter § 38 b og lagde desuden vægt på, at ordningen gennem mange år faktisk havde fungeret sådan, at bonussen blev anvendt som rabat. Tilsvarende i **18/14467**, hvor uklarhed om prisklasser i vilkårene for ombooking af flybilletter førte til medhold for forbrugeren.

Klarhedskravet (stk. 2) stiller et selvstændigt krav om, at skriftlige forbruger aftaler udarbejdes klart og forståeligt. I **1998-4051/7-663** var en lejekontrakt om en telefax så uklar, at udlejerens egen opfattelse (et finansieret køb) stred mod kontraktens eget punkt om tilbagelevering ved ophør. Nævnet fandt aftalen ikke udarbejdet klart og forståeligt, jf. § 38 b, stk. 2, og fortolkede den efter § 38 b, stk. 1 som en almindelig lejeaftale.

Vedtagelsesspørgsmålet er en tredje, aftaleretlig kategori, som ofte afgør sagen før rimelighedsvurderingen. Forbrugerombudsmanden har i sine **Retningslinjer for kortfristede lån indgået som fjernsalgsaftaler af 1. april 2014** formuleret grundsætningen:

Det er ikke tilstrækkeligt til, at et eller flere aftalevilkår kan anses for vedtaget, at en forbruger er blevet opfordret til eller henvist til at gøre sig bekendt med aftalevilkårene på et andet medie. Hvis der er særligt byrdefulde vilkår knyttet til låneaftalen, skal disse betingelser ifølge almindelige aftaleretlige regler være særligt fremhævet, for at de kan anses for vedtaget af forbrugeren.

Det er præcis den vej, Forbrugerombudsmanden gik i **afgørelsen af 14. august 2024** om et opsigelsesgebyr på 1.200 kr.: vilkåret blev betragtet som usædvanligt og tyngende, og da det ikke var tydeligt fremhævet, kunne det ikke anses for gyldigt vedtaget, jf. § 38 b. I **Forbrugerklagenævnets afgørelse om leje af brudekjole** blev et vilkår om, at der ikke skete tilbagebetaling ved afbestilling, tilsvarende anset for «uventet byrdefuldt» og ikke bindende, da det ikke var specielt fremhævet. Og i **afgørelsen af 9. april 2025** om et elselskabs opsigelsesgebyr på 700 kr. fastslog Forbrugerombudsmanden, at gebyret ikke var oplyst tilstrækkeligt klart og forståeligt – og at vilkåret allerede af den grund ikke kunne anses for vedtaget.

LOV

Aftaleloven § 38b, stk. 1, 2

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Uklarhed om prisklasser i vilkår for ombooking af flybilletter førte til medhold for forbruger	01.10.2019
Forbrugerklagenævnet · Krav om efterbetaling for briller efter opsigelse af abonnement afvist grundet uklart aftalevilkår	22.09.2011
Forbrugerklagenævnet · Uopsigelighedsklausul i lejeaftale for telefax vurderet urimelig	31.12.1999
Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole	01.01.1980
Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el	09.04.2025
Forbrugerombudsmanden · Elselskabs opkrævning af ulovligt og uforholdsmæssigt højt opsigelsesgebyr på 1.200 kr.	14.08.2024

Aftalelovens § 38 c i praksis: ensidige ændringsvilkår og prisstigninger

Den mest markante og konsistente linje i hele materialet vedrører **ensidige ændringsvilkår** – vilkår, der giver den erhvervsdrivende ret til at ændre aftalen, mens forbrugeren forbliver bundet.

Udgangspunktet blev formuleret klart af Forbrugerklagenævnet i **2006-541/-86** om et fitnessabonnement, hvor prisen steg 8,6 % uden varsel: aftaler er bindende for begge parter, og et vilkår, der giver den ene part ret til at ændre aftalen, mens den anden forbliver bundet, vil typisk blive anset for urimeligt og kan tilsidesættes efter [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#). Nævnet henviste til den vejledende liste i bilaget til [direktiv 93/13/EØF](#), pkt. 1, litra l. Fitnesscentret havde hævdet, at prisstigningen var varslet ved skiltning i receptionen; nævnet fandt ikke, at varslingen var godtgjort at være kommet til forbrugerens kundskab, og forbrugeren kunne opsige med øjeblikkelig virkning.

Forbrugerombudsmanden har siden udbygget testen til tre kumulative kriterier. I **afgørelsen af 23. juli 2020** om et dagblads abonnementsbetingelser fandtes et ændringsvilkår urimeligt, fordi det gav en ubegrænset ændringsadgang, som forbrugeren ikke kunne forudse konsekvenserne af på baggrund af klare og forståelige kriterier – og en varslingsfrist på otte dage for prisstigninger var utilstrækkelig. I **afgørelsen af 17. december 2024** blev testen sammenfattet:

Idet vilkåret var urimeligt, var det også ugyldigt. I sin vurdering lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at virksomheden havde mulighed for at ændre forbrugernes aftaler uden et forudgående individuelt og rimeligt varsel, hvilket efterlod forbrugerne uden en reel mulighed for at opsige deres aftale.

De tre kriterier er dermed: **(1)** klare og forståelige kriterier, så forbrugeren kan forudse konsekvenserne, **(2)** forudgående individuelt og rimeligt varsel – ikke skiltning i receptionen eller otte dage, og **(3)** en reel mulighed for at opsige, inden ændringen træder i kraft. Konsekvensen er ikke blot fremadrettet: i 2024-sagen blev det indskærpet, at **ingen privatkunder var bundet af ændringer foretaget med hjemmel i vilkåret**.

Prisregulering er dog ikke i sig selv forbudt. I **Forbrugerombudsmandens vurdering af 28. april 2004** af standardkontrakter for vagt- og sikkerhedstjenester var udgangspunktet, at prisregulering i lange kontraktsforhold ikke er urimelig – men den skal ske efter objektive, kontrollerbare kriterier som nettoprisindekset, netop fordi forbrugerens investering i alarmanlægget binder ham til udbyderen og sætter konkurrencen ud af funktion. Samme afgørelse fastslog, at vilkår, der begrænser firmaets erstatningsansvar for simpel uagtsomhed, ikke er i overensstemmelse med god markedsføringsskik.

Bindingsperioder vurderes efter samme generalklausul. I **1998-4051/7-663** var en syvårig uopsigelsesperiode for en telefax «meget byrdefuld for forbrugeren» og varetog ensidigt udlejerens finansielle interesser; både uopsigelsesvilkåret og opgørelsesklausulen blev tilsidesat efter [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#), og forbrugeren blev frigjort seks måneder efter sin opsigelse. I **2003-541/7-2** fik en forbruger delvis tilbagetrædelsesret fra en 12-måneders træningsaftale og blev stillet, som om han havde bestilt tre måneders træning.

Endelig viser **1259-09-01**, at generalklausulen også rammer *tidsbegrænsninger*: en gyldighedsfrist på tre måneder på et tilgodebevis blev tilsidesat som urimeligt kort efter [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#) – uanset at tilgodebeviset var udstedt pr. kulance, og uanset at forældelsesloven i princippet tillod en kortere frist. Fristen faldt tilbage på forældelseslovens almindelige treårsregel.

LOV	Aftaleloven § 36, stk. 1	Aftaleloven § 38c	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet tilsidesatte gyldighedsbegrænsning på tilgodebevis		18.11.2009
	Forbrugerklagenævnet · Uvarslet prisstigning på fitnessabonnement giver ret til øjeblikkelig opsigelse		05.12.2007
	Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om delvis tilbagetrædelsesret fra 12-måneders træningsaftale indgået af mindreårig		21.06.2004
	Forbrugerklagenævnet · Uopsigelighedsklausul i lejeaftale for telefax vurderet urimelig		31.12.1999
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel		17.12.2024
	Forbrugerombudsmanden · Dagblads brug af urimeligt ændringsvilkår og utilstrækkelig varsling af prisstigninger		23.07.2020
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af standardkontrakter for vagt- og sikkerhedstjenester: Prisregulering, opsigelse og ansvarsbegrænsninger		28.04.2004

§ 10 Gebyrkontrol: det standardiserede gebyr som urimeligt vilkår

Den mest udviklede nyere praksis vedrører gebyrer – og Forbrugerombudsmandens prøvelse følger et fast spor: (1) er gebyret gyldigt vedtaget efter § 38 b, (2) er det rimeligt efter § 38 c, jf. § 36, og (3) er anvendelsen i strid med god markedsføringsskik.

Det bærende princip er, at et **på forhånd fastsat standardbeløb, der ikke tager stilling til det konkrete direkte økonomiske tab, er urimeligt**. I **afgørelsen af 9. april 2025** om et opsigelsesgebyr på 700 kr. ved opsigelse af en fastprisaftale på el i bindingsperioden formulerede Forbrugerombudsmanden det skarpt: det var uden betydning, om tabet i nogle tilfælde eller i gennemsnit udgjorde 700 kr., da et sådant forud fastsat standardiseret gebyr er usædvanligt og stiller forbrugeren væsentligt ringere end almindelige erstatningsretlige principper. Samme resultat i **afgørelsen af 14. august 2024** om et gebyr på 1.200 kr.:

Det var Forbrugerombudsmandens vurdering, at et fast standardiseret gebyr på 1.200 kr. som udgangspunkt var urimeligt og uforholdsmæssigt og oversteg det direkte økonomiske tab, som elselskabet ville lide som følge af forbrugernes opsigelse af deres elaftale.

Konsekvensen er, at vilkåret **tilsidesættes helt** – det kan ikke reduceres til et rimeligt niveau, og forbrugerne er ikke forpligtet til at betale. Samme linje i **afgørelsen af 26. juni 2025** om urimelige gebyrer ved opsigelse af et varmepumpeabonnement, hvor også [forbrugeraftalelovens § 28, stk. 1](#) blev inddraget.

Også gebyrer på indløsning af tilgodehavender rammes. I **afgørelsen af 10. januar 2022** var et gebyr på 125 kr. for udbetaling af et oplevelsesgavekortets værdi uforholdsmæssigt højt og fremgik ikke af aftalevilkårene; samtidig var et krav om fremvisning af købskvittering et urimeligt aftalevilkår efter § 38 c, jf. § 36. I **afgørelsen af 16. juli 2014** kunne et gebyr på 15 % af gavekortets værdi ikke opkræves, fordi der ikke er forskellige faktiske omkostninger ved at indløse gavekort af forskellig værdi, og et procentgebyr hurtigt ville overstige de faktiske omkostninger.

Men praksis er ikke en automatisk forbrugerbeskyttelse. **20/01888** er den vigtigste modvægt: et flyselskab opkrævede 2.200 kr. for navneændring på to billetter (550 kr. pr. person pr. vej). Nævnet lagde til grund, at vilkåret fremgik klart og tydeligt af hjemmesiden ved aftaleindgåelsen, og at det – selv om det var byrdefuldt og ikke individuelt forhandlet – måtte anses for vedtaget, uanset forbrugers manglende opmærksomhed. En sagkyndig bekræftede, at gebyret var sædvanligt sammenlignet med andre lavprisselskaber, og nævnet fandt derfor ikke, at det var i strid med § 36, jf. § 38 c.

Sammenstillingen viser mønsteret klart:

Gebyr	Sag	Udfald	Bærende hensyn
700 kr., opsigelse af fastprisel	fom-112467 (2025)	Ugyldigt	Standardbeløb uden hensyn til konkret tab; ikke klart oplyst
1.200 kr., opsigelse af fastprisel	fom-108500 (2024)	Ugyldigt	Uforholdsmæssigt; ikke fremhævet, derfor ikke vedtaget
125 kr., udbetaling af gavekort	fom-79890 (2022)	Ulovligt	Uforholdsmæssigt højt; fremgik ikke af vilkårene
15 % af gavekortværdi	fom-81325 (2014)	Kan ikke opkræves	Overstiger de faktiske omkostninger
67 kr. fragt ved delvis fortrydelse	fom-80361 (2011)	I strid med loven	Går ud over de direkte returomkostninger
550 kr. pr. person pr. vej, navneændring	20/01888 (2020)	Opretholdt	Klart oplyst før købet; sædvanligt i branchen

Hertil kommer den lovbestemte kontrol med **tillægsydelser** i § 31, stk. 1: betaling for ydelser ud over hovedydelsen kræver forbrugerens udtrykkelige samtykke inden aftaleindgåelsen, og betalinger opnået i strid hermed kan efter § 31, stk. 2 kræves tilbagebetalt. § 31, stk. 3 begrænser desuden gebyret ved modtagelse af udenlandske kontanter til den erhvervsdrivendes faktiske udgifter.

LOV

[Aftaleloven § 36](#)[Aftaleloven § 38b](#)[Aftaleloven § 38c](#)[Forbrugeraftaleloven § 28, stk. 1](#)[Forbrugeraftaleloven § 31, stk. 1-3](#)

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Elselskabs opkrævning af urimelige gebyrer ved opsigelse af varmepumpeabonnement	26.06.2025
	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el	09.04.2025
	Forbrugerombudsmanden · Elselskabs opkrævning af ulovligt og uforholdsmæssigt højt opsigelsesgebyr på 1.200 kr.	14.08.2024
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt gebyr og krav om kvittering ved udbetaling af oplevelsesgavekort	10.01.2022
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af gebyr ved udbetaling af gavekort	16.07.2014
	Forbrugerombudsmanden · Fratrækning af fragtomkostninger ved delvis fortrydelse af fragtfrie køb er i strid med Forbrugeraftaleloven	25.05.2011
	Forbrugerklagenævnet · Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet	19.03.2020

§ 11 Regulerede betalingsformer og prisgennemsigtighed

Prisen skal være hel, når forbrugeren ser den. Praksis omkring betalingsformer ligger i grænselandet mellem forbrugeraftaleloven, betalingsloven og markedsføringsloven, men følger samme grundtanke som § 12: forbrugeren skal kunne se, hvad han binder sig til, *før* han binder sig.

Kontanter skal kunne omsættes til pålydende værdi. I **Forbrugerombudsmandens vurdering af 22. marts 2018** ønskede en virksomhed at opkræve gebyr for kontantbetaling for at nedbringe omkostninger og sikkerhedsrisici. Forbrugerombudsmanden fandt, at et sådant gebyr ville være i strid med god erhvervsskik efter [markedsføringslovens § 4](#), fordi forbrugerne reelt ville betale mere ved kontantbetaling, og kontanter

dermed de facto ikke ville blive omsat til deres pålydende værdi – med henvisning til retten til kontantbetaling i [betalingslovens § 81](#) og til Betalingsrådets rapport fra 2016.

Kortgebyrer skal oplyses før transaktionen. I **afgørelsen af 17. juli 2014** blev en dagligvarebutik anset for at have overtrådt oplysningspligten om gebyrer, da skiltningen om et Mastercard-gebyr midlertidigt var tildækket. At skiltet fandtes, var ikke nok – det skulle være synligt, før betalingen blev gennemført.

Betalingsafhængige priser i markedsføring. I **afgørelsen af 25. juli 2013** annoncerede et flyselskab «1 million sæder 1 kr.», men det var en forudsætning for prisen, at der blev betalt med Visa Electron; ved andre kort kom et handling fee på 40 kr. oveni, hvilket ikke fremgik af annoncerne. Selskabet vedtog en bøde på 75.000 kr. I **afgørelsen af 7. juli 2020** blev det indskærpet, at oplysninger om kvartalsvist fakturagebyr og miljøafgift skal gives i umiddelbar tilknytning til den oplyste månedspris i tilbud, aftale og ordrebekræftelse – de skulle ikke indregnes i månedsprisen, men de skulle stå der, hvor prisen står.

Abonnementsmodeller, der skjuler den reelle pris. I **afgørelsen af 7. januar 2022** markedsførte en optiker et brilleabonnement med 75 % rabat til 199/299 kr. pr. måned. Det fremgik ikke tydeligt, at abonnenterne ikke ville *ej* brillerne, og at frikøb krævede betaling svarende til 37 måneders abonnement. Forbrugerombudsmanden fandt markedsføringen egnet til at give indtryk af en fordelagtig rabat og af ejerskab, og vurderede, at forbrugerne ikke ville have indgået aftalen, hvis de havde vidst, at de blot lejede.

Rykkergebyrer forudsætter, at påkravet er kommet frem. I **Sø- og Handelsrettens dom refereret i afgørelsen af 13. august 2013** fik Forbrugerombudsmanden fuldt medhold i, at det er i strid med god markedsføringsskik rutinemæssigt at opkræve rykkergebyr i det første brev, når det indledende påkrav alene er sket ved en seddel på bilruden:

Girokortet kunne således være fjernet af andre eller blæst af ruden inden bilisten kom tilbage til bilen. Da påkravet ikke med sikkerhed kunne siges at være kommet frem, var der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke det fornødne grundlag for opkrævning af rykkergebyr.

Selskabet blev dømt til at tilbagebetale samtlige uretmæssigt opkrævede rykkergebyrer siden 4. marts 2010 – endnu et eksempel på, at tilbagebetalingspåbud er blevet det centrale håndhævelsesinstrument.

Endelig viser **afgørelsen af 17. december 2024** om samtykke til behandling af betalingsoplysninger, at samtykkekravene i [betalingslovens § 125, stk. 2](#) følger samme logik som fortrydelsesretssamtykket i § 18: et samtykke, der gives samtidig med accept af forretningsbetingelserne, udgør ikke en utvetydig viljeserklæring.

LOV

[Betalingsloven § 81](#)[Forbruger aftaleloven § 31, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 4](#)[Markedsføringsloven § 6](#)

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af brilleabonnement med manglende oplysning om ejerskab og frikøbsvilkår	07.01.2022
	Forbrugerombudsmanden · Manglende oplysning om fakturagebyr og miljøafgift i forbindelse med månedligt serviceabonnement	07.07.2020
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af gebyr for kontantbetaling	22.03.2018
	Forbrugerombudsmanden · Dagligvarebutik tilsidesatte oplysningspligt om gebyr for Mastercard-betaling	17.07.2014
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af flybilletter ved manglende oplysning om betalingsgebyrer	25.07.2013

§ 12 Opsigelse af løbende aftaler: fra 9 måneder til 5 måneder

§ 28 er præceptiv og fastsætter en minimumsrettighed, som ikke kan fraviges til skade for forbrugeren. Gældende ret er i dag:

- **Hovedreglen (§ 28, stk. 1):** forbrugeren kan opsig med 1 måneds varsel til udgangen af en måned, når der er gået **5 måneder** efter aftalens indgåelse.
- **Investeringsstunge aftaler (§ 28, stk. 4):** overstiger den samlede pris 20.000 kr. årligt, og kræver leveringen engangsomkostninger over 6 måneders gennemsnitspris, forlænges til **11 måneder**.
- **Formkrav (§ 28, stk. 3):** standardformularaftaler skal tydeligt angive opsigelsesvarsel og -tidspunkt, og bestemmelsen må ikke være uforenelig med opsigelsesretten.
- **Loft over varslene (§ 28, stk. 5):** der kan ikke aftales et længere opsigelsesvarsel end 1 måned.

Ældre praksis skal læses i lyset af, at reglen har flyttet sig. Under den dagældende lovs § 25 var normen **9 måneder + 3 måneders varsel**. Det er den regel, der anvendes i **Forbrugerombudsmandens vurdering af 28. april 2004** om vagt- og sikkerhedstjenester, hvor kontraktvilkår, der begrænsede opsigelsesretten, blev anset for ugyldige – med den tilføjelse, at opsigelsesadgangen ikke må gøres illusorisk ved at pålægge forbrugeren nedtagingsgebyrer eller andre omkostninger af betydning. Det er også den regel, der anvendes i **afgørelsen af 25. marts 2009** om et vejhjælpsabonnement, der var uopsigeligt i 11 måneder med 1 måneds varsel: Forbrugerombudsmanden fastslog, at selskabet var bundet af de allerede indgåede aftaler, men at forbrugerne kunne kræve opsigelse efter 9 måneder – og at selskabet **ikke** kunne ændre opsigelsesvarslene til 3 måneder for at genskabe en samlet binding på 12 måneder. Man kan ikke omgå den præceptive regel ved at flytte byrden fra bindingsperioden til varslene.

Den skarpeste enkeltregel er forbuddet mod **automatisk fornyelse med ny bindingsperiode**. I **afgørelsen af 13. februar 2009** havde et redningsselskab abonnementsbetingelser, der automatisk fornyede abonnementet hvert år med en ny bindingsperiode. Forbrugerombudsmanden fandt dette utilladeligt: et løbende kontraktforhold må ikke automatisk forlænges med en ny uopsigelsesperiode efter udløbet af den oprindelige. Selskabet ændrede betingelserne, så abonnementet nu er tidsbegrænset til 12 måneder og automatisk *ophører*, medmindre det fornyes ved betaling for en ny periode – hvilket er den lovlige konstruktion: fornyelse skal være en aktiv, frivillig handling.

Uden for lovens område findes en ulovreguleret **afbestillingsadgang**, som nævnene har udviklet på grundlag af den almindelige loyalitetspligt. I **Forbrugerklagenævnets afgørelse om leje af brudekjole** blev afbestilling med godt to måneders varsel accepteret, fordi brylluppet var aflyst (en fyldestgørende grund), og fordi den erhvervsdrivende ikke havde godtgjort at have søgt at begrænse sit tab ved at udleje kjolen til anden side; vederlaget blev nedsat til 1.700 kr. Samme ræsonnement bærer **2003-541/7-2**, hvor en forbruger fik delvis tilbagetrædelsesret fra en 12-måneders træningsaftale, som han ikke havde haft mulighed for at bedømme på aftaletidspunktet.

LOV	Aftaleloven § 38c	Forbrugeraftaleloven § 28, stk. 1-5	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden: Ufravigelige regler om opsigelse af abonnementer i forbrugeraftaleloven		25.03.2009
	Forbrugerombudsmanden · Automatisk fornyelse af abonnement med ny bindingsperiode er i strid med Forbrugeraftaleloven		13.02.2009

Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af standardkontrakter for vagt- og sikkerhedstjenester: Prisregulering, opsigelse og ansvarsbegrænsninger	28.04.2004
Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om delvis tilbagetrædelsesret fra 12-måneders træningsaftale indgået af mindreårig	21.06.2004
Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole	01.01.1980

Forbuddet mod uanmodet henvendelse – § 4 og det skærpede

§ 13 bødeniveau

§ 4, stk. 1 er forbrugerftalelovens ældste kerne og lyder i dag:

Erhvervsdrivende må ikke uden forudgående anmodning herom rette telefonisk henvendelse til en forbruger eller personlig henvendelse til en forbruger på dennes bopæl, arbejdsplads eller andet sted, hvortil der ikke er almindelig adgang, med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af aftale.

Bestemmelsen har vandret gennem lovgivningen: fra § 2 i den oprindelige dørsalgslov, over § 6 i 2004-loven, til § 4 i den nugældende lov. Ældre afgørelser henviser derfor til andre paragrafnumre, men indholdet er stort set uændret. Undtagelserne i § 4, stk. 2 er snævre: bøger, abonnement på aviser/ugeblade/tidsskrifter, formidling af forsikringsaftaler og abonnement på redningstjeneste eller sygetransport.

Rækkevidden. Forbuddet gælder også over for eksisterende kunder. I **Forbrugerombudsmandens redegørelse af 28. april 2004** om finansielle ydelser blev det fastslået, at pengeinstitutter ikke må rette henvendelse med forslag om ændring af bestående aftaler eller tilbud om nye aftaler, der ændrer kundens forpligtelser, og at et generelt samtykke indhentet via de almindelige forretningsbetingelser ikke er tilstrækkeligt. Forbrugerens anmodning angiver desuden typisk et formål, og den erhvervsdrivende må ikke bringe andre emner op. Det princip udmøntes i **afgørelsen af 17. juli 2014**: det er tilladt at foretage telefoniske kundetilfredshedsundersøgelser, men hvis formålet tillige er at påvirke forbrugeren til at afgive bestilling under samtalen, er forbuddet overtrådt. I **afgørelsen af 16. juli 2014** blev det en overtrædelse, at et teleselskab ringede igen få dage efter, at forbrugeren havde bedt om ikke at blive kontaktet – en administrativ fejlregistrering fritog ikke.

Samtykkets kvalitet er det centrale bevistema i nyere praksis. Et gennemgående mønster er elselskaber, der køber «leads» med påstået samtykke indhentet via onlinekonkurrencer afholdt af leadvirksomheder. Praksis er entydig: dette holder ikke. I **afgørelsen af 19. august 2021** kunne selskabet kun fremlægge dokumentation for to ud af 23 forbrugere – og begge afviste at have deltaget i konkurrencerne. I **afgørelsen af 25. oktober 2022** afviste de fleste forbrugere at have givet samtykke, og et eventuelt samtykke levede ikke op til kravene; både virksomheden og leadvirksomhederne blev politianmeldt.

Bødeniveauet er skærpet markant:

Sag	År	Omfang	Bøde
fom-79970 – teleselskab	2004	ca. 23.000 opkald, ca. 1.200 abonnenter tegnet	210.000 kr. (+ 170.000 kr. til callcentret)
fom-80038 – elselskab	2021	23 forbrugere, samtykke udokumenteret for 14	200.000 kr.
fom-102586 – betalings-tv	2022	14 klager	125.000 kr.

fom-101921 – elselskab	2024	58 klager (29 uanmodede opkald + 37 om vildledning)	400.000 kr.
fom-112534 – elselskab	2025	27 uanmodede opkald + 17 tilfælde af vildledning	700.000 kr.

Udviklingen er bemærkelsesværdig: i 2004 kostede ca. 23.000 opkald 210.000 kr.; i 2025 kostede 27 opkald 700.000 kr. Bøden fastsættes altså ikke længere primært efter antallet af opkald, men efter overtrædelsens karakter – særligt når den kombineres med vildledning efter [markedsføringslovens §§ 5 og 6](#). I 2025-sagen bestod vildledningen i, at sælgerne lovede besparelser uden kendskab til forbrugernes eksisterende elaftaler eller forbrug, og i visse tilfælde undlod at oplyse, hvilket selskab de ringede fra.

Civilretligt medfører en overtrædelse, at aftalen ikke er bindende. I **2005 4012/7-639** havde en reparatør, tilkaldt for at reparere en 81-årig kvindes fjernsyn, i stedet solgt hende et brugt fjernsyn, han uanmodet havde medbragt i bilen. Nævnet fandt henvendelsen i strid med forbuddet og aftalen ugyldig efter den dagældende lovs § 7 – og bemærkede, at fortrydelsesfristens beregning under alle omstændigheder var suspenderet, fordi klageren ikke var behørigt oplyst om sin fortrydelsesret. Sælgeren havde tilmed oplyst fjernsynet til at være seks år gammelt; det var 12.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 4, stk. 1, 2	Markedsføringsloven § 5	Markedsføringsloven § 6
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Elselskab vedtager bøde på 700.000 kr. for ulovligt telefonsalg og vildledning 24.02.2025 Forbrugerombudsmanden · Elselskab idømt bøde for uanmodet telefonsalg og vildledning 12.04.2024 Forbrugerombudsmanden · Fjernsynsunderholdningsvirksomhed politianmeldt for uanmodede telefoniske henvendelser 25.10.2022 Forbrugerombudsmanden · Elselskab vedtager bøde for uanmodede telefoniske henvendelser trods påstået samtykke 19.08.2021 Forbrugerombudsmanden · Indskærpelse vedrørende uanmodede telefoniske henvendelser i forbindelse med kundetilfredshedsundersøgelser 17.07.2014 Forbrugerombudsmanden · Teleselskab indskræpes for uanmodet telefonisk kontakt trods anmodning om ikke at blive kontaktet 16.07.2014 Forbrugerombudsmanden · Teleselskab idømt bøde for uanmodet telefonsalg af abonnementer 19.05.2004 Forbrugerombudsmanden · Forbud mod uanmodet telefon- og dørsalg af finansielle ydelser: Forbrugerombudsmandens fortolkning af Forbrugeraftaleloven 28.04.2004 Forbrugerklagenævnet · Uanmodet salg af brugt fjernsyn på bopæl – ugyldig aftale 03.11.2006		

§ 14 Håndhævelsens arkitektur: fra indskærpelse til tilbagebetalingspåbud

Forbrugerbeskyttelsen håndhæves ad tre veje, og materialet viser tydeligt, hvornår hver vej vælges.

Forhåndsbesked og indskærpelse er den dominerende form. Forbrugerombudsmanden afgiver forhåndsbeskeder om konkrete vilkår – som i **sagen om reb i metermål** (2017) og **sagen om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgsbetingelser** (2010) – og indskræper reglerne, når virksomheden retter ind. I **sagen om møbelvirksomheden** (2022) tilrettede virksomheden sine handelsbetingelser, og der blev hverken givet bøde eller påbud. I **sagen om det urimelige ændringsvilkår** (2024) fjernede virksomheden vilkåret under sagens behandling. Efterlevelse er altså den normale afslutning.

Politianmeldelse og bødevedtagelse vælges ved forbuddet mod uanmodet henvendelse og ved vildledning, hvor de fem sager i forrige afsnit viser en klar skærpseslinje.

Retssag med tilbagebetalingspåbud er det tungeste – og nyeste – instrument. **Højesterets dom af 7. december 2023** er milepælen: netbutikkerne skulle selv tilbagebetale, ikke blot orientere om muligheden. Samme mønster ses i **Sø- og Handelsrettens dom om rykkergebyrer** (2013), hvor selskabet blev dømt til at tilbagebetale alle uretmæssigt opkrævede gebyrer siden 4. marts 2010, medmindre den enkelte bilist havde anerkendt at have modtaget girokortet – og i **Sø- og Handelsrettens dom om bilvurderinger** (2016). Hjemlen er [markedsføringslovens § 24](#).

Hertil kommer, at Danmark siden 2023 har haft [lov om adgang til anlæggelse af gruppesøgsmål til beskyttelse af forbrugernes kollektive interesser](#), hvis [§ 13](#) giver adgang til påbud og forbud uden krav om, at berørte forbrugere har tilmeldt sig, og uden at der skal bevises tab eller forsømmelse.

Klagevejen er endelig Forbrugerklagenævnet efter [forbrugerklageloven](#), hvis [§ 2, stk. 1](#) afgrænser kompetencen til tvister om køb af varer og tjenesteydelser. Nævnets kompetence er ikke ubegrænset: i **01-10-6276** afviste et flertal at behandle en sag om alufølge, fordi følge blev anset for en bestanddel til en bil, som er undtaget – med en dissens, der fandt sondringen mellem bestanddele og tilbehør uholdbar. Og nævnet kan ikke føre bevis under strafansvar; i **2006-4031/7-2146** blev en påstand om urigtig produktbeskrivelse afvist af den grund. Endelig viser **26-01617** (2026), at nævnets processuelle rammer håndhæves også mod forbrugeren: en forbruger, der uden vægtige grunde nægtede den erhvervsdrivendes udpegede medarbejder adgang til den sagkyndige besigtigelse, fik ikke medhold, fordi den sagkyndige erklæring dermed ikke kunne lægges til grund. Nævnet fastslog, at det er «op til hver part at beslutte, hvem der skal repræsentere parten under undersøgelsen». Afgrænsningen af selve klagesagsbehandlingen er nærmere behandlet i praksisoversigten om [forbrugerklage over varer og tjenesteydelser](#).

LOV	Forbrugerklageloven § 2, stk. 1	Markedsføringsloven § 24
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel 17.12.2024 Forbrugerombudsmanden · Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning 07.12.2023 Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbruger aftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt 16.03.2022 Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved salg af reb, tov og kæder i metermål 22.03.2017 Forbrugerombudsmanden · Sø- og Handelsretten fastslår uretmæssig opkrævning for bilvurderinger bestilt via hjemmesideformular 15.03.2016 Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden godkender ikke vilkår om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgs- og leveringsbetingelser 17.11.2010 Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort 17.12.2007	

§ 15 Sammenfatning: fem mønstre og deres praktiske konsekvenser

Materialet tegner fem robuste mønstre på tværs af 25 års praksis.

1. Sanktionen er civilretlig, ikke kun offentligretlig. Den erhvervsdrivende, der ikke oplyser korrekt, mister ikke bare en bøde – han mister aftalen. Manglende oplysning på varigt medium forlængede fortrydelsesfristen i **2003-4012/7-335**, **01-08-8912** og **2006-4111/7-150**; manglende oplysning ved hjemmesalg gjorde

aftalen ikke-bindende i **1999-421/7-15**; og manglende overholdelse af [§ 12](#) betød i **Højesterets dom af 7. december 2023**, at forbrugerne slet ikke var bundet – med tilbagebetalingspligt til følge. Det er den mest omkostningstunge risiko på området.

2. Standardvilkår prøves i to trin, og trin ét afgør ofte sagen. Først vedtagelsen: er vilkåret usædvanligt og tyngende uden at være fremhævet, er det slet ikke en del af aftalen – **fom-108500**, **fom-112467** og brudekjolesagen. Først derefter rimeligheden efter [§ 38 c](#). Praktisk betyder det, at en erhvervsdrivende, der vil have et byrdefuldt vilkår til at holde, skal begynde med præsentationen, ikke med indholdet. **20/01888** er beviset: et gebyr på 2.200 kr. holdt, fordi det var klart oplyst og branchesædvanligt.

3. Ensidedig magt over aftalen er den røde linje. Fra fitnesscentret i **2006-541/-86** over dagbladet i **fom-79884** til virksomheden i **fom-110526** er præmissen den samme: vilkår, der lader den ene part ændre aftalen, mens den anden forbliver bundet, er urimelige – medmindre der er klare og forståelige kriterier, individuelt og rimeligt varsel, og en reel opsigelsesmulighed. Objektive kriterier som nettoprisindeks accepteres, jf. **fom-80462**.

4. Standardiserede beløb erstatter ikke en tabsopgørelse. Det er kernen i gebyrpraksis: **fom-112467** og **fom-108500** tilsidesatte gebyrer på 700 og 1.200 kr., fordi de var fastsat på forhånd uden hensyn til det konkrete direkte tab – også selv om gennemsnittet måtte ramme rigtigt. Samme logik bag afvisningen af procentgebyrer i **fom-81325** og af udokumenterede fradrag i **20/07352**.

5. Beskyttelsen er præceptiv, men ikke ubetinget. Forbrugeren kan tabe sin ret ved passivitet (- **2004-662/7-100**), ved fortsat brug efter fortrydelsen (**2006-4111/7-150**), ved at tilbageholde varen som pressionsmiddel under en fradragstvist (**18/11434**), og ved at obstruere sagsoplysningen (**26-01617**). Nævnene beskytter forbrugeren mod skæve vilkår – ikke mod egne dispositioner.

Afgrænsning. Konkrete mangler ved varer behandles i praksisoversigten om [mangelsbeskyttelse](#), kreditaftaler i [kreditaftaler](#), og selve klagesagsbehandlingen i [forbrugerklage over varer og tjenesteydelser](#).

Opmærksomhedspunkt. Fra **27. september 2026** ændres oplysningskravene i [§ 8](#) ved gennemførelsen af ECGT-direktivet, hvilket samtidig omnummererer henvisningerne i [§ 12, stk. 1](#). Erhvervsdrivende skal fra da af også oplyse om producentens handelsmæssige garanti for holdbarhed og om minimumsperioden for softwareopdateringer ved varer med digitale elementer. Da [§ 12, stk. 3](#) knytter den skarpe sanktion – manglende binding – til netop disse henvisninger, bør bestillingsflows gennemgås inden ikrafttrædelsen.

LOV	Aftaleloven § 38c	Forbruger aftaleloven § 8, stk. 1	Forbruger aftaleloven § 12, stk. 1, 3
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets afgørelse om værdiforringelse ved fortrydelse af køb af espressomaskine 08.10.2021		
	Forbrugerklagenævnet · Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet 19.03.2020		
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen 15.10.2019		
	Forbrugerklagenævnet · Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt 24.09.2009		
	Forbrugerklagenævnet · Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret 20.12.2007		
	Forbrugerklagenævnet · Uvarslet prisstigning på fitnessabonnement giver ret til øjeblikkelig opsigelse 05.12.2007		
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt 07.07.2004		
	Forbrugerklagenævnet · Ugyldig købsaftale grundet manglende oplysning om fortrydelsesret ved hjemmesalg af grydesæt 31.12.2001		
	Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole 01.01.1980		
	Forbrugerklagenævnet · Retsfortabende passivitet ved manglende oplysning om fortrydelsesret 01.01.1980		
	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el 09.04.2025		

Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel	17.12.2024
Forbrugerombudsmanden · Elselskabs opkrævning af ulovligt og uforholdsmæssigt højt opsigelsesgebyr på 1.200 kr.	14.08.2024
Forbrugerombudsmanden · Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning	07.12.2023
Forbrugerombudsmanden · Dagblads brug af urimeligt ændringsvilkår og utilstrækkelig varsling af prisstigninger	23.07.2020
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af gebyr ved udbetaling af gavekort	16.07.2014
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af standardkontrakter for vagt- og sikkerhedstjenester: Prisregulering, opsigelse og ansvarsbegrænsninger	28.04.2004

REFERENCE Lovgrundlag

10 paragraffer

Aftaleloven § 36	stk. 1	Aftaleloven § 38b	
Aftaleloven § 38c		Forbrugeraftaleloven § 4	stk. 1
Forbrugeraftaleloven § 8	stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 12	
Forbrugeraftaleloven § 18		Forbrugeraftaleloven § 24	stk. 5
Forbrugeraftaleloven § 28	stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 31	stk. 1

MATERIALE Citerede afgørelser

55 afgørelser

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS

33

26.06.2025	Elselskabs opkrævning af urimelige gebyrer ved opsigelse af varmepumpeabonnement
09.04.2025	Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaf tale på el
24.02.2025	Elselskab vedtager bøde på 700.000 kr. for ulovligt telefonsalg og vildledning
17.12.2024	Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel
14.08.2024	Elselskabs opkrævning af ulovligt og uforholdsmæssigt højt opsigelsesgebyr på 1.200 kr.
12.04.2024	Elselskab idømt bøde for uanmodet telefonsalg og vildledning
07.12.2023	Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning
25.10.2022	Fjernsynsunderholdningsvirksomhed politianmeldt for uanmodede telefoniske henvendelser
17.10.2022	Elselskabs afvisning af fortrydelsesret på strømaftale vurderes som vildledende markedsføring

16.03.2022	Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt
10.01.2022	Urimeligt gebyr og krav om kvittering ved udbetaling af oplevelsesgavekort
07.01.2022	Vildledende markedsføring af brilleabonnement med manglende oplysning om ejerskab og frikøbsvilkår
19.08.2021	Elselskab vedtager bøde for uanmodede telefoniske henvendelser trods påstået samtykke
23.07.2020	Dagblads brug af urimeligt ændringsvilkår og utilstrækkelig varsling af prisstigninger
07.07.2020	Manglende oplysning om fakturagebyr og miljøafgift i forbindelse med månedligt serviceabonnement
22.03.2018	Forbrugerombudsmandens vurdering af gebyr for kontantbetaling
22.03.2017	Fortrydelsesret ved salg af reb, tov og kæder i metermål
15.03.2016	Sø- og Handelsretten fastslår uretmæssig opkrævning for bilvurderinger bestilt via hjemmesideformular
17.07.2014	Landsretten frifinder selskab i sag om manglende oplysning om fortrydelsesret ved fjernsalg
17.07.2014	Indskærpelse vedrørende uanmodede telefoniske henvendelser i forbindelse med kundetilfredshedsundersøgelser
17.07.2014	Dagligvarebutik tilsidesatte oplysningspligt om gebyr for Mastercard-betaling
16.07.2014	Teleselskab indskærpes for uanmodet telefonisk kontakt trods anmodning om ikke at blive kontaktet
16.07.2014	Forbrugerombudsmandens vurdering af gebyr ved udbetaling af gavekort
25.07.2013	Vildledende markedsføring af flybilletter ved manglende oplysning om betalingsgebyrer
17.08.2011	Vilkår om undtagelse af fortrydelsesret for bestillingsvarer i strid med Forbrugeraftaleloven
25.05.2011	Fratrækning af fragtomkostninger ved delvis fortrydelse af fragtfrie køb er i strid med Forbrugeraftaleloven
17.11.2010	Forbrugerombudsmanden godkender ikke vilkår om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgs- og leveringsbetingelser
04.05.2009	Manglende oplysning om fortrydelsesret ved internetsalg af smykker
25.03.2009	Forbrugerombudsmanden: Ufravigelige regler om opsigelse af abonnementer i forbrugeraftaleloven
13.02.2009	Automatisk fornyelse af abonnement med ny bindingsperiode er i strid med Forbrugeraftaleloven
19.05.2004	Teleselskab idømt bøde for uanmodet telefonsalg af abonnementer

28.04.2004 Forbud mod uanmodet telefon- og dørsalg af finansielle ydelser:
Forbrugerombudsmandens fortolkning af Forbrugeraftaleloven

28.04.2004 Forbrugerombudsmandens vurdering af standardkontrakter for vagt- og
sikkerhedstjenester: Prisregulering, opsigelse og ansvarsbegrænsninger

FORBRUGERKLAGENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS

22

08.10.2021 Forbrugerklagenævnets afgørelse om værdiforringelse ved fortrydelse af køb af
espressomaskine 20/07352

19.03.2020 Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet 20/01888

15.10.2019 Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen 18/11434

01.10.2019 Uklarhed om prisklasser i vilkår for ombooking af flybilletter førte til medhold for
forbruger 18/14467

20.02.2015 Forbruger fik medhold i fortrydelse af køb af forstærker 14/10093

22.09.2011 Krav om efterbetaling for briller efter opsigelse af abonnement afvist grundet uklart
aftalevilkår 01-10-7506

29.09.2010 Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet 01-09-7661

18.11.2009 Forbrugerklagenævnet tilsidesatte gyldighedsbegrænsning på tilgodebevis 1259-09-01

24.09.2009 Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt 01-08-8912

20.12.2007 Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret 2006-4111/7-150

17.12.2007 Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved
returnering af bundkort 2006-4031/7-2146

05.12.2007 Uvarslet prisstigning på fitnessabonnement giver ret til øjeblikkelig opsigelse 2006-541/-86

27.08.2007 Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling 2005-4031/7-1498

21.06.2007 Forbruger får medhold i sag om skadet komfur under returtransport 2005-4112/7-122

03.11.2006 Uanmodet salg af brugt fjernsyn på bopæl – ugyldig aftale 2005 4012/7-639

23.05.2005 Afvisning af fortrydelsesret ved køb af vaskemaskine efter ibrugtagning 2003-441/7-100

07.07.2004 Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt 2003-4012/7-335

21.06.2004 Afgørelse om delvis tilbagetrædelsesret fra 12-måneders træningsaftale indgået af
mindreårig 2003-541/7-2

31.12.2001 Ugyldig købsaftale grundet manglende oplysning om fortrydelsesret ved hjemmesalg
af grydesæt 1999-421/7-15

31.12.1999 Uopsigelighedsklausul i lejeaftale for telefax vurderet urimelig 1998-4051/7-663

01.01.1980 Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole 2003-612/7-363

01.01.1980 Retsfortabende passivitet ved manglende oplysning om fortrydelsesret 2004-662/7-100,
17. oktober 2006

03

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over Forbrugerklagenævnet og alternativ tvistløsning (procesrammen)

Kompetence, totrinsmodel, beløbsgrænser og bindende virkning efter forbrugerklageloven

Version 2 · Opdateret 16. jul. 2026 · 33 afgørelser · 2003-2026

[Læs online](#)**INTRODUKTION**

Det offentlige forbrugerklagesystem hviler på forbrugerklageloven (lov nr. 524 af 29. april 2015), der gennemførte ATB-direktivet 2013/11/EU og samtidig gennemgribende moderniserede klageadgangen: alle de hidtidige undtagelser fra Forbrugerklagenævnets kompetenceområde blev ophævet, ca. 45 nye sagsområder kom til, og sagsbehandlingen blev delt i en obligatorisk mediationsfase og en efterfølgende nævnfase. Praksis om procesrammen – kompetence, afvisning, beløbsgrænser, gebyrer og afgørelsens retsvirkning – udspiller sig næsten udelukkende ved Forbrugerklagenævnet selv og ved de godkendte private ankenævn, der anvender de samme afvisningsgrunde. Denne oversigt kortlægger den institutionelle og processuelle ramme; de materielle mangelsregler behandles under [forbrugerklage-vare-tjenester](#).

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Nævnets kompetence forudsætter en aftale mellem en forbruger og en erhvervsdrivende om køb af en vare eller tjenesteydelse; foreligger der ikke en forbrugeraftale, afvises klagen uden realitetsbehandling.
- 02 Forbrugerbegrebet er efter dansk praksis bredere end ATB-direktivets – også juridiske personer kan efter omstændighederne være forbrugere, og lovgiver har udtrykkeligt fastholdt dette ved gennemførelsen af direktivet.
- 03 Erhvervsdrivendebegrebet fortolkes bredt: hverken fast forretningssted, CVR-registrering eller gevinsthensigt er en betingelse, men virksomheden skal have et vist omfang og en vis varighed.
- 04 Det afgørende for kompetencen er, om den erhvervsdrivende over for forbrugeren har fremstået som erhvervsdrivende – annoncering, standardformularer, firmastempel og betalingsmodtager vejer tungt.
- 05 Udlejningsvirksomhed af ikke ubetydeligt omfang og varighed fratager klageren forbrugerstatus i aftaler knyttet til udlejningen – også ved forældrekøb og sommerhusudlejning.
- 06 Nævnsbehandling forudsætter, at mediation i Nævnenes Hus er forsøgt og afsluttet uden mindelig løsning, og klagen skal indbringes senest 4 uger derefter.

- 07** Prisen skal ligge mellem undergrænsen (1.050 kr., dog 680 kr. for tøj og sko pr. 1. januar 2019) og 100.000 kr.; ved samlede køb lægges den samlede pris til grund.
- 08** Der kan dispenseres fra undergrænsen i særlige tilfælde, men ikke fra overgrænsen på 100.000 kr.
- 09** Sager, hvis afgørelse kræver parts- og vidneforklaringer under strafansvar, afvises som uegnede – nævnet træffer afgørelse på skriftligt grundlag.
- 10** Sager af en kompleksitet, der i alvorlig grad vil hindre nævnet i at fungere effektivt, kan afvises, selv om nævnet har kompetence.
- 11** Klagegebyret på 400 kr. tilbagebetales ved medhold, forlig, afvisning som uegnet og afvisning på grund af manglende kompetence – men ikke når klagen afvises som åbenbart grundløs.
- 12** Mediationsgebyret på 100 kr. tilbagebetales ikke uanset udfaldet, medmindre klagen falder uden for lovens anvendelsesområde eller afvises efter § 16.
- 13** Den erhvervsdrivende betaler 6.000 kr. ved forbrugerens medhold og 1.000 kr., hvis sagen forliges i det væsentligste til forbrugerens fordel.
- 14** En afgørelse med helt eller delvist medhold skal forkyndes, og den erhvervsdrivende bliver bundet, medmindre denne inden 30 dage skriftligt framelder sig – passivitet gør afgørelsen til tvangsfuldbyrdsgrundlag ved fogedretten.
- 15** Voldgiftsaftaler afskærer ikke forbrugerens adgang til nævnsbehandling.
- 16** Begge parter har ret til at deltage i den sagkyndiges besigtigelse, og parten vælger selv sin repræsentant; nægtes modparten adgang uden vægtige grunde, kan erklæringen ikke lægges til grund.

§ 1 Lovens anvendelsesområde: tvisten skal udspringe af en aftale om køb af en vare eller tjenesteydelse

Forbrugerklagelovens § 2, stk. 1 afgrænser hele systemet med én sætning:

Loven omfatter tvister, der udspringer af en aftale indgået mellem en forbruger og en erhvervsdrivende i forbindelse med køb af en vare eller en tjenesteydelse.

Bestemmelsen gennemfører [ATB-direktivets artikel 2, stk. 1](#), men er efter forarbejderne først og fremmest en videreførelse af hidtidig dansk ret. Lovgiver fremhæver, at klagen kan angå **samtlige omstændigheder i retsforholdet** mellem parterne:

Formuleringen skal sikre, at der ikke ved implementeringen af ATB-direktivet sker en forringelse af forbrugerens retsstilling i forhold til den nugældende retstilstand ... I dag kan en klage således angå samtlige omstændigheder i retsforholdet mellem parterne. Det betyder, at f.eks. Forbrugerklagenævnet ikke kun kan behandle klager, der

baserer sig på en direkte aftale mellem parterne, men også klager mod tidligere omsætningsled i forbindelse med f.eks. produktansvar eller garantiansvar.

Begreberne *køb* og *tenesteydelse* forstås bredt. Forarbejderne beskriver tjenesteydelsesbegrebet som negativt afgrænset over for løsøre og fast ejendom, omfattende bl.a. leje af løsøre, pengelån, forsikring, arbejder på løsøre og fast ejendom, undervisning og handel med værdipapirer.

To forudsætninger er afgørende i praksis. For det første skal der foreligge en **gensidigt bebyrdende aftale** med reel betaling fra forbrugeren:

Offentlige ydelser, som ikke har nogen eller kun har en mindre grad af brugerbetaling, vil allerede af den grund falde uden for lovens anvendelsesområde. ... Områder, hvor forbrugeren ikke selv betaler eller ikke selv har indflydelse på varen eller ydelsens betaling og/eller indhold, og hvor der derfor ikke er en gensidig bebyrdende aftale, falder ligeledes uden for.

For det andet er **offentlig virksomhed omfattet**, når den har erhvervsmæssigt præg. Det er en væsentlig nyskabelse: efter den tidligere lov var der kun klageadgang over offentlige ydelser ved levering af vand og godstransport, mens loven fra 2015 åbnede for en bred klageadgang. Det ses direkte i praksis, hvor klager over kommunale vandværker og forsyningsselskaber realitetsbehandles – afvisningerne beror da på forbrugerstatus, ikke på leverandørens offentlige karakter, jf. **14/06518** og **14/11632** nedenfor.

Afgrænsningen kan også gå den anden vej. I **14/08328** fandt nævnet sig kompetent til at behandle en klage over et specialfremstillet legehuse, fordi det ikke var en bestanddel af eller tilhørte til fast ejendom. Nævnet lagde vægt på husets størrelse (165x285x250 cm), at det ikke var fastmonteret og kunne flyttes, at det ikke krævede byggetilladelse, og at det ikke krævede tilslutning af vand eller el.

LOV

[Forbrugerklageoven § 2, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviser sag om vandspild grundet erhvervsmæssig brug	24.06.2016
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om vandmålerfejl, da ejerforeningen ikke handlede som forbruger grundet udlejning af lejligheder	30.11.2015
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets kompetence vedrørende klage over specialfremstillet legehuse	29.04.2015

§ 2 Forbrugerbegrebet – juridiske personer, boligforeninger og grænsen til erhvervsmæssig virksomhed

Loven definerer ikke selv "forbruger". Nævnet anvender definitionen i [forbrugeraftalelovens § 2, stk. 1](#): den part, der **hovedsagelig handler uden for sit erhverv**. Bevisbyrden for, at der *ikke* foreligger en forbrugeraftale, påhviler den erhvervsdrivende, jf. [§ 2, stk. 2](#).

Forarbejderne til § 2 rummer en central EU-retlig pointe, som lovgiver traf et bevidst valg om:

ATB-direktivet definerer en forbruger som en fysisk person ... Direktivets forbrugerbegreb er således snævrere end efter Forbrugerklagenævnets praksis, hvor også juridiske personer efter omstændighederne kan blive betragtet som forbrugere. Da der er tale om et minimumsdirektiv, er direktivet ikke til hinder for, at en forbruger også fremover både vil kunne være en fysisk person og efter omstændighederne også en juridisk person.

Praksis viser, at det er den **konkrete aftales tilknytning til erhverv** – ikke klagerens retlige form – der afgør spørgsmålet. To boligforeningssager illustrerer spændvidden:

Sag	Klager	Vurdering	Udfald
15/05877	Boligforening, køb af 54 stole m.v. til fællesrum	Forbruger – købet havde intet erhvervsmæssigt sigte; fællesrummet bruges kun af medlemmer mod symbolsk beløb	Kompetence, men afvist på beløbsgrænsen
24-03068	Almen boligorganisation, ca. 1.700 lejemål, vandforsyning	Ikke forbruger – kerneaktiviteten erhvervsmæssig, 27,1 årsværk, 961 mio. kr. i pant, konkurrence med private	Afvist, gebyr tilbagebetalt

I **24-03068** formulerede nævnet konklusionen kort:

Nævnet finder efter en samlet vurdering, at Boligforeningen ikke kan anses som forbruger i relation til aftalen med Den Erhvervsdrivende om vandforsyning.

Udlejningsvirksomhed er den hyppigste kilde til tab af forbrugerstatus. I [14/11632](#) var seks af en ejerforenings otte lejligheder udlejet – udlejningen havde "et ikke ubetydeligt omfang og en ikke ubetydelig varighed", og foreningen handlede derfor ikke hovedsagelig uden for erhverv i relation til vandforbruget. Samme betragtning bar [13/04366](#), hvor et sommerhus havde været udlejet siden 1998 med en årlig bruttoindtægt på 70.000-85.000 kr.

Mest omdiskuteret er **forældre køb**. I [18/06761](#) afviste et flertal en klage over en sagkyndig rapport, fordi ejendommen udelukkende blev udlejet – til klagerens egne børn og deres bekendte. Et mindretal fandt, at et forældre køb ikke per definition gør ejeren til erhvervsdrivende i enhver kontraktmæssig henseende, og påpegede, at private ejere af én bolig normalt betragtes som forbrugere over for banker, mæglere og advokater. At Håndværkets Ankenævn tidligere havde behandlet en sag for samme klager som forbruger, kunne ikke føre til et andet resultat.

Også afgrænsningen mellem privat og erhvervsmæssigt køb volder problemer. I [14/06984](#) blev en klage over en træflækker afvist, selv om klageren gjorde gældende, at maskinen skulle bruges privat på hans fritidslandbrug: han havde ikke protesteret, da han modtog en ordrebekræftelse med virksomhedsnavn og CVR-nummer. Tilsvarende i [14/06518](#), hvor vandspild fra en bimåler til en udlejet lade var erhvervsmæssigt, fordi klageren havde et aktivt CVR-nummer og fradrag for forbruget.

De godkendte private ankenævn kan efter forarbejderne have videre rammer: "der [vil] i forbindelse med godkendelsen kunne fastsættes bestemmelser, der giver mulighed for, at erhvervsdrivende i nærmere fastsat omfang kan sidestilles med forbrugere". Det ses i [25-179](#), hvor Teleankenævnet behandlede en klage fra et ApS med otte ansatte, fordi mikrovirksomheden ikke adskilte sig væsentligt fra de forbrugere, nævnet normalt behandler sager fra.

LOV

[Forbruger aftaleloven § 2, stk. 1-2](#)[Forbrugerklage loven § 2, stk. 1](#)[Forbrugerklage loven § 19, stk. 1](#)

PRAKSIS **Forbrugerklagenævnet** · Almen boligforening med 1.700 lejemål anerkendes ikke som forbruger i vandforsyningssag – klage afvist af Forbrugerklagenævnet

29.06.2026

Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over sagkyndig rapport grundet manglende forbrugerstatus ved forældrekøb	25.05.2018
Forbrugerklagenævnet · Boligforening kunne ikke anses som værende erhvervsdrivende - Klage afvist grundet overskredet beløbsgrænse	23.11.2016
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviser sag om vandspild grundet erhvervsmæssig brug	24.06.2016
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om vandmålerfejl, da ejerforeningen ikke handlede som forbruger grundet udlejning af lejligheder	30.11.2015
Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om manglende kompetence i sag om fortrydelse af køb af træflækker	25.02.2015
Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over fjernet vandinstallation da sommerhusudlejning blev anset som erhvervsvirksomhed	21.02.2014
Teleankenævnet · Ikke medhold til erhvervsdrivende mikrovirksomhed i krav om tilbagebetaling for fastnetabonnement efter påstået glemt opsigelse	07.05.2026

§ 3 Erhvervsdrivendebegrebet – den brede fortolkning og fremtrædelsesbetragtningen

Forarbejderne til § 2 fastlægger en bevidst bred forståelse:

Efter Forbrugerklagenævnets praksis skal begrebet erhvervsdrivende forstås bredt. Det kræves således ikke, at den pågældende udelukkende er beskæftiget som erhvervsdrivende, eller at vedkommende har et fast forretningssted. Det er heller ikke nødvendigt, at der tilsigtes opnået en økonomisk gevinst med virksomheden. Virksomheden må dog have et vist omfang og være af en vis varighed. Der er ikke med den foreslåede bestemmelse tilsigtet nogen ændring i fortolkningen af begrebet erhvervsdrivende.

Praksis anvender en **fremtrædelsesbetragtning**: afgørende er, hvad forbrugeren med føje kunne antage. I [01-08-7486](#) blev en hundesælger anset for erhvervsdrivende, fordi hun solgte hvalpe via Dansk Kennel Klubs hvalpeliste, brugte klubbens standardaftale (der selv nævner Forbrugerklagenævnet som tvistløsningsorgan), ejede en hundesalon, hvis navn fremgik af kontraktens kontaktoplysninger, og omtalte sig selv som "opdrætter". I [2004-521/7-741](#) blev en forhandler anset for sælger, selv om hans søn stod anført på slutsedlen: bilen var udstillet på forretningsstedet, aftalen indgået på forhandlerens standardformular, checken udstedt til forhandleren, og der var ingen dokumentation for, at klageren ved aftaleindgåelsen kendte til sønnens rolle.

Omvendt viser [01-11-7950](#), at fremtrædelsen skal vurderes samlet. Nævnet afviste en klage over et bilkøb, hvor bilen var annonceret i privatkategorien på guloggratis.dk, klageren var oplyst om, at bilen tilhørte sælgerens hustru, der ikke var udfærdiget slutseddel, betalingen skete med check til sælgeren personligt, og handlen fandt sted på sælgerens privatadresse. At telefonnummeret var registreret til sælgerens virksomhed, og at checken efterfølgende blev indsat på virksomhedens konto, ændrede ikke resultatet.

I [17/02094](#) blev tilretning af en brudekjole anset for et civilt køb: den, der udførte arbejdet, var ikke CVR-registreret, havde ikke fast forretningssted som skrædder, markedsførte sig ikke som sådan, aftalen var indgået på baggrund af et privat bekendtskab, og det var uklart, om der overhovedet var aftalt betaling.

LOV

[Forbrugerklage_loven § 2, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Køb af tilretning af brudekjole blev ikke anset som forbrugerkøb	20.09.2017
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste sag om bilkøb, da sælger ikke handlede som erhvervsdrivende	14.05.2012

Forbrugerklagenævnet · Sælger af hund anset for at være erhvervsdrivende – Forbrugerklagenævnets kompetence	05.02.2009
Forbrugerklagenævnet · Forhandler solgte bil på vegne af sin søn – Forbrugerklagenævnets kompetence	23.12.2005

§ 4 De fire undtagelser i § 2, stk. 2 – sundhedsydelser, offentlige uddannelser, afgjorte tvister og fast ejendom

§ 2, stk. 2 undtager udtømmende fire områder:

1) Sundhedsydelser gennemfører direktivets artikel 2, stk. 2, litra h. Undtagelsen rækker kun så langt som direktivets definition: ydelsen skal være leveret af en sundhedsprofessionel til en patient med henblik på at vurdere, bevare eller genetablere sundhedstilstanden. Forarbejderne præciserer to grænser: alternativ behandling uden offentligt anerkendt uddannelse er **ikke** undtaget, og optikervirksomhed er heller ikke længere undtaget. I [18/08492](#) afviste nævnet en klage over resultatet af et brystløft, fordi behandlingen var udført af en autoriseret sundhedsperson og kunne behandles efter [lov om klage- og erstatningsadgang inden for sundhedsvæsenet](#). Klagegebyret på 400 kr. blev tilbagebetalt.

2) Uddannelser udbudt af det offentlige. Begrundelsen er strukturel: offentlig uddannelse finansieres gennem skatter, ikke vederlag, og der foreligger derfor ingen aftale om køb af en tjenesteydelse. Omvendt bemærker forarbejderne udtrykkeligt, at "klager over privatundervisning [vil] kunne påklages, såfremt der er tale om en aftale og et køb, hvor betalingen overvejende sker af forbrugeren" – en udvidelse i forhold til den tidligere retstilstand, hvor undervisning bortset fra fjernundervisning var undtaget.

3) Tvister afgjort ved endelig dom, gyldig bindende voldgift eller retsforlig. Forarbejderne kalder bestemmelsen "en præcisering af gældende dansk ret" og fastslår, "at alternative tvistløsningsorganer er underordnede domstolene". Bestemmelsen har et sidestykke i [§ 16, stk. 1](#) om litispendens. Sammenspillet ses klart i [25-179](#), hvor Teleankenævnet delte en sag om otte aftaler i to: den del, der var afgjort ved Retten i Kolding, faldt uden for kompetencen, mens den del, retten havde henvist til nævnet, kunne prøves.

4) Køb af fast ejendom – fordi fast ejendom ikke er en vare efter dansk ret og falder uden for købeloven. Undtagelsen er snæver: forarbejderne fastslår, at "[k]lager over tjenesteydelser vedrørende fast ejendom vil være omfattet, f.eks. klager over ejendomsmæglere, tilstandsrapporter o.l."

En historisk pointe fortjener fremhævelse. Under den tidligere lov var en lang række områder udtrykkeligt undtaget ved bekendtgørelse, og praksis brugte betydelige ressourcer på at afgrænse dem. I [01-10-3410](#) og [01-10-6276](#) fandt et flertal på tre nævnsmedlemmer, at henholdsvis dæk og alufælge var "bestanddele til biler" og dermed uden for kompetencen – med den begrundelse, at en bil ikke kan fungere uden dem. Et mindretal fandt sondringen mellem bestanddele og tilbehør umulig at trække klart og mente, at den ville stille forbrugere ulige i sammenlignelige situationer. Tilsvarende blev en minigraver afvist i [01-08-6516](#) som omfattet af "og lignende". **Denne praksis er historisk.** Loven fra 2015 ophævede samtlige disse undtagelser, og de ca. 45 nye sagsområder omfatter netop bl.a. bildele. Afgørelserne har fortsat interesse som illustration af, hvorfor lovgiver valgte den brede løsning – men de kan ikke længere påberåbes som gældende ret.

LOV

[Forbrugerklage_loven § 2, stk. 2](#)[Forbrugerklage_loven § 16, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Stadfæstelse af indskærpelse vedrørende ulovlig formidling af hunde

09.07.2019

Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet fandt, at dæk er en bestanddel af en bil og afviste at behandle sagen	31.05.2011
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om alufølge, da de anses for at være en bestanddel af en bil	31.05.2011
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste sag om minigraver grundet manglende kompetence	30.04.2009
Teleankenævnet · Teleankenævnet afviser klage over mobilabonnementer indgået ved påstået MitID-misbrug	16.06.2026

§ 5 Særlig klageadgang og forholdet til de godkendte private ankenævn

Systemets grundstruktur er subsidiær: Forbrugerklagenævnet behandler kun klager på områder, der ikke er dækket af et godkendt privat tvistløsningsorgan eller et lovbestemt alternativt tvistløsningsorgan. [§ 16, stk. 1](#) pålægger derfor en **pligt** til at afvise, hvis klagen hører under, er under behandling ved eller har været behandlet af et andet privat tvistløsningsorgan, et lovbestemt organ anmeldt til Kommissionen, et udenlandsk anmeldt organ, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen eller en domstol.

Afgrænsningen kan være vanskelig, når et fagligt disciplinærnævn har delvis kompetence. I [01-10-9235](#) fandt nævnet sig kompetent til at behandle en klage over en landinspektørs rådgivning i en hegnssag. Landinspektørnævnet behandler klager over matrikulære arbejder, der forudsætter beskikkelse – men det udførte arbejde var af overvejende **juridisk** karakter og kunne være udført af eksempelvis en advokat. Landinspektørnævnet bekræftede selv dette under sagen, og der var derfor ikke foreskrevet særlig klageadgang.

Samme metode i [2003-203/7-2](#): en virksomhed, der markedsførte sig som "Dansk GældsRådgivning", ydede reelt retshjælp. Efter den dagældende bekendtgørelse var sådanne ydelser kun undtaget, hvis de hidrørte fra et liberalt erhverv udøvet i henhold til videregående offentligt anerkendt uddannelse, autorisation eller beskikkelse. Da virksomheden ikke havde nogen af delene, var nævnet kompetent.

De private organer godkendes af ministeren efter [§ 6](#). Godkendelse forudsætter vedtægter om sammensætning og sagsbehandling, der er **betryggende for parterne**, samt bestemmelser om sagkundskab, uafhængighed, habilitet, gebyrer og omkostninger – og [§ 6, stk. 2](#) kræver ufravigeligt, at formand og næstformænd er **dommere**. Det er efter forarbejderne en forudsætning, at nævnet behandler klager over *alle* erhvervsdrivende i branchen – også dem, der ikke er medlem af den bagvedliggende brancheorganisation. Ved lovens tilblivelse fandtes 19 godkendte nævn; nævnene behandlede årligt ca. 5.500-6.000 sager mod Forbrugerklagenævnets ca. 2.600 (2013).

[§ 23](#) forbeholder betegnelsen **Forbrugerklagenævnet** for det offentlige nævn og bemyndiger ministeren til at forbyde andre organer at anvende forvekslelige betegnelser.

En residualforpligtelse følger af [ATB-direktivets artikel 5, stk. 3](#). Forarbejderne udmønter den klart: opfylder et godkendt privat eller lovbestemt organ ikke kravene og kan derfor ikke anmeldes til Kommissionen, "er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forpligtet til at behandle de klager, der ellers skulle være behandlet af det pågældende tvistløsningsorgan".

LOV

[Forbrugerklagebogen § 6, stk. 1-3](#)[Forbrugerklagebogen § 16, stk. 1](#)[Forbrugerklagebogen § 23](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets kompetence i sag om rådgivning ydet af en landinspektør

23.12.2011

§ 6 Totrinsmodellen: obligatorisk mediation i Nævnenes Hus før nævnsbehandling

Lovens væsentligste strukturelle nyskabelse er opdelingen i to faser. Forarbejderne beskriver formålet:

Opdelingen af klagesagsbehandlingen i to faser skal bidrage til, at der kan ske en hurtigere og mere fleksibel behandling af klagesagerne i det offentlige forbrugerklagesystem.

Fase 1 – mediation. Alle klager, der ikke hører under et godkendt privat eller lovbestemt organ, behandles først ved mediation. Formålet er at skabe dialog og tilskynde parterne til selv at finde en løsning. Mediationen gennemføres af særligt uddannede medarbejdere, der optræder som uvildig tredjepart og vejleder faktuel om regler og praksis. Afgørende for forståelsen af modellen er, at mediationen sker **på parternes egne oplysninger**: sekretariatet oplyser ikke sagen yderligere, og der indhentes ikke sagkyndige erklæringer i denne fase. En erhvervsdrivende kan ikke tvinges til at deltage – vil denne ikke medvirke, eller kan der ikke opnås kontakt, afsluttes sagen.

Fase 2 – nævnsbehandling. Efter [§ 20, stk. 1](#) kan nævnet behandle en klage, når der ikke er fundet en mindelig løsning ved mediationen, og prisen ligger inden for beløbsgrænserne. Forbrugeren skal indbringe sagen **senest 4 uger** efter meddelelsen om, at sagen er afsluttet, jf. [§ 19, stk. 2](#). Her oplyses sagen fuldt: sekretariatet drager omsorg for sagens oplysning, fremskaffer af egen drift det fornødne retlige og faktiske grundlag og indhenter om nødvendigt sagkyndige erklæringer.

Et vigtigt forbehold gælder **sekretariatets navn**. [§ 24, stk. 1](#) angiver stadig Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen som sekretariat, men erhvervsministeren overførte i 2017 hele forbrugerklagesystemet til **Nævnenes Hus**. Bekendtgørelsens [§ 6](#) afspejler dette, og lovteksten blev først bragt i overensstemmelse hermed ved [lov nr. 558 af 27. maj 2025](#), hvor forarbejderne kort konstaterer:

Der er tale om en lovteknisk ændring, da erhvervsministeren i 2017 overførte det samlede forbrugerklagesystem fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen til Nævnenes Hus.

Den konsoliderede lovtekst er på dette punkt endnu ikke ajourført; læseren skal derfor læse "Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen" som "Nævnenes Hus" i lovens procesbestemmelser. En undtagelse består dog: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sekretariatsbetjener fortsat Ankenævnet på Energiområdet, jf. nyaffattelsen af [§ 7](#) ved ændringsloven af 12. juni 2024 ([L 167, FT 2023-24](#)). Samme ændringslov indsatte i øvrigt en territorialbestemmelse som ny [§ 48](#), fordi en sådan "ved en fejl" ikke blev medtaget ved lovens vedtagelse i 2015; forbrugerklagebogen gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Sagsbehandlingsfristerne følger [ATB-direktivets artikel 5 og 8](#): sagsbehandlingstiden må som udgangspunkt ikke overstige 90 dage, og kan en klage ikke behandles, skal den afvises inden 3 uger med en begrundet redegørelse til begge parter.

LOV

[Forbrugerklagebogen § 7](#)[Forbrugerklagebogen § 19, stk. 2](#)[Forbrugerklagebogen § 20, stk. 1](#)[Forbrugerklagebogen § 24, stk. 1](#)

Beløbsgrænserne: overgrænsen på 100.000 kr. og undergrænserne på 1.050/680 kr.

§ 22, stk. 2 bemyndiger ministeren til at fastsætte over- og undergrænser. Hjemlen er udmøntet i [bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet](#), hvis § 3 gælder mediationen og § 7 nævnsbehandlingen. Begge bestemmelser er enslydende opbygget:

- **Overgrænse: 100.000 kr.** – videreført uændret fra den tidligere lov og udvidet til også at gælde mediationsfasen.
- **Undergrænse pr. 1. januar 2019: 1.050 kr., dog 680 kr. for tøj og sko.** Beløbene reguleres hvert tredje år pr. 1. januar efter finanslovens generelle pris- og lønindeks og afrundes til nærmeste 10 kr. De til enhver tid gældende undergrænser fremgår af Nævnenes Hus' hjemmeside.

Undergrænserne var et selvstændigt formål med reformen. Forarbejderne konstaterer, at de tidligere grænser (500 kr. for sko og tøj, 800 kr. for øvrigt) "ikke [har] været reguleret, siden loven trådte i kraft i 2004" – heraf både hævelsen og reguleringsmekanismen.

Asymmetrien mellem de to grænser er central. Der kan dispenseres fra undergrænsen – § 22, stk. 3 og bekendtgørelsens § 3, stk. 2 – og en sag, der dispenseres for, kan gå videre til nævnet, jf. § 20, stk. 2. Forarbejderne opregner dispensationskriterierne: sagen er af principiel karakter, der foreligger ikke nævnspraksis på området, eller styrelsen vurderer, at en virksomhed gentagne gange obstruerer mediationsprocessen. Dispensationen sker af egen drift og kræver forbrugerens samtykke. **Der findes derimod ingen tilsvarende adgang til at dispensere fra overgrænsen på 100.000 kr.** – den er absolut.

Overgrænsen håndhæves konsekvent. [23/10916](#) (møbelkøb) og [23/11594](#) (arkitektydelse) blev begge afvist på beløbsgrænsen alene.

Den praktisk vigtigste fortolkningsregel angår **samlede køb**. I [15/05877](#) havde en boligforening klaget over mangler ved 54 stole, indkøbt sammen med 12 borde og ophængsbeslag til i alt 176.267,50 kr. inkl. moms. Nævnet anerkendte foreningens forbrugerstatus, men lagde den **samlede** pris til grund, fordi alle genstande var købt på samme tid med det formål at blive brugt i sammenhæng i samme fællesrum. Klagen blev afvist, selv om de enkelte stole langt fra kostede 100.000 kr.

Beløbsgrænserne har eksplicit EU-retlig hjemmel i [ATB-direktivets artikel 5, stk. 4, litra d](#), men med et forbehold i [artikel 5, stk. 5](#): grænserne må ikke fastsættes til et niveau, hvor de "betydeligt forringer forbrugerens adgang til klagebehandling". Forarbejderne gengiver hensynet: medlemsstaterne skal tage hensyn til, "at den reelle værdi af en tvist kan variere mellem medlemsstaterne, og at det vil kunne forringe klageadgangen for forbrugere fra andre medlemsstater, hvis en tærskel sættes uforholdsmæssigt højt".

LOV

[Bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet § 3](#)

[Bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet § 7](#)

[Forbrugerklage_loven § 20, stk. 2](#)

[Forbrugerklage_loven § 22, stk. 2-3](#)

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over møbelkøb grundet overskridelse af beløbsgrænsen på 100.000 kr.	26.03.2024
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over arkitekt grundet beløbsgrænse på 100.000 kr.	26.03.2024
	Forbrugerklagenævnet · Boligforening kunne ikke anses som værende erhvervsdrivende - Klage afvist grundet overskredet beløbsgrænse	23.11.2016

Afvisning som uegnet – bevisførelsesgrænsen som systemets vigtigste skillelinje

Den hyppigste afvisningsgrund i praksis er, at klagen "ikke skønnes egnet til behandling", jf. § 16, stk. 2, nr. 4, som nævnet anvender via § 21, stk. 2.

Grunden er strukturel og fremgår direkte af forarbejderne:

Sagsbehandlingen foregår på skriftligt grundlag, og der er ikke mulighed for at indkalde og afhøre parterne eller vidner under strafansvar. ... En sag kan f.eks. være uegnet til behandling, hvor sagens parter er uenige om fakta, som har afgørende betydning for sagens udfald.

Standardformuleringen ses klart i 16/11839 om et live-væddemål placeret på grundlag af en fejlbehæftet liveopdatering:

Nævnet fandt, at der var en sådan usikkerhed om, hvorvidt der forelå en urigtig forudsætning ... herunder om forbrugeren var i en vildfarelse vedrørende stillingen i kampen, at en nærmere fastlæggelse heraf bør ske ved en afhøring af sagens parter og eventuelle vidner under strafansvar. En sådan procedure kan ikke finde sted ved Forbrugerklagenævnet.

Samme metode i 2005-523/7-110, hvor en sagkyndig erklæring havde afkræftet mangelsformodningen, hvorefter sagen alene beroede på, hvilken vejledning der var givet ved købet – et rent bevisspørgsmål. Og i 2006-4031/7-2146, hvor parterne var uenige om, hvorvidt ordet "maks." fremgik af en produktbeskrivelse.

De godkendte private nævn anvender identiske kriterier under deres egne vedtægter. Teleankenævnet afviste i 25-179 en sag om påstået MitID-misbrug, fordi spørgsmålet om aftalebinding ved misbrug af digital signatur efter retspraksis beror på en konkret og samlet vurdering af hele hændelsesforløbet – en vurdering, der forudsatte parts- og vidneforklaringer. I 25-595 formulerede nævnet grænsen præcist:

En sådan bevisførelse, herunder eventuel gennemførelse af en syn- og skønsforretning og/eller afgivelse af parts- og vidneforklaringer, kan ikke ske for nævnet, der træffer afgørelse på skriftligt grundlag. Sagen må i givet fald finde sin afgørelse ved domstolene.

Grænsen er dog ikke ubetinget. Den historiske vejledning til statsamterne om fri proces beskrev nævnenes reelle råderum:

Det skal dog understreges, at det, selv om det fremgår af ansøgningen, at parterne har en forskellig opfattelse af, hvad der er passeret, ofte vil være muligt ved et klagenevnet at skaffe et forsvarligt grundlag for en afgørelse i tvisten på grundlag af bevisbyrderegler og tekniske undersøgelser m.v. Forbrugerklagenævnet bortser således i praksis fra parternes modstridende oplysninger i tilfælde, hvor der foreligger klare bevisbyrderegler, og hvor det skønnes, at den ene part med stor sandsynlighed ikke vil kunne løfte sin bevisbyrde.

Det er stadig den styrende betragtning: kan sagen afgøres ved bevisbyrderegler og sagkyndig undersøgelse, behandles den; kræver den mundtlig bevisførelse under strafansvar, afvises den.

Afvisning af hensyn til nævnets effektivitet efter § 16, stk. 2, nr. 5 er sjældnere, men vigtig. I 23/00675 fandt nævnet, at det **havde** kompetence over en klage om pensionsmæglerrådgivning ydet under en erhvervsmæssig

rammeaftale – fordi rådgivningen blev ydet individuelt efter den enkelte medarbejders personlige behov, og betalingen skete gennem medarbejderens egne pensionsmidler. Alligevel blev sagen afvist:

Nævnet finder imidlertid, at den leverede ydelse i form af pensionsrådgivning samt det eventuelle økonomiske opgør som følge af fejlagtig pensionsrådgivning er af en sådan kompleks karakter, at nævnets behandling af klagen i alvorlig grad vil hindre det i at fungere effektivt.

Sagen viser præcist, at kompetence og egnethed er to selvstændige spørgsmål: nævnet kan have kompetence og alligevel afvise.

Endelig kan nævnet efter § 21, stk. 2, 2. pkt. afvise, hvis det "må anses for åbenbart, at der ikke kan gives forbrugeren medhold". Kompetencen kan efter § 21, stk. 3 delegeres til sekretariatet – som det skete i 14/11877, hvor et hønsehus skulle nedtages med så kort varsel, at den sagkyndige ikke kunne undersøge det i samlet tilstand, hvorved forbrugeren ikke kunne løfte sin bevisbyrde. Denne afvisningsgrund har en vigtig gebyrmæssig konsekvens, jf. næste afsnit.

Afvisningsgrundene i § 16, stk. 2 spejler i det væsentlige ATB-direktivets artikel 5, stk. 4 – manglende forudgående reklamation (litra a), useriøs eller unødig klage (litra b), litispendens (litra c) og beløbsgrænser (litra d). Direktivet opregner derimod ikke udtrykkeligt "uegnethed", men forarbejderne til § 2 forudsætter kategorien og lader det være op til det enkelte organ at foretage vurderingen. Direktivets krav er, at procedurereglerne "ikke [må] væsentligt forringe forbrugernes adgang til ATB-procedurer".

LOV

Forbrugerklage_loven § 16, stk. 2

Forbrugerklage_loven § 21, stk. 2-3

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over kompleks pensionsrådgivning ydet under en erhvervsmæssig rammeaftale	26.03.2024
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviser sag om live-væddemål pga. nødvendig bevisførelse	20.09.2017
Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om afvisning af klage over fejl på et hønsehus grundet manglende mulighed for sagkyndig undersøgelse	14.04.2015
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort	17.12.2007
Forbrugerklagenævnet · Afvisning af sag vedrørende 4-hjulet crosser grundet uenighed om vejledning ved køb	14.11.2005
Teleankenævnet · Klage over teknikerregning for overgravet fiberkabel afvist af Teleankenævnet	06.07.2026
Teleankenævnet · Teleankenævnet afviser klage over mobilabonnementer indgået ved påstået MitID-misbrug	16.06.2026

§ 9 Gebyrstrukturen – 100 kr., 400 kr., 6.000 kr. og 1.000 kr.

Reformen ændrede gebyrstrukturen markant. De gældende satser fremgår af bekendtgørelsen:

Gebyr	Beløb	Hjemmel	Tilbagebetaling
Forbrugerens mediationsgebyr	100 kr.	bek. § 25	Kun hvis klagen falder uden for lovens anvendelsesområde eller afvises efter § 16
Forbrugerens klagegebyr	400 kr.	bek. § 26, jf. § 27	Ved medhold, forlig, afvisning som uegnet, manglende kompetence

Erhvervsdrivendes gebyr ved tabt sag	6.000 kr.	bek. § 27, stk. 1, jf. § 28	–
Erhvervsdrivendes gebyr ved forlig	1.000 kr.	bek. § 27, stk. 2	–

Begrundelsen for delvis brugerbetaling er konkurrenceretlig: efter forarbejderne skal den sikre "en lige konkurrence mellem de erhvervsdrivende i forhold til finansieringen af omkostningerne ved behandling af forbrugerklager". Virksomhedsgebyrerne blev væsentligt **nedsat** – tidligere mellem 4.400 og 13.600 kr. for tabte sager (gennemsnitligt 9.150 kr. i 2013) og 3.100 kr. ved forlig.

Mediationsgebyret på 100 kr. er ikke betinget af udfaldet. Forarbejderne er utvetydige:

Forbrugerens klagegebyr er en betaling for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens forsøg på at mediere sagen, og vil derfor ikke blive tilbagebetalt uanset udfaldet af mediationen og uanset om det lykkes at få parterne til at deltage.

Det gælder altså, selv om den erhvervsdrivende nægter at medvirke.

Klagegebyret på 400 kr. tilbagebetales derimod i fire situationer, jf. [§ 27, stk. 2](#). Praksis anvender bestemmelsen konsekvent: i [24-03068](#) blev gebyret tilbagebetalt ved afvisning på grund af manglende forbrugerstatus, i [18/08492](#) ved afvisning som uegnet (sundhedsydelse), og i [23/00675](#) ved afvisning efter effektivitetshensynet.

Den kritiske asymmetri: gebyret tilbagebetales *ikke*, når klagen afvises som **åbenbart grundløs**. Forarbejderne siger det direkte:

Sekretariatet kan eventuelt afvise sagen, hvis det f.eks. efter en sagkyndig erklæring viser sig, at sagen er åbenbart grundløs. Forbrugeren vil i så fald ikke få klagegebyret tilbagebetalt.

Sondringen mellem afvisning som *uegnet* (gebyr retur) og afvisning som *åbenbart grundløs* (gebyr tabt) har derfor direkte økonomisk betydning for forbrugeren – og begge afgørelser kan træffes af sekretariatet efter bemyndigelse.

[§ 22, stk. 4](#) giver en snæver fritagelsesadgang i særlige tilfælde. Bestemmelsen indeholder dog et udtrykkeligt forbehold: uanset fritagelsesadgangen "opkræver Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen et gebyr af den erhvervsdrivende, hvis der indgås forlig til forbrugers fordel".

En samlet illustration ses i [22/01105](#) om et bootcamp-årsabonnement: forbrugeren fik delvist medhold med 3.000 kr., den erhvervsdrivende blev pålagt 6.000 kr. i sagsomkostninger til Nævnenes Hus, og forbrugers klagegebyr på 400 kr. blev tilbagebetalt. Gebyret på 6.000 kr. oversteg altså det tilkendte beløb – et forhold, der i sig selv giver erhvervsdrivende et stærkt incitament til at forlige sagen i fase 1.

Gebyrniveauet er EU-retligt bundet: efter [ATB-direktivets artikel 8, litra c](#) skal det være gratis eller kun koste et beskedent beløb for forbrugeren at klage.

LOV [Bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet § 26](#)

[Forbrugerklage_loven § 22, stk. 4](#)

[Forbrugerklage_loven § 27, stk. 1-3](#)

[Forbrugerklage_loven § 28](#)

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Almen boligforening med 1.700 lejebolige anerkendes ikke som forbruger i vandforsyningssag – klage afvist af Forbrugerklagenævnet	29.06.2026
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over kompleks pensionsrådgivning ydet under en erhvervsmæssig rammeaftale	26.03.2024
	Forbrugerklagenævnet · Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	26.03.2024

Nævnets sammensætning, sagsoplysning og parternes rettigheder under sagkyndig besigtigelse

Forbrugerklagenævnet består af en formand, der er dommer, samt et lige antal repræsentanter for forbruger- og erhvervsinteresser. Forarbejderne begrundes konstruktionen:

Nævnsbehandlingen sikrer, at en sag afgøres, efter at der har været reel mulighed for en meningsudveksling med deltagelse af nævnsmedlemmer med såvel juridisk erfaring som forbruger- og brancheviden. Der opnås derved en afbalanceret vurdering af parternes indbyrdes rettigheder og forpligtelser samt af de kvalitetskrav, der med rimelighed kan stilles til en bestemt vare eller ydelse.

Bekendtgørelsens § 12 fastlægger formkravene: afgørelser træffes efter en **juridisk bedømmelse** af sagens omstændigheder, skal være skriftlige og begrundede, og "[h]vis en nævnsafgørelse beror på en flertalsbeslutning, skal mindretallets stilling begrundes i afgørelsen".

Dissenskravet er ikke formelt. Nævnets afgørelser rummer reelle uenigheder, der oplyser retstilstanden: mindretallet om forældrekøb i [18/06761](#), det uenige nævn om bestanddele til biler i [01-10-6276](#), og mindretallet om underleverandøransvar i [14/07940](#).

Sekretariatet oplyser sagen af egen drift og indhenter sagkyndige erklæringer. Reagerer den erhvervsdrivende ikke på sekretariatets henvendelser, lægges forbrugerens fremstilling til grund – som i [14/08328](#).

Den sagkyndige undersøgelse er systemets bevismæssige rygrad, og [26-01617](#) fastlægger de kontradiktoriske rammer med usædvanlig klarhed. Forbrugeren havde nægtet netop den medarbejder, der havde forestået reklamationsbehandlingen, adgang til besigtigelsen, men tilbudt at lukke en anden medarbejder ind. Nævnet formulerede udgangspunktet:

Begge parter skal have mulighed for at deltage i den sagkyndiges besigtigelse af salgsgenstanden, og det er op til hver part at beslutte, hvem der skal repræsentere parten under undersøgelsen.

Da der ikke var anført vægtige grunde for at udelukke den pågældende, kunne den sagkyndige erklæring ikke lægges til grund, og da forbrugeren fastholdt nægtelsen efter vejledning om konsekvenserne, var der heller ikke grundlag for en ny undersøgelse. Forbrugeren fik derfor ikke medhold – ikke fordi møblet var mangelfrit, men fordi manglen ikke kunne bevises på et forsvarligt grundlag. Retten til at vælge sin egen repræsentant er altså reel, og obstruktion af kontradiktionen rammer den part, der obstruerer.

LOV

Bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet § 12

Forbrugerklageloven § 21, stk. 1

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Badeværelsesmøbel – Forbruger nægtet medhold efter at have blokeret erhvervsdrivendes medarbejder fra sagkyndig besigtigelse	29.06.2026
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over sagkyndig rapport grundet manglende forbrugerstatus ved forældrekøb	25.05.2018
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets kompetence vedrørende klage over specialfremstillet legehuse	29.04.2015
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om alufølge, da de anses for at være en bestanddel af en bil	31.05.2011

Afgørelsens retsvirkning: forkyndelse, 30-dages opt-out og tvangsfuldbyrdelse

§ 11

Systemets mest markante træk er, at en administrativ nævnsafgørelse kan blive **tvangsfuldbyrdesgrundlag** – noget ATB-direktivet ikke kræver. Forarbejderne fastslår, at direktivet "gør [det] ikke obligatorisk for en erhvervsdrivende at deltage i en alternativ tvistløsningsprocedure og stiller heller ikke krav om, at resultatet ... er bindende", men at det tillader medlemsstaterne at opretholde sådanne ordninger. Danmark valgte at videreføre sin.

Kæden består af fire led:

1) Forkyndelse. Efter § 31 skal nævnet og godkendte private tvistløsningsorganer forkynde afgørelsen for den erhvervsdrivende, hvis forbrugeren har fået helt eller delvis medhold – og den erhvervsdrivende skal samtidig oplyses om indholdet af §§ 32-34. Forkyndelsen sker efter retsplejelovens kapitel 17.

2) Opt-out inden 30 dage. Efter § 32 skal den erhvervsdrivende, der ikke ønsker at være bundet, **skriftligt** meddele dette inden 30 dage fra forkyndelsen. Fristen løber fra forkyndelsen – ikke fra afgørelsen.

3) Opsættende virkning ved genoptagelse. § 33 giver en rettidig genoptagelsesanmodning fra den erhvervsdrivende opsættende virkning, hvorefter 30-dages fristen løber på ny fra det tidspunkt, hvor anmodningen afvises, eller hvor der træffes afgørelse i genoptagelsessagen.

4) Tvangsfuldbyrdelse. Efter § 34, stk. 1 kan afgørelsen tvangsfuldbyrdes efter fristernes udløb, **medmindre** den erhvervsdrivende forinden har framlodt sig. Anmodningen til fogedretten skal efter § 34, stk. 2 bilægges afgørelsen og en erklæring fra nævnet om, at framlodelse ikke er sket rettidigt.

Passivitet binder. Det er den centrale mekanisme: forholder den erhvervsdrivende sig passivt, bliver afgørelsen eksigibel. Vælger denne derimod at framelde sig, må forbrugeren selv anlægge sag ved domstolene – nævnsafgørelsen er da uden bindende virkning.

Bekendtgørelsens § 12 knytter de praktiske pligter hertil: der fastsættes en frist på 30 dage til opfyldelse af afgørelsen, parterne underrettes om reglerne for indbringelse for domstolene, jf. § 35, og sekretariatet skal vejlede forbrugeren om mulighederne for at få kravet gennemført ved fogedretten eller sagsanlæg samt om omkostningsdækning.

At nævnsafgørelser har normerende virkning ud over den enkelte sag ses i [fom-80444](#), hvor Forbrugerombudsmanden i en sag om et færgeselskabs oliepristillæg valgte at **afvente** Forbrugerklagenævnets afgørelse i en konkret klagesag om samme forhold. Selskabet, der først havde fastholdt opkrævningen, tilbagebetalte tillægget til de kunder, der kunne dokumentere at have betalt det på trods af en aftale om transport til en bestemt pris. Nævnspraksis fik dermed virkning for en hel kundegruppe uden nogen retssag.

LOV

[ForbrugerklageLoven § 31](#)

[ForbrugerklageLoven § 32](#)

[ForbrugerklageLoven § 33](#)

[ForbrugerklageLoven § 34, stk. 1-2](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Færgeselskab tilbagebetaler oliepristillæg efter indførelse af Forbrugerklagenævnets afgørelse

23.01.2007

Omkostningsdækning og forsikringsgodtgørelse ved efterfølgende

§ 12 retssag

Vælger den erhvervsdrivende at framelde sig, står forbrugeren med en gunstig, men uvirksom afgørelse. §§ 36-37 skal afbøde dette – og er en væsentlig del af forklaringen på, at systemet fungerer trods opt-out-adgangen.

Omkostningsdækning efter § 36 forudsætter, at forbrugeren helt eller delvis har fået medhold ved Forbrugerklagenævnet eller et godkendt privat tvistløsningsorgan, og at forbrugeren **ikke** har en retshjælpsforsikring. Ordningen er altså subsidiær. Dækning gives til en retssag i **1. instans**, når sagen er anlagt enten:

- af **forbrugeren** til opfyldelse af afgørelsen eller et forlig indgået for nævnet, eller
- af **den erhvervsdrivende** til ændring af afgørelsen eller forliget.

Begge veje er dækket – forbrugeren er derfor ikke ringere stillet, hvis den erhvervsdrivende tager initiativet. Dækning kan dog ikke gives, hvis det er åbenbart, at ansøgeren ikke vil få medhold.

Efter § 36, stk. 3 finder **retsplejelovens §§ 331-335** tilsvarende anvendelse. En vigtig begrænsning gælder dog: **retsplejelovens § 335, 2. pkt.** finder kun anvendelse, hvis forbrugeren opfylder de **økonomiske betingelser for fri proces**, jf. **retsplejelovens § 325**. Selve omkostningsdækningen er derimod uafhængig af indtægtsforhold – forarbejderne fremhæver, at "[d]ækning af udgifter kan opnås uafhængigt af forbrugers indtægtsforhold, men er subsidiær i forhold til en eventuel retshjælpsdækning".

Forsikringsgodtgørelse efter § 37 dækker det hul, § 36 efterlader. Har forbrugeren en retshjælpsforsikring, kan der ydes godtgørelse fra statskassen af den del af omkostningerne, der **overstiger forsikringens maksimum**, hvis sagens karakter eller omstændighederne i øvrigt kan begrunde, at omkostningerne ikke har kunnet holdes inden for maksimum. Kompetencefordelingen er delt: Nævnenes Hus afgør, om **betingelserne** er opfyldt, hvorefter sagen sendes til den ret, der behandler eller har behandlet sagen, og **retten** fastsætter beløbet, jf. § 37, stk. 3. Efter § 37, stk. 4 kan der desuden ydes godtgørelse af en eventuel **selvrisiko**.

Samlet betyder ordningen, at forbrugeren i praksis kan forfølge en gunstig nævnsafgørelse ved domstolene uden væsentlig egen økonomisk risiko – uanset om forbrugeren har forsikring eller ej.

Nævnenes eksistens har i øvrigt selvstændig betydning for adgangen til fri proces. Det fremgår af den historiske vejledning til statsamterne, der gengav retshjælpsudvalgets betragtning:

Der er i udvalget enighed om den principielle opfattelse, at en sag så vidt muligt bør behandles af den myndighed/det organ, der har de bedste forudsætninger for at behandle netop denne sag. ... Udvalget finder det derfor ønskeligt, at sager, der er bedst egnede til nævnsbehandling, henvises hertil på et så tidligt tidspunkt som muligt.

Muligheden for nævnsbehandling er dermed et væsentligt moment ved skønnet over processens rimelighed – dog med det forbehold, at velfærdstruende sager og sager af særlig indgribende betydning, herunder produktansvarssager med personskade, ikke uden videre bør henvises.

LOV

Forbrugerklagebogen § 36, stk. 1-3

Forbrugerklagebogen § 37, stk. 1-4

Retsplejeloven § 325

§ 13

Voldgiftsaftaler og internationale klager: § 14 og § 29

Loven indeholder to parallelle bestemmelser om værneting og voldgift – § 14 for godkendte private tvistløsningsorganer og mediationen, og § 29 for Forbrugerklagenævnet. De er indholdsmæssigt identiske.

Voldgiftsaftaler afskærer ikke nævnsadgang. § 14, stk. 3 og § 29, stk. 3 fastslår begge:

Aftaler om, at tvister skal behandles ved voldgift eller andet særligt forum, udelukker ikke, at klagen kan indgives til [et godkendt privat tvistløsningsorgan eller Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen / Forbrugerklagenævnet].

En erhvervsdrivende kan altså ikke ved standardvilkår om voldgift fjerne forbrugers adgang til det billige klagesystem. Bestemmelsen skal ses i sammenhæng med § 2, stk. 2, nr. 3, der undtager tvister afgjort ved **gyldig bindende voldgift**: det er den gennemførte voldgiftskendelse – ikke voldgiftsaftalen – der udelukker nævnsbehandling.

Territorial kompetence. Efter § 29, stk. 1 skal nævnet behandle klager over erhvervsdrivende etableret i Danmark. Klager mod erhvervsdrivende etableret i udlandet **kan** behandles, hvis sagen har større tilknytning til Danmark end til etableringslandet, eller hvis parterne er enige. Er den erhvervsdrivende etableret både i Danmark og i andre lande, kan klagen efter § 29, stk. 2 afvises, hvis sagen har større tilknytning til et andet land. Bestemmelserne gennemfører **ATB-direktivets artikel 5, stk. 1** om, at tvister med erhvervsdrivende etableret på medlemsstatens område skal kunne indbringes.

Ved grænseoverskridende klager kan forbrugeren få hjælp gennem det europæiske netværk af forbrugercentre (ECC), som i Danmark er **Forbruger Europa**, placeret i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Erhvervsdrivendes oplysningspligt. § 4 indførte – som noget nyt – en generel pligt for erhvervsdrivende til at oplyse om det eller de tvistløsningsorganer, der kan behandle en tvist. Pligten omfatter kun organer, der er **anmeldt til Kommissionen**. Oplysningerne skal være lettilgængelige på hjemmesiden og indgå i generelle aftalevilkår, hvor sådanne anvendes; opstår en konkret tvist, som den erhvervsdrivende helt eller delvist afviser, skal oplysningen gives på skrift eller andet varigt medium. Bestemmelsen gennemfører **direktivets artikel 13**, og medlemsstaterne skal efter **artikel 21** sikre sanktioner ved manglende overholdelse.

LOV

ForbrugerklageLoven § 4

ForbrugerklageLoven § 14, stk. 1-3

ForbrugerklageLoven § 29, stk. 1-3

Reformen 2025: afskæring af klageadgang, sambehandling, § 14 genoptagelsesfrist og gebyrinddrivelse

Lov nr. 558 af 27. maj 2025 (L 147, FT 2024/25) ændrede forbrugerklageLoven på seks punkter med virkning fra **1. juli 2025**. Ændringerne er **trådt i kraft, men endnu ikke konsolideret** ind i lovbekendtgørelsens tekst – læseren må derfor supplere den konsoliderede tekst med det følgende.

1) Nævnenes Hus kan afskære adgangen til nævnet (ny § 11, stk. 3). Den væsentligste nyskabelse. Nævnenes Hus kan ved mediationens afslutning træffe afgørelse om, at forbrugeren **ikke** kan indbringe klagen for Forbrugerklagenævnet, hvis det må anses for åbenbart, at forbrugeren ikke kan få medhold. Forarbejderne opregner typetilfældene: for sen reklamation, uomtvisteligt forældet krav, fejl klart forårsaget af forbrugers

uhensigtsmæssige brug, krav i strid med gældende lovgivning, klar og utvetydig nævnspraksis, eller sagen er uegnet i mangel på beviser.

Adgangen er dog snævert afgrænset. Forarbejderne understreger, at bestemmelsen ikke må forvandle mediationen til realitetsbehandling:

Den foreslåede bestemmelse vil således ikke medføre, at Nævnenes Hus indhenter oplysninger, foretager juridiske vurderinger vedrørende den konkrete sag eller træffer afgørelse vedrørende sagens materielle indhold i forbindelse med selve mediationen.

Og videre:

Det vil som udgangspunkt ikke være åbenbart, at forbrugeren ikke vil kunne få medhold, hvis der efter mediationen er behov for i væsentligt omfang at indhente yderligere oplysninger.

Retssikkerhedsgarantierne er udtrykkelige: afgørelsen er en **forvaltningsretlig afgørelse**, hvorfor forbrugeren har almindelige partsbeføjelser, herunder partsaktindsigt og eventuel partshøring, og de almindelige krav om begrundelse og klagevejledning gælder. Afgørelsen kan påklages til **Forbrugerklagenævnets formand** efter § 43, stk. 2, og giver formanden medhold, kan nævnet behandle sagen. Et nyt nr. 2 i § 20, stk. 1 knytter betingelsen sammen med nævnets kompetence.

2) Sambehandling af ensartede klager (ny § 16 a og nyt § 20, stk. 3). Godkendte private tvistløsningsorganer, Nævnenes Hus og Forbrugerklagenævnet kan bestemme, at flere ensartede, verserende klager mellem samme eller forskellige parter behandles i forbindelse med hinanden. Klager er ensartede, når de "hviler på lignende faktiske og retlige omstændigheder" – fx en identisk fejl på samme varetype købt hos samme erhvervsdrivende eller butikskæde, eller flere forbrugere opkrævet for samme ydelse fra et forsyningsselskab eller en abonnementstjeneste. Begrundelsen er procesøkonomisk, men med væsentlige forbehold: sambehandling må ikke påvirke mediationen negativt eller medføre mærkbart længere sagsbehandlingstid, og – afgørende – "[h]vis en part modsætter sig sambehandling, vil partens klage ikke indgå i sambehandling med øvrige klager, men vil blive behandlet særskilt." Sambehandling ændrer hverken gebyrer, partsrettigheder eller de afgørelser, der træffes i forhold til den enkelte klage.

3) Genoptagelsesfrist for forbrugeren (ny § 33 a). Hidtil gjaldt 30-dages fristen i § 32 kun den erhvervsdrivende. Der indføres nu en symmetrisk frist: forbrugers genoptagelsesansøgning skal være modtaget inden 30 dage fra **modtagelsen** af afgørelsen (ikke forkyndelsen). Efter § 33 a, stk. 2 kan fristoverskridelse tilsidesættes ved særlige forhold, hvor der bl.a. inddrages baggrunden for overskridelsen, dens længde, modstående hensyn til den erhvervsdrivende og afgørelsens betydning for forbrugeren.

4) Afvisning ved manglende gebyrbetaling (§ 12, stk. 1 og § 27, stk. 1). Der indsættes udtrykkelig hjemmel til at afvise en klage, hvis gebyret ikke betales inden en fastsat frist. Forarbejderne betegner det som "en kodificering af gældende administrativ praksis" og fremhæver formålet: "at alle afvisningsgrunde vil fremgå udtrykkeligt af forbrugerklageloven".

5) Private nævn kan delegere afvisningskompetence (ny § 6 a). De godkendte private tvistløsningsorganer får samme adgang som Forbrugerklagenævnet til at bemyndige deres sekretariat til at træffe afgørelser efter § 16, stk. 1 og 2 – en ligestilling, der hidtil har manglet. Det forudsætter, at sekretariatet har de nødvendige juridiske kompetencer og indgående kendskab til nævnets praksis, og at nævnet **løbende følger med i**, hvilke sager sekretariatet afviser.

6) **Obligatorisk gebyrinddrivelse (ny § 39 a).** Godkendte private tvistløsningsorganers opkrævning og inddrivelse af gebyrfordringer skal ske efter [lov om inddrivelse af gæld til det offentlige](#). Bestemmelsen kodificerer **Højesterets kendelse af 8. februar 2023 i sag 32/2022 (UfR 2023.1967 H)**, hvor Højesteret ifølge forarbejderne fastslog, at Ankenævn for biler er omfattet af en obligatorisk inddrivelsesordning, fordi gebyrfordringer fra private klagenævn ved gældsinddrivelsesbekendtgørelsen er bragt ind under gældsinddrivelseslovens anvendelsesområde. Fordringen skal derfor inddrives af **Gældsstyrelsen** – de private nævn kan ikke selv inddrive.

LOV

ForbrugerklageLoven § 6a

ForbrugerklageLoven § 11, stk. 3

ForbrugerklageLoven § 16a

ForbrugerklageLoven § 20, stk. 1, 3

ForbrugerklageLoven § 33a, stk. 1-2

ForbrugerklageLoven § 39a

§ 15 EU-rammen: ATB-direktivet, de kompetente myndigheder og nedlæggelsen af OTB-platformen

Hele systemet står på [ATB-direktivet 2013/11/EU](#). Formålet er dobbelt: at bidrage til et velfungerende indre marked og at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem harmoniserede kvalitetskrav. Direktivet er et **minimumsdirektiv**, og udgangspunktet er, at medlemslandene så vidt muligt kan bevare deres eksisterende klagesystemer.

Kvalitetskravene, som forarbejderne opregner, er:

- Det skal være muligt at klage online og udveksle oplysninger elektronisk.
- Klagesystemet skal håndtere både nationale og grænseoverskridende klager.
- Det skal være gratis eller kun koste et beskedent beløb at klage.
- Sagsbehandlingstiden må som udgangspunkt ikke overstige 90 dage.
- Kan en klage ikke behandles, skal den afvises inden 3 uger.
- Forbrugeren skal kunne bruge systemet **uden bistand** – men skal have mulighed for bistand, hvis det ønskes.

Den kompetente myndighed og listen (artikel 20). Efter [artikel 20, stk. 1-2](#) vurderer den kompetente myndighed, om de anmeldte organer opfylder kvalitetskravene, og udarbejder en liste, der sendes til Kommissionen. Listen skal bl.a. angive gebyrer, sprog, sagstyper, om proceduren er mundtlig eller skriftlig, **om resultatet er bindende**, og de kriterier, hvorefter organet kan afvise en tvist efter artikel 5, stk. 4. Ophører et organ med at opfylde kravene, kontaktes det med anmodning om omgående at rette op; sker det ikke inden **tre måneder**, fjernes organet fra listen. Danmarks kompetente myndighed er **Erhvervsministeriet**. Organerne skal mindst årligt indberette bl.a. antal klager, gennemsnitlig sagsbehandlingstid og efterlevelseshøjde, og hvert andet år (efter [artikel 20, stk. 6](#) hvert fjerde) rapporteres til Kommissionen om bedste praksis, mangler og henstillinger.

En kontraintuitiv pointe: Forbrugerklagenævnet selv er **ikke** omfattet af ATB-direktivets krav og skal ikke anmeldes til Kommissionen. Forarbejderne siger det direkte:

Forbrugerklagenævnet er ikke omfattet af kravene i ATB-direktivet og skal ikke anmeldes til EU-Kommissionen.

Det er derimod **mediationen** i Nævnens Hus, de godkendte private tvistløsningsorganer og de lovbestemte organer, der anmeldes. Forklaringen ligger i tottrinsmodellen: det er fase 1, der udgør den ATB-procedure, direktivet kræver adgang til – nævnsbehandlingen i fase 2 er en dansk overopfyldelse.

Lovbestemte organer som **Advokatnævnet** og **Disciplinær- og klagenævnet for beskikkede bygningssagkyndige** godkendes ikke af erhvervsministeren, fordi de er nedsat ved lov, og fordi det formodes, at deres love sikrer sagsbehandling i overensstemmelse med god forvaltningsskik og dermed direktivets krav. Ministeren kan dog efter forhandling med ressortministeren fastsætte regler, som de skal opfylde for at kunne anmeldes.

Onlineplatformen er nedlagt. § 5 pålægger erhvervsdrivende, der sælger online, at indsætte et klart og tydeligt link til EU's onlineplatform på hjemmesiden, at angive e-mailadresse, og at medtage linket i tilbud fremsat pr. e-mail. Bestemmelsen gennemførte **OTB-forordningen (EU) nr. 524/2013**, der etablerede platformen med virkning fra 9. januar 2016. Forordningen er imidlertid **ophævet ved forordning (EU) 2024/3228** af 19. december 2024, og ATB-direktivet er som konsekvens ændret ved **direktiv (EU) 2025/2647** af 16. december 2025. Den europæiske OTB-platform er dermed nedlagt, og forbrugerklagelovens § 5 hviler på et grundlag, der ikke længere består. Bestemmelsen bør derfor ikke i dag læses som en gældende handlepligt uden kontrol af den aktuelle gennemførelseslovgivning.

LOV

Forbrugerklageloven § 4

Forbrugerklageloven § 5, stk. 1-2

§ 16 Sammenfatning: fem filtre før realitetsbehandling

Procesrammen kan sammenfattes som en række filtre, en klage skal passere, før den kan realitetsbehandles. Rækkefølgen har praktisk betydning, fordi hvert filter har sin egen gebyrmæssige konsekvens.

1) Er der en forbrugeraftale om køb af en vare eller tjenesteydelse? Dette er det tungeste filter i praksis. Forbruger- og erhvervsdrivendebegreberne fortolkes brede, men konkret: udlejningsvirksomhed af omfang og varighed fratager forbrugerstatus ([14/11632](#), [13/04366](#), [18/06761](#)), og på sælgersiden afgøres spørgsmålet af, hvordan den pågældende **fremstod** ([01-08-7486](#) over for [01-11-7950](#)). Juridiske personer kan være forbrugere – men ikke når kerneaktiviteten er erhvervsmæssig og af betydeligt omfang ([15/05877](#) over for [24-03068](#)).

2) Falder tvisten uden for de fire undtagelser i § 2, stk. 2? Sundhedsydelser ([18/08492](#)), offentlige uddannelser, allerede afgjorte tvister ([25-179](#)) og køb af fast ejendom. Bemærk, at de mange **historiske** undtagelser om bildele, maskiner mv. blev ophævet i 2015.

3) Hører sagen under et andet organ? § 16, stk. 1 pålægger pligt til at afvise ved litispændens eller anden kompetence – men kun hvis det andet organ reelt har kompetencen ([01-10-9235](#)).

4) Ligger prisen mellem 1.050/680 kr. og 100.000 kr.? Overgrænsen er absolut, undergrænsen dispensabel. Ved samlede køb lægges den samlede pris til grund ([15/05877](#)).

5) Er sagen egnet til skriftlig behandling? Kræver afgørelsen parts- eller vidneforklaringer under strafansvar, afvises den ([16/11839](#), [2005-523/7-110](#), [25-595](#)) – og er den for kompleks, kan den afvises, selv om kompetencen er til stede ([23/00675](#)).

Passerer klagen alle fem filtre, mediationen er forsøgt forgæves, og forbrugeren har betalt 400 kr. og indbragt sagen inden 4 uger, træffer nævnet afgørelse efter en juridisk bedømmelse på skriftligt grundlag med sagkyndig

bistand. Får forbrugeren medhold, forkyndes afgørelsen, den erhvervsdrivende betaler 6.000 kr., og forbrugeren får sit gebyr retur. Herfra afhænger alt af den erhvervsdrivendes valg: **frameldes** afgørelsen inden 30 dage, må forbrugeren til domstolene – med omkostningsdækning efter §§ 36-37; **forholdes** der sig passivt, er afgørelsen et fogedgrundlag.

Den retspolitiske udvikling går i to retninger på én gang. **Adgangen er blevet bredere** (ophævelse af undtagelserne, klageadgang over offentlig virksomhed, ca. 45 nye områder), mens **filtreringen er blevet skarpere** (den nye § 11, stk. 3 om afskæring allerede efter mediationen, udtrykkelig hjemmel til afvisning ved manglende gebyrbetaling, delegation af afvisningskompetence i de private nævn). Reformen 2025 skal ses i det lys: et system, der efter sin egen målestok skal levere hurtig, billig og effektiv klagebehandling inden for 90 dage, må nødvendigvis sortere håbløse sager fra tidligt – og lovgiver har modsvaret dette med retssikkerhedsgarantier i form af partsbeføjelser, begrundelseskrav og klageadgang til nævnets formand.

LOV

[Forbrugerklagebogen § 2, stk. 2](#)
[Forbrugerklagebogen § 16, stk. 1-2](#)
[Forbrugerklagebogen § 22, stk. 2-3](#)
[Forbrugerklagebogen § 34](#)
[Forbrugerklagebogen § 36](#)

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Almen boligforening med 1.700 lejemål anerkendes ikke som forbruger i vandforsyningssag – klage afvist af Forbrugerklagenævnet	29.06.2026
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over kompleks pensionsrådgivning ydet under en erhvervsmæssig rammeaftale	26.03.2024
	Forbrugerklagenævnet · Stadfæstelse af indskærpelse vedrørende ulovlig formidling af hunde	09.07.2019
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over sagkyndig rapport grundet manglende forbrugerstatus ved forældre køb	25.05.2018
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviser sag om live-væddemål pga. nødvendig bevisførelse	20.09.2017
	Forbrugerklagenævnet · Boligforening kunne ikke anses som værende erhvervsdrivende - Klage afvist grundet overskredet beløbsgrænse	23.11.2016
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om vandmålerfejl, da ejerforeningen ikke handlede som forbruger grundet udlejning af lejligheder	30.11.2015
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af klage over fjernet vandinstallation da sommerhusudlejning blev anset som erhvervsvirksomhed	21.02.2014
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet afviste sag om bilkøb, da sælger ikke handlede som erhvervsdrivende	14.05.2012
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnets kompetence i sag om rådgivning ydet af en landinspektør	23.12.2011
	Forbrugerklagenævnet · Sælger af hund anset for at være erhvervsdrivende – Forbrugerklagenævnets kompetence	05.02.2009
	Forbrugerklagenævnet · Afvisning af sag vedrørende 4-hjulet crosser grundet uenighed om vejledning ved køb	14.11.2005
	Teleankenævnet · Klage over teknikerregning for overgravet fiberkabel afvist af Teleankenævnet	06.07.2026
	Teleankenævnet · Teleankenævnet afviser klage over mobilabonnementer indgået ved påstået MitID-misbrug	16.06.2026

REFERENCE Lovgrundlag

8 paragraffer

[Bekendtgørelse om behandling af forbrugerklager i Nævnenes Hus samt Forbrugerklagenævnet § 3](#)
[Forbrugerklagebogen § 2](#)

Forbrugerklageloven § 16	stk. 1-2	Forbrugerklageloven § 19	stk. 1
Forbrugerklageloven § 21	stk. 2	Forbrugerklageloven § 22	stk. 2-4
Forbrugerklageloven § 27	stk. 2	Forbrugerklageloven § 34	

MATERIALE Citerede afgørelser

33 afgørelser

FORBRUGERKLAGENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS

28

29.06.2026	Almen boligforening med 1.700 lejemål anerkendes ikke som forbruger i vandforsyningssag – klage afvist af Forbrugerklagenævnet	24-03068
29.06.2026	Badeværelsesmøbel – Forbruger nægtet medhold efter at have blokeret erhvervsdrivendes medarbejder fra sagkyndig besigtigelse	26-01617
26.03.2024	Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	22/01105
26.03.2024	Afvisning af klage over kompleks pensionsrådgivning ydet under en erhvervsmæssig rammeaftale	23/00675
26.03.2024	Afvisning af klage over møbelkøb grundet overskridelse af beløbsgrænsen på 100.000 kr.	23/10916
26.03.2024	Afvisning af klage over arkitekt grundet beløbsgrænse på 100.000 kr.	23/11594
09.07.2019	Stadfæstelse af indskærpelse vedrørende ulovlig formidling af hunde	18/08492
25.05.2018	Afvisning af klage over sagkyndig rapport grundet manglende forbrugerstatus ved forældrekøb	18/06761
20.09.2017	Forbrugerklagenævnet afviser sag om live-væddemål pga. nødvendig bevisførelse	16/11839
20.09.2017	Køb af tilretning af brudekjole blev ikke anset som forbrugerkøb	17/02094
23.11.2016	Boligforening kunne ikke anses som værende erhvervsdrivende - Klage afvist grundet overskredet beløbsgrænse	15/05877
24.06.2016	Forbrugerklagenævnet afviser sag om vandspild grundet erhvervsmæssig brug	14/06518
30.11.2015	Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om vandmålerfejl, da ejerforeningen ikke handlede som forbruger grundet udlejning af lejligheder	14/11632
29.04.2015	Forbrugerklagenævnets kompetence vedrørende klage over specialfremstillet legehus	14/08328
14.04.2015	Afgørelse om afvisning af klage over fejl på et hønsehus grundet manglende mulighed for sagkyndig undersøgelse	14/11877
25.02.2015	Afgørelse om manglende kompetence i sag om fortrydelse af køb af træflækker	14/06984
21.01.2015	Forbrugerklagenævnets sekretariats afvisning af klage vedrørende køb af bukser grundet manglende kompetence.	15/00676

21.02.2014	Afvisning af klage over fjernet vandinstallation da sommerhusudlejning blev anset som erhvervsvirksomhed	13/04366
14.05.2012	Forbrugerklagenævnet afviste sag om bilkøb, da sælger ikke handlede som erhvervsdrivende	01-11-7950
23.12.2011	Forbrugerklagenævnets kompetence i sag om rådgivning ydet af en landinspektør	01-10-9235
31.05.2011	Forbrugerklagenævnet fandt, at dæk er en bestanddel af en bil og afviste at behandle sagen	01-10-3410
31.05.2011	Forbrugerklagenævnet afviste at behandle sag om alufølge, da de anses for at være en bestanddel af en bil	01-10-6276
30.04.2009	Forbrugerklagenævnet afviste sag om minigraver grundet manglende kompetence	01-08-6516
05.02.2009	Sælger af hund anset for at være erhvervsdrivende – Forbrugerklagenævnets kompetence	01-08-7486
17.12.2007	Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort	2006-4031/7-2146
23.12.2005	Forhandler solgte bil på vegne af sin søn – Forbrugerklagenævnets kompetence	2004-521/7-741
14.11.2005	Afvisning af sag vedrørende 4-hjulet crosser grundet uenighed om vejledning ved køb	2005-523/7-110
31.12.2003	Forbrugerklagenævnets kompetence ved klage over rådgivning om privatøkonomi	2003-203/7-2

TELEANKENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS

4

06.07.2026	Klage over teknikerregning for overgravet fiberkabel afvist af Teleankenævnet	25-595
16.06.2026	Teleankenævnet afviser klage over mobilabonnementer indgået ved påstået MitID-misbrug	25-179
07.05.2026	Ikke medhold til erhvervsdrivende mikrovirksomhed i krav om tilbagebetaling for fastnetabonnement efter påstået glemt opsigelse	25-288
07.05.2026	Teleankenævnet afviser klage over høretelefoner købt af tredjemand pga. manglende aftaleforhold	25-587

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS

1

23.01.2007	Færgeselskab tilbagebetaler oliepristillæg efter indførelse af Forbrugerklagenævnets afgørelse
------------	--

04

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over forbrugerklager om varer og tjenester

Mangelregler, afhjælpning, ophævelse og fradrag for brug i Forbrugerklagenævnets praksis

Version 2 · Opdateret 24. jun. 2026 · 29 afgørelser · 2002-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Praksisoversigten dækker Forbrugerklagenævnets og domstolenes fortolkning af købelovens mangelregler i forbruger køb – herunder trappemodellen for misligholdelsesbeføjelser (afhjælpning og omlevering før ophævelse og afslag), kravene til afhjælpning inden rimelig tid, mangelbegrebets rækkevidde (navnlig sælgers oplysningsmangler), ophævelsesrettens betingelser og fradrag for nytte af brug ved ophævelse. Retsgrundlaget er primært købelovens §§ 57, 75 c, 76, 78, 78 a, 78 b og 79, som ændret ved lov nr. 1173 af 8. juni 2021 (implementeringen af forbrugerkøbsdirektivet 2019/771). Nævnets praksis viser en klar tendens til at beskytte forbrugeren mod langvarige afhjælpningsforløb, men anerkender samtidig sælgerens ret til at forsøge afhjælpning inden ophævelse kan kræves.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Trappemodellen: Sælgeren har som udgangspunkt ret til at afhjælpe eller omlevere, før forbrugeren kan kræve ophævelse eller forholdsmæssigt afslag, jf. købelovens § 78 a (ny ordning) og § 79 (gammel ordning).
- 02 Afhjælpning skal ske inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for forbrugeren – typisk er ca. 2 måneders inaktivitet eller 4-5 mislykkede forsøg tilstrækkeligt til, at forbrugeren kan ophæve.
- 03 Omlevering skal ske med en genstand, der svarer til den oprindelige aftale – en fabriksny vare må ikke erstattes med en refurbished eller brugt enhed.
- 04 En vare er mangelfuld, hvis sælgers eller tidligere salgsleds oplysninger i annonce, på prisskilt eller hjemmeside viser sig urigtige eller vildledende, og oplysningerne kan antages at have haft betydning for køberens bedømmelse, jf. § 76, stk. 1, nr. 1-2.
- 05 Sælgers forsømmelse af den loyale oplysningspligt – undladelse af at informere om forhold, sælgeren kendte eller burde kende – udgør selvstændig mangel, jf. § 76, stk. 1, nr. 3.
- 06 Ophævelse forudsætter, at manglen ikke er uvæsentlig, og at varen kan tilbageleveres i væsentlig samme stand og mængde, jf. § 57 – men forbrugeren mister ikke ophævelsesretten, hvis hindringen skyldes sælgerens forhold.

- 07** Fradrag for nytte af brug ved ophævelse kan tillades i konkrete sager med lang brugstid, efter at Højesteret i U.2014.578H fastsatte 10 % af købsprisen pr. år som rettesnor; Forbrugerklagenævnet er dog delt i spørgsmålet.
- 08** Sælgeren bevarer sin reklamationsforpligtelse over for forbrugeren, selvom afhjælpningen er uddelegeret til producent eller tredjepart.
- 09** Sælger kan ikke opkræve undersøgelsesgebyr uden forudgående udtrykkelig aftale med forbrugeren om gebyret og dets størrelse.
- 10** Forbrugeren skal som udgangspunkt give sælger mulighed for at undersøge varen, før misligholdelsesbeføjelser gøres gældende – iværksætter forbrugeren selv reparation uden forudgående henvendelse, kan beføjelserne fortabes.
- 11** Det er køberen, der som udgangspunkt skal godtgøre, at varen er mangelfuld – men fejl der viser sig inden for 6 måneder (nu 1 år efter varedirektivet) formodes at have været til stede ved leveringen, medmindre sælgeren afkræfter formodningen, jf. § 77 a.

Lovgrundlag: Købelovens mangelregler i forbrugerkøb – gammel og ny ordning

§ 1

Købelovens kapitel om forbrugerkøb regulerer forbrugernes misligholdelsesbeføjelser, når en vare lider af mangler. Reglerne har undergået to store reformer:

Den oprindelige forbrugerkøbsordning (1979/2002)

Forbrugerkøbsreglerne blev indført ved lov nr. 147 af 4. april 1979 med virkning fra 1. januar 1980. Forarbejderne til den dagældende § 76 beskrev mangelbegrebets fire led: sælgers urigtige/vildledende oplysninger (nr. 1-2), den loyale oplysningspligt (nr. 3) og den generelle mangelsnorm (nr. 4). I 2002 blev reglerne opdateret ved lov nr. 213 af 22. april 2002, der bl.a. forlængede reklamationsfristen til 2 år og indførte den 6-måneders formodningsregel i § 77 a. De dagældende regler om afhjælpning og omlevering fulgte af § 78 (misligholdelsesbeføjelser) og § 79 (sælgers afhjælpnings- og omleveringsret).

Den nye ordning efter varedirektivet (2022)

Ved lov nr. 1173 af 8. juni 2021 blev købeloven ændret som følge af implementeringen af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2019/771 om visse aspekter af aftaler om salg af varer (forbrugerkøbsdirektivet). Den nye ordning, der gælder for køb fra 1. januar 2022, indfører:

- § 75 c – et udvidet mangelbegreb med objektive og subjektive krav til varens overensstemmelse med aftalen
- § 78 a – sælgers afhjælpningsret med krav om, at afhjælpning skal ske inden for rimelig tid og uden væsentlig ulempe
- § 78 b – forbrugers beføjelser ved manglende afhjælpning, herunder ophævelse
- Formodningsperioden i § 77 a, stk. 3 forlænges fra 6 måneder til 1 år

§ 76 om oplysningsmangler videreføres med tilpasninger. § 57 om tilbagelevering i væsentlig samme stand ved ophævelse er uændret og stammer fra den oprindelige købelov af 1906.

Der er ingen vedtagne-men-ikke-konsoliderede ændringer af købeloven pr. juni 2026.

LOV

Købeloven § 57

Købeloven § 75c, stk. 1

Købeloven § 76, stk. 1

Købeloven § 77a, stk. 3

Købeloven § 78a

Købeloven § 78b, stk. 1

Trappemodellen: Sælgers ret til afhjælpning og omlevering før ophævelse

§ 2

Et kerneprincip i købelovens forbrugerkøbsregler er den såkaldte *trappemodel*: sælgeren har som udgangspunkt ret til at forsøge afhjælpning eller omlevering, før forbrugeren kan kræve ophævelse eller forholdsmæssigt afslag. Under den gamle ordning fulgte dette af § 79; under den nye af § 78 a.

Forbrugerklagenævnet har konsekvent fastholdt dette princip. I 01/09-7856 om en opvaskemaskine med gentagne fejl afviste nævnet forbrugerens ophævelseskrav, fordi sælgeren (via producenten) to gange havde forsøgt afhjælpning og herefter tilbudt omlevering – alt inden for ca. én måned. Nævnet udtalte, at sælgeren havde tilbudt afhjælpning og omlevering inden for rimelig tid, jf. § 78, stk. 4 sammenholdt med § 79.

Modsat gav nævnet i 2005-525/7-135 forbrugeren ret til at ophæve efter tre mislykkede reparationer af barnevognens trykknapper, der fortsat gik i stykker. Nævnet fandt, at manglen ikke var udbedret inden rimelig tid.

Princippet om, at sælger skal have *mulighed* for at undersøge varen, før forbrugeren iværksætter egen reparation, gælder ligeledes. I 23/06160 understregede nævnet:

Det er efter almindelige bevisbyrderegler køberen, der skal godtgøre, at den købte vare er fejlbehæftet, og sælgeren er ikke i almindelighed forpligtet til at undersøge varen med henblik på at konstatere, om dette er tilfældet.

Forbrugeren fik ikke medhold i krav om vederlagsfri undersøgelse af et grafikkort, hvor der ikke var konstateret en konkret fejl.

LOV

Købeloven § 78a

Købeloven § 79

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Forbruger fik ikke medhold i krav om gratis undersøgelse af grafikkort ved mistanke om produktionsfejl 17.12.2025

Forbrugerklagenævnet · Forbruger ikke berettiget til at hæve køb af opvaskemaskine grundet tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid 29.11.2010

Forbrugerklagenævnet · Barnevognens trykknapper blev ved med at gå i stykker: En forbruger kunne hæve købet 11.01.2007

Afhjælpning inden for rimelig tid: Ca. 2 måneders inaktivitet eller 4-5 mislykkede forsøg

§ 3

Hvornår afhjælpning ikke længere er sket *inden rimelig tid* er et af de mest behandlede spørgsmål i nævnets praksis. Følgende mønstre tegner sig:

Lang inaktivitet fra sælgers side (ca. 2 måneder)

I [23/13446](#) om en robotplæneklipper lagde nævnet afgørende vægt på, at der var gået ca. 2 måneder fra reklamationen, uden at afhjælpning var sket, og at reservedelene ikke engang var på lager endnu. Nævnet udtalte, at det på ophævelsestidspunktet *fremstod tydeligt*, at afhjælpning ikke ville ske inden rimelig tid, jf. [§ 78 b, stk. 1, nr. 1 og 4](#). Det var uden betydning, at sælgeren efterfølgende færdiggjorde reparationen.

I [13/11524](#) gik der over 4 måneder fra reklamation over en computers bundkortsfejl, før sælgeren tilbød reparation – og i starten kun mod betaling. Først over et år efter reklamationen blev der tilbudt omkostningsfri afhjælpning.

I [18/11728](#) om en iPhone 8 Plus med softwarefejl gik der flere måneder uden afhjælpning, hvilket berettigede til ophævelse.

Gentagne mislykkede afhjælpningsforsøg

I [2006-4031/7-2161](#) havde producenten repareret en computer tre gange, de sidste to for den *samme* fejl. Nævnet fandt, at afhjælpning ikke var sket inden for rimelig tid.

I [2005-525/7-135](#) gik trykknapperne på en barnevogn i stykker gentagne gange trods tre reparationer – ophævelse berettiget.

I [13/05657](#) forsøgte sælgeren at afhjælpe en computers touchpadfejl, men fejlen var fortsat til stede efter reparation. Med et samlet forløb over mere end 3 måneder var afhjælpning ikke sket inden rimelig tid.

Sag	Vare	Tidsforløb/forsøg	Resultat
23/13446	Robotplæneklipper	Ca. 2 mdr. uden afhjælpning	Ophævelse
13/11524	Computer	4+ mdr. → 1+ år	Ophævelse
2006-4031/7-2161	Computer	3 reparationer, 2 for samme fejl	Ophævelse
2005-525/7-135	Barnevogn	3 reparationer	Ophævelse
01/09-7856	Opvaskemaskine	2 forsøg + omlevering, ca. 1 mdr.	Ikke ophævelse

LOV

[Købeloven § 78b, stk. 1](#)
[Købeloven § 78, stk. 4](#)
[Købeloven § 79](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Ophævelse af køb af robotplæneklipper grundet manglende afhjælpning inden for rimelig tid	26.03.2024
Forbrugerklagenævnet · Ophævelse af køb af iPhone 8 Plus efter manglende afhjælpning af softwarefejl	04.12.2018
Forbrugerklagenævnet · Forbruger kunne hæve køb af computer grundet manglende afhjælpning inden for rimelig tid	17.12.2014
Forbrugerklagenævnet · Manglende afhjælpning inden for rimelig tid berettigede forbruger til at hæve købet af en computer	07.10.2014
Forbrugerklagenævnet · Forbruger ikke berettiget til at hæve køb af opvaskemaskine grundet tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid	29.11.2010
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Ophævelse af køb grundet manglende afhjælpning af fejl på computer	19.10.2007
Forbrugerklagenævnet · Barnevognens trykknapper blev ved med at gå i stykker: En forbruger kunne hæve købet	11.01.2007

§ 4 Omlevering: Erstatningsvaren skal svare til den oprindelige aftale

Når sælger vælger at omlevere i stedet for at afhjælpe, skal erstatningsvaren svare til det, forbrugeren oprindeligt aftalte at købe. Nævnet har opstillet en vigtig begrænsning:

I [12/17282](#) om en fabriksny iPhone fastslog nævnet, at en fabriksny vare *ikke* kan erstattes med en "refurbished" (istandsat) enhed. Da Apple's omleveringsordning indebar, at forbrugeren ville modtage en renoveret telefon i stedet for en ny, var dette ikke en gyldig omlevering. Forbrugeren var derfor berettiget til at ophæve købet.

Princippet afspejler det grundlæggende krav om, at omlevering skal ske med en genstand af *samme art og kvalitet* – en forudsætning der gælder for både den gamle ordning i [§ 78, stk. 1](#) og den nye i [§ 78 a](#).

I [13/09817](#) om en cykel til 35.000 kr. med en revne i stellet forsøgte sælgeren at omlevere stellet, men leverede først et stel i *forkerte farver*. Først 7 måneder efter reklamationen var det korrekte stel tilgængeligt. Nævnet fandt, at afhjælpning/omlevering ikke var sket inden rimelig tid, og forbrugeren var berettiget til ophævelse.

LOV

[Købeloven § 78a](#)[Købeloven § 78, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Afhjælpning af mangel ved cykelkøb – spørgsmål om berettigelse til ophævelse og fradrag for brug

17.12.2014

Forbrugerklagenævnet · Omlevering af iPhone med brugte dele – berettigelse til ophævelse af køb?

14.07.2014

§ 5 Mangelbegrebet: Urigtige oplysninger og sælgers loyale oplysningspligt

Købelovens § 76 opstiller fire mangelsgrundlag, hvoraf navnlig stk. 1, nr. 1-3 (oplysningsmangler) og nr. 4 (den generelle norm) har givet anledning til nævnspraksis.

Urigtige eller vildledende oplysninger (§ 76, stk. 1, nr. 1-2)

I Højesterets dom [Sag 31/2011](#) var en brugt BMW annonceret som "model aar 2007", selvom den var produceret i 2005 og manglede dieselpartikelfilter. Højesteret fandt, at betegnelsen var urigtig eller vildledende, og at bilen var mangelfuld efter [§ 76, stk. 1, nr. 2](#):

Betegnelsen "model aar 2007" var derfor urigtig eller vildledende, og bilen er herefter mangelfuld.

I [2005-521/7-860](#) fastslog Forbrugerklagenævnet, at en urigtig ejerafgift på et prisskilt udgjorde en mangel efter [§ 76, stk. 1, nr. 2](#).

Vildledende prisoplysninger kan ligeledes udgøre mangler. I [2003-4012/7-225](#) annonceredes et fjernsyn med en "markedspris" på 14.995 kr. og udsalgspris på 7.899 kr. Sælgeren kunne ikke dokumentere markedsprisen, og nævnet fandt at oplysningen var urigtig efter [§ 76, stk. 1, nr. 1](#). Forbrugeren fik et afslag på 2.500 kr. Tilsvarende i [vildledende førpris på madras](#) – afslag på 2.000 kr.

I [22/02069](#) annonceredes en læderhynde som "eksklusiv anilin læder", men det leverede produkt afveg visuelt fra billederne. Afslag 1.125 kr.

Sælgers loyale oplysningspligt (§ 76, stk. 1, nr. 3)

I [01/08-7823](#) om en motorcykel, der gik ud i tomgang, fastslog nævnet, at sælgeren burde have oplyst om modellens kendte tendens – en mangel efter § 76, stk. 1, nr. 3.

Modsat afviste nævnet i [23/14842](#) et krav om ophævelse af en gallakjole, der kun tålte "spot cleaning". Nævnet fandt, at det er *almindeligt kendt*, at tøj har isyede vedligeholdelsesvejledninger, og forbrugeren selv kunne have orienteret sig.

Den generelle mangelsnorm (§ 76, stk. 1, nr. 4 / ny § 75 c)

Den bredeste norm – varen skal have den beskaffenhed og brugbarhed, som forbrugeren med rimelighed kan forvente. Denne regel er påberåbt i størstedelen af nævnets sager om materiale- og fabrikationsfejl.

Uvæsentlige mangler berettiger ikke til ophævelse, men giver ret til forholdsmæssigt afslag: i [14/02191](#) fældede en rævepelsvest mere end forventeligt. Nævnet fandt manglen *uvæsentlig* og tilkendte et afslag på 200 kr. i stedet for ophævelse.

LOV	Købeloven § 75c, stk. 1	Købeloven § 76, stk. 1	
PRAKSIS	Højesteret · Afslag i købesum for brugt bil grundet vildledende modelår og manglende dieselpartikelfilter Forbrugerklagenævnet · Afslag på ophævelse af køb af gallakjole som følge af manglende oplysning om begrænset vaskemulighed Forbrugerklagenævnet · Afslag i pris for læderhynde, der ikke levede op til markedsføring som 'eksklusiv' Forbrugerklagenævnet · Rævepelsvests fældning – mangel og ophævelse af køb Forbrugerklagenævnet · Manglende oplysning om motorcykels tendens til at gå i stå udgør en mangel Forbrugerklagenævnet · Forbruger berettiget til afslag i købesum pga. urigtig oplysning om grøn ejerafgift på prisskilt Forbrugerklagenævnet · Vildledende førpris på madras udløste prisafslag Forbrugerklagenævnet · Prisafslag ved vildledende markedsføring af fjernsyn		05.09.2012 23.05.2025 19.12.2022 20.02.2015 10.09.2009 27.10.2006 27.07.2004 31.12.2003

§ 6 Ophævelse: Tilbagelevering i væsentlig samme stand og købesummens omfang

Ophævelse forudsætter efter [§ 57](#), at forbrugeren kan tilbagelevere varen i *væsentlig samme stand og mængde*, som den var ved leveringen. Mindre forandringer afskærer ikke ophævelse – men forbrugeren mister retten, hvis forringelsen skyldes forbrugers egne forhold.

Højesteret præciserede i [BS-245/2006-HJR](#) om en Ford Econoline med motorskade, at forbrugers fortsatte kørsel efter en klikkende lyd – trods anbefaling om tykkere olie – *ikke* udgjorde en tilsidesættelse af tabsbegrænsningspligten, idet fejlen var en sjælden materialefejl, der ikke ville være opdaget af en amatør.

Højesteret fastslog desuden i [Sag 78/2017](#) om ophævelse af et bilkøb, at [§ 57](#) kun dækker tilbagelevering af det, sælgeren *har modtaget i betaling* – finansieringsomkostninger er ikke en del af købesummen i ophævelsesopgøret.

EU-Domstolen har i [C-52/18 Füllä](#) fastslået, at sælgeren ved fjernsalg skal informere forbrugeren om, hvordan varen skal returneres for afhjælpning. Sælgeren bærer transportomkostningerne.

Ved ophævelse af et *samlet køb* har nævnet i [13/11524](#) vurderet, at køb af computer, taske, installation og fragt var ét samlet køb – ophævelsen omfattede dermed alle dele.

LOV

Købeloven § 57

PRAKSIS

Højesteret · Sælgers tilbagebetalingspligt ved ophævelse af bilkøb: Omfatter købesummen finansieringsomkostninger i et trepartsforhold? 16.02.2018

Højesteret · Sag om ophævelse af bilkøb grundet motorskade 25.04.2008

EU-Domstolen · Forbruger køb ved fjernsalg: Afhjælpningssted og kravet om gratis afhjælpning ved mangelfulde varer 23.05.2019

Forbrugerklagenævnet · Manglende afhjælpning inden for rimelig tid berettigede forbruger til at hæve købet af en computer 07.10.2014

§ 7 Fradrag for nytte af brug: Nævnets delte praksis efter U.2014.578H

Spørgsmålet om, hvorvidt sælgeren ved ophævelse kan kræve fradrag i købesummen for den nytte, forbrugeren har haft af varen, er et af de mest omstridte i nævnets praksis.

Højesterets retningslinje

I **U.2014.578H** fastsatte Højesteret et fradrag for nytte af brug ved ophævelse af et tv-køb, beregnet til 10 % af købsprisen pr. år. Denne dom refereres i næsten alle efterfølgende nævnsafgørelser om spørgsmålet.

Forbrugerklagenævnets splittede praksis

Nævnet er konsekvent delt i spørgsmålet. To retninger ses:

Flertal mod fradrag (fuld tilbagebetaling):

I [13/11524](#) (computer), [13/09817](#) (cykel til 35.000 kr.), [13/05657](#) (computer) og [13/11818](#) (briller) stemte flertallet for fuld tilbagebetaling. Argumenterne er:

- Der skal foreligge *helt særlige omstændigheder* for at pålægge forbrugeren at godtgøre sælgeren for brug, jf. [§ 57](#), hvor udgangspunktet er hel tilbagelevering
- Et fradrag uden samtidig pligt for sælgeren til at betale renter af købesummen medfører en urimelig retstilstand

Flertal for fradrag:

I [13/09654](#) (telefon, ca. 13 mdr. brug) fastsatte flertallet et fradrag på 800 kr. med henvisning til Højesterets 10 %-pr.-år-rettesnor. I [13/14143](#) (handsker, 23 mdr. brug) blev fradraget sat til 400 kr. I [13/07873](#) (telefon, 14 mdr. brug) blev fradraget 1.300 kr.

Sag	Vare	Brugstid	Fradrag	Afstemning
13/11524	Computer	1 år	0 kr.	3-2 mod fradrag
13/09817	Cykel	2 mdr.	0 kr.	3-2 mod fradrag
13/05657	Computer	1+ år	0 kr.	3-2 mod fradrag
13/09654	Telefon	13 mdr.	800 kr.	3-2 for fradrag
13/14143	Handsker	23 mdr.	400 kr.	4-1 for fradrag
13/07873	Telefon	14 mdr.	1.300 kr.	3-2 for fradrag

Den splittede praksis afspejler, at forarbejderne til lov nr. 213 af 22. april 2002 bevidst undlod at indføre generelle regler og overlod spørgsmålet til en konkret vurdering i praksis.

LOV	KøbeLoven § 57	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Afhjælpning af mangel ved cykelkøb – spørgsmål om berettigelse til ophævelse og fradrag for brug	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger kunne hævde køb af computer grundet manglende afhjælpning inden for rimelig tid	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Knækkede brilleglas på grund af konstruktionsfejl berettiger til ophævelse af købet	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om ophævelse af køb af telefon efter afvist reklamation grundet fysisk overlast	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Mangelfulde handsker: Hul ved syning efter 23 måneder berettiger til ophævelse af køb	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om mangler ved telefon og ophævelse af køb	17.12.2014
	Forbrugerklagenævnet · Manglende afhjælpning inden for rimelig tid berettigede forbruger til at hævde købet af en computer	07.10.2014

§ 8 Sælgers reklamationsforpligtelse og undersøgelsesgebyr

Sælgeren bevarer sin reklamationsforpligtelse over for forbrugeren, selv når den praktiske afhjælpning er *uddelegeret* til producent eller tredjepart. To vigtige principper følger heraf:

Delegation fritager ikke sælger

I [21/12246](#) om en vaskemaskine blev forbrugeren af sælger viderestillet til producenten, der videresendte til en servicepartner. Servicepartneren afviste reklamationen og opkrævede 1.545 kr. i undersøgelsesgebyr. Nævnet fastslog, at sælgeren som aftalepart fortsat hæftede for reklamationsbehandlingen.

I [2006-4031/7-2161](#) fastslog nævnet tilsvarende, at producentens manglende afhjælpning måtte have virkning over for sælgeren, da denne selv havde henvist til producenten.

Undersøgelsesgebyr kræver forudgående udtrykkelig accept

En sælger kan opkræve et undersøgelsesgebyr, *men kun* hvis:

1. Der faktisk ikke foreligger en reklamationsberettigende mangel, og
2. Forbrugeren *forud for undersøgelsen* udtrykkeligt er gjort opmærksom på gebyret og dets størrelse, og har *accepteret* dette

I [21/12246](#) fandt nævnet det ikke godtgjort, at forbrugeren var oplyst om gebyret forud for undersøgelsen. Forbrugeren blev friholdt for de 1.545 kr.

I [2002-4031/7-2198](#) fandt nævnet, at sælgeren hverken havde bevist, at et motherboard var uden mangler, eller at der var aftalt et testgebyr. Sælgerens uberettigede tilbageholdelse af motherboardet betinget af betaling af gebyret blev anset for en hæveberettigende misligholdelse.

I [2003-4021/7-15](#) om et digitalkamera, der blev beskadiget under firmwareopdatering, fandt nævnet ligeledes, at undersøgelsesgebyret på 744 kr. skulle tilbagebetales, fordi der ikke var indgået aftale om gebyr.

Det fælles princip er, at sælgeren efter § 78, jf. § 1, stk. 2, er forpligtet til *vederlagsfrit* at tage stilling til reklamationer og afhjælpe mangler. Et gebyr er en undtagelse, der kræver klar hjemmel i en forudgående aftale.

LOV	Købeloven § 1, stk. 2	Købeloven § 78	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbruger friholdt for undersøgelsesgebyr for vaskemaskine grundet manglende oplysning		30.09.2022
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Ophævelse af køb grundet manglende afhjælpning af fejl på computer		19.10.2007
	Forbrugerklagenævnet · Digitalkamera beskadiget under firmwareopdatering – krav om gratis reparation og tilbagebetaling af undersøgelsesgebyr		31.12.2003
	Forbrugerklagenævnet · Sælger kunne ikke kræve undersøgelsesgebyr, da mangler ikke var afvist og aftale om gebyr ikke var indgået		31.12.2002

§ 9 Bevisbyrden og formodningsreglen i § 77 a

Det er som udgangspunkt forbrugeren, der skal godtgøre, at varen er mangelfuld. Den vigtigste modifikation er formodningsreglen i § 77 a, stk. 3: fejl der viser sig inden for 6 måneder (nu 1 år efter varedirektivet) efter levering *formodes* at have været til stede ved leveringstidspunktet, medmindre sælgeren *afkræfter* formodningen.

I 01/10-7607 var en mobiltelefons "pil ned"-tast holdt op med at virke efter 4 måneder. Sælgeren hævdede fugtskade. Den sagkyndige fandt ir i telefonen, men udtalte, at ir *ikke nødvendigvis* er årsag til fejlen, og at en materialefejl var mest sandsynlig. Nævnets flertal fandt, at sælgeren *ikke* havde afkræftet formodningen, og telefonen var mangelfuld.

Modsat kan sælger lykkes med at afkræfte formodningen, hvis den sagkyndige dokumenterer, at skaden skyldes forbrugers brug – fx ved påvist fysisk overlast eller fugtskade, der med overvejende sandsynlighed er opstået efter levering.

Formodningsperiodens forlængelse fra 6 måneder til 1 år ved den nye ordning styrker forbrugerbeskyttelsen yderligere.

LOV	Købeloven § 77a, stk. 3	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Mobiltelefon var mangelfuld trods irdannelser - Den erhvervsdrivende havde ikke afkræftet formodningen om oprindelig mangel	23.12.2011

§ 10 Sammenfatning: Centrale takeaways fra nævnets praksis

Forbrugerklagenævnets praksis om mangler ved forbruger køb tegner et billede af en konsekvent forbrugerbeskyttelse inden for rammerne af trappemodellen:

- **Sælger får en chance** – men den skal bruges hurtigt. Ca. 2 måneders inaktivitet eller 4-5 mislykkede reparationsforsøg overskrider i størsteparten af de refererede sager, og forbrugeren kan herefter kræve ophævelse.
- **Oplysningsmangler er en selvstændig mangelskategori** – urigtige prisoplysninger, forkerte modelårsangivelser og forsømt oplysningspligt kan hver for sig begrunde ophævelse eller afslag, uafhængigt af varens fysiske egenskaber. Denne praksis fra § 76 videreføres i den nye ordnings § 75 c og § 76.

- **Fradrag for brug er ikke afklaret** – nævnet er stadig delt, og afstemningen kan gå begge veje afhængigt af nævnssammensætningen. Højesterets 10 %-pr.-år-rettensnor fungerer som udgangspunkt, men flertallet af nævnsafgørelser ender med fuld tilbagebetaling.
- **Sælger hæfter for hele reklamationskæden** – delegation til producent eller servicepartner fritager ikke sælgeren, og undersøgelsesgebyrer kræver forudgående aftale.
- **Forbrugeren skal samarbejde** – men pligten er begrænset. Forbrugeren skal give sælger mulighed for undersøgelse og bør ikke iværksætte egen reparation uden forudgående henvendelse, men fortsatte brug af en vare med en klikkende lyd bryder ikke tabsbegrænsningspligten, hvis fejlen ikke er indlysende for en lægmand.

Forbrugerklagenævnets sagsbehandling følger [forbrugerklageloven § 19](#), og nævnets afgørelser er ikke bindende for domstolene, men følges i praksis i vid udstrækning. Selvstændige emner om [vildledende markedsføring](#) og [skjult reklame](#) behandles i separate praksisoversigter.

LOV

[Forbrugerklageloven § 19](#)
[Købeloven § 75c, stk. 1](#)
[Købeloven § 76, stk. 1](#)

REFERENCE Lovgrundlag

7 paragraffer

Forbrugerklageloven § 19	Købeloven § 57
Købeloven § 75c stk. 1	Købeloven § 76 stk. 1
Købeloven § 78a	Købeloven § 78b stk. 1
Købeloven § 79	

MATERIALE Citerede afgørelser

29 afgørelser

HØJESTERET · ØVERSTE INSTANS

3

16.02.2018	Sælgers tilbagebetalingspligt ved ophævelse af bilkøb: Omfatter købesummen finansieringsomkostninger i et trepartsforhold?	78-2017
05.09.2012	Afslag i købesum for brugt bil grundet vildledende modelår og manglende dieselpartikelfilter	31-2011
25.04.2008	Sag om ophævelse af bilkøb grundet motorskade	6990-8386

EU-DOMSTOLEN · EUROPÆISK DOMSTOL

1

23.05.2019	Forbruger køb ved fjernsalg: Afhjælpningssted og kravet om gratis afhjælpning ved mangelfulde varer	C-52/18
------------	---	---------

FORBRUGERKLAGENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS

25

17.12.2025	Forbruger fik ikke medhold i krav om gratis undersøgelse af grafikkort ved mistanke om produktionsfejl	23/06160
------------	--	----------

23.05.2025	Afslag på ophævelse af køb af gallakjole som følge af manglende oplysning om begrænset vaskemulighed	23/14842
26.03.2024	Ophævelse af køb af robotplæneklipper grundet manglende afhjælpning inden for rimelig tid	23/13446
19.12.2022	Afslag i pris for læderhynde, der ikke levede op til markedsføring som 'eksklusiv'	22/02069
30.09.2022	Forbruger friholdt for undersøgelsesgebyr for vaskemaskine grundet manglende oplysning	21/12246
04.12.2018	Ophævelse af køb af iPhone 8 Plus efter manglende afhjælpning af softwarefejl	18/11728
20.02.2015	Rævepelsvests fældning – mangel og ophævelse af køb	14/02191
17.12.2014	Forbruger kunne hæve køb af computer grundet manglende afhjælpning inden for rimelig tid	13/05657
17.12.2014	Afgørelse om mangler ved telefon og ophævelse af køb	13/07873
17.12.2014	Afgørelse om ophævelse af køb af telefon efter afvist reklamation grundet fysisk overlast	13/09654
17.12.2014	Afhjælpning af mangel ved cykelkøb – spørgsmål om berettigelse til ophævelse og fradrag for brug	13/09817
17.12.2014	Knækkede brilleglas på grund af konstruktionsfejl berettiger til ophævelse af købet	13/11818
17.12.2014	Mangelfulde handsker: Hul ved syning efter 23 måneder berettiger til ophævelse af køb	13/14143
07.10.2014	Manglende afhjælpning inden for rimelig tid berettigede forbruger til at hæve købet af en computer	13/11524
14.07.2014	Omlevering af iPhone med brugte dele – berettigelse til ophævelse af køb?	12/17282
23.12.2011	Mobiltelefon var mangelfuld trods irdannelser - Den erhvervsdrivende havde ikke afkræftet formodningen om oprindelig mangel	01-10-7607
29.11.2010	Forbruger ikke berettiget til at hæve køb af opvaskemaskine grundet tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid	01-09-7856
10.09.2009	Manglende oplysning om motorcykels tendens til at gå i stå udgør en mangel	01-08-7823
19.10.2007	Forbrugerklagenævnet: Ophævelse af køb grundet manglende afhjælpning af fejl på computer	2006-4031/7-2161
11.01.2007	Barnevognens trykknapper blev ved med at gå i stykker: En forbruger kunne hæve købet	2005-525/7-135
27.10.2006	Forbruger berettiget til afslag i købesum pga. urigtig oplysning om grøn ejerafgift på prisskilt	2005-521/7-860
27.07.2004	Vildledende førpris på madras udløste prisafslag	
31.12.2003	Prisafslag ved vildledende markedsføring af fjernsyn	2003-4012/7-225 og 228

31.12.2003	Digitalkamera beskadiget under firmwareopdatering – krav om gratis reparation og tilbagebetaling af undersøgelsesgebyr	2003-4021/7-15
31.12.2002	Sælger kunne ikke kræve undersøgelsesgebyr, da mangler ikke var afvist og aftale om gebyr ikke var indgået	2002-4031/7-2198

FORARBEJDE Betænkninger

1 reference

Forbrugerkommissionens betænkning III: Forbrugerens retsstilling og retsbeskyttelse

nr. 738 · 1975 · Handelsministeriet

05

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over fortrydelsesret ved fjernsalg og aftaler uden for forretningssted

Anvendelsesområde, undtagelseskatalog, fristberegning og retsvirkninger efter forbrugeraftalelovens §§ 18-26

Version 2 · Opdateret 16. jul. 2026 · 48 afgørelser

[Læs online](#)**INTRODUKTION**

Forbrugerens 14-dages fortrydelsesret ved fjernsalg og aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted er reguleret i forbrugeraftalelovens kapitel 4 (§§ 18-26), der gennemfører forbrugerrettighedsdirektivet 2011/83/EU. Praksis er domineret af to gennemgående mønstre: undtagelseskataloget i § 18, stk. 2, er udtømmende og fortolkes konsekvent indskrænkende – både af EU-Domstolen og af Forbrugerombudsmanden – og manglende opfyldelse af oplysningspligten om fortrydelsesretten rammer den erhvervsdrivende hårdt, idet fristen udskydes, hæftelsen for værdiforringelse bortfalder, og kravet på betaling for udført arbejde kan falde helt bort. Oversigten samler EU-Domstolens ledende domme, Forbrugerombudsmandens vejledende udtalelser og bødesager samt Forbrugerklagenævnets afgørelser om mekanikken i §§ 18-26.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Fortrydelsesretten gælder ved fjernsalg og ved aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted, og undtagelseskataloget i § 18, stk. 2, er udtømmende – loven kan ikke fraviges til skade for forbrugeren, jf. § 33.
- 02** Undtagelserne skal fortolkes indskrænkende; EU-Domstolen har gentagne gange afvist udvidende fortolkninger (C-208/19, C-681/17), og Forbrugerombudsmanden har afvist undtagelse for wall stickers, panorama-lærreder, klatresikkerhedsudstyr og reb solgt i metermål.
- 03** En vare er kun »fremstillet efter forbrugerens specifikationer«, når fremstillingen ikke bygger på standardvalg – valg af farve, mål, materiale eller påtryk af kundens navn gør ikke i sig selv varen unik.
- 04** Undtagelsen for specialfremstillede varer knytter sig til aftalens genstand og kan påberåbes fra aftalens indgåelse, uanset om produktionen er påbegyndt, og uanset om varen billigt kunne bringes tilbage til standardtilstand (C-529/19).
- 05** Hygiejneundtagelsen i § 18, stk. 2, nr. 5, forudsætter, at varen efter brudt forsegling er sundheds- eller hygiejnemæssigt kompromitteret – en madras er det ikke (C-681/17), og et generelt vilkår om bortfald ved brudt emballage er ugyldigt.

- 06** Undtagelsen for fritidstilbud på bestemt dato gælder også ved køb gennem en mellemmand, forudsat at risikoen for den frigivne kapacitet bæres af arrangøren (C-96/21).
- 07** Privatleasing af biler er som udgangspunkt undtaget som biludlejningsvirksomhed efter § 18, stk. 2, nr. 12 – men ikke hvis aftalen indebærer overdragelse af ejendomsretten, fx ved købepligt eller symbolsk restværdi.
- 08** Fortrydelsesretten bortfalder først ved en fuldt udført tjenesteydelse, og kun hvis forbrugeren forudgående udtrykkeligt har samtykket til påbegyndelsen og anerkendt, at fortrydelsesretten mistes – et vilkår i standardbetingelser er ikke et gyldigt samtykke.
- 09** Fristen løber ved varekøb fra forbrugers fysiske besiddelse, ved tjenesteydelser fra aftaleindgåelsen, og ved delleverancer fra den sidste vare – et vilkår om, at fristen løber fra budet eller fra aftaleindgåelsen ved varekøb, er ugyldigt.
- 10** Er oplysning efter § 8, stk. 1, nr. 11, ikke givet på et varigt medium, udskydes friststarten, og fristen udløber under alle omstændigheder 12 måneder og 14 dage efter den oprindelige 14-dagesperiode – en hjemmeside er ikke et varigt medium.
- 11** Mangelfulde oplysninger udskyder friststarten, og den erhvervsdrivende kan hverken påberåbe sig fortabelse eller retsmisbrug over for en forbruger, der fortryder længe efter (C-33/20, C-38/21).
- 12** Fortrydelse kræver en utvetydig erklæring inden fristens udløb; ordvalget er uden betydning (»afbestiller« er tilstrækkeligt), afsendelse på fristens sidste dag er rettidig, og forbrugeren bærer bevisbyrden.
- 13** Den erhvervsdrivende skal tilbagebetale alle beløb inklusive leveringsomkostninger inden 14 dage og med samme betalingsmiddel, men kan tilbageholde beløbet indtil varen er modtaget retur eller afsendelse dokumenteret.
- 14** Forbrugeren hæfter kun for værdiforringelse ved håndtering ud over hvad der er nødvendigt for at fastslå varens art, egenskaber og funktion – målestokken er, hvad forbrugeren ville have fået lov til i en fysisk butik.
- 15** Bevisbyrden for, at varen er værdiforringet, påhviler den erhvervsdrivende; først derefter skal forbrugeren godtgøre, at forringelsen ikke skyldes uforsvarlig håndtering.
- 16** Hæftelsen for værdiforringelse bortfalder helt, hvis den erhvervsdrivende ikke har givet meddelelse om fortrydelsesretten, jf. § 24, stk. 5, 2. pkt.
- 17** Manglende oplysning om fortrydelsesret ved en aftale uden for forretningsstedet fritager forbrugeren fuldstændigt for betaling for allerede udført arbejde (C-97/22, jf. § 25, stk. 1, nr. 2).
- 18** Skal den erhvervsdrivende afhente varen, og sker det ikke inden 3 måneder efter fortrydelsesmeddelelsen, tilfalder varen forbrugeren vederlagsfrit, jf. § 24, stk. 4.

- 19** En tvist om størrelsen af et værdiforringelsesfradrag berettiger ikke forbrugeren til at tilbageholde varen ud over 14-dagesfristen i § 24, stk. 1 – tilbageholdsret består kun, hvor den erhvervsdrivende skal afhente varen.
- 20** Ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser gælder fortrydelsesretten kun, indtil aftalen med forbrugers udtrykkelige samtykke er helt opfyldt af begge parter, jf. § 19, stk. 5, og tilbagebetaling skal ske inden 30 dage, jf. § 23.
- 21** Med lov nr. 723 af 20. juni 2025 – i kraft 19. juni 2026 – er der indført en absolut frist på 12 måneder og 14 dage ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser samt en pligt til at stille en »Fortryd aftale«-funktion til rådighed på onlinegrænseflader, jf. den nye § 20 a.

Anvendelsesområdet: hvornår foreligger der fjernsalg eller en aftale uden for forretningsstedet?

§ 1

[Forbrugeraftalelovens § 18, stk. 1](#) fastslår, at forbrugeren kan træde tilbage fra aftalen ved aftaler om fjernsalg og ved aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted. Afgrænsningen sker efter definitionerne i [§ 3](#), hvor fjernsalg forudsætter både brug af fjernkommunikation og et system for fjernsalg drevet af den erhvervsdrivende.

Det centrale i praksis er, **hvornår den bindende aftale indgås** – ikke hvor varen udleveres:

- Forudbestilling online med afhentning i fysisk butik er fjernsalg, og fristen løber først fra afhentningen. Forbrugerombudsmanden fastslog derfor i [en sag om gebyr ved manglende afhentning](#), at et gebyr ville stride mod god skik, fordi forbrugers forpligtelse ophører ved brug af fortrydelsesretten, jf. [§ 21](#). Samme resultat i [supermarkedssagen om ikke-afhentede onlinebestillinger](#).
- Ren **reservation** online, hvor forbrugeren først forpligtes ved betaling i butikken, er derimod ikke fjernsalg. Det fastslog Forbrugerombudsmanden i [sagen om online reservation i et supermarked](#).
- Grænsen er dog ikke formel alene. I [01-09-7661](#) fandt Forbrugerklagenævnet, at et tv reserveret online formelt ikke var fjernsalg – men da hjemmesiden med »Varekurven«, betingelsesaccept og e-mærket **fremstod** som en fjernsalgsplatform uden tydelig oplysning om det modsatte, skulle den erhvervsdrivendes egne returbetingelser fortolkes i lyset af forbrugeraftalelovens fortrydelsesregler.

Systemkravet fortolkes bredt. I [2005-4012/7-660](#) var landsdækkende annoncering i Den Blå Avis med opfordring til telefonisk bestilling tilstrækkeligt til at etablere et system for fjernsalg. Loven omfatter også aftaler formidlet af en erhvervsdrivende for en privat sælger – Forbrugerombudsmanden anså i [sagen om en handelsplatform for private](#) formidleren for omfattet, fordi denne tog gebyr og stillede et betalingssystem til rådighed. Ved telefonisk aftaleindgåelse skærpes oplysningskravene tilsvarende, jf. [12/14983](#), hvor en efterfølgende henvisning til vilkår på en hjemmeside ikke kunne rette op på manglende information ved selve aftaleindgåelsen.

For aftaler uden for forretningsstedet er sondringen til det »faste forretningssted« afgørende. EU-Domstolen fastslog i [C-485/17 \(Verbraucherzentrale Berlin\)](#), at en messestand kan være et fast forretningssted, selvom den kun benyttes få dage om året:

Der skal med henblik på i et konkret tilfælde at afgøre, om en stand på en messe skal kvalificeres som et »fast forretningssted« [...] tages hensyn til, hvorledes denne stand konkret fremstår over for publikum, og særligt, om den over for en gennemsnitsforbruger fremstår som et sted, hvor den erhvervsdrivende [...] udøver sine aktiviteter [...] på sædvanligt grundlag, således at en sådan forbruger med rimelighed ved at besøge denne kan forvente at være genstand for en forretningsmæssig henvendelse.

Afgørende er altså forbrugerens berettigede forventning – ikke messens varighed.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 3	Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 21
PRAKSIS	EU-Domstolen · Fortolkning af begrebet 'fast forretningssted' i forbindelse med salg på messestande		
	07.08.2018		
	Forbrugerombudsmanden · Supermarkeds opkrævning af gebyr for ikke-afhentede onlinebestillinger vurderet af Forbrugerombudsmanden		
	19.01.2022		
	Forbrugerombudsmanden · Gebyr for manglende afhentning af forudbestilte varer i strid med god skik		
	17.01.2019		
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden vurderer formidlers ansvar for oplysning om fortrydelsesret ved handel mellem private		
	25.03.2009		
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af fortrydelsesret ved online reservation af varer i supermarked		
	16.04.2008		
	Forbrugerklagenævnet · Uenighed om varigheden af et avisabonnement tegnet via telefonsalg		
	28.10.2013		
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet		
	29.09.2010		
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved fjernsalg af fjernsyn		
	19.12.2007		

Undtagelseskataloget i § 18, stk. 2, er udtømmende og fortolkes indskrænkende

§ 18, stk. 2, nr. 1-15 opregner de aftaler, der er undtaget fra fortrydelsesretten. Katalogets 15 punkter er en udtømmende gennemførelse af artikel 16 i forbrugerrettighedsdirektivet, og da direktivet som udgangspunkt er et totalharmoniseringsdirektiv, kan der hverken tilføjes eller udvides undtagelser nationalt. Sammenholdt med præceptivitetsreglen i § 33 – »Loven kan ikke fraviges til skade for forbrugeren« – betyder det, at et vilkår om, at en bestemt varetype er undtaget, er virkningsløst, hvis varen ikke faktisk falder ind under kataloget.

Forarbejderne til den oprindelige lov udtrykker fortolkningsprincippet direkte. Om bestillingskøb hedder det, at

Da der er tale om en undtagelsesbestemmelse, skal begrebet "varer, som er fremstillet efter forbrugerens specifikationer" fortolkes snævert.

Og om hurtigt forringelige varer, at bestemmelsen »forudsætter at skulle fortolkes restriktivt«. Arbejdsgruppen bag betænkning nr. 1540/2013 om gennemførelse af direktivet om forbrugerrettigheder gennemgik hver enkelt undtagelse i direktivets artikel 16 og lagde det samme princip til grund, jf. gennemgangen af artikel 16, litra b, på s. 230.

EU-Domstolen har gentagne gange bekræftet dette. I C-208/19 (NK – projektering af enfamiliehus) hedder det i præmis 41:

Det følger heraf, at artikel 3, stk. 3, litra f, i direktiv 2011/83 skal fortolkes indskrænkende, for så vidt som den udelukker aftaler om opførelse af nye ejendomme fra anvendelsesområdet for dette direktiv.

Forbrugerombudsmandens praksis følger samme linje og har afvist undtagelse i en række konkrete tilfælde:

Vare	Påberåbt undtagelse	Udfald
Wall stickers med valgfri farve og størrelse	Specialfremstillet, nr. 3	Standardvare – påbud om at give fortrydelsesret
Panorama-lærreder	Specialfremstillet, nr. 3	Ikke undtaget
Sikkerhedsudstyr til klatring	Hygiejne/hurtig forringelse, nr. 4-5	Ikke undtaget
Reb, tov og kæder i metermål	Specialfremstillet, nr. 3	Ikke undtaget
Flaskevand	Hurtig forringelse, nr. 4	Vurderet efter undtagelsernes snævre ordlyd

Se [wall sticker-sagen](#), [panorama-lærrederne](#), [klatreudstyret](#), [metermålsvarerne](#) og [flaskevandet](#). Et generelt vilkår om, at »bestillingsvarer« er undtaget, blev tilsvarende underkendt i [sagen om bestillingsvarer](#).

En erhvervsdrivende, der påberåber sig en undtagelse, har derfor en reel og ikke ubetydelig risiko: rammer vurderingen ved siden af, foreligger der ikke blot en civilretlig fortrydelsesret, men også en tilsidesættelse af oplysningspligten i [§ 8, stk. 1, nr. 12](#) med de virkninger, der beskrives nedenfor.

LOV

[Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1](#)

[Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2](#)

[Forbrugeraftaleloven § 33](#)

PRAKSIS	EU-Domstolen · Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	14.05.2020
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved salg af reb, tov og kæder i metermål	22.03.2017
	Forbrugerombudsmanden · Sikkerhedsudstyr til klatring er ikke undtaget fra fortrydelsesretten	13.01.2017
	Forbrugerombudsmanden · Salg af panorama-lærreder er ikke undtaget fra fortrydelsesretten	07.10.2015
	Forbrugerombudsmanden · Internetbutik påbudt at give fortrydelsesret på wall stickers, da de ikke ansås for specialfremstillede	16.04.2012
	Forbrugerombudsmanden · Vilkår om undtagelse af fortrydelsesret for bestillingsvarer i strid med Forbrugeraftaleloven	17.08.2011
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved fjernsalg af flaskevand: Undtagelser i forbrugerftaleloven	01.01.0001

Bestillingskøb og varer med tydeligt personligt præg (§ 18, stk. 2, nr. 3)

Efter [§ 18, stk. 2, nr. 3](#) gælder fortrydelsesretten ikke for varer, som er fremstillet efter forbrugerens specifikationer eller har fået et tydeligt personligt præg. Forarbejderne til den oprindelige lov opstiller den afgørende test:

Som udgangspunkt vil der alene være tale om et bestillingskøb, hvis der sker en fremstilling eller tilpasning, som ikke baserer sig på standardvalg. Dog vil fremstilling af varer på baggrund af en særlig – atypisk eller omfattende – kombination af standardvalg efter omstændighederne kunne indebære, at der alligevel er tale om et bestillingskøb. Hvorvidt dette er tilfældet må bero på en konkret vurdering, hvor sælgers mulighed for at sælge den pågældende vare til anden side – eventuelt efter at have foretaget visse tilpasninger – vil kunne indgå som element.

Standardvalg er ikke specifikationer. Forbrugerombudsmanden fastholdt i [sengesagen](#) og i [den opfølgende udtalelse](#), at senge fremstillet efter kundens valg af materialer, farver, sokkeltyper, størrelser, længder, madrastyper og dæmpningsgrader **ikke** var undtaget – valgene var standardvalg, der hverken var så omfattende eller atypiske, at sengen ikke kunne afsættes til anden side. Selv påstempling af kundens navn og produktionsdato på madras og betræk ændrede ikke vurderingen, fordi påtrykket ikke var et individuelt krav fra forbrugeren.

Forbrugerklagenævnet nåede samme resultat i [01-10-6673](#): en hoppepude bestilt i målene 5000 × 5000 × 500 mm i farven grøn var ikke et bestillingskøb, fordi mål og farve ikke var usædvanlige, og puden ikke var bestemt til et så særligt formål, at den ikke kunne afsættes til anden side. Modsat i [21/11199](#), hvor en bjælkehytte med specialmål og specialfremstillet dør og vindue faldt uden for fortrydelsesretten.

Undtagelsen gælder fra aftalens indgåelse. I [C-529/19 \(Möbel Kraft\)](#) fastslog EU-Domstolen, at undtagelsen i [artikel 16, litra c](#) – til forskel fra litra a, e, i og m – ikke forudsætter en efterfølgende begivenhed:

Artikel 16, litra c), i direktiv 2011/83/EU skal fortolkes således, at den i denne bestemmelse fastsatte undtagelse til fortrydelsesretten kan gøres gældende over for en forbruger, som har indgået en aftale uden for fast forretningssted om salg af en vare, der skal fremstilles efter forbrugerens specifikationer, uanset om den erhvervsdrivende har påbegyndt fremstillingen af den nævnte vare.

Domstolen afviste samtidig, at det skulle have betydning, at varen med ca. 5 % af værdien kunne bringes tilbage i standardtilstand – en sådan vurdering ville stride mod direktivets harmoniserings- og retssikkerhedsformål. Dette er i overensstemmelse med de danske forarbejder, hvorefter det »ikke [er] afgørende for afgrænsningen af begrebet bestillingskøb [...], hvorvidt produktion af en vare først iværksættes efter forbrugerens afgivelse af bestillingen«.

Undtagelsen gælder kun varer. I [C-208/19](#) afviste EU-Domstolen, at en arkitekts projekteringsaftale kunne henføres under litra c, selvom planerne fysisk kunne leveres som løsøre (præmis 59):

Det forholder sig ikke desto mindre således, at hovedformålet med en sådan aftale er arkitektens levering af en intellektuel ydelse, der består i projektering af et enfamiliehus, der skal opføres, idet leveringen af planerne som varer kun er sekundær i forhold til den hovedydelse, der skal leveres.

Aftalen var derfor en tjenesteydelsesaftale, og bortfald forudsatte de tre kumulative betingelser i artikel 16, litra a, jf. næste afsnit om § 18, stk. 2, nr. 2.

LOV [Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2](#)

PRAKSIS	EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved køb af specialfremstillede varer: Undtagelsens anvendelse før produktionens påbegyndelse	21.10.2020
	EU-Domstolen · Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	14.05.2020
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger ikke berettiget til at ophæve køb af specialfremstillet bjælkehytte, trods leveringsforsinkelse	19.12.2022
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger kan fortryde køb af hoppepude, selvom den er bestilt i specifikke mål og farve	21.09.2011
	Forbrugerombudsmanden · Skræddersyede senge og fortrydelsesret: Er de omfattet af undtagelsen i Forbrugeraftaleloven?	20.03.2015
	Forbrugerombudsmanden · Skræddersyede senge og fortrydelsesret: Standardvalg og personligt præg	17.07.2014

§ 4 Forseglede hygiejnevarer, hurtigt forringelige varer og plomberede medier (§ 18, stk. 2, nr. 4, 5 og 9)

§ 18, stk. 2, nr. 5 undtager forseglede varer, som af sundhedsbeskyttelses- eller hygiejnemæssige årsager ikke er egnet til at blive returneret, og hvor forseglingen er brudt efter leveringen. Forarbejderne præciserer kriteriet:

Det afgørende for undtagelsens anvendelsesområde er, om varen sundhedsbeskyttelses- eller hygiejnemæssigt er kompromitteret.

og om begrebet forsegling, at det »omfatter bl.a. særlig emballage, som beskytter varen og tjener som sikkerhed for, at varen ikke har været åbnet«.

Den ledende afgørelse er **C-681/17 (slewo)**, hvor EU-Domstolen fastslog, at en madras ikke er omfattet af undtagelsen i [artikel 16, litra e](#), selvom plastemballage er brudt. Forbrugerklagenævnet anvendte dommen direkte i [18/11434](#) og lagde til grund, at købet var omfattet af den lovbestemte fortrydelsesret **uanset den brudte emballage**.

Konsekvensen for aftalevilkår er skarp. I [sagen om en dansk møbelvirksomhed](#) – rejst efter henvendelse fra de franske forbrugermyndigheder – kritiserede Forbrugerombudsmanden en række vilkår som stridende mod loven:

- en fortrydelsesfrist på kun **8 dage** i stedet for 14,
- krav om **ubrudt emballage** som betingelse for fortrydelse, hvilket er ulovligt, når varen normalt udstilles uden emballage i en butik,
- krav om **ubeskadiget vare**, hvor loven kun hjemler fradrag for værdiforringelse efter [§ 24, stk. 5](#),
- manglende adgang til **standardfortrydelsesformularen** i lovens bilag 3.

Virksomheden tilrettede handelsbetingelserne, og sagen blev afsluttet uden bøde eller påbud.

Undtagelsen for **hurtigt forringelige varer** i [nr. 4](#) er ligeledes snæver. Forarbejderne nævner som eksempel »visse ferske fødevarer, herunder kølevarer«, men understreger, at bestemmelsen ikke omfatter

tøj og andre modeprægede produkter, som efter omstændighederne kan være mindre værd efter relativ kort tid, uden at denne værdiforringelse dog kan siges at relatere sig til en forringelse eller forældelse af selve varen og dens egenskaber.

At hverken hygiejne- eller forringelsesundtagelsen kan strækkes, illustreres af [klatreudstyrssagen](#), hvor sikkerhedsudstyr – trods de åbenlyse sikkerhedshensyn ved genanvendelse – ikke kunne undtages.

For **plomberede lyd- eller billedoptagelser og computersoftware** i [nr. 9](#) bemærker forarbejderne, at plombering også omfatter *teknisk* plombering, og at bestemmelsen – til forskel fra den tidligere retstilstand – ikke selvstændigt kræver, at forbrugeren udtrykkeligt er gjort bekendt med bortfaldet. Oplysningspligten følger dog af [§ 8, stk. 1, nr. 13](#) om, under hvilke omstændigheder forbrugeren mister sin fortrydelsesret.

LOV

[Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1](#)[Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2](#)[Forbrugeraftaleloven § 24, stk. 5](#)

PRAKSIS

EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved onlinekøb af madrasser: Betydningen af brudt forsegling og hygiejneundtagelsen

27.03.2019

Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt	16.03.2022
Forbrugerombudsmanden · Sikkerhedsudstyr til klatring er ikke undtaget fra fortrydelsesretten	13.01.2017
Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen	15.10.2019

§ 5 Logi, transport, biludlejning og fritidstilbud på bestemt dato (§ 18, stk. 2, nr. 12)

§ 18, stk. 2, nr. 12 undtager tjenesteydelser i form af logi (undtagen til beboelsesformål), transport af varer, biludlejningsvirksomhed, forplejning eller fritidstilbud, når det følger af aftalen, på hvilken dato eller inden for hvilken periode ydelsen skal udføres. Begrundelsen er kapacitetshensynet i direktivets 49. betragtning: den erhvervsdrivende afsætter kapacitet, som vanskeligt kan genanvendes ved fortrydelse.

Forarbejderne fastlægger begrebernes rækkevidde:

Udtrykket ”transport af varer og biludlejningsvirksomhed” skal forstås relativt bredt, herunder at biludlejningsvirksomhed omfatter såkaldt privat leasing af biler, der ikke indebærer overdragelse af ejendomsretten til bilen, forudsat i øvrigt, at det følger af aftalen, på hvilken dato eller inden for hvilken bestemt periode den pågældende tjenesteydelse skal udføres.

Forbrugerombudsmanden har fastholdt denne linje gennem femten år: allerede i [2008-udtalelsen om privatleasing](#) og senest i [2023-udtalelsen](#) er konklusionen, at der ikke gælder et lovkrav om fortrydelsesret ved privatleasing af biler. **Men undtagelsen har en klar grænse:** den gælder ikke,

hvis hensigten med aftalen er, at forbrugeren skal blive ejer af køretøjet, eller aftalen indebærer en overdragelse af ejendomsretten. Dette kan eksempelvis være tilfældet, hvis aftalen pålægger forbrugeren en købspligt ved leasingperiodens udløb, eller hvis forbrugeren kan erhverve køretøjet særdeles billigt ved periodens udløb.

EU-Domstolen har i [C-38/21 \(BMW Bank\)](#) behandlet samspillet mellem forbrugerkreditdirektivet og forbrugerrettighedsdirektivet ved leasing- og låneaftaler og bekræftet, at mangelfulde oplysninger udskyder friststarten, og at den erhvervsdrivende ikke kan påberåbe sig retsmisbrug.

Fritidstilbud gennem mellemmand. I [C-96/21 \(CTS Eventim\)](#) købte en forbruger koncertbilletter via en onlineplatform. Koncerten blev aflyst under covid-19, og forbrugeren krævede pengene retur under henvisning til fortrydelsesretten. Domstolen fastslog, at undtagelsen i [artikel 16, litra l](#) også kan påberåbes af mellemmanden – men **kun** når risikoen for den frigivne kapacitet reelt bæres af arrangøren:

Artikel 16, litra l), i direktiv 2011/83 skal fortolkes således, at den undtagelse fra fortrydelsesretten, der er fastsat i denne bestemmelse, kan gøres gældende over for en forbruger, der med en mellemmand, der handler i sit navn, men på vegne af arrangøren af et fritidstilbud, har indgået en aftale om fjernsalg vedrørende erhvervelsen af en ret til adgang til dette tilbud, for så vidt som ophøret ved fortrydelse [...] for det første ville medføre, at risikoen forbundet med afsættelsen af således frigiven kapacitet ville blive pålagt arrangøren af det pågældende tilbud, og det fritidstilbud, som denne ret giver adgang til, for det andet vedrører levering på en forud fastlagt dato eller i et nærmere bestemt tidsrum.

Domstolen afviste samtidig, at det skulle have betydning, om mellemmanden konkret kunne have videresolgt billetterne – undtagelsen kan ikke afhænge af en sag-til-sag-vurdering af videresalgsmulighederne.

Et aftalt fortrydelsesvilkår kan dog gå videre end loven. I [22/01105](#) fandt Forbrugerklagenævnet, at et bootcamp-årsabonnement som fritidstilbud faldt uden for den lovbestemte fortrydelsesret, men at den erhvervsdrivendes egne handelsbetingelser – der gav en generel returret uden at undtage årsabonnementer – var blevet en del af aftalegrundlaget og dermed gav en **aftalt** fortrydelsesret. Forbrugeren havde dog overskredet de 14 dage.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2	
PRAKSIS	EU-Domstolen · Fortrydelsesret og oplysningspligt i leasing- og låneaftaler: Fortolkning af direktiv 2008/48/EF og 2011/83/EU	21.12.2023
	EU-Domstolen · Undtagelse fra fortrydelsesret ved køb af billetter gennem en mellemmand (Direktiv 2011/83/EU)	31.03.2022
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved privatleasing af biler	24.03.2023
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved privatleasing af biler: Forbrugerombudsmandens vurdering	08.02.2008
	Forbrugerklagenævnet · Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	26.03.2024

§ 6 Tjenesteydelser og digitalt indhold: bortfald forudsætter samtykke og anerkendelse (§ 18, stk. 2, nr. 2 og 13)

Efter [§ 18, stk. 2, nr. 2](#) bortfalder fortrydelsesretten ved **udførte** ikkefinansielle tjenesteydelser, hvis leveringen er påbegyndt med forbrugerens forudgående udtrykkelige samtykke og anerkendelse af, at fortrydelsesretten ophører, når ydelsen er fuldt udført. Parallelt undtager [nr. 13](#) digitalt indhold uden fysisk medium, hvis udførelsen er påbegyndt med tilsvarende samtykke og anerkendelse.

Forarbejderne understreger den skærpelse, bestemmelsen indebar i forhold til den tidligere lov:

Efter den foreslåede bestemmelse i nr. 2 er det en forudsætning for fortrydelsesrettens ophør, at tjenesteydelsen med forbrugerens forudgående samtykke er blevet fuldstændig opfyldt af den erhvervsdrivende, mens der efter de gældende § 18, stk. 4 og 6, som bestemmelsen sammen med nr. 3 erstatter, allerede sker bortfald af fortrydelsesretten, når udførelsen mv. påbegyndes med forbrugerens samtykke inden fortrydelsesfristens udløb.

Der gælder altså **tre kumulative betingelser**: (1) ydelsen skal være fuldt udført, (2) forbrugeren skal forudgående udtrykkeligt have samtykket til påbegyndelsen, og (3) forbrugeren skal have anerkendt, at fortrydelsesretten dermed mistes. EU-Domstolen opregnede betingelserne i **C-208/19**, præmis 64, og fandt dem ikke opfyldt, hvor arkitekten hverken havde indhentet udtrykkeligt samtykke eller oplyst om fortrydelsesretten.

Samtykket kan ikke gemmes i standardvilkår. Forbrugerombudsmanden afviste i [sagen om en trykkeriwebshop](#) at godkende et vilkår om, at forbrugeren ved at acceptere salgs- og leveringsbetingelserne samtidig accepterede, at fortrydelsesretten bortfaldt – samtykket kunne ikke anses for indhentet på den måde. Samme princip anvendte Forbrugerklagenævnet i [4054/7-350](#): selvom forbrugeren havde taget telefonen i brug, havde teleudbyderen ikke »på tilstrækkelig klar måde [...] sikret sig forbrugerens samtykke til at påbegynde udførelsen inden fortrydelsesfristens udløb«, og fortrydelsesretten var derfor i behold. Nævnet fastslog samtidig, at forbrugeraftalelovens regler havde forrang for en bekendtgørelse, der lod fortrydelsesretten bortfalde ved ibrugtagning.

Løbende ydelser bliver aldrig »fuldt udført«. Forbrugerombudsmanden afviste i [elforsyningssagen](#), at en forbruger kunne fraskrive sig fortrydelsesretten mod at modtage 300 kr.: hovedydelsen – elforsyningen – kunne ikke anses for fuldt leveret ved aftalens indgåelse, når der var tale om en løbende aftale. Forbrugeren havde derfor 14 dages fortrydelsesret regnet fra aftaleindgåelsen, jf. [§ 19, stk. 2, nr. 3](#). Selskabet kunne til gengæld kræve de 300 kr. tilbage efter [§ 25, stk. 1](#), forudsat korrekt oplysning.

I [sagen om et elselskabs afvisning af fortrydelse](#) fandt Forbrugerombudsmanden det i strid med god markedsføringsskik, jf. [markedsføringslovens § 3, stk. 1](#), at afvise en rettidig fortrydelse under henvisning til, at aftalen var registreret som en tilflytning.

LOV

[Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2](#)
[Forbrugeraftaleloven § 19, stk. 2](#)
[Forbrugeraftaleloven § 25, stk. 1](#)
[Markedsføringsloven § 3, stk. 1](#)

PRAKSIS	EU-Domstolen · Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	14.05.2020
	Forbrugerombudsmanden · Elselskabs afvisning af fortrydelsesret på strømaftale vurderes som vildledende markedsføring	17.10.2022
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved elforsyningsaftaler: Kan forbrugeren fraskrive sig retten mod betaling?	06.10.2020
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden godkender ikke vilkår om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgs- og leveringsbetingelser	17.11.2010
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelse af telefonabonnement efter ibrugtagning	01.06.2005

§ 7 Fristberegningen i § 19, stk. 1-2: 14 dage – men fra hvornår?

Efter [§ 19, stk. 1](#) skal forbrugeren udøve fortrydelsesretten inden **14 dage** – ved aftaler om individuel pensionsordning dog inden 30 dage. Der kan ikke stilles krav om, at årsagen angives, og forbrugeren kan ikke pådrage sig andre omkostninger end dem, der følger af [§ 22, stk. 3](#), [§ 24](#) og [§ 25](#). Fristerne beregnes i kalenderdage, og efter [§ 19, stk. 6](#) skydes udløbet til den følgende hverdag, hvis sidste dag falder på en helligdag, lørdag, grundlovsdag, 24. eller 31. december.

[§ 19, stk. 2](#) fastlægger friststarten:

Aftaletype	Friststart
Tjenesteydelse	Dagen for aftalens indgåelse (nr. 1)
Vare	Dagen for forbrugers (eller en angiven tredjemands, ikke transportørens) fysiske besiddelse (nr. 2)
Vand, gas, el uden afgrænset volumen; fjernvarme; digitalt indhold uden fysisk medium	Dagen for aftalens indgåelse (nr. 3)

Forarbejderne præciserer de tre delleveringssituationer, som gennemfører direktivets [artikel 9, stk. 2, litra b](#): flere varer i én ordre leveret enkeltvis regnes fra den **sidste** vare; en vare bestående af flere partier fra det **sidste** parti; og regelmæssig levering over en periode fra den **første** vare.

Fristen kan ikke rykkes frem. Forbrugerombudsmanden konstaterede i [sagen om et onlineauktionshus](#), at det var i strid med §§ 18 og 19 at lade fortrydelsesretten løbe fra det tidspunkt, hvor **første bud** blev afgivet, i stedet for fra modtagelsen af varen. Auktionshuset ændrede sine vilkår. Tilsvarende blev manglende oplysning

om fortrydelsesret ved onlineauktioner påtalt i [en anden auktionssag](#). Bemærk dog, at aftaler indgået på en **offentlig auktion** som defineret i [§ 3](#) er undtaget efter [§ 18, stk. 2, nr. 11](#).

Fortrydelse kan ske før levering. Forbrugerklagenævnet fastslog i [14/10093](#), at retten til at fortryde »op til 14 dage efter varens levering« også indebærer en ret til at fortryde, **inden** varen er leveret. Og i [2005-4031/7-1498](#) fastslog nævnet, at når fortrydelsen meddeles, inden varen er afsendt, kan forbrugeren **ikke pålægges nogen omkostninger** – den erhvervsdrivende måtte tilbagebetale de 743,75 kr., han havde fratrullet til returnering, administration og værdiforringelse.

Det klassiske fristproblem – hvornår begynder dag 1 – blev afgjort i [2003-4012/7-335](#): fristen begynder at løbe **dagen efter** leveringsdatoen, og en dvd-afspiller afhentet den 30. august kunne derfor returneres den 13. september.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 3	Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2
	Forbrugeraftaleloven § 19, stk. 1, 2, 6	Forbrugeraftaleloven § 22, stk. 3
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbruger fik medhold i fortrydelse af køb af forstærker 20.02.2015 Forbrugerklagenævnet · Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling 27.08.2007 Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt 07.07.2004 Forbrugerombudsmanden · Onlineauktionshus' vildledende vilkår om fortrydelsesret 25.11.2021 Forbrugerombudsmanden · Manglende oplysning om fortrydelsesret ved onlineauktioner 20.01.2015	

§ 8 Manglende oplysning på varigt medium: udskudt friststart og den absolutte frist (§ 19, stk. 3-4)

Fristreglerne i [§ 19, stk. 2](#), gælder kun, hvis den erhvervsdrivende har opfyldt sin oplysningspligt. Efter [§ 19, stk. 3](#) løber fristen ved varer og ikkefinansielle tjenesteydelser først fra den dag, hvor forbrugeren har modtaget de i [§ 8, stk. 1, nr. 11](#) nævnte oplysninger – om betingelser, tidsfrist og procedurer for fortrydelsesretten samt standardfortrydelsesformularen i bilag 3 – **på et varigt medium**.

Det fremgår endvidere af stk. 3, at fortrydelsesfristen først begynder at løbe, når disse oplysninger er modtaget på et varigt medium, jf. herved lovforslagets § 13.

(Forarbejderne henviser til [§ 8, stk. 1, nr. 9](#); bestemmelsen er siden renummereret til nr. 11 ved moderniseringsdirektivets gennemførelse.)

En hjemmeside er ikke et varigt medium. Det fastslog Forbrugerklagenævnet allerede i [2003-4012/7-335](#) – begrebet defineres nu i [§ 3](#) som et middel, der sætter forbrugeren i stand til at *lagre oplysninger rettet personligt til vedkommende* med mulighed for uændret gengivelse. Under den dagældende lov udløste dette en forlænget frist på 3 måneder, hvilket nævnet anvendte i både [2006-4111/7-150](#) (køleskab) og [01-08-8912](#).

Den absolutte frist er nu 12 måneder og 14 dage. Ved gennemførelsen af forbrugerrettighedsdirektivet blev 3-månedersfristen erstattet af [§ 19, stk. 4](#), der gennemfører [artikel 10, stk. 1](#). Forarbejderne forklarer mekanikken og dens skarpe kant:

Den foreslåede bestemmelse indebærer, at den absolutte frist altid udløber senest 12 måneder efter udløbet af den oprindelige fortrydelsesfrist [...] Efterfølgende oplysninger fra den erhvervsdrivende om fortrydelsesfristen i

overensstemmelse med § 19, stk. 3, eksempelvis umiddelbart før udløbet af 12-måneders fristen, vil således ikke føre til forlængelse af den absolutte frist, dvs. fristen på 12 måneder efter udløbet af den oprindelige fortrydelsesfrist (12 måneder og 14 dage).

Giver den erhvervsdrivende oplysningerne inden for de 12 måneder, udløber fristen dog 14 dage efter, at oplysningerne er kommet frem.

Hverken fortabelse eller retsmisbrug kan påberåbes. EU-Domstolen har i **C-33/20 (Volkswagen Bank m.fl.)** – på kreditaftaleområdet, men med et princip af bredere bærekraft – afvist begge indsigelser (præmis 118 og 127):

Artikel 14, stk. 1, i direktiv 2008/48 skal fortolkes således, at den er til hinder for, at kreditgiveren kan gøre gældende, at forbrugeren har fortabt sin mulighed for at udøve fortrydelsesretten [...] i det tilfælde, hvor en af de obligatoriske oplysninger [...] ikke var indeholdt i kreditaftalen eller efterfølgende er blevet givet behørigt, uanset om denne forbruger ikke havde kendskab til sin fortrydelsesret og ikke er ansvarlig for dette manglende kendskab.

og

Direktiv 2008/48 skal fortolkes således, at det er til hinder for, at kreditgiveren med føje kan lægge til grund, at forbrugeren har misbrugt sin ret til fortrydelse [...] når en af de obligatoriske oplysninger [...] ikke var angivet i kreditaftalen og heller ikke efterfølgende er blevet givet behørigt, og denne forbruger ikke havde kendskab til sin fortrydelsesret.

Samme linje er videreført i **C-38/21 (BMW Bank)**. Den erhvervsdrivende, der selv har forårsaget den manglende friststart, kan altså ikke påberåbe sig tidsforløbet mod forbrugeren.

Endelig har EU-Domstolen i **C-430/17 (Walbusch)** lempet oplysningskravene, hvor kommunikationsteknikken kun giver begrænset plads eller tid – men vurderingen er **objektiv** og knytter sig til teknikkens karakter, ikke til den erhvervsdrivendes valg af layout. Med moderniseringsdirektivet blev standardfortrydelsesformularen undtaget fra minimumsoplysningerne ved begrænset plads, jf. § 11, stk. 2.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 3	Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1
	Forbrugeraftaleloven § 11, stk. 2	Forbrugeraftaleloven § 19, stk. 3, 4
PRAKSIS	EU-Domstolen · Fortrydelsesret og oplysningspligt i leasing- og låneaftaler: Fortolkning af direktiv 2008/48/EF og 2011/83/EU	21.12.2023
	EU-Domstolen · Oplysningskrav i forbrugerkreditaftaler og rækkevidden af forbrugers fortrydelsesret under Direktiv 2008/48/EF	09.09.2021
	EU-Domstolen · Oplysningspligt om fortrydelsesret ved markedsføring med begrænset plads: Dom i sagen Walbusch Walter Busch (C-430/17)	23.01.2019
	Forbrugerklagenævnet · Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt	24.09.2009
	Forbrugerklagenævnet · Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret	20.12.2007
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt	07.07.2004

§ 9 Fremgangsmåden i § 20: utvetydig erklæring, standardformular og bevisbyrde

§ 20, stk. 1 kræver, at forbrugeren inden fristens udløb giver den erhvervsdrivende meddelelse ved **afgivelse af en utvetydig erklæring**. Forbrugeren *kan* vælge at benytte standardfortrydelsesformularen i lovens **bilag 3**, men er ikke forpligtet hertil. Efter § 20, stk. 2 kan den erhvervsdrivende tilbyde elektronisk indsendelse på sin hjemmeside – gør forbrugeren brug heraf, skal den erhvervsdrivende **straks** kvittere på et varigt medium.

To praktiske regler følger af stk. 3 og 4: fristen er overholdt, hvis meddelelsen er **afsendt** inden udløbet – afsendelse på fristens sidste dag er altså rettidig – og **forbrugeren har bevisbyrden** for at have gjort brug af fortrydelsesretten korrekt.

Ordvalget er uden betydning. I 14/10093 skrev forbrugeren i en e-mail:

Har bestilt en forstærker men ønsker den ikke alligevel da manden ikke vil havde den. Derfor afbestiller jeg den.

Forbrugerklagenævnet fandt, at formuleringen opfyldte kravet om en utvetydig erklæring, og at anvendelsen af ordet »afbestille« i stedet for »fortryde« ikke ændrede ved, at det var en klar tilkendegivelse af fortrydelsesretten. Tilsvarende sidestillede nævnet i 4054/7-350 en reklamation over en bindingsperiode med en fortrydelse af aftalen.

Bevisbyrden kan dog blive udslagsgivende. I 2006-4031/7-2146 afviste nævnet fortrydelsesretten på grund af omstændighederne ved returneringen af et bundkort. Og i 01-08-8912 accepterede nævnet returnering til afsenderadressen, netop fordi den erhvervsdrivende ikke havde oplyst, hvortil fortrydelsen skulle sendes.

At oplysningspligten om **selve proceduren** har selvstændig vægt, understreges af **møbelvirksomhedssagen**, hvor manglende adgang til standardfortrydelsesformularen i bilag 3 udgjorde en selvstændig overtrædelse af § 8, stk. 1, nr. 11, jf. § 11, stk. 2.

Nyt fra 19. juni 2026: ved lov nr. 723 af 20. juni 2025 er der indsat et nyt 3. pkt. i § 20, stk. 1, hvorefter forbrugeren også kan vælge at benytte den nye **fortrydelsesfunktion** i § 20 a. Se nærmere sektionen om finansielle fjernsalgsaftaler.

LOV

Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1

Forbrugeraftaleloven § 11, stk. 2

Forbrugeraftaleloven § 20, stk. 1-4

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Forbruger fik medhold i fortrydelse af køb af forstærker	20.02.2015
	Forbrugerklagenævnet · Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt	24.09.2009
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort	17.12.2007
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelse af telefonabonnement efter ibrugtagning	01.06.2005
	Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugerftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt	16.03.2022

Den erhvervsdrivendes tilbagebetaling (§ 22) og digitalt indhold (§ 22 a)

§ 10

§ 22, stk. 1 forpligter den erhvervsdrivende til at tilbagebetale **alle beløb, inklusive eventuelle leveringsomkostninger**, uden unødigt forsinkelse og senest **14 dage** fra modtagelsen af fortrydelsesmeddelelsen. Efter **stk. 2** skal tilbagebetaling ske med **samme betalingsmiddel** som den oprindelige transaktion, medmindre forbrugeren udtrykkeligt har accepteret andet og ikke pålægges gebyrer.

To modifikationer:

- **Stk. 3:** ekstraomkostninger ved en dyrere leveringsform end den mindst bekostelige standardlevering skal ikke tilbagebetales. Forarbejderne bemærker, at dette til forskel fra tidligere ret giver adgang til fradrag for ekstraomkostninger ved levering.
- **Stk. 4 – tilbageholdsretten:** medmindre den erhvervsdrivende har tilbudt selv at afhente varen, kan beløbet tilbageholdes, indtil varen er modtaget retur, **eller** indtil forbrugeren har fremlagt dokumentation for, at varen er returneret – alt efter hvilket tidspunkt der er tidligst.

Forarbejderne konkretiserer dokumentationskravet:

Fastlæggelsen af, hvad der udgør tilstrækkelig dokumentation til at udløse den erhvervsdrivendes tilbagebetalingspligt, vil bero på en konkret vurdering, og efter omstændighederne vil en kvittering for afsendelse af et anbefalet brev, tilbagesendelse undergivet en "track-and-trace" service, en indleveringsattest (postkvittering) eller lignende, antages at kunne tjene som bevis for, at et brev eller en pakke er indleveret til afsendelse, idet bestemmelsen dog ikke indebærer, at forbrugeren skal kunne fremvise dokumentation, der beviser forsendelsens indhold eller varens stand.

Risikoen for varens hændelige beskadigelse under **tilbagetransporten** bæres af forbrugeren.

Alle beløb betyder alle beløb. I [auktionshussagen](#) konstaterede Forbrugerombudsmanden, at det var i strid med § 22 ikke at tilbagebetale **købersalæret** ved udnyttelse af fortrydelsesretten.

§ 22 a – digitalt indhold og digitale tjenester. Ved [lov nr. 2158 af 27. november 2021](#) – der gennemførte moderniseringsdirektivet ([direktiv 2019/2161](#), »New Deal for Consumers«) – blev **§ 22 a** indsat. Ved tilbagetræden fra en aftale om digitalt indhold eller en digital tjeneste skal den erhvervsdrivende:

1. opfylde sine forpligtelser efter [databeskyttelsesforordningen](#), og
2. afholde sig fra at anvende andet indhold end personoplysninger, som forbrugeren har afgivet eller genereret.

Efter **§ 22 a, stk. 2** skal den erhvervsdrivende på forbrugers anmodning stille sådant indhold til rådighed, og forbrugeren har ret til at **downloade det gratis**, uden hindringer, inden for en rimelig frist og i et almindeligt anvendt og maskinlæsbart format. Efter **stk. 3** kan den erhvervsdrivende omvendt forhindre fortsat brug ved at gøre tjenesten utilgængelig eller kontoen inaktiv.

De almindelige bemærkninger til 2021-loven beskriver baggrunden som en **udvidet beskyttelse** af forbrugere, der indgår aftale om digitale tjenester,

uanset om forbrugeren betaler med penge eller stiller personoplysninger til rådighed for den erhvervsdrivende for at få adgang til den digitale tjeneste.

Udvalgsarbejdet bag reformen findes i [Delbetænkning II om gennemførelse af visse dele af direktivpakken New Deal for Consumers \(nr. 1577/2021\)](#), mens den parallelle regulering af mangelsbeføjelser ved digitalt indhold behandles i [Delbetænkning I \(nr. 1576/2021\)](#). Bemærk, at **§ 22 a** er **strafbelagt**, jf. **§ 34, stk. 1**.

LOV

[Forbrugeraftaleloven § 22, stk. 1-4](#)

[Forbrugeraftaleloven § 22a, stk. 1-3](#)

[Forbrugeraftaleloven § 34, stk. 1](#)

PRAKSIS **Forbrugerombudsmanden** · Onlineauktionshus' vildledende vilkår om fortrydelsesret

25.11.2021

Tilbagelevering, returomkostninger og 3-måneders-reglen (§ 24, stk. 1-4)

Efter § 24, stk. 1 skal forbrugeren afsende eller aflevere varen uden unødigt forsinkelse og **senest 14 dage** efter fortrydelsesmeddelelsen – medmindre den erhvervsdrivende har tilbudt at afhente den. Forarbejderne understreger, at »afsendelse på fristens sidste dag vil være rettidig«, og at reglen er en lempelse i forhold til den tidligere lov, hvor varen skulle tilbagesendes inden fortrydelsesfristens udløb.

Returomkostninger. Efter § 24, stk. 2 afholder forbrugeren de direkte udgifter ved tilbagelevering – **medmindre** den erhvervsdrivende har indvilliget i at afholde dem eller har undladt at oplyse forbrugeren herom, jf. § 8, stk. 1, nr. 14. Forarbejderne afgrænser begrebet:

De direkte udgifter i forbindelse med tilbageleveringen vil som udgangspunkt svare til de udgifter, som den erhvervsdrivende har afholdt ved levering af varen, og vil bl.a. ikke omfatte den erhvervsdrivendes (generelle) omkostninger ved at skulle håndtere returnerede varer efter tilbagelevering.

Forbrugerklagenævnet anvendte samme afgrænsning i 2005-4031/7-1498: den erhvervsdrivende var ikke berettiget til at opkræve for **værdiforringelse og administration**, kun de direkte omkostninger – og heller ikke til at betinge fortrydelsen af returnering til fabrikken i Irland, når handlen foregik via en dansk hjemmeside med dansk CVR-nummer og salgskontor, medmindre dette udtrykkeligt var aftalt inden aftalens indgåelse.

Afhentningspligt. Efter § 24, stk. 3 skal den erhvervsdrivende afhente varen for egen regning ved aftaler indgået uden for forretningsstedet, hvor varen er leveret til forbrugers hjem ved aftalens indgåelse, og varen i kraft af sin art normalt ikke kan returneres med post. Forarbejderne bemærker, at dette er en **indskrænkning** i forhold til den tidligere lov, hvor afhentningspligten ved dørsalg gjaldt i alle tilfælde, og at »alene få varer efter deres art ikke normalt kan returneres med post«.

3-måneders-reglen. § 24, stk. 4, 1. pkt. er en af lovens skarpeste sanktioner: skal den erhvervsdrivende afhente varen – enten fordi han har tilbudt det, eller fordi han er forpligtet efter stk. 3 – og sker det ikke inden **3 måneder** efter fortrydelsesmeddelelsen, **tilfalder varen vederlagsfrit forbrugeren**. Reglen stammer fra den oprindelige forbrugeraftalelov af 1978, og forarbejderne forklarer rationale:

Bestemmelsen er en følge af, at forbrugeren ikke kan være forpligtet til at opbevare genstanden i ubegrænset tid, og ifølge forarbejderne valgte man denne enkle og klare regel, da mulige alternative og teknisk komplicerede bestemmelser om salg for sælgers regning mv. [...] ikke fandtes at kunne retfærdiggøres henset til den lidet praktiske situation.

Forbrugeren kan tillige kræve købesummen tilbage, **uanset** at varen beholdes. Fristen regnes fra sælgerens modtagelse af meddelelsen, og forbrugeren kan ikke påberåbe sig reglen, hvis sælgeren på grund af forbrugers egne forhold – bortrejse eller uoplyst flytning – har været forhindret i at afhente.

Tilbageholdsretten er snæver. § 24, stk. 4, 2. pkt. giver forbrugeren ret til at holde det modtagne tilbage, indtil vederlaget tilbagebetales – men **kun** i de tilfælde, der er nævnt i 1. pkt., dvs. hvor den erhvervsdrivende skal afhente varen. Dette blev afgørende i 18/11434, hvor en forbruger fortrød et madraskøb, men tilbageholdt madrassen på grund af uenighed om et værdiforringelsesfradrag på 30-40 %. Nævnets flertal fandt, at forbrugeren havde **fortab** fortrydelsesretten ved ikke at returnere madrassen inden fristen i § 24, stk. 1:

Det blev fremhævet, at en tvist om tilbagebetalingsbeløbets størrelse ikke berettiger forbrugeren til at tilbageholde varen, indtil den erhvervsdrivende har tilbagebetalt eller tilkendegivet at ville tilbagebetale det fulde vederlag.

Et mindretal ville have tillagt det vægt, at den manglende returnering skyldtes den erhvervsdrivendes egne forhold – først afvisning af fortrydelsesretten, siden krav om 40 % fradrag. Afgørelsen viser, at forbrugeren i praksis må returnere først og tvistes bagefter.

Endelig har Forbrugerombudsmanden i [festteltsagen](#) taget stilling til, i hvilket omfang en erhvervsdrivende kan afvise at modtage varer, der er returneret i værdiløs stand – en problemstilling, der ligger i grænsefladen mellem § 24, stk. 1, og hæftelsesreglen i stk. 5.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 24, stk. 1-4	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen		15.10.2019
	Forbrugerklagenævnet · Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling		27.08.2007
	Forbrugerombudsmanden · Erhvervsdrivendes ret til at afvise returnering af værdiløse fastsatte ved fjernsalg		05.09.2014

§ 12 Hæftelsen for værdiforringelse (§ 24, stk. 5) – butikstandarden og bevisbyrden

[§ 24, stk. 5, 1. pkt.](#) er kapitlets måske vigtigste balancepunkt: forbrugeren hæfter **kun** for værdiforringelse, som skyldes anden håndtering af varen, end hvad der er nødvendigt for at fastslå varens art, egenskaber og den måde, den fungerer på. Bestemmelsen gennemfører [artikel 14, stk. 2](#) og indebar et **systemskifte**: forbrugeren beholder fortrydelsesretten selv ved omfattende brug, men hæfter til gengæld for forringelsen.

Forarbejderne beskriver bruddet med den tidligere lov:

Den foreslåede bestemmelse [...] indebærer en væsentlig ændring i forhold til den gældende § 20, stk. 1, hvorefter fortrydelsesretten kun kan udøves, hvis varen kan tilbagegives i væsentlig samme stand og mængde, hvori den var, da forbrugeren fik den i hænde.

Den ældre »væsentlig samme stand«-praksis illustreres af [2006-4111/7-150](#) (køleskab taget i brug og fortsat brugt **efter** fortrydelsen – fortrydelsesretten afskåret) og [01-09-7661](#) (tv, hvor forbrugeren kun havde søgt efter kanaler – kunne tilbageleveres i væsentlig samme stand). Under den gældende lov ville begge sager i stedet skulle løses som spørgsmål om **fradragets størrelse**.

Målestokken er den fysiske butik. Forarbejderne fastlægger testen:

Ved vurderingen af, hvorvidt forbrugeren hæfter for værdiforringelsen, fordi denne har brugt varen ud over, hvad der er nødvendigt for at fastslå varens art, egenskaber og den måde den fungerer på, vil der skulle lægges vægt på, om forbrugeren har håndteret varen på en måde, som vedkommende i almindelighed, dvs. efter almindelig praksis i forretninger, der sælger tilsvarende varer, ville have fået lov til i en forretning. Dette indebærer eksempelvis, at forbrugeren alene kan prøve en beklædningsgenstand, men ikke have den på i længere tid.

Hertil kommer en generel pligt til at håndtere og besigtige varen med **behørig omhu**; forbrugeren hæfter for forringelse, der skyldes egen eller husstandens uagtsomhed. Netop butiksstandarden var afgørende i [møbelvirksomhedssagen](#): et vilkår om bortfald ved **brudt emballage** er i strid med loven, hvis varen normalt udstilles uden emballage i en forretning.

Værdiansættelsen sker efter handelsværdien. Forarbejderne præciserer, at det

ikke i sig selv [vil] være afgørende, hvad den pågældende sælger vil kunne afsætte varen til gennem den anvendte salgskanal. Værdiansættelsen bør således ske ud fra varens generelle handelsmæssige værdi og dermed den pris, som erhvervsdrivende almindeligvis kan opnå.

Forarbejderne erkender åbent, at fradraget kan udhule fortrydelsesretten: »I visse tilfælde bl.a. på grund af forbrugers håndtering kan der formentlig blive tale om så beskeden en tilbagebetaling ved udnyttelse af fortrydelsesretten, at det næppe kan betale sig for forbrugeren at udnytte denne.« Dette er baggrunden for [festteltsagen](#), hvor Forbrugerombudsmanden tog stilling til returnering af varer uden restværdi.

Bevisbyrden er delt – og starter hos den erhvervsdrivende:

Det påhviler som udgangspunkt den erhvervsdrivende at godtgøre, at varen har været udsat for en værdiforringelse. Kan den erhvervsdrivende løfte denne bevisbyrde, påhviler det forbrugeren at bevise, at værdiforringelsen ikke skyldes brug, herunder afprøvning, af varen ud over, hvad der er nødvendigt for at fastslå varernes art, egenskaber og den måde den fungerer på.

Hæftelsen bortfalder helt ved manglende oplysning. Efter [§ 24, stk. 5, 2. pkt.](#) hæfter forbrugeren **ikke** for værdiforringelse, hvis den erhvervsdrivende ikke har givet meddelelse om fortrydelsesretten efter [§ 8, stk. 1, nr. 11](#). Forarbejderne rækker vidt:

I denne periode vil forbrugeren således ikke hæfte for en eventuel forringelse af varen, der skyldes forbrugers brug af denne, inden forbrugeren blev bekendt med retten til at træde tilbage fra aftalen, uanset om en eventuel forringelse skyldes en anden brug af varen, end hvad der kan anses for normalt.

Eneste forbehold er ond tro: er forbrugeren bekendt med, at fortrydelsesfristen ikke er udløbet, kan den almindelige loyalitetspligt efter omstændighederne føre til hæftelse – men det er den erhvervsdrivende, der skal bevise det.

LOV	Forbrugeraftaleloven § 8, stk. 1	Forbrugeraftaleloven § 24, stk. 5	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen		15.10.2019
	Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet		29.09.2010
	Forbrugerklagenævnet · Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret		20.12.2007
	Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugerftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt		16.03.2022
	Forbrugerombudsmanden · Erhvervsdrivendes ret til at afvise returnering af værdiløse fastsatte ved fjernsalg		05.09.2014

§ 13 Betaling for allerede leveret tjenesteydelse (§ 25) – og hvad der sker uden oplysning

Fortryder forbrugeren en tjenesteydelsesaftale, hvor udførelsen allerede er påbegyndt, kan den erhvervsdrivende kræve **forholdsmæssig betaling** efter § 25, stk. 1 – men kun hvis **to kumulative betingelser** er opfyldt:

1. opfyldelsen er påbegyndt på forbrugers **udtrykkelige anmodning** inden fristens udløb, jf. § 10, stk. 3 og § 13, stk. 3, og
2. den erhvervsdrivende **godtgør**, at forbrugeren er blevet oplyst om fortrydelsesretten og om det beløb, der skal betales, jf. § 8, stk. 1, nr. 11 og 15.

Ved aftaler uden for forretningsstedet skal anmodningen fremsættes **på et varigt medium**, jf. direktivets artikel 7, stk. 3.

Beløbet skal efter § 25, stk. 2 stå i rimeligt forhold til omfanget af det leverede sammenlignet med aftalens fulde opfyldelse; er den samlede aftalte pris urimelig høj, beregnes beløbet på grundlag af **markedsværdien**. Forarbejderne præciserer, at det er forbrugeren, der skal påvise, at prisen er uforholdsmæssig, og at markedsværdien fastsættes ved sammenligning med tilsvarende ydelser fra andre erhvervsdrivende på aftaletidspunktet. Ved ydelser af bestemt varighed fastsættes beløbet pr. dag; ved løbende aftaler af ubestemt varighed pr. dag set i forhold til en etårig periode.

Uden oplysning: intet krav. Forarbejderne er utvetydige – med henvisning til den tidligere lovs § 22:

Samme sted fremgår det også, at hvis den erhvervsdrivende ikke har givet forbrugeren oplysning om fortrydelsesretten og om det beløb, der skal betales, kan der ikke kræves betaling for den leverede ydelse mv. Den mangelfulde opfyldelse af oplysningspligten vil samtidig være ensbetydende med, at fortrydelsesfristen ikke begynder at løbe, hvorfor forbrugeren vil kunne fortryde aftalen efter længere tids forløb, uden at den erhvervsdrivende kan kræve betaling for den i fortrydelsesperioden leverede ydelse.

EU-Domstolen har bekræftet denne strenge retsvirkning i **C-97/22 (Fortrydelsesret ved aftaler indgået uden for fast forretningssted – konsekvenser af manglende oplysning)**: en forbruger, der ikke har fået oplysning om fortrydelsesretten ved en aftale indgået uden for forretningsstedet, fritages **fuldstændigt** for betaling for det udførte arbejde, jf. **artikel 14** sammenholdt med **artikel 6** og **artikel 10**. Samme resultat nåede den østrigske ret i **C-208/19**, hvor arkitekten mistede sit honorarkrav på 3.780 EUR.

Forarbejderne bemærker dog, at »almindelige aftaleretlige grundsætninger, herunder den almindelige pligt til loyal og rimelig hensyntagen til medkontrahenten, [dog sætter] visse begrænsninger for forbrugers udnyttelse af sådanne situationer«.

Digitalt indhold. Efter § 25, stk. 3 hæfter forbrugeren hverken for hel eller delvis levering af digitalt indhold uden fysisk medium, hvis (1) der ikke er givet forudgående udtrykkeligt samtykke til påbegyndelsen, (2) forbrugeren ikke har anerkendt at miste fortrydelsesretten, **eller** (3) den erhvervsdrivende har undladt at bekræfte samtykket og anerkendelsen, jf. § 10, stk. 2 og § 13, stk. 2. Alle tre er selvstændige bortfaldsgrunde.

I praksis blev § 25 anvendt i **elforsyningssagen**, hvor Forbrugerombudsmanden fastslog, at selskabet kunne kræve de udbetalte 300 kr. tilbage ved fortrydelse – men **kun** hvis forbrugeren var korrekt oplyst om fortrydelsesretten og om beløbet. Og i **strømaftalesagen** blev betaling for perioden fra aftaleindgåelse til fortrydelse netop henvist til § 25.

PRAKSIS	EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved aftaler indgået uden for fast forretningssted: Konsekvenser af manglende oplysning	17.05.2023
	EU-Domstolen · Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	14.05.2020
	Forbrugerombudsmanden · Elselskabs afvisning af fortrydelsesret på strømaftale vurderes som vildledende markedsføring	17.10.2022
	Forbrugerombudsmanden · Fortrydelsesret ved elforsyningsaftaler: Kan forbrugeren fraskrive sig retten mod betaling?	06.10.2020

§ 14 Finansielle fjernsalgsaftaler: § 19, stk. 5, § 23 – og reformen med virkning fra 19. juni 2026

Finansielle fjernsalgsaftaler følger et **selvstændigt spor**. Efter [§ 19, stk. 5](#) gælder fortrydelsesretten kun, indtil aftalen efter forbrugernes **udtrykkelige samtykke** er blevet helt opfyldt af begge parter. Forarbejderne bemærker, at reglen normalt er uden praktisk betydning ved løbende aftaleforhold som lån eller kassekreditter, men kan finde anvendelse ved fx en enkeltstående betalingsformidling eller pengeoverførsel. EU-Domstolen har behandlet betydningen af fuld opfyldelse i **C-143/18 (Romano)**.

Efter [§ 23](#) skal den erhvervsdrivende ved tilbagetræden tilbagebetale det modtagne – med fradrag af et eventuelt beløb efter [§ 25, stk. 1-2](#) – snarest muligt og senest **30 dage**. Spejlvendt skal forbrugeren efter [§ 25, stk. 4](#) tilbagelevere ethvert beløb eller formuegode senest 30 dage efter afsendelsen af fortrydelsesmeddelelsen. Forarbejderne bemærker, at begge parter må antages at have **tilbageholdsret** i det modtagne.

Den absolutte frist i [§ 19, stk. 4](#) gjaldt oprindeligt **ikke** finansielle tjenesteydelser:

Det bemærkes endvidere, at bestemmelsen ikke finder anvendelse på aftaler om finansielle tjenesteydelser, da fjernsalgsdirektivet ikke giver mulighed for at fastsætte en længste frist for fortrydelsesrettens udnyttelse.

Dette er nu ændret. Ved [lov nr. 723 af 20. juni 2025](#) gennemføres [direktiv \(EU\) 2023/2673](#), der ophæver det finansielle fjernsalgsdirektiv ([direktiv 2002/65/EF](#)) og i stedet udvider forbrugerrettighedsdirektivets anvendelsesområde til finansielle tjenesteydelser. Loven **trådte i kraft den 19. juni 2026** og indfører bl.a.:

- **Absolut frist:** et nyt 3. pkt. i [§ 19, stk. 3](#): »Har forbrugeren ikke modtaget oplysninger i henhold til [§ 15](#), udløber fortrydelsesfristen under alle omstændigheder 12 måneder og 14 dage efter indgåelse af aftalen om fjernsalg vedrørende den finansielle tjenesteydelse, såfremt forbrugeren er blevet informeret om sin fortrydelsesret i overensstemmelse med [§ 14, stk. 1, nr. 10](#) og 12.«
- **Fortrydelsesfunktion (ny [§ 20 a](#)):** ved fjernsalgsaftaler indgået via en onlinegrænseflade skal den erhvervsdrivende stille en funktion til rådighed mærket »**Fortryd aftale**« eller tilsvarende utvetydigt, letlæseligt, tilgængelig uafbrudt i hele fristen og med en fremtrædende plads. Forbrugeren bekræfter via en funktion mærket »**Bekræft fortrydelse**«, og den erhvervsdrivende skal uden unødigt forsinkelse kvittere på et varigt medium med angivelse af indhold, dato og tidspunkt. Fristen anses for overholdt ved indsendelsen. Et nyt 3. pkt. i [§ 20, stk. 1](#), henviser hertil.
- **Forbud mod dark patterns (ny [§ 4, stk. 3](#)):** erhvervsdrivende må ikke ved indgåelse af aftaler om finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg »udforme, organisere eller drive deres onlinegrænseflader på en sådan måde, at bestemte valg fremgår tydeligere, når forbrugeren anmodes om en beslutning«.

Påmindelsespligt: gives oplysningerne mindre end 1 dag før forbrugeren bindes, skal der sendes en påmindelse om fortrydelsesretten på et varigt medium mellem 1 og 7 dage efter aftaleindgåelsen (§ 14, stk. 4).

- **Fyldestgørende redegørelser (ny § 14 b)** og adgang til **personlig betjening**, når der anvendes onlineværktøjer.

De almindelige bemærkninger beskriver formålet som at »forenkle og modernisere den lovgivningsmæssige ramme for finansielle tjenesteydelser« og fremhæver, at ændringsdirektivet **totalharmoniserer**, medmindre andet konkret fremgår.

***Aktualitetsforbehold:** Den gældende lovbekendtgørelse – LBK nr. 1184 af 28. september 2025 – blev udstedt før lovens ikrafttræden og afspejler derfor endnu ikke ændringerne. Den konsoliderede tekst af §§ 4, 8, 14, 15, 19 og 20 samt de nye §§ 14 a, 14 b og 20 a skal derfor læses sammen med lov nr. 723 af 20. juni 2025, der har været gældende ret siden 19. juni 2026.*

Bemærk endelig, at § 18, stk. 4 sikrer, at undtagelsen i stk. 2, nr. 15 (prisudsving på kapitalmarkedet) **ikke** gælder, hvis aftalen vedrører en finansiell tjenesteydelse og er indgået uden for forretningsstedet – og at realkreditlån er helt undtaget efter § 18, stk. 2, nr. 14. Fortrydelsesret i forbrugerkredit- og låneaftaler efter kreditaftaleloven behandles under kreditaftaler.

LOV

Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 2, 4

Forbrugeraftaleloven § 19, stk. 3-5

Forbrugeraftaleloven § 23

Forbrugeraftaleloven § 25, stk. 4

PRAKSIS EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser og betydningen af aftalens fulde opfyldelse 11.09.2019

§ 15 Håndhævelse: præceptivitet, påbud og bødeniveau

Fortrydelsesretten er **præceptiv**. § 33 er kortfattet: »Loven kan ikke fraviges til skade for forbrugeren.« Et vilkår om kortere frist, om bortfald ved brudt emballage eller om, at fristen løber fra buddet, er derfor virkningsløst – uanset om forbrugeren har accepteret det.

Håndhævelsen sker ad tre spor:

- 1. Forhandling og indskærpelse.** Det klart mest udbredte. I langt de fleste sager retter den erhvervsdrivende ind efter Forbrugerombudsmandens henvendelse – således [auktionshuset](#), [onlineauktionsudbyderen](#), [møbelvirksomheden](#) og [formidleren af private handler](#).
- 2. Påbud.** Kan sagen ikke løses ved forhandling, kan Forbrugerombudsmanden udstede påbud efter markedsføringsloven. Det skete i [wall sticker-sagen](#), hvor butikken blev påbudt at ændre sine vilkår og give fortrydelsesret. Sagen viser samtidig samspillet: en tilsidesættelse af forbrugeraftalelovens civilretlige regler blev bedømt som en overtrædelse af god markedsføringsskik.
- 3. Straf.** § 34, stk. 1 straffer med bøde bl.a. overtrædelse af § 8, stk. 1, nr. 1-5, 8-13 og 16-24 samt §§ 10, 11, 13 og 22 a. Efter § 34, stk. 3 kan der pålægges selskaber strafansvar, og efter § 34, stk. 4 – indsat ved [lov nr. 2158 af 27. november 2021](#) – kan bøden ved overtrædelser, der skader forbrugernes kollektive interesser i mindst to andre EU-medlemsstater, maksimalt udgøre **4 % af den erhvervsdrivendes årlige omsætning** i de berørte medlemsstater, subsidiært 2 mio. euro.

Bødeniveauet i praksis er dog beskedent. I [reservedelssagen](#) oplyste en bilreservedelsforhandler på sin hjemmeside, at der ikke var fortrydelsesret på brugte dele. Efter Forbrugerombudsmandens henvendelse i marts 2007, en frist til 1. maj og en kontrol i juni blev forhandleren politianmeldt. Retten idømte en bøde på **20.000 kr.** for »oftere gentagen« overtrædelse, men fandt **ikke** overtrædelsen grov. Ved udmålingen indgik, at siden ikke var rettet inden fristen, og at omsætningen af brugte varer var begrænset (0,01 %).

Bevisbyrden kan svigte. I [en sag om et selskab med både forbruger- og erhvervsafdeling](#) idømte byretten en bøde på 35.000 kr., men landsretten **frifandt**, fordi det ikke var tilstrækkeligt bevist, at selskabet ikke gav forbrugerne oplysning om fortrydelsesretten – de salgs- og leveringsbetingelser, anklagemyndigheden henviste til, angik erhvervsafdelingen.

De processuelle rammer fremgår af [Rigsadvokatmeddelelsen, afsnittet: Markedsføring](#). Heraf følger, at Forbrugerombudsmanden ud over markedsføringsloven også fører tilsyn med **forbrugeraftaleloven**, at tiltale ikke bør rejses uden Forbrugerombudsmandens tilslutning, og at udførelsen af tiltalen på begæring skal overlades til Forbrugerombudsmanden. Meddelelsen bemærker udtrykkeligt, at »[d]en civile retlige lovgivning kan også indeholde enkelte strafbelagte bestemmelser, f.eks. forbrugeraftaleloven og kreditaftaleloven, som Forbrugerombudsmanden også fører tilsyn med«.

At håndhævelsen kan få betydelig økonomisk effekt uden om bødesporet, viser [Højesterets dom om skjulte abonnementer](#): tre netbutikker blev pålagt at **tilbagebetale** uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger, fordi forbrugerne efter [§ 12, stk. 3](#) slet ikke var bundet af aftalerne. Sagen angår oplysningspligten ved elektronisk aftaleindgåelse snarere end fortrydelsesretten – se nærmere [vildledende-markedsføring-online](#) – men illustrerer, at forbrugeraftalelovens oplysningsregler håndhæves med tilbagebetalingspåbud efter [markedsføringslovens § 24](#).

LOV	Forbrugeraftaleloven § 12, stk. 3	Forbrugeraftaleloven § 33
	Forbrugeraftaleloven § 34, stk. 1, 3, 4	Markedsføringsloven § 24
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning 07.12.2023 Forbrugerombudsmanden · Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt 16.03.2022 Forbrugerombudsmanden · Onlineauktionshus' vildledende vilkår om fortrydelsesret 25.11.2021 Forbrugerombudsmanden · Manglende oplysning om fortrydelsesret ved onlineauktioner 20.01.2015 Forbrugerombudsmanden · Bøde for manglende oplysning om fortrydelsesret på hjemmeside 26.08.2014 Forbrugerombudsmanden · Landsretten frifinder selskab i sag om manglende oplysning om fortrydelsesret ved fjernsalg 17.07.2014 Forbrugerombudsmanden · Internetbutik påbudt at give fortrydelsesret på wall stickers, da de ikke ansås for specialfremstillede 16.04.2012 Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden vurderer formidlers ansvar for oplysning om fortrydelsesret ved handel mellem private 25.03.2009	

§ 16 Sammenfatning: fem bærende linjer i praksis

1. Undtagelserne er snævre – og risikoen bæres af den erhvervsdrivende. Undtagelseskataloget i [§ 18, stk. 2](#) er udtømmende og skal fortolkes indskrænkende. Både EU-Domstolen (**C-208/19**, **C-681/17**) og Forbrugerombudsmanden har konsekvent afvist udvidende fortolkninger – hverken skræddersyede senge, wall stickers, panorama-lærreder, klatresikkerhedsudstyr, metermålsvarer eller madrasser er undtaget. Rammer den

erhvervsdrivendes vurdering ved siden af, er der ikke blot fortrydelsesret; oplysningspligten i § 8, stk. 1, nr. 12 er også tilsidesat med de virkninger, det udløser.

2. Oplysningspligten er fortrydelsesrettens nøgle. Næsten hver eneste retsvirkning i kapitel 4 er knyttet til, om forbrugeren har fået oplysning om fortrydelsesretten på et **varigt medium**:

Manglende oplysning efter § 8, stk. 1, nr. 11	Retsvirkning
Friststart	Udskydes; absolut frist 12 mdr. + 14 dage (§ 19, stk. 3-4)
Hæftelse for værdiforringelse	Bortfalder (§ 24, stk. 5)
Betaling for leveret tjenesteydelse	Bortfalder (§ 25, stk. 1; C-97/22)
Returomkostninger (§ 8, stk. 1, nr. 14)	Bæres af den erhvervsdrivende (§ 24, stk. 2)
Fortabelse/retsmisbrug	Kan ikke påberåbes (C-33/20, C-38/21)

3. Fristmekanikken er formalistisk – men til forbrugers fordel. Fristen løber fra fysisk besiddelse ved varer og fra aftaleindgåelsen ved tjenesteydelser; ved delleverancer fra den sidste vare. Afsendelse på sidste dag er rettidig, ordvalget i fortrydelseserklæringen er uden betydning, og fortrydelse kan ske allerede før levering – med den konsekvens, at forbrugeren da ikke kan pålægges **nogen** omkostninger (2005-4031/7-1498).

4. Efter fortrydelsen: returnér først, tvist bagefter. Forbrugeren skal returnere inden 14 dage (§ 24, stk. 1); den erhvervsdrivende skal tilbagebetale inden 14 dage med samme betalingsmiddel (§ 22, stk. 1), men kan tilbageholde beløbet indtil varen er modtaget eller afsendelse dokumenteret (§ 22, stk. 4). Uenighed om et værdiforringelsesfradrag giver **ikke** forbrugeren tilbageholdsret (18/11434) – den ret består kun, hvor den erhvervsdrivende skal afhente varen, og hvor 3-månedersreglen i § 24, stk. 4 kan lade varen tilfalde forbrugeren vederlagsfrit.

5. Værdiforringelse måles mod butiksstandarden – og bevisbyrden starter hos den erhvervsdrivende.

Forbrugeren må håndtere varen, som han ville have fået lov til i en fysisk forretning: prøve en beklædningsgenstand, men ikke bære den i længere tid. Værdiansættelsen sker efter varens generelle handelsværdi, ikke efter sælgerens egen salgskanal. Den erhvervsdrivende skal godtgøre, at der **er** en værdiforringelse; først derefter skal forbrugeren godtgøre, at den ikke skyldes uforsvarlig håndtering.

Retstilstanden er i bevægelse. Kapitel 4 er ændret to gange på fem år: lov nr. 2158 af 27. november 2021 (moderniseringsdirektivet – § 22 a om digitalt indhold, skærpede sanktioner, onlinemarkedspladser) og lov nr. 723 af 20. juni 2025, der siden 19. juni 2026 har indført absolut frist ved finansielt fjernsalg, en obligatorisk »Fortryd aftale«-funktion (§ 20 a) og et forbud mod dark patterns i onlinegrænseflader. Den sidstnævnte reform er endnu ikke afspejlet i lovebekendtgørelsen og skal læses direkte i ændringsloven.

For den brede forbrugerftalelov og urimelige kontraktvilkår efter aftalelovens § 38 c henvises til **forbrugerbeskyttelse**; for mangelsbeføjelser og reklamation til **forbrugerklage-vare-tjenester** og **mangelsbeskyttelse**; for afbestilling af pakkerejser til **pakkerejselov**.

LOV	Forbrugerftaleloven § 8, stk. 1	Forbrugerftaleloven § 18, stk. 2
	Forbrugerftaleloven § 19, stk. 3, 4	Forbrugerftaleloven § 22, stk. 1-4
	Forbrugerftaleloven § 24, stk. 1-5	Forbrugerftaleloven § 25, stk. 1

PRAKSIS EU-Domstolen · Fortrydelsesret og oplysningspligt i leasing- og låneftaler: Fortolkning af direktiv 2008/48/EF og 2011/83/EU 21.12.2023

EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved aftaler indgået uden for fast forretningssted: Konsekvenser af manglende oplysning	17.05.2023
EU-Domstolen · Oplysningskrav i forbrugerkreditaftaler og rækkevidden af forbrugerens fortrydelsesret under Direktiv 2008/48/EF	09.09.2021
EU-Domstolen · Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	14.05.2020
EU-Domstolen · Fortrydelsesret ved onlinekøb af madrasser: Betydningen af brudt forsegling og hygiejneundtagelsen	27.03.2019
Forbrugerklagenævnet · Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen	15.10.2019
Forbrugerklagenævnet · Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling	27.08.2007

REFERENCE Lovgrundlag 6 paragraffer

Forbrugeraftaleloven § 18	stk. 1-4	Forbrugeraftaleloven § 19	stk. 1-6
Forbrugeraftaleloven § 20	stk. 1-4	Forbrugeraftaleloven § 22	stk. 1-4
Forbrugeraftaleloven § 24	stk. 1-5	Forbrugeraftaleloven § 25	stk. 1-4

MATERIALE Citerede afgørelser 48 afgørelser

EU-DOMSTOLEN · EUROPÆISK DOMSTOL		10
21.12.2023	Fortrydelsesret og oplysningspligt i leasing- og låneaftaler: Fortolkning af direktiv 2008/48/EF og 2011/83/EU	C-38/21
17.05.2023	Fortrydelsesret ved aftaler indgået uden for fast forretningssted: Konsekvenser af manglende oplysning	C-97/22
31.03.2022	Undtagelse fra fortrydelsesret ved køb af billetter gennem en mellemmand (Direktiv 2011/83/EU)	C-96/21
09.09.2021	Oplysningskrav i forbrugerkreditaftaler og rækkevidden af forbrugerens fortrydelsesret under Direktiv 2008/48/EF	C-33/20
21.10.2020	Fortrydelsesret ved køb af specialfremstillede varer: Undtagelsens anvendelse før produktionens påbegyndelse	C-529/19
14.05.2020	Forbrugerens fortrydelsesret ved arkitektaftaler: Rækkevidden af undtagelser for nybyggeri og specialfremstillede varer	C-208/19
11.09.2019	Fortrydelsesret ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser og betydningen af aftalens fulde opfyldelse	C-143/18
27.03.2019	Fortrydelsesret ved onlinekøb af madrasser: Betydningen af brudt forsegling og hygiejneundtagelsen	C-681/17
23.01.2019	Oplysningspligt om fortrydelsesret ved markedsføring med begrænset plads: Dom i sagen Walbusch Walter Busch (C-430/17)	C-430/17
07.08.2018	Fortolkning af begrebet 'fast forretningssted' i forbindelse med salg på messestande	C-485/17

07.12.2023	Højesteret pålægger netbutikker at tilbagebetale uretmæssigt opkrævede abonnementsbetalinger grundet mangelfuld oplysning
24.03.2023	Fortrydelsesret ved privatleasing af biler
17.10.2022	Elselskabs afvisning af fortrydelsesret på strømaftale vurderes som vildledende markedsføring
16.03.2022	Dansk møbelvirksomhed kritiseres for manglende overholdelse af forbrugeraftaleloven vedrørende fortrydelsesret og oplysningspligt
19.01.2022	Supermarkeds opkrævning af gebyr for ikke-afhentede onlinebestillinger vurderet af Forbrugerombudsmanden
25.11.2021	Onlineauktionshus' vildledende vilkår om fortrydelsesret
06.10.2020	Fortrydelsesret ved elforsyningsaftaler: Kan forbrugeren fraskrive sig retten mod betaling?
17.01.2019	Gebyr for manglende afhentning af forudbestilte varer i strid med god skik
22.03.2017	Fortrydelsesret ved salg af reb, tov og kæder i metermål
13.01.2017	Sikkerhedsudstyr til klatring er ikke undtaget fra fortrydelsesretten
07.10.2015	Salg af panorama-lærreder er ikke undtaget fra fortrydelsesretten
20.03.2015	Skræddersyede senge og fortrydelsesret: Er de omfattet af undtagelsen i Forbrugeraftaleloven?
20.01.2015	Manglende oplysning om fortrydelsesret ved onlineauktioner
05.09.2014	Erhvervsdrivendes ret til at afvise returnering af værdiløse festtelte ved fjernsalg
26.08.2014	Bøde for manglende oplysning om fortrydelsesret på hjemmeside
17.07.2014	Skræddersyede senge og fortrydelsesret: Standardvalg og personligt præg
17.07.2014	Landsretten frifinder selskab i sag om manglende oplysning om fortrydelsesret ved fjernsalg
16.04.2012	Internetbutik påbudt at give fortrydelsesret på wall stickers, da de ikke ansås for specialfremstillede
17.08.2011	Vilkår om undtagelse af fortrydelsesret for bestillingsvarer i strid med Forbrugeraftaleloven
17.11.2010	Forbrugerombudsmanden godkender ikke vilkår om bortfald af fortrydelsesret ved accept af salgs- og leveringsbetingelser
25.03.2009	Forbrugerombudsmanden vurderer formidlers ansvar for oplysning om fortrydelsesret ved handel mellem private
16.04.2008	Forbrugerombudsmandens vurdering af fortrydelsesret ved online reservation af varer i supermarked

08.02.2008	Fortrydelsesret ved privatleasing af biler: Forbrugerombudsmandens vurdering	
01.01.0001	Fortrydelsesret ved fjernsalg af flaskevand: Undtagelser i forbrugeraftaleloven	
FORBRUGERKLAGENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS		14
26.03.2024	Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	22/01105
19.12.2022	Forbruger ikke berettiget til at ophæve køb af specialfremstillet bjælkehytte, trods leveringsforsinkelse	21/11199
15.10.2019	Fortrydelsesret ved køb af madras – manglende returnering af varen	18/11434
20.02.2015	Forbruger fik medhold i fortrydelse af køb af forstærker	14/10093
28.10.2013	Uenighed om varigheden af et avisabonnement tegnet via telefonsalg	12/14983
21.09.2011	Forbruger kan fortryde køb af hoppepude, selvom den er bestilt i specifikke mål og farve	01-10-6673
29.09.2010	Fortrydelsesret ved køb af tv reserveret online – Forbrugerklagenævnet	01-09-7661
24.09.2009	Manglende oplysning om fortrydelsesret: Returnering til afsender godkendt	01-08-8912
20.12.2007	Fortsat brug af køleskab efter fortrydelse afskar fortrydelsesret	2006-4111/7-150
19.12.2007	Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved fjernsalg af fjernsyn	2005-4012/7-660
17.12.2007	Forbrugerklagenævnet: Afvisning af fortrydelsesret grundet omstændigheder ved returnering af bundkort	2006-4031/7-2146
27.08.2007	Fjernsalg: Fortrydelse før afsendelse - Ret til fuld tilbagebetaling	2005-4031/7-1498
01.06.2005	Fortrydelse af telefonabonnement efter ibrugtagning	4054/7-350
07.07.2004	Forbrugerklagenævnet: Fortrydelsesret ved internethandel og oplysningspligt	2003-4012/7-335

FORARBEJDE Betænkninger 3 referencer

Betænkning nr. 1540/2013 om gennemførelse af direktivet om forbrugerrettigheder

nr. 1540 · 2013 · Erhvervs- og Vækstministeriet

Delbetænkning I om gennemførelse af varedirektivet og direktivet om digitalt indhold

nr. 1576 · 2021 · Justitsministeriet

Delbetænkning II om gennemførelse af visse dele af direktivpakken New Deal for Consumers

nr. 1577 · 2021 · Justitsministeriet

06

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over pakkerejser – arrangørens ansvar, afbestilling og insolvensbeskyttelse

Arrangørens ansvar, afbestilling og insolvensbeskyttelse efter pakkerejsedirektivet

Version 2 · Opdateret 27. jun. 2026 · 14 afgørelser · 2019-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer (lov nr. 1666 af 26. december 2017) gennemfører pakkerejsedirektivet (EU) 2015/2302 og regulerer forbrugerens retsstilling ved køb af pakkerejser. Loven pålægger rejsearrangøren et objektivt ansvar for leveringen af pakkerejsen, giver den rejsende ret til gebyrfri afbestilling ved uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder, og sikrer insolvensbeskyttelse via Rejsegarantifonden. EU-Domstolen har – særligt i kølvandet på covid-19-pandemien – afsagt en række principielle domme, der præciserer rækkevidden af den rejsendes rettigheder, herunder retten til prisnedsættelse uanset årsag, kravet om kontant refusion og insolvensgarantiens udvidede dækning.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Rejsearrangøren er objektivt ansvarlig for leveringen af alle rejseydelser i pakkerejsen, uanset om ydelserne leveres af tredjemand.
- 02 Den rejsende har ret til forholdsmæssigt prisafslag for enhver periode, hvor en mangel har foreligget – uanset om manglen skyldes force majeure, pandemi eller myndighedsrestriktioner – med den eneste undtagelse, at manglen kan tilskrives den rejsende selv.
- 03 Ved uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder på destinationen eller i umiddelbar nærhed kan den rejsende afbestille pakkerejsen gebyrfrit med krav på fuld refusion senest 14 dage efter opsigelsen.
- 04 Officielle rejseadvarsler har stor bevisværdi, men er ikke en nødvendig betingelse for at påberåbe sig uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder.
- 05 Vurderingen af uundgåelige omstændigheder skal foretages på opsigelsestidspunktet ud fra en gennemsnitsrejsendes perspektiv, og personlige forhold som alder og helbred kan inddrages.
- 06 Omstændigheder, der allerede var kendt ved aftalens indgåelse, kan som hovedregel ikke påberåbes, medmindre de efterfølgende har undergået en væsentlig udvikling.

- 07 Refusion af betalinger ved afbestilling skal ske kontant – værdibeviser opfylder ikke direktivets krav, og arrangøren kan ikke suspendere 14-dages fristen under en pandemi.
- 08 Insolvensgarantien via Rejsegarantifonden dækker refusionskrav, der er opstået ved gyldig opsigelse inden rejsearrangørens insolvens – ikke kun tilfælde, hvor rejsen ikke gennemføres som direkte følge af konkursen.
- 09 Juridiske personer, herunder nonprofitorganisationer, der handler på vegne af fysiske rejsende, er omfattet af begrebet 'rejsende' og nyder insolvensbeskyttelse.
- 10 Erstatningsansvaret kan begrænses ved aftale til minimum tre gange pakkerejsens pris, men begrænsningen gælder ikke personskade eller skade forvoldt forsætligt eller uagtsomt.
- 11 Rejsearrangøren hæfter for handlinger begået af hotelansatte under pakkerejsen – en hotelmedarbejder er ikke en uafhængig tredjepart, der fritager arrangøren.
- 12 En passager, der har krav på refusion hos rejsearrangøren efter pakkerejseloven, kan ikke tillige kræve refusion af flyselskabet efter forordning 261/2004.
- 13 Ved alvorlige mangler, der gør pakkerejsens formål meningsløst, kan prisnedsættelsen svare til fuld refusion, selv om den rejsende faktisk har benyttet en del af opholdet.
- 14 Pakkerejselovens regler er ufravigelige til skade for den rejsende.

§ 1 Lovgrundlag: pakkerejseloven og direktivet

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer (lov nr. 1666 af 26. december 2017, i kraft 1. juli 2018) erstattede den tidligere pakkerejselov fra 1993 og gennemfører [pakkerejsedirektivet \(EU\) 2015/2302](#) i dansk ret. Direktivet er et totalharmoniseringsdirektiv, hvilket betyder, at medlemsstaterne ikke kan indføre strengere eller mere lempelige regler end direktivets, jf. [direktivets artikel 4](#).

Lovens § 1 fastlægger anvendelsesområdet: loven gælder for pakkerejser, der udbydes eller sælges til rejsende af erhvervsdrivende, og for sammensatte rejsearrangementer formidlet til rejsende. Erhvervsrejser er omfattet, medmindre de købes på grundlag af en generel aftale om forretningsrejser. Lovens regler er ufravigelige til skade for den rejsende.

Forarbejderne til lovens § 1 angiver, at der i modsætning til den tidligere pakkerejselov ikke længere kan foretages en samlet, konkret vurdering af karakteren af foreningers salg af rejser – i stedet skal tre kumulative betingelser (lejlighedsvist, nonprofit og begrænset kreds) alle være opfyldt, for at en rejse falder uden for loven. Hovedsigtet er at sikre, at fx sportsklubber kan arrangere lejrskoler uden at blive omfattet.

En pakkerejse defineres i lovens § 3 som en kombination af mindst to forskellige rejseydelser (transport, indkvartering, biludlejning eller andre turistydelser), der sælges eller udbydes samlet. Det dogmatiske fundament for pakkerejsebegrebet blev grundlagt i [Betænkning nr. 1240/1992 om pakkerejser](#), som forberedte gennemførelsen af det oprindelige pakkerejsedirektiv 90/314/EØF.

Den 29. april 2026 vedtog EU direktiv (EU) 2026/1024, der ændrer pakkerejsedirektivet med henblik på styrket insolvensbeskyttelse, præcisering af voucherreglerne og nye regler om refusionsordninger ved masseaflysninger – erfaringer udsprunget af covid-19-pandemien. Direktivet skal gennemføres i dansk ret.

LOV

[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 1](#)
[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 3](#)

§ 2 Arrangørens objektive leveringsansvar

Lovens § 21 fastslår, at rejsearrangøren er ansvarlig for leveringen af alle rejseydelser i pakkerejsen, uanset om ydelserne skal leveres af arrangøren selv eller af tredjemand (hoteller, flyselskaber, lokale operatører). Forarbejderne understreger, at bestemmelsen viderefører det objektiverede ansvar fra den tidligere pakkerejselov, hvor arrangøren ikke kan afvise afhjælpning under henvisning til, at en anden erhvervsdrivende skal levere ydelserne.

EU-Domstolen har i [C-578/19 \(Kuoni Travel\)](#) præciseret rækkevidden af dette ansvar. Sagen omhandlede et seksuelt overgreb begået af en hotelmedarbejder mod en rejsende under en pakkerejse til Sri Lanka. Domstolen fastslog, at en hotelansat ikke er en »tjenesteyder, der ikke har forbindelse med leveringen af de rejseydelser, der er indeholdt i aftalen«, og at arrangøren derfor ikke kunne påberåbe sig ansvarsfritagelsen for uvedkommende tredjemand:

Rejsearrangørens pligter omfatter ikke kun de udtrykkeligt nævnte ydelser, men også de hermed forbundne forpligtelser, som følger af målet med aftalen.

Domstolen lagde vægt på, at pakkerejsens formål – ferie og afslapning – forudsætter et sikkert opholdssted, og at hotellets medarbejdere handler inden for rammerne af de ydelser, arrangøren har forpligtet sig til at levere.

På nationalt plan gennemfører lovens § 32 desuden regler om formidlerens ansvar, hvorefter formidleren i visse tilfælde hæfter på lige fod med arrangøren.

LOV

[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 21](#)
[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 32](#)

PRAKSIS EU-Domstolen · Rejsearrangørs ansvar for overgreb begået af hotelansatte under pakkerejser (Sag C-578/19) 18.03.2021

§ 3 Afhjælpning, prisafslag og hæveadgang ved mangler

Når en pakkerejse er mangelfuld, har den rejsende efter lovens § 23 krav på, at arrangøren afhjælper manglen, medmindre det er umuligt eller ville påføre arrangøren uforholdsmæssige omkostninger. Forarbejderne præciserer, at dette udgør en udvidelse i forhold til den tidligere pakkerejselov, idet arrangøren ikke længere kan undlade afhjælpning under henvisning til »væsentlig ulempe«, men kun under henvisning til umulighed.

En ny ret indført ved loven er den rejsendes mulighed for selv at afhjælpe manglen og kræve nødvendige udgifter refunderet, hvis arrangøren ikke afhjælper inden en rimelig frist (§ 23, stk. 2). Det er eksempelvis tilfældet, hvor den rejsende må tage en taxa for at nå et fly, fordi en bus organiseret af arrangøren er forsinket.

Den rejsende har efter § 27 ret til forholdsmæssigt prisafslag for enhver periode, hvor en mangel har foreligget – uanset om manglen ender med at blive afhjulpet. Bevisbyrden for, at manglen skyldes den rejsendes egne forhold, påhviler arrangøren.

Ved væsentlige mangler, der påvirker pakkerejsen grundlæggende, kan den rejsende hæve aftalen efter § 25 og kræve tilbagebetaling med fradrag af den værdi, rejsen har haft. Forarbejderne anfører, at hvis rejsen har været »totalt forfejlet«, skal der ikke ske fradrag overhovedet.

EU-Domstolen har i C-469/24 bekræftet, at prisnedsættelsen efter direktivets artikel 14, stk. 1, kan svare til fuld refusion, når manglerne er så alvorlige, at pakkerejsen objektivt har mistet sit formål:

[Den passende nedsættelse af prisen] kan svare til en fuld refusion af den pågældende pakkerejsses pris, når denne mangel er så alvorlig, at denne pakkerejse, henset til dens formål, objektivt set ikke længere er i nævnte rejsendes interesse.

Sagen omhandlede et femstjernet all-inclusive hotel i Albanien, hvor myndighedernes nedrivning af swimmingpools og strandpromenade ødelagde opholdets forudsætninger.

LOV

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 23

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 25

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 27

PRAKSIS EU-Domstolen · Ret til fuld refusion ved alvorlige mangler ved pakkerejser og fortolkning af ansvarsfritagelse ved tredjemands handlinger

23.10.2025

§ 4 Prisnedsættelse ved covid-19-restriktioner – objektiv vurdering

EU-Domstolens dom i C-396/21 (12. januar 2023) er en af de mest principielle afgørelser om pakkerejselovens mangelsbegreb. Sagen vedrørte en pakkerejse til Gran Canaria i marts 2020, hvor spanske sundhedsmyndigheders restriktioner medførte lukning af strande, udgangsforbud og aflysning af hotellets pools og aktiviteter. Rejsearrangøren FTI Touristik afviste ansvar med henvisning til, at restriktionerne udgjorde en »almindelig hverdagsrisiko«.

Domstolen fastslog, at prisnedsættelsesretten er rent objektiv:

Konstateringen af en mangel er objektiv, for så vidt som den kun indebærer en sammenligning af de tjenesteydelser, der indgår i den pågældende rejsendes pakkerejse, og dem, der faktisk leveres til denne.

Afgørende er alene forskellen mellem det aftalte og det leverede. Årsagen til manglen – herunder en verdensomspændende pandemi – er irrelevant for retten til prisnedsættelse. Domstolen fremhævede den bevidste lovgivningsmæssige adskillelse mellem prisnedsættelse og erstatning:

- **Prisnedsættelse** (direktivets art. 14, stk. 1): Rent objektiv – den eneste undtagelse er mangler forårsaget af den rejsende selv.
- **Erstatning** (direktivets art. 14, stk. 3): Kan afvises ved uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder, tredjemands skyld eller den rejsendes egen skyld.

Den omstændighed, at lignende restriktioner fandtes på de rejsendes bopæl, ændrede intet ved vurderingen.

Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 27

LOV

PRAKSIS EU-Domstolen · Ret til prisnedsættelse på pakkerejser ved COVID-19-restriktioner og rejsearrangørens objektive ansvar

12.01.2023

§ 5 Afbestilling ved uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder

Lovens § 16, stk. 2 (gennemfører direktivets art. 12, stk. 2) giver den rejsende ret til gebyrfri afbestilling, når der på destinationen eller i umiddelbar nærhed indtræffer »uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder«, der væsentligt berører leveringen af pakkerejsen. EU-Domstolen har i flere sager præciseret begrebets rækkevidde.

C-299/22 (Tez Tour) – dom af 29. februar 2024 – fastsatte fire centrale principper:

1. **Ingen krav om officielle rejseadvarsler:** Ordlyden af direktivets artikel 12, stk. 2, indeholder intet krav om, at myndighederne har udsendt en officiel rejsevejledning. Sådanne advarsler har stor bevisværdi, men deres fravær udelukker ikke, at omstændighederne kan konstateres på andet grundlag.
2. **Ikke krav om objektiv umulighed:** Begrebet »væsentligt berører leveringen« dækker ikke kun objektiv umulighed, men også situationer, hvor rejsen ikke kan gennemføres uden væsentlig sundheds- og sikkerhedsrisiko.
3. **Personlige forhold kan inddrages:** Alder, helbred og det at rejse med børn kan indgå i vurderingen – dog ikke som selvstændigt grundlag, men som moment i den objektive vurdering.
4. **Forudsigelighed og dynamisk udvikling:** Omstændigheder, der allerede var kendt ved bestillingen, kan som hovedregel ikke påberåbes, medmindre situationen efterfølgende har undergået en *væsentlig udvikling*, der skaber en ny og kvalitativt anderledes situation.

C-546/22 – dom af 4. oktober 2024 – præciserede, at en officiel rejseadvarsel har stor, men ikke uafkræftelig bevisværdi, og at vurderingen skal foretages som en prognose på opsigelsesdagen.

På nationalt plan indførte den danske regering under pandemien **bekendtgørelse om kompensation for rejseudbydere** som midlertidig støtteordning til arrangører, der stod over for masseaflysninger.

LOV

[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 16, stk. 2](#)

PRAKSIS

EU-Domstolen · Rejsearrangørs ret til opsigelse af pakkerejser ved officielle rejseadvarsler under covid-19-pandemien

04.10.2024

EU-Domstolen · Fortolkning af 'uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder' ved pakkerejser i lyset af covid-19-pandemien

29.02.2024

§ 6 Refusionspligten: kontant tilbagebetaling og 14-dages frist

Ved gebyrfri opsigelse har den rejsende krav på fuld refusion senest 14 dage efter opsigelsen. EU-Domstolen har i to centrale sager præciseret, at denne forpligtelse er absolut.

C-407/21 – dom af 8. juni 2023 – fastslog, at refusion skal ske i form af kontant betaling. Sagen vedrørte det slovakiske rejsebureaus praksis med at udstede værdibeviser (vouchers) i stedet for kontant tilbagebetaling under pandemien. Domstolen fastslog:

Pakkerejsedirektivets artikel 12, stk. 4, kræver kontant tilbagebetaling inden 14 dage. Medlemsstaterne kan ikke – heller ikke under en pandemi – suspendere denne frist eller erstatte kontant refusion med værdibeviser.

Domstolen understregede, at direktivet er et totalharmoniseringsdirektiv, og at nationale foranstaltninger, der forringer den rejsendes rettigheder, er i strid med EU-retten.

C-83/22 – dom af 14. september 2023 – tilføjede en oplysningsdimension: rejsearrangøren har pligt til klart at oplyse den rejsende om muligheden for gebyrfri opsigelse ved uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder, og nationale domstole skal i visse tilfælde ex officio påse, at denne oplysningspligt er opfyldt.

Forbrugerombudsmanden har i dansk kontekst taget stilling til beslægtede spørgsmål om formidlers gebyrpraksis. I sag [fom-82274](#) fastslog Forbrugerombudsmanden, at en flybilletformidlers gebyr for at søge refusion hos flyselskabet var i strid med god skik efter markedsføringsloven – forbrugeren har krav på fuld refusion uden fradrag.

LOV	Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 16, stk. 3	
PRAKSIS	EU-Domstolen · Pakkerejser og COVID-19: Oplysningspligt om fuld refusion og national rets vejledningspligt	14.09.2023
	EU-Domstolen · Refusion af pakkerejser under Covid-19: Medlemsstaters forpligtelse til kontant tilbagebetaling frem for værdibeviser	08.06.2023
	Forbrugerombudsmanden · Flybilletformidlers gebyr for refusion af aflyste billetter er i strid med god skik	20.12.2022

§ 7 Erstatningsansvar og ansvarsfritagelse

Lovens § 28 pålægger arrangøren erstatningsansvar for enhver skade, den rejsende lider som følge af en mangel, med tre snævre ansvarsfritagelsesgrunde:

- Manglen skyldes den rejsendes egne forhold.
- Manglen kan tilskrives en uvedkommende tredjemand og er uforudsigelig eller uundgåelig.
- Manglen skyldes uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder.

Forarbejderne betegner ansvarsgrundlaget som et *objektiveret ansvar* med nærmere angivne ansvarsfrihedsgrunde. Bevisbyrden for, at en ansvarsfrihedsgrund foreligger, påhviler arrangøren.

Domstolen har i [C-469/24](#) præciseret, at ansvarsfritagelsen ved tredjemandshandlinger *ikke* kræver dokumentation for tredjemandens konkrete »fejl« (culpa). Det er tilstrækkeligt, at manglen kan tilskrives en tredjepart uden forbindelse til ydelsesleveringen og er uforudsigelig eller uundgåelig. Da direktivet foretager fuld harmonisering, kan medlemsstaterne ikke indføre strengere betingelser.

Samme dom fastslog, at myndighedsakter (som en nedrivningsbekendtgørelse) kun kan udgøre uundgåelige omstændigheder, hvis de var *uforudsigelige* for arrangøren – offentlige myndighedsakter, der følger forudgående procedurer og mediedækning, opfylder typisk ikke kravet om uforudsigelighed.

Lovens § 28, stk. 2 giver den rejsende ret til godtgørelse for *tabt feriegæde*, hvis manglen har forvoldt væsentlig ulempe. Erstatning og godtgørelse udmåles efter erstatningsansvarsloven og de almindelige kontraktretlige regler.

Efter § 30 kan erstatningen begrænses i aftalen til minimum tre gange pakkerejsens pris – men begrænsningen gælder ikke personskade eller forsætlig/uagtsom skade. Denne ansvarsbegrænsning ved aftale er ny i forhold til den tidligere pakkerejselov.

Efter § 29 kan ansvaret desuden begrænses i overensstemmelse med internationale konventioner som Montrealkonventionen (luftfart), COTIF (jernbane) og Athenkonventionen (søtransport).

LOV

[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 28](#)
[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 29](#)
[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 30](#)

PRAKSIS	EU-Domstolen · Ret til fuld refusion ved alvorlige mangler ved pakkerejser og fortolkning af ansvarsfritagelse ved tredjemands handlinger	23.10.2025
	EU-Domstolen · Rejsearrangørs ansvar for overgreb begået af hotelansatte under pakkerejser (Sag C-578/19)	18.03.2021

§ 8 Insolvensbeskyttelse via Rejsegarantifonden

Lovens § 20 (gennemfører direktivets art. 17) kræver, at rejsearrangører stiller garanti for refusion af alle betalinger og sikrer hjemtransport ved insolvens. I Danmark varetages dette af Rejsegarantifonden, der er reguleret i [lov om en rejsegarantifond](#) med tilhørende [vedtægter](#) og [forretningsorden](#). Arrangører og formidlere skal registreres i fonden og stille garanti, jf. [bekendtgørelse om registrering, garantistillelse m.v. i Rejsegarantifonden](#).

EU-Domstolen har i de forenede sager [C-771/22](#) og [C-45/23](#) (29. juli 2024) afklaret et principielt spørgsmål om garantiens rækkevidde. Sagerne udsprang af covid-19, hvor rejsende i Østrig og Belgien havde opsagt pakkerejser og krævede refusion fra arrangørernes forsikringsselskaber, som nægtede med henvisning til, at garantien kun dækkede manglende ydelser *forårsaget* af insolvensen.

Domstolen fastslog:

Artikel 17, stk. 1, i direktiv 2015/2302 skal fortolkes således, at den garanti, der gives rejsende i tilfælde af rejsearrangørens insolvens, finder anvendelse, når en rejsende opsiger sin pakkerejse på grund af uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder [...], når den pågældende pakkerejsearrangør bliver insolvent efter denne opsigelse, og når denne rejsende inden indtræden af denne insolvens ikke har fået fuld refusion.

Begrundelsen byggede på tre søjler: (1) effektiviteten af opsigelsesretten, der ville blive illusorisk, hvis den rejsende mistede insolvensdækningen, (2) forbrugerbeskyttelsesformålet i [artikel 169 TEUF](#), og (3) ligebehandlingsprincippet – to rejsende, der begge risikerer at miste forudbetalte beløb ved insolvens, må behandles ens.

I [C-445/24](#) (13. november 2025) fastslog Domstolen desuden, at *juridiske personer* – herunder nonprofitorganisationer, der handler på vegne af fysiske rejsende – er omfattet af begrebet »rejsende« og nyder insolvensbeskyttelse. Sagen vedrørte en belgisk organisation for autister, der havde bestilt en pakkerejse, og hvis krav blev afvist af arrangørens forsikringsselskab med henvisning til, at organisationen var en juridisk person.

LOV

[Lov om en rejsegarantifond § 5](#)
[Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 20](#)

PRAKSIS

EU-Domstolen · Juridiske personers status som 'rejsende' i pakkerejsedirektivet ved rejsearrangørs konkurs	13.11.2025
EU-Domstolen · Beskyttelse mod rejsearrangørens insolvens ved opsigelse som følge af uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder	29.07.2024

§ 9 Grænsefladen til luftfart: refusion ved arrangørens konkurs

Pakkerejser omfatter typisk flytransport, hvilket rejser spørgsmålet om den rejsendes muligheder, når arrangøren går konkurs: kan flyselskabet da sagsøges direkte for refusion af flybilletten?

EU-Domstolen besvarede dette spørgsmål klart i [C-163/18 \(Aegean Airlines\)](#) (10. juli 2019). Tre passagerer havde købt en pakkerejse til Korfu; flyvningen blev aflyst, og rejsebureauet Hellas Travel gik konkurs uden at refundere. Passagererne krævede refusion af Aegean Airlines efter **forordning 261/2004** artikel 8.

Domstolen fastslog, at forordningens artikel 8, stk. 2, er en *eksklusivitetsbestemmelse*:

Den blotte eksistens af en ret til refusion, der følger af [pakkerejse]direktivet, er tilstrækkelig til at udelukke, at en passager, hvis flyvning er en del af en pakkerejse, kan kræve refusion af sin billet i henhold til forordning nr. 261/2004 hos det transporterende luftfartsselskab.

Dette gælder selv om rejsearrangøren er insolvent og ikke har stillet garanti. Passageren er i stedet henvist til insolvensgarantien – eller, hvis den nationale lovgivning ikke effektivt sikrer tilbagebetaling, kan passageren rette et erstatningskrav mod medlemsstaten for mangelfuld gennemførelse af direktivet.

Modsat fastslog Domstolen i [C-215/18 \(Aegean Airlines II\)](#) (26. marts 2020), at en passager *kan* sagsøge flyselskabet direkte for *kompensation* (ikke refusion) efter forordning 261/2004, selv om flyvningen indgår i en pakkerejse.

I [C-650/23](#) (17. oktober 2024) fastslog Domstolen endvidere, at et flyselskab kan pådrage sig ansvar for forventet boardingnægt, når nægtelsen bygger på fejlagtige oplysninger fra rejsearrangøren – ansvaret mellem arrangør og flyselskab er således ikke altid skarpt adskilt.

PRAKSIS	EU-Domstolen · Luftfartsselskabers ansvar for boardingafvisning ved rejsearrangørs fejlagtige oplysninger	17.10.2024
	EU-Domstolen · Flyforsinkelse i pakkerejser: Passagerers direkte søgsmålsret og værneting mod luftfartsselskaber	26.03.2020
	EU-Domstolen · Refusion af flybilletter ved pakkerejser: Forholdet mellem luftfartsselskabers ansvar og rejsearrangørers konkurs	10.07.2019

§ 10 Sammenfatning og fremtidigt perspektiv

EU-Domstolens praksis fra 2019 til 2025 har grundlæggende formet fortolkningen af pakkerejseloven på flere centrale punkter:

- **Mangelsbegrebet** er objektivt: prisnedsættelse kan kræves uanset årsag, herunder pandemi og myndighedsrestriktioner, og kan i ekstreme tilfælde svare til fuld refusion.
- **Afbestillingsretten** ved uundgåelige omstændigheder er bred: den kræver ikke officielle rejseadvarsler, kan tage hensyn til personlige forhold og vurderes prognostisk på opsigelsesdagen.

- **Refusionspligten** er absolut: kontant betaling inden 14 dage, og værdibeviser opfylder ikke kravet.
- **Insolvensgarantien** dækker bredt: den omfatter refusionskrav fra gyldig opsigelse inden insolvens og gælder også for juridiske personers bestillinger.
- **Grænsefladen til luftfart** er afklaret: pakkerejsepassageren kan ikke kræve refusion af flyselskabet, men er henvist til arrangøren og insolvensgarantien.

Med vedtagelsen af ændringsdirektiv (EU) 2026/1024 (29. april 2026) vil reglerne blive styrket yderligere – navnlig med klarere regler om insolvensbeskyttelsens dækningsomfang, refusionsordninger ved masseaflysninger og præcisering af voucherreglerne. Direktivet afventer gennemførelse i dansk ret.

Praksis fra Pakkerejse-Ankenævnet – der er det primære klagenævn for danske pakkerejsetvister – ligger uden for denne databases dækning, men nævnets afgørelser må antages at afspejle de samme principper, som EU-Domstolen har fastlagt.

PRAKSIS	EU-Domstolen · Juridiske personers status som 'rejsende' i pakkerejsedirektivet ved rejsearrangørs konkurs	13.11.2025
	EU-Domstolen · Beskyttelse mod rejsearrangørens insolvens ved opsigelse som følge af uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder	29.07.2024
	EU-Domstolen · Fortolkning af 'uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder' ved pakkerejser i lyset af covid-19-pandemien	29.02.2024
	EU-Domstolen · Refusion af pakkerejser under Covid-19: Medlemsstaters forpligtelse til kontant tilbagebetaling frem for værdibeviser	08.06.2023
	EU-Domstolen · Ret til prisnedsættelse på pakkerejser ved COVID-19-restriktioner og rejsearrangørens objektive ansvar	12.01.2023
	EU-Domstolen · Refusion af flybilletter ved pakkerejser: Forholdet mellem luftfartsselskabers ansvar og rejsearrangørers konkurs	10.07.2019

REFERENCE Lovgrundlag

6 paragraffer

Lov om en rejsegarantifond § 5	Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 1
Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 21	Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 23
Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 27	Lov om pakkerejser og sammensatte rejsearrangementer § 28

MATERIALE Citerede afgørelser

14 afgørelser

EU-DOMSTOLEN · EUROPÆISK DOMSTOL		12
13.11.2025	Juridiske personers status som 'rejsende' i pakkerejsedirektivet ved rejsearrangørs konkurs	C-445/24
23.10.2025	Ret til fuld refusion ved alvorlige mangler ved pakkerejser og fortolkning af ansvarsfritagelse ved tredjemands handlinger	C-469/24

17.10.2024	Luftfartsselskabers ansvar for boardingafvisning ved rejsearrangørs fejlagtige oplysninger	C-650/23
04.10.2024	Rejsearrangørs ret til opsigelse af pakkerejser ved officielle rejseadvarsler under covid-19-pandemien	C-546/22
29.07.2024	Beskyttelse mod rejsearrangørens insolvens ved opsigelse som følge af uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder	C-771/22
29.02.2024	Fortolkning af 'uundgåelige og ekstraordinære omstændigheder' ved pakkerejser i lyset af covid-19-pandemien	C-299/22
14.09.2023	Pakkerejser og COVID-19: Oplysningspligt om fuld refusion og national rets vejledningspligt	C-83/22
08.06.2023	Refusion af pakkerejser under Covid-19: Medlemsstaters forpligtelse til kontant tilbagebetaling frem for værdibeviser	C-407/21
12.01.2023	Ret til prisnedsættelse på pakkerejser ved COVID-19-restriktioner og rejsearrangørens objektive ansvar	C-396/21
18.03.2021	Rejsearrangørs ansvar for overgreb begået af hotelansatte under pakkerejser (Sag C-578/19)	C-578/19
26.03.2020	Flyforsinkelse i pakkerejser: Passagerers direkte søgsmålsret og værneting mod luftfartsselskaber	C-215/18
10.07.2019	Refusion af flybilletter ved pakkerejser: Forholdet mellem luftfartsselskabers ansvar og rejsearrangørers konkurs	C-163/18
ANKENÆVNET FOR FORSIKRING · NÆVN / KLAGEINSTANS		1
17.08.2022	Afbestilling af pakkerejse grundet skærpede vaccinekrav og sondringen mellem forsikringsdækning og rejsebureauets ansvar	98109
FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS		1
20.12.2022	Flybilletformidlers gebyr for refusion af aflyste billetter er i strid med god skik	

FORARBEJDE Betænkninger

1 reference

Betænkning om pakkerejser m.v.

nr. 1240 · 1992 · Justitsministeriet

07

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over produktsikkerhed og markedsovervågning (produktloven)

Grundpligten i § 5, kontrolmyndighedens påbudskatalog og bødeudmålingen efter § 37

Version 2 · Opdateret 16. jul. 2026 · 20 afgørelser · 2020-2026

[Læs online](#)**INTRODUKTION**

Lov om produkter og markedsovervågning ("produktloven"), oprindeligt lov nr. 799 af 9. juni 2020 og nu lovbekendtgørelse nr. 22 af 8. januar 2026, udgør den offentligtretlige ramme om produktsikkerhed i Danmark. Loven supplerer markedsovervågningsforordningen (EU) 2019/1020 og – siden 13. december 2024 – forordningen om produktsikkerhed i almindelighed (GPSR), forordning (EU) 2023/988. Praksis består næsten udelukkende af byrets bødesager på kontrolmyndighedens politianmeldelser, og den er stærkt styret af forarbejderne: et bødeudgangspunkt på 50.000 kr. og fire udmålingsparametre (tilregnelse, konsekvens, sandsynlighed og omsætning). To strukturelle skift dominerer billedet: reformen ved lov nr. 637 af 11. juni 2024, der afskaffede absolut kumulation og strammede gentagelseskraevet, og fusionen af Sikkerhedsstyrelsen ind i Erhvervsstyrelsen pr. 1. januar 2026.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Grundpligten i produktlovens § 5, stk. 1, er formuleret som et resultatansvar: den erhvervsdrivende skal SIKRE, at produktet opfylder reglerne og ikke indebærer en risiko ved den forudsatte eller med rimelighed forudseelige anvendelse – det er ikke nok at have handlet i god tro.
- 02** Bødeudgangspunktet for overtrædelse af produktloven er 50.000 kr. pr. forhold, jf. forarbejderne til L 179 (2020), og dette udgangspunkt blev udtrykkeligt fastholdt ved 2024-reformen.
- 03** Bødens størrelse justeres efter fire parametre fra forarbejderne: tilregnelse, konsekvens (skadevirkning), sandsynlighed (skadespotentiale) og virksomhedens omsætning.
- 04** Det høje bødeniveau er begrundet i, at det ikke må kunne betale sig at overtræde reglerne, og at regelefterlevende virksomheder ikke må stilles konkurrencemæssigt dårligere end de øvrige.
- 05** Indtil 1. juli 2024 gjaldt absolut kumulation efter § 37, stk. 3-5 – flere forhold blev lagt sammen krone for krone med mulighed for fravigelse ved særlige grunde.
- 06** Fra 1. juli 2024 gælder strafferettens almindelige princip om modereret kumulation efter straffelovens § 88, stk. 1, og kontrolmyndigheden indstiller nu til én fælles, modereret bøde.

-
- 07** Gentagelse efter § 37, stk. 2, nr. 3, kræver siden 2024, at virksomheden faktisk ER STRAFFET (bødeforlæg vedtaget eller dom) for en lignende overtrædelse – det er ikke længere nok, at kontrolmyndigheden gentagne gange har konstateret uoverensstemmelser.
-
- 08** Gentagelsesvinduet er efter 2024-forarbejderne 2 år, og overtrædelser af den førgældende produktlov tillægges ikke gentagelsesvirkning for forhold begået efter 1. juli 2024.
-
- 09** Forsøg på at omgå eller unddrage sig kontrollen er ikke længere en skærpende omstændighed – § 37, stk. 2, nr. 5, blev ophævet i 2024 af hensyn til harmonisering med straffelovens § 21.
-
- 10** Kontrolmyndigheden kan siden 1. juli 2024 afslutte en overtrædelsessag med vejledning, forbud, påbud eller advarsel uden politianmeldelse, jf. § 14 a – men grove sager og gentagelsestilfælde skal fortsat politianmeldes.
-
- 11** En advarsel efter § 14, stk. 2, tildeles pr. produktområde og udløber efter 2 år.
-
- 12** Tilbagetrækning fra markedet er ikke det samme som tilbagekaldelse fra brugerne; efterkommer den erhvervsdrivende kun det første, når påbuddet lyder på det andet, foreligger et selvstændigt strafbart forhold.
-
- 13** Et produkt er "gjort tilgængeligt på markedet", når det indgår i den aktive salgsproces – lagerplacering uden effektiv barriere mod salg er ikke tilstrækkelig afgrænsning.
-
- 14** Kontrolmyndighedens afgørelser kan efter § 34, stk. 1, som udgangspunkt ikke påklages til anden administrativ myndighed; prøvelse sker ved domstolene.
-
- 15** Kontrollen skal efter § 9, stk. 4, udøves med de midler og den hurtighed, risikoens alvor kræver, herunder ved brug af skjult identitet – og siden 1. juli 2025 ved brug af fiktive profiler på kommunikationsplatforme, jf. § 10 a.
-
- 16** Kontrolmyndigheden har efter § 11, stk. 1, adgang til erhvervsmæssige lokaliteter uden retskendelse – men kontrol af en virksomheds interne procedurer efter § 9, stk. 5, kræver forudgående retskendelse.
-
- 17** Urimelig lang sagsbehandlingstid, som ikke kan bebrejdes den erhvervsdrivende, fører til nedsættelse af bøden efter straffelovens § 82, nr. 13 – men det kræver en konkret vurdering, og påstanden afvises, hvis sagsbehandlingstiden ikke er ekstraordinær.
-
- 18** Under skærpende omstændigheder kan straffen efter § 37, stk. 2, stige til fængsel indtil 2 år, hvilket forudsætter forsæt eller grov uagtsomhed.
-
- 19** Produktloven viger efter § 3 for særlige bestemmelser med samme formål i anden lovgivning, og § 37, stk. 1, er subsidiær ("medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning").
-

20 Fra 13. december 2024 gælder GPSR (forordning (EU) 2023/988) direkte; artikel 5 fastslår, at erhvervsdrivende kun må bringe sikre produkter i omsætning, og artikel 6 opregner de aspekter, der indgår i sikkerhedsvurderingen – herunder sårbare forbrugere, cybersikkerhed og produkter, der kan forveksles med andre.

21 Sikkerhedsstyrelsen blev fusioneret ind i Erhvervsstyrelsen pr. 1. januar 2026, og den gældende § 9, stk. 1, udpeger nu Erhvervsstyrelsen som kontrolmyndighed – al hidtidig praksis er dog bygget på Sikkerhedsstyrelsens markedsovervågning.

Grundpligten i § 5: produktet må ikke indebære en risiko ved

§ 1 forudseelig anvendelse

Produktlovens centrale materielle norm er [§ 5, stk. 1](#). Bestemmelsen pålægger den erhvervsdrivende at **sikre**, at et produkt, der bringes i omsætning eller gøres tilgængeligt på markedet, opfylder reglerne i loven og i produktforordningerne, og – kernen – at produktet:

3. *Ikke indebærer en risiko, når det*
 - a) *installeres og vedligeholdes på passende vis og*
 - b) *anvendes til den forudsatte anvendelse eller anvendes under forhold, der med rimelighed kan forudses.*

Formuleringen er et resultatansvar, ikke en indsatsforpligtelse. Det afgørende er ikke, om den erhvervsdrivende har gjort sig umage, men om produktet objektivt er i overensstemmelse og risikofrit ved forudseelig anvendelse. Risikobegrebet rækker længere end den tilsigtede brug: også anvendelse "under forhold, der med rimelighed kan forudses", er omfattet – hvilket er den bestemmelse, der fanger fejlbetjening, børns leg med voksenprodukter og lignende.

Forarbejderne til den oprindelige bestemmelse forklarer, at der ikke var tale om en nyskabelse, men om en generalisering af et princip, der allerede fandtes spredt i sektorlovgivningen:

I § 4 i den gældende lov om indretning m.v. af visse produkter findes i dag en bestemmelse, der stiller krav om, at et produkt skal være i overensstemmelse med reglerne og være sikkert, før det må omsættes, tages i brug eller anvendes. Denne bestemmelse udgør det generelle sikkerhedskrav i disse produktregler. Princippet gør sig gældende i de øvrige love på dette område, men er ikke regelfæstet på samme måde som i lov om indretning m.v. af visse produkter.

Grundpligten suppleres af tre bestemmelser, der bør læses sammen med den:

- [§ 5, stk. 2](#) – et produkt, der ikke opfylder stk. 1, nr. 1-4, må ikke installeres, tages i brug eller anvendes.
- [§ 5, stk. 3](#) – underretningspligten: får den erhvervsdrivende viden om, at et produkt, vedkommende har bragt i omsætning, ikke er risikofrit, skal kontrolmyndigheden **straks** underrettes, og de nødvendige foranstaltninger skal træffes. Undladelse er selvstændigt strafbar.
- [§ 6](#) – overensstemmelsesformodningen: produktet formodes at være i overensstemmelse, når det er fremstillet efter harmoniserede standarder offentliggjort i EU-Tidende, og når det er forsynet med overensstemmelsesmærkning og ledsaget af overensstemmelseserklæring, hvor det kræves.

Loven har siden 2020 fået et markant bredere anvendelsesområde. Ved [LOV nr 2396 af 14/12/2021](#) blev færdselsrelaterede produkter inddraget (nu § 5, stk. 1, nr. 4, og en særskilt vildledningsregel i [§ 5, stk. 5](#)), og

ved [LOV nr 412 af 23/04/2024](#) kom materialer i kontakt med drikkevand til som nr. 5. Anvendelsesområdet i § 2, stk. 1, omfatter i dag 43 numre.

Ud over de egentlige erhvervsdrivende rammer loven også dem, der stiller produkter til rådighed. Efter [§ 7, stk. 3](#) skal en erhvervsmæssig udlejer sikre, at det udlejede er vedligeholdt og i overensstemmelse med reglerne, og udlejeren skal desuden instruere brugeren i sikker anvendelse. [§ 7, stk. 2](#) rammer den juridiske person, der stiller et produkt til rådighed – også vederlagsfrit.

De konkrete sikkerheds-, mærknings- og dokumentationskrav fastsættes ikke i loven selv, men i bekendtgørelser udstedt med hjemmel i [§ 8, stk. 1](#), der bemyndiger erhvervsministeren til at fastsætte regler om produktets egenskaber, udførelse, mærkning, markedsføring og anvendelse. Det er derfor typisk et samspil mellem § 5 og en produktbekendtgørelse, der udgør gerningsindholdet i konkrete sager – fx [bekendtgørelse om indretning m.v. af personlige værnemidler](#) i [AM2022.09.16B](#) og [bekendtgørelse om indretning m.v. af trykbærende udstyr](#) i [AM2023.06.26B](#).

Produktloven afløste den gamle produktsikkerhedslov, der udtrykkeligt blev ophævet ved [§ 39](#): »Lov om produktsikkerhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 3 af 3. januar 2019, ophæves.« Loven trådte i kraft 1. juli 2020.

LOV [Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 1-3](#)

[Lov om produkter og markedsovervågning § 6](#)

[Lov om produkter og markedsovervågning § 7, stk. 2-3](#)

[Lov om produkter og markedsovervågning § 8, stk. 1](#)

[Lov om produkter og markedsovervågning § 39](#)

PRAKSIS **Byretten** · Bøde for ulovlig markedsføring af modificeret trykbærende udstyr uden CE-mærkning 26.06.2023
Byretten · Virksomhed idømt bøde for manglende produktsikkerhed og ukorrekt CE-mærkning på opladere og masker 16.09.2022

§ 2 Kontrolmyndigheden efter § 9 – fra Sikkerhedsstyrelsen til Erhvervsstyrelsen pr. 1. januar 2026

Kontrolmyndighedsfordelingen står i [§ 9](#). Systematikken er en hovedregel med en sektorundtagelse:

- [§ 9, stk. 1](#) udpeger én myndighed som kontrolmyndighed som hovedregel.
- [§ 9, stk. 2](#) viger for særlovgivningen: er der i eller i medfør af anden lovgivning fastsat regler om forebyggelse af **specifikke risici ved særlige produkter**, er kontrolmyndigheden den myndighed, der påser overholdelsen af den anden lovgivning. Det er denne mekanisme, der placerer fx fødevarekontaktmaterialer, medicinsk udstyr og kemikalier hos andre styrelser.

Her er der sket noget væsentligt, som brugeren af oversigten skal være opmærksom på. **Al den praksis, der refereres nedenfor, er bygget på Sikkerhedsstyrelsens markedsovervågning.** Men i den gældende lovbekendtgørelse – LBK nr. 22 af 8. januar 2026 – lyder § 9, stk. 1, nu:

§ 9. Erhvervsstyrelsen varetager opgaven som kontrolmyndighed, medmindre andet følger af stk. 2.

Baggrunden er organisatorisk, ikke retlig. Erhvervsministeriet meddelte den 24. september 2025 i [Ændringer i Erhvervsministeriets koncern](#), at Sikkerhedsstyrelsen fusioneres med Erhvervsstyrelsen:

For det første fusioneres Sikkerhedsstyrelsen med Erhvervsstyrelsen. Sikkerhedsstyrelsen bliver til en afdeling i Erhvervsstyrelsen, men fastholder sin fysiske placering i Esbjerg. Fusionen sker officielt pr. 1. januar 2026.

Navneskiftet er efterfølgende ført igennem i det administrative regelsæt: ved **bekendtgørelse nr. 489 af 28. maj 2026** (i kraft 30. maj 2026) blev »Sikkerhedsstyrelsen« ændret til »Erhvervsstyrelsen« overalt i [bekendtgørelsen om supplerende bestemmelser til forordningen om produktsikkerhed i almindelighed](#), og tilsvarende ændringsbekendtgørelser blev udstedt samme dag for maskin-, elmateriel-, gasmateriel- og tovbaneområderne. Den konsoliderede tekst af den GPSR-supplerende bekendtgørelse afspejler endnu ikke ændringen.

Praktisk betydning: funktionen, beføjelserne og praksis er uændrede – det er styrelsesnavnet og den organisatoriske indplacering, der er skiftet. Læses ældre domme og afgørelser, hvor »Sikkerhedsstyrelsen« optræder som kontrolmyndighed, skal navnet for forhold efter 1. januar 2026 læses som Erhvervsstyrelsen. Omvendt er der ingen grund til at antage, at fusionen ændrer det materielle bedømmelsesgrundlag eller sanktionsniveauet.

Kontrolforpligtelsens karakter fremgår af [§ 9, stk. 4](#), der er lovens proportionalitets- og risikobaseringsregel:

Kontrolmyndigheden skal udøve kontrol efter stk. 3 på en sådan måde, at der gribes ind med de midler og med den hurtighed, som risikoens alvor kræver, herunder ved brug af en skjult identitet. Myndigheden skal i den forbindelse tage behørigt hensyn til den videnskabelige usikkerhed om et produkts indvirkning på menneskers sundhed og hensyn til, hvor alvorlig risikoen er for, at et produkt vil medføre skade på personer.

Bestemmelsen er dobbeltsidet: den forpligter myndigheden til at reagere hurtigt ved alvorlig risiko, men samtidig til at afpasse midlet efter risikoen – hvilket er den lovtekniske forudsætning for reaktionstrappen i § 14 a (se nedenfor).

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 9, stk. 1-4](#)

Kontrolbeføjelserne: skjult identitet, fiktive profiler og adgang uden retskendelse

Produktlovens kapitel om kontrol giver kontrolmyndigheden et bredt beføjelsesarsenal, der er tilpasset e-handelsvirkeligheden. Rigsadvokatmeddelelsen sammenfatter formålet i afsnittet [Rigsadvokatmeddelelsen om fyrværkeri, pkt. 4.1.2 om produktloven](#):

Produktloven supplerer Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1020 af 20. juni 2019 om produkters sikkerhed og overensstemmelse og udvider, i forlængelse af EU's markedsovervågningsforordning, myndighedernes beføjelser til at føre kontrol, bl.a. med nye hjemler til kontrol under skjult identitet og til at blokere adgangen til såkaldte onlinegrænseflader, der sælger farlige produkter.

De centrale beføjelser er:

Bestemmelse	Beføjelse	Bemærkning
§ 10, stk. 1	Kræve alle nødvendige oplysninger fra enhver	Også til afklaring af egen kompetence
§ 10, stk. 2	Genbruge billedmateriale fra kontrol til offentlig information	Kobler til § 22

§ 10 a	Bruge fiktive profiler på kommunikationsplatforme	Ny fra 1. juli 2025
§ 11, stk. 1	Adgang uden retskendelse til erhvervsmæssige lokaliteter og transportmidler	Undtagelse: procedurekontrol kræver retskendelse
§ 11, stk. 3	Fotografere, optage video, medtage prøver	
§ 11, stk. 5	Politiets bistand	
§ 12, stk. 1	Udtage ethvert produkt – herunder ved skjult identitet	Testkøb
§ 12, stk. 3-4	Kræve omkostninger til tekniske undersøgelser og sagkyndige refunderet	Hos afgørelsens adressat

To nyere udvidelser fortjener særlig omtale.

Retskendelseskravet ved procedurekontrol. Ved [LOV nr 637 af 11/06/2024](#) fik kontrolmyndigheden i § 9, stk. 5, hjemmel til at kontrollere en erhvervsdrivendes **procedurer** for at sikre produktoverensstemmelse. Denne udvidelse blev imidlertid modsvaret af en retssikkerhedsgaranti i [§ 11, stk. 1, 3. pkt.](#) Forarbejderne til ændringen er utvetydige:

Med forslaget i 3. pkt. gives kontrolmyndigheden mulighed for at opnå adgang til erhvervsmæssige lokaliteter for at føre kontrol med en virksomheds procedurer ... I modsætning til bestemmelsens 1. og 2. pkt., som indeholder en særegen undtagelse fra kravet om retskendelse, vil det dog i så fald være en betingelse, at kontrolmyndigheden indhenter en retskendelse for at kunne opnå adgang.

Forarbejderne understreger videre, at adgang efter bestemmelsen udgør et tvangsindgreb uden for strafferetsplejen, hvorfor retssikkerhedsloven finder anvendelse – herunder proportionalitetsprincippet i lovens § 2 og varslingsreglerne i § 5.

Fiktive profiler på sociale medier. Ved lov nr. 708 af 20. juni 2025 blev § 10 a indsat med virkning fra 1. juli 2025. Forarbejderne forklarer, hvorfor den skjulte identitet i § 9, stk. 4, ikke var tilstrækkelig:

Det er dog ikke nærmere specificeret, hvorvidt kontrollen på kommunikationsplatforme som sociale medier kan foregå via reelle fiktive profiler, eller om der skal være tale om anvendelse af andre profiler end kontrolmyndighedens egne.

Med bestemmelsen kan myndigheden oprette profiler for fiktive personer, følge profiler, anmode om venskaber og blive medlem af lukkede grupper. Der er dog en klar agent provocateur-grænse:

Brugen af fiktive profiler vil ske under ansvar af kontrolmyndigheden og det forudsættes, at anvendelsen ikke ansporer til ulovlige handlinger i sig selv. Kontrolmyndigheden må som led i kontrollen ikke påvirke væsentlige omstændigheder ved overtrædelsen, herunder bevirke en forøgelse af overtrædelsens omfang eller grovhed. ... Kontrolmyndigheden må ikke aktivt opfordre til eller indgå i tilgængeliggørelsen af produkterne, herunder promovere eller fremme salg eller købsprocesser.

At onlinekontrol i praksis er en vigtig kilde til sager, illustreres af sager som [6-244/2022-](#), hvor Sikkerhedsstyrelsen gennemførte kontroltilsyn direkte på den erhvervsdrivendes hjemmeside, og [7-6943/2021](#), hvor et skærmpoint af en Facebook-side dannede bevisgrundlaget.

[Lov om produkter og markedsovervågning § 10, stk. 1, 2](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 10a](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 11, stk. 1](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 12, stk. 1](#)

PRAKSIS Byretten · Bøde for manglende aldersskiltning på webshop og manglende virksomhedslogo på varebil 15.11.2022

Byretten · Virksomhed dømt for uautoriseret annoncering af el-arbejde på Facebook 03.06.2022

§ 4 Påbudskataloget i §§ 13-19 og reaktionsvalget efter § 14 a

Produktlovens reaktionsmidler er bygget som en trappe fra det midlertidige og undersøgende til det definitive og indgribende.

Trin 1 – det midlertidige forbud, § 13. Kontrolmyndigheden kan udstede midlertidigt forbud mod levering, markedsføring, udstilling eller anden tilgængeliggørelse, hvis produktet *vurderes at kunne udgøre* en risiko. Beviskravet er lavt, men til gengæld er varigheden bundet: forbuddet »kan ikke strække sig ud over, hvad der er nødvendigt for at træffe kontrolforanstaltninger til brug for undersøgelser eller vurderinger af produktets sikkerhed«.

Trin 2 – påbudskataloget, § 14, stk. 1. Når uoverensstemmelsen er konstateret, kan kontrolmyndigheden udstede påbud til enhver, der har bragt produktet i omsætning eller har været et led i afsætningen, om at:

1. advare brugerne om risici ved produktet,
2. standse markedsføring, der kan vildlede brugerne,
3. afhjælpe forhold, som ikke er i overensstemmelse med reglerne,
4. standse salg eller udlevering af produktet,
5. **tilbagetrække** produktet fra markedet effektivt og øjeblikkeligt,
6. **tilbagekalde** produktet fra brugerne, eller
7. destruere produktet på forsvarlig måde.

At påbuddet kan rettes mod »enhver, der har været et led i afsætningen«, er afgørende: kæden af ansvarssubjekter er bred, og distributøren kan derfor rammes af et tilbagekaldelsespåbud, selvom fejlen ligger hos fabrikanten.

Trin 3 – CE-mærkningskontrollen, § 15. Er et produkt uretmæssigt påført CE-mærkning, kan myndigheden påbyde enhver udbyder at standse salg og om nødvendigt tilbagetrække produktet, og påbyde fabrikanten eller importøren at fjerne mærkningen inden for en frist. Salget kan genoptages, når mærkningen er fjernet.

Trin 4 – det generelle forbud og destruktion, § 16. Myndigheden kan forbyde enhver at bringe produktet i omsætning, gøre det tilgængeligt, udlevere det eller tage det i brug, påbyde destruktion – og § 16, stk. 3 giver selvtægtshjemmel: sker destruktionen ikke inden rimelig tid, kan myndigheden foranledige den, og udgifterne afholdes af påbuddets adressat.

Trin 5 – onlinegrænseflader og kommunikationsplatforme, § 17. Myndigheden kan påbyde ejeren af en onlinegrænseflade at ændre, fjerne eller advare om indhold, der henviser til et uoverensstemmende produkt. Ved lov nr. 708 af 20. juni 2025 blev § 17, stk. 2 tilføjet, så også **kommunikationsplatforme** (sociale medier) kan påbydes at ændre eller fjerne indhold. Forarbejderne forklarer baggrunden:

Forslaget vil skulle ses i lyset af, at produkter ikke længere kun gøres tilgængelige for forbrugere fra fysiske butikker og webshops, men at salg og markedsføring af produkter også er rykket over på sociale medier.

Bestemmelsen rækker vidt – den kan bruges til at få omtale fjernet fra blogs, opslag og brugerprofiler – men forarbejderne sætter to grænser: påbud udstedes som udgangspunkt først, når en frivillig anmodning ikke er efterkommet inden fristen, og »[b]estemmelsen vil ikke kunne anvendes til at blokere kommunikationsplatforme eller brugerprofiler«.

Trin 6 – blokering, § 18. Det mest indgribende middel. Blokering af en onlinegrænseflade kan ske, hvis et § 17-påbud ikke er efterkommet, eller hvis der inden for **2 år er konstateret og dokumenteret tre eller flere tilfælde**, hvor produkter med alvorlig risiko er gjort tilgængelige fra grænsefladen målrettet brugere i Danmark. Blokering er ikke en administrativ afgørelse: den træffes **af retten ved kendelse** efter myndighedens begæring, parten skal så vidt muligt høres, og kendelsen skal angive de konkrete omstændigheder. Myndigheden har en løbende ophævelsespligt efter [§ 18, stk. 4](#).

Restkategorien, § 19. Andre erhvervsdrivende med tilknytning til produktet kan påbydes »på relevant måde at bidrage til at begrænse risici og forhindre risici i at opstå«.

Opfølgning og offentlighed. Efter [§ 21](#) kan myndigheden kræve oplyst, hvordan foranstaltningerne er truffet og med hvilken effekt, og efter [§ 22, stk. 1](#) skal myndigheden, hvis det er nødvendigt, oplyse offentligheden om produktet, risikoens art, de trufne foranstaltninger og hvordan offentligheden bør forholde sig. Forretningshemmeligheder kan kun videregives, hvis det er nødvendigt for at beskytte menneskers sikkerhed og sundhed, jf. [§ 22, stk. 2](#).

Reaktionsvalget – § 14 a. Den mest praktisk betydningsfulde nyskabelse fra 2024-reformen er [§ 14 a](#), der udtrykkeligt hjemler, at kontrolmyndigheden kan **slutte** en overtrædelsessag med vejledning, forbud, påbud eller advarsel – dvs. uden politianmeldelse. Rigsadvokatmeddelelsen beskriver ordningen i [pkt. 5.2.1.1](#):

For så vidt angår advarsler er der tale om en ny reaktionsmulighed, som fremgår af produktlovens § 14, stk. 2. Bestemmelsen medfører, at kontrolmyndigheden, afhængigt af overtrædelsens nærmere omstændigheder, kan udstede advarsler som administrativ sanktion for overtrædelse af reglerne på området. Der kan tildeles en advarsel pr. produktområde. En tildelt advarsel er tidsbegrænset, og udløber efter en periode på 2 år gældende fra det tidspunkt, hvor advarslen blev udstedt af kontrolmyndigheden.

Grænsen for, hvornår politianmeldelse fortsat er obligatorisk, er trukket skarpt op:

Det er udgangspunktet, at der fortsat skal ske politianmeldelse i tilfælde af grovere overtrædelser, herunder ved ulovlige produkter, der har medført en væsentlig eller betydelig risiko for brugerens sikkerhed eller sundhed ved anvendelse af produktet, eller i gentagelsestilfælde, forudsat at betingelserne for at foretage politianmeldelse i øvrigt er opfyldt. Som eksempel på en grov overtrædelse nævnes i forarbejderne bl.a. tilfælde, hvor der som følge af et ulovligt produkt er sket skade på personer eller ejendom.

Og – vigtigt – den erhvervsdrivendes gode vilje redder ikke en grov sag:

Det er udgangspunktet, at der også skal ske politianmeldelse i forbindelse med grove overtrædelser, selvom den erhvervsdrivende har foretaget nødvendige foranstaltninger for at sikre regelefterlevelse, og selvom den erhvervsdrivende ikke tidligere er straffet for en lignende overtrædelse.

Klageadgang. Efter § 34, stk. 1 kan kontrolmyndighedens afgørelser som udgangspunkt **ikke** indbringes for anden administrativ myndighed. Prøvelse af et påbud sker derfor ved domstolene – eller indirekte under den straffesag, der følger af manglende efterkommelse.

LOV

Lov om produkter og markedsovervågning § 13

Lov om produkter og markedsovervågning § 14, stk. 1, 2

Lov om produkter og markedsovervågning § 14a

Lov om produkter og markedsovervågning § 15

Lov om produkter og markedsovervågning § 16, stk. 1-3

Lov om produkter og markedsovervågning § 17, stk. 1, 2

Lov om produkter og markedsovervågning § 18, stk. 1, 2

Lov om produkter og markedsovervågning § 19

Lov om produkter og markedsovervågning § 22, stk. 1

Lov om produkter og markedsovervågning § 34, stk. 1

§ 5 Bødeudgangspunktet på 50.000 kr. og de fire parametre fra L 179

Produktlovens bødeniveau er ikke domstolsskabt – det er forarbejdsstyret. Rigsadvokatmeddelelsen gengiver retsgrundlaget i pkt. 5.2.1.2:

Det følger af forarbejderne til den tidligere produktlov, lov nr. 799 af 9. juni 2020 om lov om produkter og markedsovervågning (L 179 af 23. april 2020, de almindelige bemærkninger, pkt. 2.5.2. og de specielle bemærkninger til § 42), at der for overtrædelser af produktloven, som udgangspunkt skal nedlægges påstand om en bøde på 50.000 kr. Det følger af forarbejderne til lov nr. 637 af 11. juni 2024 ..., at dette udgangspunkt fastholdes, idet bødeniveauet anses for passende, henset til karakteren af de typer sager, der efter 2024-lovændringen vil blive politianmeldt.

Det er værd at bemærke, at 2024-reformen – der ellers generelt lempede sanktionsregimet – **ikke** rørte ved de 50.000 kr. Logikken er, at når kontrolmyndigheden efter § 14 a nu kan afslutte de mindre sager administrativt, er de sager, der faktisk politianmeldes, i gennemsnit grovere. Bødeniveauet er derfor fastholdt for en smallere, tungere sagsportefølje.

Begrundelsen for det høje niveau er rent præventiv og konkurrenceretligt farvet:

Det høje bødeniveau har, jf. 2020-forarbejderne, til formål at fjerne ethvert incitament til at overtræde lovgivningen for at opnå besparelser på bekostning af lovgivningens sikkerheds- og sundhedskrav og brugerbeskyttelse i øvrigt. De erhvervsdrivende, der overholder reglerne, må ikke stilles økonomisk og derved konkurrencemæssigt dårligere end de erhvervsdrivende, der ikke lever op til kravene. Hensynet til at brugere skal kunne stole på produktets mærkning, og at de som købere af ulovlige produkter potentielt kommer i fare, gør, at der bør ses med alvor på overtrædelser af produktsikkerhedslovgivningen.

Selve udmålingen sker efter **fire parametre**, som anklagemyndigheden og domstolene arbejder ud fra:

#	Parameter	Indhold
1	Tilregnelser	Om forholdet er begået forsætligt eller ved grov eller simpel uagtsomhed
2	Konsekvens	Hvad skadevirkningen har været ved den strafbare handling eller undladelse

3	Sandsynlighed	Hvor stor sandsynligheden er for, at konsekvensen udløses – hvor stort et skadespotentiale, der er tale om
4	Omsætning	Bødens størrelse differentieres i relation til virksomhedens omsætning

Rigsadvokatmeddelelsen understreger samtidig, at de 50.000 kr. ikke er en takst, men et udgangspunkt:

Fastsættelse af straffens størrelse vil bero på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde af samtlige sagens omstændigheder. Den angivne bødestørrelse vil kunne fraviges i op- eller nedadgående retning, hvis der i den konkrete sag foreligger skærpende eller formildende omstændigheder efter de almindelige regler i straffelovens 10. kapitel.

Praksis bekræfter både udgangspunktet og fravigelsesmuligheden. Minimumsbøden slår igennem i kernesagerne om elektrisk materiel og personlige værnemidler: [AM2022.09.16B](#) angik en virksomhed, der blev idømt bøde for manglende produktsikkerhed og ukorrekt CE-mærkning på opladere og ansigtsmasker, med hjemmel i [§ 5, stk. 1](#) og [§ 37, stk. 1](#) sammenholdt med **bekendtgørelse om indretning m.v. af personlige værnemidler § 9, stk. 1**. Samme mønster ses i [2-5825/2022](#) om FFP2-ansigtsmasker uden CE-mærkning.

Omvendt viser [1-7663/2021](#) – om manglende CE-mærkning på 50 pakker hundepropper – at udgangspunktet kan fraviges nedad, når mængden og skadespotentialet er beskedent. Sondringen giver god mening i lyset af parameter 2 og 3: skadespotentialet ved et defekt ladeapparat eller et værnemiddel, der ikke beskytter, er kategorisk anderledes end ved et lille pyroteknisk produkt i begrænset antal.

Omsætningsparameteren blev anvendt eksplicit i [AM2023.08.18B2](#), hvor retten afviste at nedsætte bøden trods et meget begrænset salg (18 solgte enheder à 129 kr.), fordi bøden set i forhold til virksomhedens årlige omsætning på ca. 12 mio. kr. ikke var uproportional.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 1](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1](#)
[Straffeloven § 82](#)

PRAKSIS	Byretten · Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse	18.08.2023
	Byretten · Virksomhed idømt bøde for manglende CE-mærkning på FFP2-ansigtsmasker	18.10.2022
	Byretten · Virksomhed idømt bøde for manglende produktsikkerhed og ukorrekt CE-mærkning på opladere og masker	16.09.2022
	Byretten · Bødestraf for manglende CE-mærkning på 50 pakker hundepropper	08.09.2022

§ 6 Fra absolut til modereret kumulation: § 37, stk. 3-5, ophæves i 2024

Den enkeltstående vigtigste ændring i produktlovens sanktionsregime er skiftet fra **absolut** til **modereret** kumulation pr. 1. juli 2024. Det er også den ændring, der gør, at ældre domme skal læses med forsigtighed.

Retstilstanden 2020-2024. Produktlovens oprindelige § 37, stk. 3-5, fravigede udtrykkeligt [straffelovens § 88](#). Forarbejderne til 2024-ændringen gengiver den gamle ordning:

Det følger af produktlovens § 37, stk. 3, at har nogen ved en eller flere handlinger begået flere overtrædelser af loven eller regler fastsat i medfør af loven, og medfører overtrædelserne idømmelse af bøde, sammenlægges bødestrafen for hver overtrædelse. ... Endelig følger det af produktlovens § 37, stk. 5, at bestemmelserne i stk. 3 og 4 kan fraviges, når særlige grunde taler herfor.

Effekten var mekanisk: to forhold = to gange udgangspunktet. Det ses direkte i [AM2023.08.18B2](#), hvor Retten i Hillerød lagde absolut kumulation til grund:

Element	Beløb
Forhold 1 (usikkert legetøjsprodukt, § 5)	50.000 kr.
Forhold 2 (manglende efterkommelse af tilbagekaldelsespåbud)	50.000 kr.
Kumuleret grundlag (absolut kumulation)	100.000 kr.
Forhøjelse (risiko ved slugning + tillægsstraf)	10.000 kr.
Endelig bøde	110.000 kr.

Retstilstanden fra 1. juli 2024. Ved [LOV nr 637 af 11/06/2024](#) blev § 37, stk. 3-5, ophævet. Forarbejderne er præcise om virkningen:

Den foreslåede ophævelse af bestemmelserne om absolut kumulation vil have den virkning, at strafferettens almindelige princip om modereret kumulation efter straffelovens § 88, stk. 1, finder anvendelse. Modereret kumulation indebærer, at der ved flere overtrædelser til samtidig pådømmelse fastsættes en fælles straf, der efter omstændighederne kan være lavere end ved absolut kumulation.

Ændringen slår også igennem på myndighedssiden allerede før domstolen:

Når kontrolmyndigheden foretager politianmeldelse af en overtrædelse med bødeindstilling, har det foreslåede den virkning, at der vil blive indstillet til en modereret, fælles bøde, på baggrund af sagens individuelle og konkrete omstændigheder, i stedet for at der sker sammenlægning af bøderne for hver overtrædelse.

Ophævelsen omfattede tillige den gamle stk. 4 om bøde ved siden af fængselsstraf; herefter finder straffelovens § 88 også anvendelse i disse kombinationstilfælde. De hidtidige stk. 6-8 blev rykket op til stk. 3-5.

Anvendelsen i praksis. [AM2024.11.11B](#) – bøde til en fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på en hammermølle efter en brand – er den første produktlovssag i materialet, hvor [straffelovens § 88, stk. 1](#) optræder blandt hjemmelsbestemmelserne ved siden af [produktlovens § 5, stk. 1](#) og [bekendtgørelse om maskiner](#) §§ 4 og 31, stk. 3. Dommen illustrerer også, at både materielle (sikkerhedsmangler) og formelle (dokumentation) forhold pådømmes samlet.

Det bredere billede. Skiftet i produktloven falder sammen med en generel domstolsskepsis over for absolut kumulation i særlovgivningen. I [2-29615/2023](#) – en fødevarer sag med ti forhold – afviste Københavns Byret anklagemyndighedens principale påstand på 67.000 kr. baseret på absolut kumulation og udmålte i stedet 36.375 kr. efter § 88:

Der ses ikke i fødevarer loven at være bestemt, at bøder efter loven eller efter de i nærværende sag relevante bekendtgørelser skal sammenlægges efter princippet om absolut kumulation.

Retten tilføjede, at »der ikke [ses] at være grundlag for at fravige straffelovens almindelige princip om straffastsættelsen som anført i straffelovens § 88«. Tilsvarende anvendte retten i [AM2024.01.29B2](#) modereret kumulation ved 40 overtrædelser af plantesundhedsreglerne og nåede samlet 150.000 kr. – langt under, hvad en sammenlægning ville have givet.

Praktisk konsekvens: for forhold begået **før 1. juli 2024** gælder absolut kumulation, for forhold begået **efter** gælder § 88. I sager, der spænder over skæringsdatoen, må forholdene henføres til hver sin periode.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1](#)
[Straffeloven § 88, stk. 1](#)
[Straffeloven § 89](#)

PRAKSIS	Byretten · Bøde til butiksejer for gentagne overtrædelser af kølekrav og manglende dansk mærkning samt usynlig smiley-rapport	19.03.2025
	Byretten · Bøde til fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på hammermølle efter brand	11.11.2024
	Byretten · Bøde på 150.000 kr. for uagtsom import af valnøddetræ uden forelæggelse af plantesundhedscertifikat	29.01.2024
	Byretten · Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse	18.08.2023

§ 7 Skærpende omstændigheder efter § 37, stk. 2 – og det strammede gentagelseskrav

Efter [§ 37, stk. 2](#) kan straffen for overtrædelser på de fleste produktområder under skærpende omstændigheder stige til **fængsel indtil 2 år**. Bestemmelsen opregner udtømmende fire skærpende omstændigheder:

1. overtrædelser har fremkaldt fare for sikkerhed eller sundhed,
2. overtrædelser har medført en ulykke med alvorlig personskade eller døden til følge,
3. der er tale om gentagelsestilfælde, hvor virksomheden **tidligere er straffet** for en lignende overtrædelse, eller
4. overtrædelser er begået som led i en systematisk overtrædelse af reglerne med økonomisk vinding for øje.

2020-forarbejderne forklarer, hvorfor fængselsstraf overhovedet er på bordet i en produktlov:

... der er tale om områder, hvor selve produktet kan udgøre en fare for brugernes sikkerhed, der i yderste konsekvens kan koste brugeren liv eller førlighed. Det at levere sikre produkter til kunderne bør derfor vægtes højt af de erhvervsdrivende. Det foreslås, at muligheden for fængselsstraf bringes i anvendelse i de situationer, hvor der efter omstændighedernes karakter er tale om grove overtrædelser eller grove følgevirkninger. Fængselsstraf kan således anvendes, hvor overtrædelser kan henføres til en eller flere personers groft uagtsomme eller forsætlige handlinger.

Forarbejderne giver et konkret eksempel på nr. 2, der er lærerigt for kausalitetskravet: kontrolmyndigheden påbyder tilbagetrækning af en fyrværkeriartikel, fordi funktionsundersøgelse har vist, at flere artikler sprænger ved jorden; den erhvervsdrivende efterkommer ikke påbuddet; artiklen sælges til en forbruger, der kommer alvorligt til skade. Undladelsen af at efterkomme påbuddet har dermed medført ulykken – »særligt når risikoen var den erhvervsdrivende bekendt«.

Om nr. 4 oplyser forarbejderne, at bestemmelsen er skrevet med en konkret forretningsmodel for øje:

Der har været enkelte sager, hvor Sikkerhedsstyrelsen har haft mistanke om, at den erhvervsdrivendes forretningsmodel var bygget op omkring at købe billige produkter i Østasien, sælge dem med stor fortjeneste til danske brugere og, når produktet blev udtaget til kontrol, samarbejde i stor stil og straks kalde produktet tilbage fra markedet for derefter at starte forfra med et nyt produkt.

To ændringer i 2024 er afgørende.

(a) **Gentagelseskravet er strammet.** I den oprindelige affattelse var nr. 3 formuleret som »hvor virksomheden tidligere **har begået** en lignende overtrædelse«, og 2020-forarbejderne var udtrykkelige om, at det var nok, at kontrolmyndigheden gentagne gange havde konstateret uoverensstemmelser: »Det er ikke en forudsætning, at de tidligere overtrædelser har været til pådømmelse i det strafferetlige system.« Ved [LOV nr 637 af 11/06/2024](#) blev ordlyden ændret til »tidligere **er straffet** for en lignende overtrædelse«. Forarbejderne til ændringen:

Den foreslåede ændring af stk. 2, nr. 3, indebærer, at virksomheden tidligere skal være straffet for en lignende overtrædelse, for at der kan statueres gentagelsestilfælde, som kan danne grundlag for at skærpe straffen. Det har den virkning, at virksomheden skal have vedtaget et bødeforlæg eller være dømt ved dom for den tidligere overtrædelse, jf. princippet i straffelovens § 81, stk. 1, nr. 1. Overtrædelserne behøver ikke at være identiske, når de dog er ensartede.

Forslaget har endvidere den virkning, at det ikke er tilstrækkeligt, at kontrolmyndigheden gentagne gange har haft sager, hvor den pågældende erhvervsdrivendes produkter har vist sig ikke at være i overensstemmelse med reglerne.

Rigsadvokatmeddelelsen præciserer, at gentagelsesvindet samtidig blev kortet ned – fra 5 år efter 2020-forarbejderne til **2 år**:

Det fremgår af forarbejderne til lov nr. 637 af 11. juni 2024 ..., at gentagelsestilfælde omhandler tilfælde, hvor den erhvervsdrivende inden for de seneste 2 år er straffet for en lignende overtrædelse. ... Det er afgørende for, om det kan statueres gentagelse, at den tidligere overtrædelse er strafferetligt afgjort, og ikke blot konstateret af kontrolmyndigheden, som tilfældet var før lovændringen i 2024.

Og der er en klar overgangsregel:

Idet der med 2024-lovændringen bl.a. er indført en ny ordning og måde at sanktionere de erhvervsdrivende på, har eventuelle tidligere overtrædelser af den førgældende produktlov, ikke indflydelse på valg af reaktion for overtrædelser begået efter den 2024-lovændringens ikrafttrædelse den 1. juli 2024. Eventuelle overtrædelser af den førgældende produktlov vil således ikke have betydning for kontrolmyndighedens valg af reaktion i forbindelse med en ny konstateret overtrædelse, ligesom sådanne overtrædelser heller ikke vil blive tillagt gentagelsesvirkning i henhold til § 37, stk. 2, nr. 3.

(b) **Nr. 5 om omgåelsesforsøg er ophævet.** Den oprindelige § 37, stk. 2, nr. 5, gjorde det til en skærpende omstændighed, at den erhvervsdrivende havde **forsøgt** at omgå eller unddrage sig kontrollen. Bestemmelsen blev ophævet i 2024 med en principiel begrundelse:

Baggrunden for den foreslåede ophævelse af nr. 5 er for at sikre harmonisering med det strafferetlige udgangspunkt om, at straf for forsøg ofte vil være mindre end for en fuldbyrdet forbrydelse, jf. straffelovens § 21. Det er således ikke i overensstemmelse hermed, at forsøg på overtrædelse af en bestemmelse anses for en skærpende omstændighed.

Omgåelse af kontrollen er dog fortsat selvstændigt strafbart efter [§ 37, stk. 1, nr. 7](#) – det er alene skærpselsvirkningen, der er væk.

Samspillet med straffelovens § 89. Hvor gentagelsesvirkning er udelukket, kan der stadig blive tale om tillægsstraf. I [AM2023.08.18B2](#) formulerede Retten i Hillerød mekanikken:

Dommen kan imidlertid ikke tillægges gentagelsesvirkning, da situationen er omfattet af straffelovens § 89. Der skal herefter fastsættes en tillægsstraf, for så vidt samtidig påkendelse ville have medført en forhøjelse af straffen.

Endelig: forlængede forældelsesfrister. Efter [§ 37, stk. 3](#) kan der i regler udstedt i medfør af loven fastsættes forlængede forældelsesfrister på **op til 5 år**. Det er en praktisk vigtig bestemmelse, fordi produktsager typisk

først opdages, når produktet har været på markedet i længere tid, og fordi tekniske undersøgelser trækker sagsbehandlingen ud.

LOV

Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1-3

Straffeloven § 21

Straffeloven § 81, stk. 1

Straffeloven § 89

PRAKSIS Byretten · Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse 18.08.2023

CE-mærkning, teknisk dokumentation og sontringen mellem importør og distributør

CE-mærkningen er omdrejningspunktet i langt de fleste produktlovssager. Retligt er den ikke en myndighedsgodkendelse, men fabrikantens egen erklæring om, at produktet opfylder al relevant EU-harmoniseringslovgivning. Det er derfor bagvedliggende dokumentation – teknisk dokumentation og EU-overensstemmelseserklæring – der afgør, om mærkningen er retmæssigt påført.

Rollefordelingen følger et fast EU-mønster, der er gengivet ordret i de danske produktbekendtgørelser.

Bekendtgørelse om legetøj § 2 definerer kæden:

3. **Fabrikant:** Enhver fysisk eller juridisk person, som fremstiller et legetøjsprodukt, eller som får et legetøjsprodukt konstrueret eller fremstillet og markedsfører det under sit navn eller varemærke.
4. **Importør:** Enhver fysisk eller juridisk person, der er etableret i EU, og som bringer et legetøjsprodukt fra et tredjeland i omsætning på det indre marked.
5. **Distributør:** Enhver fysisk eller juridisk person, der udgør et led i afsætningen af produktet, og som gør et legetøjsprodukt tilgængeligt på markedet, bortset fra fabrikanten og importøren.

Ansvarsniveauerne er graduerede, men langt fra symbolske:

- **Fabrikanten** har det fulde ansvar for konstruktion, fremstilling, overensstemmelsesvurdering, teknisk dokumentation og CE-mærkning, jf. fx **bekendtgørelse om legetøj § 4**.
- **Importøren** skal *sikre*, at produktet er i overensstemmelse med sikkerhedskravene, jf. **bekendtgørelse om legetøj § 13** – altså en verifikationspligt, ikke blot en agtpågivenhedspligt. Efter **bekendtgørelse om indretning m.v. af trykbærende udstyr** skal importøren fx »sikre, at fabrikanten har gennemført den relevante overensstemmelsesvurderingsprocedure«, at teknisk dokumentation er udarbejdet, og at CE-mærkning og brugsanvisning foreligger. Importøren skal desuden opbevare en kopi af EU-overensstemmelseserklæringen i **ti år** og holde den til rådighed for markedsovervågningsmyndighederne.
- **Distributøren** skal handle »med fornøden omhu« – en mildere, men reel pligt, der bl.a. indebærer, at distributøren ikke må levere produkter, som denne ved eller burde vide ikke opfylder kravene.

Den vigtigste sontring er dog, at rollen kan skifte. De harmoniserede produktregler indeholder en gennemgående bestemmelse om, at *en importør eller distributør anses for at være fabrikant*, når vedkommende bringer produktet i omsætning under eget navn eller varemærke – **eller ændrer et produkt, der allerede er bragt i omsætning, på en sådan måde, at det kan berøre overholdelsen af kravene**. Formuleringen findes bl.a. i **bekendtgørelse om indretning m.v. af trykbærende udstyr** (artikel 10 i det gengivne direktiv) og i **bekendtgørelse om fritidsfartøjer og personlige fartøjer § 11**.

Netop denne mekanisme er kernen i [AM2023.06.26B](#), der angik ulovlig onlinemarkedsføring af **modificeret** trykbærende udstyr uden CE-mærkning og dokumentation. Sagen blev pådømt efter [produktlovens § 37, stk. 1](#) sammenholdt med [bekendtgørelse om indretning m.v. af trykbærende udstyr § 9, stk. 1](#). Pointen er generel: **modificerer man et CE-mærket produkt, overtager man fabrikantens forpligtelser** – herunder pligten til at gennemføre en ny overensstemmelsesvurdering og udarbejde ny teknisk dokumentation. Den, der køber et godkendt produkt, ombygger det og sælger det videre, kan ikke støtte ret på den oprindelige fabrikants CE-mærkning.

EU-lagets ankermand. Markedsovervågningsforordningens [artikel 4](#) er den bestemmelse, der forhindrer, at ansvaret fordufter uden for EU. Et produkt omfattet af de opregnede harmoniseringsretsakter (herunder maskindirektivet, legetøjsdirektivet, lavspændingsdirektivet, PPE- og fyrværkeriforordningerne) må kun bringes i omsætning, hvis **en erhvervsdrivende etableret i Unionen** er ansvarlig for opgaverne i [artikel 4, stk. 3](#): at verificere, at overensstemmelseserklæring og teknisk dokumentation er udarbejdet og står til rådighed, at give myndigheden information på begrundet anmodning, at underrette ved risiko og at samarbejde om korrigerende tiltag. Kaskaden i [artikel 4, stk. 2](#) er: fabrikant i EU → importør (når fabrikanten ikke er i EU) → bemyndiget repræsentant → udbyder af distributionstjenester. Manglende ansvarlig person i EU er selvstændigt strafbelagt i [produktlovens § 37, stk. 1, nr. 8-9](#).

Uretmæssig anvendelse af CE-mærket er endelig strafbelagt særskilt i [§ 37, stk. 1, nr. 11](#), der henviser til akkrediteringsforordningens artikel 30, stk. 2.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 6, stk. 2](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 15](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1](#)

PRAKSIS	Byretten · Bøde for ulovlig markedsføring af modificeret trykbærende udstyr uden CE-mærkning	26.06.2023
	Byretten · Virksomhed idømt bøde for manglende CE-mærkning på FFP2-ansigtsmasker	18.10.2022
	Byretten · Virksomhed idømt bøde for manglende produktsikkerhed og ukorrekt CE-mærkning på opladere og masker	16.09.2022

§ 9 Hvornår er et produkt "gjort tilgængeligt på markedet"? – fyrværkeri i lagercontainere

Gerningsindholdet i [§ 5, stk. 1](#) knytter sig til, at produktet »bringes i omsætning eller gøres tilgængeligt på markedet«. Afgrænsningen er ikke akademisk: den afgør, om et produkt, der ligger på lager i en butiks bagland, allerede er strafbart tilgængeliggjort.

[AM2023.08.21B](#) er den ledende afgørelse i materialet. Ved et tilsyn den 30. december 2020 fandt Sikkerhedsstyrelsen 72 stykker fyrværkeri fordelt på 8 typer, der manglede danske brugsanvisninger og sikkerhedsinformationer. Salgsstedet bestod af en butik med attrapper; kunderne udvalgte produkter, som medarbejdere derefter hentede fra otte til tolv lagercontainere ved salgsstedet. Virksomheden gjorde gældende, at varerne først var modtaget natten til den 29. december og ikke var tiltænkt salg uden korrekt mærkning.

Retten i Kolding afviste argumentet:

Hensen til at fyrværkeriet var placeret sammen med andet fyrværkeri og i flere containere uden at være mærket anderledes end det øvrige fyrværkeri, og til at der foregik salg fra alle containere, lægges det til grund, at fyrværkeriet var gjort tilgængeligt på markedet.

Testen er funktionel, ikke formel. Det afgørende er, om opbevaringen udgør en *effektiv barriere mod salg*.

Blandes de uoverensstemmende produkter med det lovlige lager, uden særskilt mærkning eller fysisk adskillelse, og foregår der salg fra samme lager, er produktet tilgængeliggjort – uanset den erhvervsdrivendes subjektive hensigt. Den erhvervsdrivende, der modtager en fejlmærket forsendelse, må altså aktivt sætte varerne til side og markere dem, hvis tilgængeliggørelse skal undgås.

Dommen er også instruktiv for **udmålingen** og viser de fire parametre i arbejde. Anklagemyndigheden påstod 400.000 kr.; retten udmålte 200.000 kr.:

Retning	Omstændighed
Skærpende	Virksomhedens størrelse som erhvervsdrivende (omsætningsparameteren)
Skærpende	Fyrværkeriets indbyggede farlighed, især de store compound-batterier (sandsynligheds-/skadespotentialeparameteren)
Formildende	Produkterne var CE-mærkede og godkendt til salg (tilregnelsesparameteren)
Formildende	Ingen bevis for, at de ulovligt mærkede varer faktisk var solgt til forbrugere (konsekvensparameteren)

Retten henviste udtrykkeligt til formålet med bøder under produktlovgivningen: at fjerne incitamenter til at overtræde sikkerheds- og sundhedskrav på bekostning af brugerbeskyttelsen. Der var ikke grundlag for straffenedsættelse på grund af lang sagsbehandlingstid.

Sprogkravet er i øvrigt ikke en formalitet. For fyrværkeri følger det af [bekendtgørelse om krav til fyrværkeri og andre pyrotekniske artikler § 24](#), for legetøj af [bekendtgørelse om legetøj § 9](#) og [§ 28](#) (»Advarsler og sikkerhedsanvisninger skal være på dansk«), og for GPSR-produkter af [den GPSR-supplerende bekendtgørelse § 3](#) og [§ 4](#). Rationalet er, at en advarsel, brugeren ikke kan læse, ikke er en advarsel.

LOV

Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 1

Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1

PRAKSIS Byretten · Bødestraf til virksomhed for manglende danske brugsanvisninger på fyrværkeri

21.08.2023

§ 10 Tilbagetrækning er ikke tilbagekaldelse – magnetkuglesagen

Sondringen mellem **tilbagetrækning** (fra markedet) og **tilbagekaldelse** (fra brugerne) er central i [§ 14, stk. 1, nr. 5 og 6](#). Definitionerne findes i produktbekendtgørelserne, fx [bekendtgørelse om legetøj § 2](#):

12. *Tilbagekaldelse: Enhver foranstaltning, der har til formål at opnå, at et legetøjsprodukt, der allerede er gjort tilgængeligt for slutbrugeren, returneres.*
13. *Tilbagetrækning: Enhver foranstaltning, der har til formål at forhindre, at et legetøjsprodukt i afsætningskæden gøres tilgængeligt på markedet.*

Tilbagetrækning stopper altså fremtidigt salg; tilbagekaldelse henter de allerede solgte eksemplarer hjem. De to påbud løser vidt forskellige problemer, og at efterkomme det ene opfylder ikke det andet.

[AM2023.08.18B2](#) er den klareste illustration. Virksomheden bragte legetøjsproduktet »Neocubes, 216 stk. pink« i omsætning via hjemmeside og fysisk butik, selvom produktets magnetiske Flux-indeks oversteg det tilladte på 50 kG²mm² – en alvorlig sundheds- og sikkerhedsrisiko ved slugning. Sikkerhedsstyrelsen udstedte den 28. april 2021 påbud om **tilbagekaldelse fra forbrugerne**. Virksomheden foretog imidlertid kun en **tilbagetrækning fra markedet** og satte en seddel i disken. Forklaringen på, at netkøbernes identitet ikke kunne genfindes, var, at oplysningerne var »gået tabt« ved et IT-systemskift.

Retten behandlede dette som et **selvstændigt andet forhold** ved siden af selve produktovertrædelsen og kumulerede de to bøder. Det er sagens principielle kerne:

- Overtrædelse af [§ 5, stk. 1](#) (usikkert produkt bragt i omsætning) = forhold 1.
- Manglende efterkommelse af tilbagekaldespåbuddet efter [§ 14, stk. 1](#), straffebelagt via [§ 37, stk. 1, nr. 6](#) = forhold 2.

En nærliggende – og for erhvervsdrivende ubehagelig – konsekvens er, at **manglende kunderegistrering ikke er en undskyldning**. Retten accepterede ikke, at et IT-systemskift havde fjernet muligheden for at nå netkøberne. Den erhvervsdrivende, der sælger til forbrugere online, må organisere sig, så et tilbagekaldespåbud faktisk kan efterkommes. GPSR har siden formaliseret denne forventning: [artikel 37](#) pålægger den erhvervsdrivende, der er ansvarlig for en sikkerhedsbegrundet tilbagekaldelse, at tilbyde forbrugeren »et effektivt, omkostningsfrit og rettidigt retsmiddel« – og som minimum et valg mellem to af beføjelserne reparation, ombytning eller passende tilbagebetaling. Forbrugeren har altid ret til tilbagebetaling, hvis reparation eller omlevering ikke sker inden for rimelig tid og uden væsentlig ulempe.

Sikkerhedsstyrelsen kan i øvrigt selv handle, hvis den erhvervsdrivende ikke gør det. Efter [§ 20](#) – og for destruktion efter [§ 16, stk. 3](#) – kan myndigheden foretage foranstaltningerne på den erhvervsdrivendes vegne og kræve omkostningerne refunderet. Kombineret med den offentlige informationspligt i [§ 22](#) betyder det, at den erhvervsdrivende, der ignorerer et påbud, risikerer både bøde, omkostningsansvar og navns nævnelse.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 1](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 14, stk. 1](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 16, stk. 3](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 22](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1](#)

PRAKSIS **Byretten** · Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse 18.08.2023

Lang sagsbehandlingstid som formildende omstændighed i

§ 11 produktsager

Produktsager er teknisk tunge: de forudsætter ofte laboratorieundersøgelser, sagkyndige erklæringer og korrespondance med udenlandske fabrikanten. Sagsbehandlingstiden bliver derfor ofte lang, og [straffelovens § 82, nr. 13](#) er et fast tema.

Praksis viser en klar linje: **kompensation forudsætter, at forsinkelsen er ekstraordinær og ikke kan bebrejdes den tiltalte – og retten foretager en konkret, ikke en skematisk, vurdering.**

[AM2024.11.11B](#) er det tydeligste eksempel fra produktloven selv: en fabrikant blev idømt bøde for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på en hammermølle efter en brand, og lang sagsbehandlingstid indgik udtrykkeligt i udmålingen sammen med anvendelsen af [straffelovens § 88, stk. 1](#).

Omvendt afviste retten i [AM2023.08.21B](#) – tilsynet var fra 30. december 2020, dommen fra 21. august 2023 – at der var grundlag for straffenedsættelse på grund af lang sagsbehandlingstid. Ca. 2½ år fra gerning til dom er altså ikke i sig selv nok.

De tilgrænsende arbejdsmiljøsager sætter niveauet. I [S4-10143/2022](#) – hvor en medarbejder mistede en del af fingerspidsen i en brødkærermaskine med defekte sikkerhedssensorer – gik der over fire år fra gerning (20. november 2021) til dom (5. marts 2026). Retten halverede bøden og lod statskassen betale sagens omkostninger:

Element	Beløb
Udgangspunkt (10 årsværk + alvorlig personskade)	100.700 kr.
Nedsættelse pga. lang sagsbehandlingstid (50 %)	-50.350 kr.
Idømt bøde	55.350 kr.

Retten lagde vægt på, at sagsbehandlingstiden ikke kunne bebrejdes tiltalte, og at sagen var forholdsvis ukompliceret – men fandt ikke grundlag for at lade bødestrafen bortfalde helt under hensyn til sagens alvor.

En tilsvarende, lidt anderledes beregningsmetode ses i [SS-6433/2020-ALB](#), hvor Retten i Aalborg nedsatte en bøde på 120.000 kr. med først 5.000 kr. og derefter halvdelen af restbeløbet, i alt til 57.500 kr., »grundet den lange sagsbehandlingstid uden rimelig forklaring«.

Praktisk: Forsvareren i en produktsag bør systematisk kortlægge tidslinjen – gerningstidspunkt, kontrolbesøg, politianmeldelse, anklageskrift, berammelse, aflysninger – og henføre hver periode til myndighed eller tiltalt. Formildelsen udmåles ikke som en fast procentsats, men afhænger af, hvor lang og hvor uforklarlig forsinkelsen er, sammenholdt med sagens kompleksitet og alvor. Bemærk i den forbindelse, at [§ 37, stk. 3](#) tillader forlængede forældelsesfrister på op til 5 år i regler udstedt i medfør af loven – myndigheden har altså rummelige frister, men de køber ikke immunitet over for [§ 82, nr. 13](#).

Endelig kan den erhvervsdrivendes egen adfærd trække nedad. I [AM2023.02.03B](#) – en sag om manglende procedurer ved salg af udgangsstoffer til eksplosivstoffer, konstateret ved Sikkerhedsstyrelsens tilsyn – nedsatte Retten på Bornholm bøden fra 25.000 kr. til 10.000 kr. Der blev lagt vægt på, at tiltalte oprindeligt var ubekendt med reglerne, straks kontaktede sin brancheorganisation og butikskæde (som heller ikke kunne give klare retningslinjer), og umiddelbart efter tilsynsbesøget iværksatte de nødvendige tiltag **uden et formelt påbud** og fremsendte dokumentation. Retten frifandt samtidig for den del af tiltalen, der forudsatte overtrædelse af et påbud, jf. også [SS-6/2023-BOR](#):

Der er imidlertid efter bevisførelsen ikke grundlag for at fastslå, at tiltalte har overtrådt eller undladt at efterkomme et af Sikkerhedsstyrelsens udstedt påbud.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 3](#)[Straffeloven § 82](#)[Straffeloven § 88, stk. 1](#)

PRAKSIS **Byretten** · Bagerbutik idømt bøde for defekt brødkærermaskine med svigtende sikkerhedssensorer – medarbejder mistede del af fingerspids 05.03.2026

Byretten · Bøde til fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på hammermølle efter brand 11.11.2024

Byretten · Bødestraf til virksomhed for manglende danske brugsanvisninger på fyrværkeri	21.08.2023
Byretten · Bøde til erhvervsdrivende for manglende procedurer ved salg af udgangsstoffer til eksplosivstoffer	03.02.2023
Byretten · Erhvervsdrivende idømt bøde for manglende kontrol med salg af gødningsprodukter indeholdende sprængstof-udgangsstoffer	03.02.2023
Byretten · A/S dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven efter fald fra stige	19.02.2021

§ 12 GPSR fra 13. december 2024: forordningen, Safety Gate og de danske sprogkrav

Den 13. december 2024 blev det generelle produktsikkerhedslag skiftet ud. **Forordning (EU) 2023/988 om produktsikkerhed i almindelighed (GPSR)** afløste produktsikkerhedsdirektivet 2001/95/EF og direktiv 87/357/EØF om fødevarerlignende produkter. GPSR blev indsat i produktlovens anvendelsesområde som § 2, stk. 1, nr. 42, ved [LOV nr 637 af 11/06/2024](#), der samtidig indsatte maskinforordningen som nr. 41. Forarbejderne til ændringen af [§ 37, stk. 2](#) er utvetydige om virkningen:

Virkningen af den foreslåede ændring er, at overtrædelse af forordningen om maskiner og forordningen om produktsikkerhed i almindelighed under skærpende omstændigheder vil kunne straffes med fængsel indtil 2 år.

Grundnormen i [GPSR artikel 5](#) er formuleret så kort, som det kan gøres:

Erhvervsdrivende må kun bringe sikre produkter i omsætning eller gøre sikre produkter tilgængelige på markedet.

Sikkerhedsvurderingen efter [artikel 6, stk. 1](#) er derimod detaljeret og moderniseret. Ud over de klassiske aspekter (produktets karakteristika, emballage, mærkning, advarsler) skal der bl.a. tages hensyn til:

- **sårbare forbrugere** – »navnlig gennem vurdering af risikoen for sårbare forbrugere såsom børn, ældre og personer med funktionsnedsættelser, samt kønsbetingede forskelle indvirkning på sundhed og sikkerhed« ([litra e](#)),
- **fødevarerlignende produkter** – produktets udseende, hvis det er sandsynligt, at det kan få forbrugerne til at anvende produktet på en anden måde end tiltænkt ([litra f](#)) – den regel, der har afløst direktivet om fødevarerlignende produkter,
- **cybersikkerhed** – »de passende egenskaber hvad angår cybersikkerhed, som er nødvendige for at beskytte produktet mod påvirkninger udefra, herunder ondsindede tredjemænd, hvis en sådan påvirkning kan have indflydelse på produktets sikkerhed« ([litra g](#)),
- **selvlærende produkter** – produktets funktionaliteter med hensyn til udvikling, læring og forudsigelighed ([litra h](#)).

[Artikel 6, stk. 2](#) indeholder en vigtig begrænsning, der modsvarer § 5's risikobegreb: »Muligheden for at opnå et højere niveau af sikkerhed eller det forhold, at andre, mindre farlige produkter er tilgængelige, er ikke tilstrækkelig grund til at betragte et produkt som farligt.« Produktsikkerhedsretten kræver altså ikke det bedst mulige produkt – kun et sikkert.

Forholdet til harmoniseringslovgivningen er lagdelt, jf. præambelens betragtning 8: GPSR's egne pligter for erhvervsdrivende gælder som udgangspunkt ikke for produkter omfattet af sektorspecifik EU-harmoniseringslovgivning, men *kravet til produktsikkerhed i almindelighed* gælder også dér, når visse typer risici ikke er dækket af sektorreglerne. Og GPSR's regler om onlinemarkedspladser, ulykker,

forbrugerinformation, retsmidler og sikkerhedsbegrundet tilbagekaldelse gælder for **alle** produkter, i det omfang sektorreglerne ikke har specifikke bestemmelser med samme mål. GPSR er med andre ord et sikkerhedsnet under hele produktreguleringen – jf. betragtning 6: »Der er derfor behov for en bredt anlagt, horisontal lovgivningsramme, der udfylder hullerne i lovgivningen«.

Safety Gate (tidligere RAPEX) er varslingsystemet. Præambelens betragtning 68 beskriver de tre elementer: Safety Gate-systemet for hurtig varslings (myndighedernes interne system), Safety Gate-portalen (offentlighedens informations- og klagekanal) og Safety Business Gateway (virksomhedernes indberetningsportal). Efter [artikel 26](#) skal medlemsstaterne meddele korrigerende foranstaltninger vedrørende produkter med alvorlig risiko gennem systemet.

Den danske gennemførelse sker i [bekendtgørelse om supplerende bestemmelser til forordningen om produktsikkerhed i almindelighed og koordination mellem kontrolmyndigheder](#) (nr. 1146 af 8. november 2024), der trådte i kraft 13. december 2024 og [ophævede](#) den hidtidige bekendtgørelse nr. 839 af 10. juni 2020. Bekendtgørelsen fastsætter bl.a.:

- [§ 3](#) – brugsanvisninger og sikkerhedsinformation (GPSR art. 9, stk. 7, og art. 11, stk. 4) skal være på dansk.
- [§ 4](#) – advarsler og sikkerhedsoplysninger (art. 19, litra d, og art. 22, stk. 9, litra d) skal være på dansk.
- [§ 7](#) – koordineringen mellem kontrolmyndighederne.
- [§ 10](#) – opstår tvivl om, hvem der er rette kontrolmyndighed, skal myndighederne kontakte hinanden for at klarlægge det.
- [§ 11](#) – udpegning af det danske Safety Gate-kontaktpunkt og ansvaret for underretning af Kommissionen efter GPSR art. 25-26.

Overgangsreglen i [§ 14](#) er praktisk vigtig for al pådømmelse i de kommende år:

Bekendtgørelsen finder ikke anvendelse på produkter, der er bragt i omsætning eller gjort tilgængelige på markedet inden den 13. december 2024. For sådanne produkter finder de hidtil gældende regler i bekendtgørelse nr. 839 af 10. juni 2020 om produktsikkerhed i almindelighed og koordination mellem kontrolmyndigheder anvendelse.

Det er altså **tidspunktet for omsætning/tilgængeliggørelse**, ikke tidspunktet for kontrollen eller dommen, der afgør regelsættet. Bemærk endelig, at bekendtgørelsen ved bekendtgørelse nr. 489 af 28. maj 2026 er ændret, så »Sikkerhedsstyrelsen« overalt er erstattet af »Erhvervsstyrelsen«, og at der samtidig blev indsat en opdateret reference til ændringsforordning (EU) 2024/2748.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 1](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 2, stk. 1](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 2](#)

Samspillet med arbejdsmiljøloven, når en farlig maskine forvolder skade

[§ 13](#)

Produktloven regulerer produktet, arbejdsmiljøloven regulerer anvendelsen. Når en farlig maskine fører til en arbejdsulykke, kan begge regimer aktiveres – mod hver sin adressat.

Den lovtekniske ramme er to bestemmelser:

-

§ 3: produktloven finder anvendelse, »medmindre der findes særlige bestemmelser med samme formål i anden lovgivning, som gennemfører eller supplerer EU-harmoniseringsretsakterne ... der på en mere specifik måde regulerer særlige markedsovervågnings- og håndhævelsesaspekter«.

- § 37, stk. 1: straffen indtræder, »[m]edmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning«.

Typetilfældet er, at fabrikanten rammes af produktloven, mens brugervirksomheden rammes af arbejdsmiljøloven. AM2024.11.11B illustrerer den første side: en **fabrikant** blev idømt bøde for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på en hammermølle efter en brand, med hjemmel i [produktlovens § 5, stk. 1](#) og **bekendtgørelse om maskiner** §§ 4 og 31, stk. 3. At også [§ 37, stk. 5](#) om juridiske personers strafansvar efter straffelovens 5. kapitel indgår, er typisk – produktlovssager føres praktisk taget altid mod selskabet.

Den anden side ses i [SS-1479/2023-HER](#), hvor en **dødsulykke med en robotfræser** førte til, at brugervirksomheden blev dømt efter [arbejdsmiljølovens § 82, stk. 1](#), [§ 38, stk. 1](#) og [§ 45, stk. 1](#), jf. [§ 86](#) – med [straffelovens § 89](#) og godtgørelse efter [erstatningsansvarslovens § 26 a](#) i tilgift.

Samme mønster ses i [S4-10143/2022](#), hvor en bagerbutiks brødskærermaskine havde sensorer, der ikke stoppede knivene, når lågen blev åbnet. Retten lagde vægt på, at virksomheden **på intet tidspunkt havde fået maskinen eftersat efter leverandørens anvisninger** – og dømte efter [arbejdsmiljølovens § 45, stk. 1](#). Bemærk parallellen til produktlovens [§ 7, stk. 2](#), der pålægger den juridiske person, der stiller et produkt til rådighed, at sikre, at produktet er vedligeholdt i henhold til fabrikantens anvisninger. De to regelsæt siger næsten det samme – men til hver sin adressat og med hver sin sanktionsskala. Se tilsvarende [SS-5448/2020-HJO](#) om drejebænk.

To praktiske pointer:

1. **Tidsdimensionen.** Produktovertrædelsen (fabrikantens) ligger typisk år før den ulykke (brugerens), der udløser efterforskningen. Kombinationen af sen opdagelse og lang teknisk sagsbehandling gør forældelsesspørgsmålet reelt for producentsiden – hvilket er baggrunden for hjemlen i [§ 37, stk. 3](#) til at fastsætte forældelsesfrister på op til 5 år i regler udstedt i medfør af loven. Brugervirksomhedens arbejdsmiljøovertrædelse ligger derimod på ulykkestidspunktet og forældes typisk ikke.
2. **Ulykken som skærpende omstændighed.** Er der først sket en ulykke, aktiveres [§ 37, stk. 2, nr. 2](#) (»ulykke med alvorlig personskade eller døden til følge«) på fabrikantsiden, og efter Rigsadvokatmeddelelsen skal sagen politianmeldes, uanset om den erhvervsdrivende har foretaget nødvendige foranstaltninger, og uanset om vedkommende ikke tidligere er straffet.

Andre Sikkerhedsstyrelsesregimer har samme struktur og kan optræde side om side med produktloven. Autorisationsområdet illustrerer det: i [7-6943/2021](#) blev en virksomhed idømt 10.000 kr. for på Facebook at have annonceret med autorisationskrævende el-arbejde uden autorisation, og retten lagde vægt på helhedsindtrykket for den gennemsnitlige forbruger:

Det bemærkes herved, at autorisationsforholdene ikke for den almindelige forbruger kan indfortolpes i oplysningen om, at T er i et samarbejde med Selskab 1.

Tilsvarende i [S11-10948/2023](#) (30.000 kr. for annoncering med autorisationskrævende kloakarbejde).

Endelig viser [6-244/2022](#) en vigtig legalitetsgrænse for Sikkerhedsstyrelsens kontrol. Retten i Aarhus fandt, at en webshop sidestilles med en butik i relation til skiltningskravet, men frifandt for kravet om et generelt digitalt alderskontrollsystem:

Efter ordlyden af lovens § 2a, stk. 1 og stk. 2, sammenholdt med straffebestemmelsen i § 5, stk. 1, finder retten ikke, at der kan stilles krav om etablering af et mere generelt alderskontrollsystem ved salg af tobak og alkohol, der foregår via internethandel på en hjemmeside, eller at der kan pålægges straf for manglende etablering af et sådant system, idet dette må kræve klar lovjæmmel.

Pointen er generaliserbar: Sikkerhedsstyrelsens/Erhvervsstyrelsens kontrolbeføjelser er brede, men strafansvar kræver klar hjemmel – en analogislutning fra fysisk butik til digital platform kan bære et *skiltningskrav*, men ikke et *systemkrav*.

LOV	Arbejdsmiljøloven § 45, stk. 1	Arbejdsmiljøloven § 82, stk. 1
	Lov om produkter og markedsovervågning § 3	Lov om produkter og markedsovervågning § 7, stk. 2
	Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1, 2, 5	
PRAKSIS	Byretten · Bagerbutik idømt bøde for defekt brødkærermaskine med svigtende sikkerhedssensorer – medarbejder mistede del af fingerspids	05.03.2026
	Byretten · Bøde til fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på hammermølle efter brand	11.11.2024
	Byretten · Bøde på 30.000 kr. for ulovlig annoncering af autorisationskrævende kloakarbejde	22.05.2024
	Byretten · Dødsulykke med robotfræser: Virksomhed dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven	20.12.2023
	Byretten · Bøde for manglende aldersskiltning på webshop og manglende virksomhedslogo på varebil	15.11.2022
	Byretten · Virksomhed dømt for uautoriseret annoncering af el-arbejde på Facebook	03.06.2022
	Byretten · A/S dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven ved brug af drejbænk	11.02.2021

§ 14 Lovens udvikling 2020-2026: fem ændringslove på seks år

Produktloven er en ung lov med et usædvanligt højt ændringstempo. Overblikket er nødvendigt, fordi valget af regelsæt afhænger af gerningstidspunktet.

Lov	Dato	Hovedindhold for produktloven
Lov nr. 799 (L 179)	9. juni 2020	Ny hovedlov, i kraft 1. juli 2020; ophæver produktsikkerhedsloven, jf. § 39
LOV nr 782 af 04/05/2021	4. maj 2021	Udvidelse af anvendelsesområdet; territorialbestemmelsen ændres, så metrologi- og akkrediteringsreglerne kan sættes i kraft for Færøerne og Grønland
LOV nr 2396 af 14/12/2021	14. december 2021	Markedsovervågning på færdselsområdet; kontrollen udvides til færdselsloven, synsloven og taxiloven
LOV nr 412 af 23/04/2024	23. april 2024	Drikkevandsdirektivet; § 5, stk. 1, nr. 5, indsættes og strafbelægges; § 2, stk. 1, nr. 25
LOV nr 637 af 11/06/2024	11. juni 2024	Sanktionsreformen (i kraft 1. juli 2024): absolut kumulation ophæves, gentagelseskrauet strammes, nr. 5 om omgælsesforsøg ophæves, § 14 a og advarsler indføres, GPSR og maskinforordningen indsættes som § 2, stk. 1, nr. 41-42, procedurekontrol med retskendelseskrav

Lov nr. 708 af 20. juni 2025	20. juni 2025	Kommunikationsplatforme (§ 4, nr. 7), fiktive profiler (§ 10 a), påbud til sociale medier (§ 17, stk. 2), blokeringsreglen justeres
------------------------------	---------------	---

2024-reformen er den vigtigste, og den er interessant, fordi den samlet set **lempede** regimet – hvilket er sjældent i dansk erhvervsstrafferet. Rigsadvokatmeddelelsen sammenfatter baggrunden i [pkt. 4.1.2](#):

Ændringen, der blev foretaget på baggrund af en evaluering af produktloven, lægger bl.a. op til en lempelse af sanktionsniveauet og kontrolmyndighedernes praksis i relation til de tilfælde, hvor ulovlige produkter gøres tilgængelige på markedet. Formålet med ændringen er at sikre, at kontrolmyndigheden får mulighed for at benytte sig af flere reaktionsmuligheder ved overtrædelse af reglerne. Med forslaget er der således lagt op til, at kontrolmyndigheden skal kunne afslutte overtrædelsessager med vejledning, forbud, påbud eller advarsel uden samtidig at foretage politianmeldelse. Grovere og alvorligere sager, eller ved gentagelse, vil fortsat skulle politianmeldes. Valget af reaktion skal ske på baggrund af kontrolmyndighedens konkrete og individuelle skøn af sagens konkrete omstændigheder.

Lempelsen har fire ben, der alle peger samme vej: (1) færre sager politianmeldes (§ 14 a), (2) flere forhold i samme sag udmåles mildere (modereret kumulation), (3) gentagelsesvirkning kræver nu faktisk straf inden for 2 år, og (4) omgælsesforsøg er ikke længere skærpende. Til gengæld er (5) bødeudgangspunktet på 50.000 kr. fastholdt for de sager, der *bliver* anmeldt, og (6) anvendelsesområdet – og dermed fængselsstrafmuligheden – er udvidet til maskinforordningen og GPSR.

Metodisk advarsel om paragrafnumrene. Lovforslaget L 179 indeholdt et kapitel 3 om salg og markedsføring af lattergas (§§ 9-13). Dette regelsæt er sidenhen udskilt til den selvstændige **lattergaslov**, og paragrafferne i produktloven er tilsvarende rykket. Det betyder, at forarbejdshenvisninger til lovforslagets paragraffer og den gældende lovs paragraffer **ikke er sammenfaldende**: lovforslagets § 14 (kontrolmyndighed) er i dag § 9, og lovforslagets § 42 (straf) er i dag § 37. Rigsadvokatmeddelelsen bekræfter forskydningen: »I bemærkningerne til § 42, stk. 2, som ved lovens vedtagelse blev § 37, stk. 2, jf. Folketingstidende 2019-20, tillæg A, L 179 som fremsat, side 99 ...«. Læses forarbejderne uden denne nøgle, ender man i den forkerte bestemmelse.

Aktualitet. Der er pr. dags dato ingen vedtagne, men endnu ikke konsoliderede ændringer af produktloven; den gældende konsolidering er LBK nr. 22 af 8. januar 2026. For den GPSR-supplerende bekendtgørelse er derimod bekendtgørelse nr. 489 af 28. maj 2026 trådt i kraft den 30. maj 2026 uden endnu at være indarbejdet i den konsoliderede tekst.

LOV

Lov om produkter og markedsovervågning § 14a

Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1-5

Lov om produkter og markedsovervågning § 39

§ 15 Afgrænsning: hvad produktloven ikke regulerer

Produktsikkerhedsretten forveksles let med tre nabodiscipliner. Sondringen er skarp og betyder noget for både adressat, sanktion og forum.

1. Civilretligt produktansvar. Produktloven er offentligretlig håndhævelse – bøde til den erhvervsdrivende, betalt til statskassen. Den giver ikke den skadelidte noget krav. Erstatning for person- og tingsskade forvoldt af defekte produkter hører under [produktansvarsloven](#) og det udviklede produktansvar, og behandles i

praksisoversigten om [produktansvar](#). At de to regimer kan udspringe af samme faktum, gør dem ikke ens: defektbegrebet i [produktansvarslovens § 5, stk. 1](#) (om produktet frembyder den sikkerhed, man med rette kan forvente) og risikobegrebet i [produktlovens § 5, stk. 1, nr. 3](#) ligner hinanden, men bedømmes i forskellige processer med forskellige bevisbyrder.

Grænsefladen ses konkret i [BS-49446/2018-KBH](#) (stadfæstet ved landsretten, jf. [BS-3714/2020-OLR](#)). Vestfrost havde produceret ca. 4.500 køleskabe med to alvorlige fejl – en skrue havde gennemboret en strømførende ledning, og en ledning havde smeltet mod et varmt kobberør. En uvildig rapport konkluderede:

Efter den undertegnede sagkyndiges vurdering foreligger der ved uændret fortsat drift en akut brandfare samt en fare på grund af gennemstrømning af kroppen.

Retten fandt, at køleskabene ikke frembød den sikkerhed, man med rette kunne forvente, at der forelå en produktansvarsretlig defekt, og at tilbagekaldelsen var nødvendig for at afværge skade. Men sagen handlede om **forsikringsdækning af tilbagekaldelsesomkostningerne** – ikke om, hvorvidt producenten skulle straffes. Samme fysiske risiko ville i dag også kunne udløse underretningspligt efter [produktlovens § 5, stk. 3](#) og et tilbagekaldespåbud efter [§ 14, stk. 1, nr. 6](#) – to helt separate spor.

2. Mangels- og reklamationskrav. At et produkt er usikkert efter produktloven, siger intet direkte om købers beføjelser over for sælger. Forbruger købers krav ved defekte varer hører under [forbrugerklage-vare-tjenester](#) og [mangelsbeskyttelse](#). GPSR har dog skabt en bro: [artikel 37](#) giver forbrugeren et selvstændigt EU-retligt krav på reparation, ombytning eller tilbagebetaling ved sikkerhedsbegrundet tilbagekaldelse – uafhængigt af købelovens mangelsregler og af, om reklamationsfristen er overholdt.

3. Vildledende markedsføring. Produktloven indeholder ganske vist et påbud om at standse vildledende markedsføring, jf. [§ 14, stk. 1, nr. 2](#), og en særskilt vildledningsregel for færdselsrelaterede produkter i [§ 5, stk. 5](#). Men hjemlen er accessorisk til produktsikkerheden. Vildledning om produkters egenskaber som sådan hører under [markedsføringsloven](#) og Forbrugerombudsmandens håndhævelse – se praksisoversigterne om [vildledende-markedsføring](#) og [groen-markedsføring-greenwashing](#).

4. Fødevarer og foder falder helt uden for GPSR, jf. præambelens betragtning 11, fordi forordning (EF) nr. 178/2002 og kontrolforordningen (EU) 2017/625 udgør et selvstændigt system. Undtagelsen er materialer og genstande bestemt til kontakt med fødevarer, for så vidt angår risici, der ikke er dækket af forordning (EF) nr. 1935/2004.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 3, 5](#)[Lov om produkter og markedsovervågning § 14, stk. 1](#)[Produktansvarsloven § 5, stk. 1](#)

PRAKSIS

Landsretten · Dom om dækning af produkttilbagekaldelsesudgifter under kombineret erhvervs- og produktansvarsforsikring

27.01.2021

Byretten · Sag om dækning af produkttilbagekaldelsesudgifter for defekte køleskabe

13.01.2020

§ 16 Sammenfatning: sådan bedømmes en produktlovssag

Praksis på produktlovens område er ung, byretsdomineret og stærkt forarbejdsstyret. Der findes ingen højesteretspraksis om § 37, og bødeniveauet er derfor i realiteten fastlagt af lovgiver og videreformidlet gennem Rigsadvokatmeddelelsen. Det giver en usædvanligt forudsigelig retstilstand – men også en, hvor gerningstidspunktet er alt.

Analysemodellen i en konkret sag:

1. **Hvilket produktområde?** Slå op i [§ 2, stk. 1](#) (43 numre) og [stk. 2](#). Er der særlovgivning med samme formål, viger produktloven, jf. [§ 3](#), og kontrolmyndigheden skifter, jf. [§ 9, stk. 2](#).
2. **Hvilken rolle har den erhvervsdrivende?** Fabrikant, importør, distributør, bemyndiget repræsentant eller udbyder af distributionstjenester – og har vedkommende ved at markedsføre under eget navn eller ved at modificere produktet **overtaget fabrikantens forpligtelser**? Jf. [AM2023.06.26B](#).
3. **Er produktet bragt i omsætning eller gjort tilgængeligt?** Testen er funktionel: udgør opbevaringen en effektiv barriere mod salg? Jf. [AM2023.08.21B](#).
4. **Er grundpligten i [§ 5, stk. 1](#) overtrådt?** Både formelle krav (CE-mærkning, teknisk dokumentation, overensstemmelseserklæring, dansk brugsanvisning) og materielle krav (produktet må ikke indebære en risiko ved forudseelig anvendelse) tæller – og de kan pådømmes samlet, jf. [AM2024.11.11B](#).
5. **Er der udstedt påbud – og hvilket?** Tilbagetrækning ≠ tilbagekaldelse. Manglende efterkommelse er et selvstændigt forhold, jf. [AM2023.08.18B2](#).
6. **Hvornår er forholdet begået?** Før eller efter 1. juli 2024 (kumulation, gentagelse, reaktionsvalg)? Før eller efter 13. december 2024 (GPSR eller det gamle direktivregime)?
7. **Udmåling:** udgangspunkt 50.000 kr. pr. forhold, justeret efter tilregnelser, konsekvens, sandsynlighed og omsætning; kumuleret absolut (før 1. juli 2024) eller modereret efter [straffelovens § 88, stk. 1](#) (efter). Herefter [§ 37, stk. 2](#) (skærpende), [straffelovens § 82, nr. 13](#) (sagsbehandlingstid) og [§ 89](#) (tillægsstraf).

Bødespændet i det foreliggende materiale går fra det beskedne til det mærkbare:

Sag	Produkt	Bøde
1-7663/2021	50 pakker hundepropper uden CE-mærkning	Under minimumsudgangspunktet
AM2023.08.18B2	Magnetiske legetøjskugler + ikke-efterkommet tilbagekaldelsespåbud	110.000 kr.
AM2023.08.21B	72 stk. fyrværkeri uden dansk brugsanvisning	200.000 kr. (påstand 400.000 kr.)

Tre praktiske råd til den erhvervsdrivende, der følger direkte af praksis:

- **Dokumentation er halvdelen af sagen.** Flere af sagerne handler ikke om, at produktet var farligt, men om at teknisk dokumentation, overensstemmelseserklæring eller dansk brugsanvisning manglede. Formelle mangler er selvstændigt strafbare.
- **Organisér dig, så et tilbagekaldelsespåbud kan efterkommes.** Manglende kunderegistrering er ikke en gyldig undskyldning, jf. [AM2023.08.18B2](#).
- **Reager straks – også uden påbud.** Underrettningspligten i [§ 5, stk. 3](#) er absolut, og hurtig, dokumenteret afhjælpning trækker mærkbart ned i udmålingen, jf. [AM2023.02.03B](#), hvor bøden blev mere end halveret fra 25.000 kr. til 10.000 kr.

Hvad man skal holde øje med fremover: (1) den første egentlige GPSR-straffesag for forhold efter 13. december 2024, (2) den første kendelse om blokering af en onlinegrænseflade efter § 18, (3) hvordan domstolene i praksis udmåler den modererede fællesbøde, når to eller tre produktforhold pådømmes samtidig, og (4) om Erhvervsstyrelsens overtagelse af markedsovervågningen fra 1. januar 2026 slår igennem på anmeldelsesfrekvensen.

LOV

[Lov om produkter og markedsovervågning § 2, stk. 1, 2](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 3](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 5, stk. 1, 3](#)
[Lov om produkter og markedsovervågning § 37, stk. 1, 2](#)
[Straffeloven § 82](#)
[Straffeloven § 88, stk. 1](#)

PRAKSIS	Byretten · Bøde til fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på hammermølle efter brand	11.11.2024
	Byretten · Bødestraf til virksomhed for manglende danske brugsanvisninger på fyrværkeri	21.08.2023
	Byretten · Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse	18.08.2023
	Byretten · Bøde for ulovlig markedsføring af modificeret trykbærende udstyr uden CE-mærkning	26.06.2023
	Byretten · Bøde til erhvervsdrivende for manglende procedurer ved salg af udgangsstoffer til eksplosivstoffer	03.02.2023
	Byretten · Bødestraf for manglende CE-mærkning på 50 pakker hundepropper	08.09.2022

REFERENCE Lovgrundlag

6 paragraffer

Lov om produkter og markedsovervågning § 5	stk. 1	Lov om produkter og markedsovervågning § 7	stk. 3
Lov om produkter og markedsovervågning § 9	stk. 1	Lov om produkter og markedsovervågning § 14	stk. 1
Lov om produkter og markedsovervågning § 37	stk. 1, 2	Straffeloven § 88	stk. 1

MATERIALE Citerede afgørelser

20 afgørelser

LANDSRETTE · ANKEINSTANS

1

27.01.2021	Dom om dækning af produkttilbagekaldelsesudgifter under kombineret erhvervs- og produktansvarsforsikring	1352-1638
------------	--	-----------

BYRETTE · FØRSTE INSTANS

19

05.03.2026	Bagerbutik idømt bøde for defekt brødsværkermaskine med svigtende sikkerhedssensorer – medarbejder mistede del af fingerspids	S4-10143/2022
19.03.2025	Bøde til butiksejer for gentagne overtrædelser af kølekrav og manglende dansk mærkning samt usynlig smiley-rapport	2-29615/2023
11.11.2024	Bøde til fabrikant for alvorlige sikkerhedsmangler og dokumentationsfejl på hammermølle efter brand	AM2024.11.11B

22.05.2024	Bøde på 30.000 kr. for ulovlig annoncering af autorisationskrævende kloakarbejde	S11-10948/2023
29.01.2024	Bøde på 150.000 kr. for uagtsom import af valnøddetræ uden forelæggelse af plantesundhedscertifikat	AM2024.01.29B2
20.12.2023	Dødsulykke med robotfræser: Virksomhed dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven	4495-5396
21.08.2023	Bødestraf til virksomhed for manglende danske brugsanvisninger på fyrværkeri	AM2023.08.21B
18.08.2023	Bøde på 110.000 kr. for salg af usikre magnetiske legetøjskugler og manglende efterlevelse af påbud om tilbagekaldelse	AM2023.08.18B2
26.06.2023	Bøde for ulovlig markedsføring af modificeret trykbærende udstyr uden CE-mærkning	AM2023.06.26B
03.02.2023	Erhvervsdrivende idømt bøde for manglende kontrol med salg af gødningsprodukter indeholdende sprængstof-udgangsstoffer	2706-3228
03.02.2023	Bøde til erhvervsdrivende for manglende procedurer ved salg af udgangsstoffer til eksplosivstoffer	AM2023.02.03B
15.11.2022	Bøde for manglende aldersskiltning på webshop og manglende virksomhedslogo på varebil	6-244/2022
18.10.2022	Virksomhed idømt bøde for manglende CE-mærkning på FFP2-ansigtsmasker	2-5825/2022
16.09.2022	Virksomhed idømt bøde for manglende produktsikkerhed og ukorrekt CE-mærkning på opladere og masker	AM2022.09.16B
08.09.2022	Bødestraf for manglende CE-mærkning på 50 pakker hundepropper	1-7663/2021
03.06.2022	Virksomhed dømt for uautoriseret annoncering af el-arbejde på Facebook	7-6943/2021
19.02.2021	A/S dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven efter fald fra stige	6154-7373
11.02.2021	A/S dømt for overtrædelse af arbejdsmiljøloven ved brug af drejebænk	900-1008
13.01.2020	Sag om dækning af produkttilbagekaldelsesudgifter for defekte køleskabe	1192-1447

08

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over skjult reklame og influencer-markedsføring

Reklameidentifikation på sociale medier og digitale platforme

Version 2 · Opdateret 24. jun. 2026 · 20 afgørelser · 2006-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Praksisoversigten dækker Forbrugerombudsmandens og domstolenes håndhævelse af forbuddet mod skjult reklame i markedsføringslovens § 6, stk. 4, med fokus på influencer-markedsføring, affiliate-links og manipulerede kundenmeldelser. Retsgrundlaget kræver, at den kommercielle hensigt med enhver handelspraksis oplyses klart, medmindre den fremgår tydeligt af sammenhængen. Praksis viser et bredt begreb om »kommerciel hensigt«, der omfatter ikke blot direkte betaling, men også gratis produkter, rabatter, gæsterejser og andre fordele – og stiller skærpede krav, når markedsføringen retter sig mod børn og unge. Bødeniveauet spænder fra 15.000 kr. til 200.000 kr. for koncerner, afhængigt af overtrædelsens omfang, grovhed og den erhvervsdrivendes omsætning.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Enhver handelspraksis med kommerciel hensigt skal oplyses klart som sådan; skjult reklame er forbudt efter markedsføringslovens § 6, stk. 4.
- 02 Kommerciel hensigt foreligger ikke kun ved direkte betaling, men ved enhver fordel – gratis produkter, rabatter, lån af tøj, hotelophold, skønhedsbehandlinger og invitationer til arrangementer.
- 03 Det kræves ikke, at der foreligger en konkret aftale om det enkelte opslag – tætte tidsmæssige relationer til et samarbejde eller fordele fra virksomheden kan i sig selv udløse oplysningspligt.
- 04 Tagging af en virksomhed i tekst, billeder eller hashtags udgør ikke tilstrækkelig reklamemarkering.
- 05 Reklamemarkering skal være synlig, inden forbrugeren vælger at engagere sig med indholdet – for videoer skal det fremgå af titlen og thumbnails, ikke kun af videobeskrivelsen.
- 06 Ved markedsføring rettet mod børn og unge gælder skærpede krav; formuleringer som 'sponsoreret af' eller 'sponsoreret indhold' er som udgangspunkt utilstrækkelige.
- 07 Influencer, der driver profiler gennem en virksomhed, anses for erhvervsdrivende og er underlagt markedsføringsloven i alle deres opslag.

- 08 Både influenten og den bagvedliggende virksomhed/annoncør bærer selvstændigt ansvar for overtrædelse af forbuddet mod skjult reklame.
- 09 En overtrædelse vedvarer, så længe det umarkerede opslag er tilgængeligt online – det skal slettes eller tilrettes.
- 10 Ansattes positive anmeldelser af egen virksomhed på platforme som Trustpilot uden identifikation af tilhørsforhold udgør vildledning i strid med markedsføringsloven § 5 og § 6.
- 11 Bødeniveauet udmåles efter overtrædelsens grovhed, omfang (antal opslag), den tid opslagene har stået online, og den erhvervsdrivendes omsætning – med nedsættelse ved uforholdsmæssig lang sagsbehandlingstid.
- 12 Affiliate-links og rabatkoder, der genererer indtægt for afsenderen, kræver tydelig oplysning om den kommercielle hensigt, også selvom der ikke er et formelt samarbejde.

§ 1 Retsgrundlaget – markedsføringslovens § 6, stk. 4, og EU-direktivet om urimelig handelspraksis

Den centrale bestemmelse om skjult reklame er [markedsføringslovens § 6, stk. 4](#), der fastslår:

«En erhvervsdrivende skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 8 finder tilsvarende anvendelse.»

Bestemmelsen viderefører og udvider den tidligere § 4 om reklameidentifikation fra markedsføringsloven af 2005. Ved den nye markedsføringslov (lov nr. 426 af 3. maj 2017) blev reglen indarbejdet i § 6, stk. 4, med den væsentlige ændring, at det **ikke længere kræves en egentlig aftale** mellem den erhvervsdrivende og den, der forestår eksponeringen. Det følger af forarbejderne til bestemmelsen, at:

«Det forhold, at en erhvervsdrivende giver en gave eller stiller en vare til rådighed for andre, f.eks. for en blogger eller andre der optræder i medierne, uden at modtageren dog forpligtes til at bruge produktet på en bestemt måde, kan ud fra en konkret vurdering indikere tilstedeværelsen af en kommerciel hensigt.»

Overtrædelse af § 6, stk. 4, er strafbar efter [§ 37, stk. 3](#), der hjemler bøde. Ved udmålingen lægges der efter [§ 37, stk. 6](#) vægt på overtrædelsens grovhed og den erhvervsdrivendes omsætning.

Bestemmelsen gennemfører [artikel 7, stk. 2, i UCPD \(direktiv 2005/29/EF\)](#), som fastsætter, at det betragtes som en vildledende udeladelse, hvis en erhvervsdrivende undlader at angive den kommercielle hensigt med en handelspraksis, når den ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen.

[Markedsføringslovens § 8](#) opstiller en **væsentlighedsbetingelse**: der skal kun handles i strid med §§ 4-7, hvis den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller kan forventes at forvride gennemsnitsforbrugerens økonomiske adfærd. Stk. 2 skærper vurderingen, når praksis retter sig mod en **særlig sårbar gruppe** – herunder børn og unge, der vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Derudover er markedsføringslovens bilag 1 (»sortlisten«) relevant. **Nr. 11** forbyder brug af redaktionelt indhold til at promovere et produkt mod betaling uden tydelig identifikation, og **nr. 22** forbyder falsk fremstilling som forbruger eller udeladelse af oplysning om kommerciel tilknytning.

Vildledning om priser, knaphed og dark patterns hører under [vildledende-markedsføring-online](#), mens generel vildledende markedsføring behandles under [vildledende-markedsføring](#).

LOV

[Markedsføringsloven § 6, stk. 4](#)[Markedsføringsloven § 8, stk. 1, 2](#)[Markedsføringsloven § 9](#)[Markedsføringsloven § 37, stk. 3, 6](#)

Hvornår foreligger kommerciel hensigt – § 2 Forbrugerombudsmandens vurderingsmodel

Et centralt spørgsmål i influencer-sagerne er, hvornår en influents opslag har en »kommerciel hensigt«, der udløser oplysningspligt. Forbrugerombudsmanden har i en stor sagspakke fra oktober 2024 udstukket en detaljeret vurderingsmodel.

I [Forbrugerombudsmandens sag om krav til kommerciel hensigt på sociale medier](#) fastslås, at kommerciel hensigt foreligger, når influenten modtager **enhver form for fordel**, herunder:

- Direkte betaling eller rabatter
- Gratis produkter eller ydelser (fx skønhedsbehandlinger, hotelophold)
- Lån af tøj eller invitationer til arrangementer
- Særskilte fordele, fx tilladelse til at filme i butikker

«Ved markedsføring på de sociale medier, hvor personlige holdninger og kommercielle budskaber flyder sammen, påhviler der den erhvervsdrivende en skærpet forpligtelse til tydeligt at oplyse om den kommercielle hensigt.»

Forbrugerombudsmanden fandt i flere tilfælde kommerciel hensigt, **selv uden en konkret aftale om det specifikke opslag**, på baggrund af:

- Eksistensen af nylige eller efterfølgende samarbejder
- At opslagene havde tydelig reklameværdi gennem tagging og eksponering af logoer
- At influenten fik særskilte fordele fra virksomheden

Omvendt blev det i [sagen om influencers frivillige omtale](#) fastslået, at der **ikke** foreligger kommerciel hensigt, når en influent af egen drift og uden at modtage betaling eller fordele omtaler en virksomhed.

I sagen om [rabatkoder og affiliate-links](#) fastslog Forbrugerombudsmanden, at brug af rabatkoder, hvor influenten modtager betaling via et affiliateprogram, udgør kommerciel hensigt, selv om der ikke er et direkte samarbejde med virksomheden. Det er tilstrækkeligt, at videoerne har genereret indtægt til influenten.

Forbrugerombudsmanden har i [sagen om influencers status som erhvervsdrivende](#) desuden fastslået, at influenter, der driver deres profiler gennem en virksomhed, betragtes som **erhvervsdrivende** i markedsføringslovens forstand. Alle opslag er en del af influentens »produkt«, jf. [markedsføringslovens § 2, nr. 2](#). Dog skal opslag uden direkte reklame kun markeres, hvis den kommercielle hensigt ikke allerede er åbenlys.

[Markedsføringsloven § 2](#)

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 4	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Influencer og skjult reklame: Krav om tydelig markering af kommerciel hensigt på sociale medier	08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af influencers markedsføring på sociale medier: Skjult reklame	08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Influencers skjulte reklame: Manglende oplysning om kommerciel hensigt ved omtale af rabatkoder	08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Influencers aktiviteter på sociale medier er omfattet af markedsføringsloven	08.10.2024

§ 3 Krav til reklamemarkering – placering, tydelighed og formulering

Praksis viser en konsekvent linje om, at reklamemarkeringen skal være **synlig, klar og fremtrædende, inden forbrugeren vælger at engagere sig** med indholdet.

Følgende er **ikke tilstrækkelig reklamemarkering**:

- **Tagging af virksomheder** i tekst, billeder eller hashtags – gentagne gange underkendt som utilstrækkelig, bl.a. i [domfældelsen af influencer for 23 opslag](#) og [bilforhandlerens ambassadørsag](#)
- **Markering i videobeskrivelsen under videoen** eller inde i selve videoen – i [sagen om YouTube/TikTok-merchandise](#) fastslog Forbrugerombudsmanden, at reklamemarkeringen skal fremgå som det første i titlen og være synlig i søgeresultater og på kanalforsider
- **"Skrevet af: ANNONCE" under billeder** – i [sagen om ungdomsmagasinet's advertorial](#) var placeringen under overskrift og billeder utilstrækkelig
- **Formuleringen "som vi samarbejder med"** – i [sammenligningssiden-sagen](#) var det utilstrækkeligt at oplyse, at anbefalede virksomheder var samarbejdspartnere
- **"REKLAME for mig selv" i beskrivelsen** – i sagen om merchandise-promovering var det utilstrækkeligt, da forbrugeren ikke nødvendigvis læser beskrivelsen før videoen

Forbrugerombudsmanden har i [sagen om sponsoreret indhold på dagblads hjemmeside](#) opstillet generelle principper for online sponsoreret indhold:

- Teasere til betalt indhold skal have **anden baggrundsfarve og skriftfarve** end redaktionelle artikler
- Betalt indhold skal være tydeligt markeret med fx "sponsoreret indhold" med synlig skrift
- Det kommercielle tilhørsforhold skal oplyses i **toppen**, inden læseren vælger at læse teksten

I [sagen om gratisavisens utydelige reklamemarkering](#) understregede Forbrugerombudsmanden, at det er i strid med god markedsføringsskik, hvis en annoncørs logo er placeret, så det ikke er tydeligt, om en tekst er reklame eller redaktionelt stof.

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 4	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på sociale medier: Mangelfuld reklamemarkering og overtrædelse af markedsføringsloven	21.02.2025
	Forbrugerombudsmanden · Influencer overtræder markedsføringsloven ved skjult reklame for merchandise på sociale medier	08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende sammenligningsside med skjult kommerciel hensigt og utilstrækkelig markering af betalt samarbejde	16.05.2024

Forbrugerombudsmanden · Virksomhed dømt for skjult reklame på Instagram og vildledende prismarkedsføring	23.09.2022
Forbrugerombudsmanden · Utydelig reklamemarkering i gratisavis er vildledende	13.10.2017
Forbrugerombudsmanden · Mangelfuld markering af sponsoreret indhold på dagblads hjemmeside	26.01.2017
Forbrugerombudsmanden · Mangelfuld reklameidentifikation og brug af social frygt i markedsføring rettet mod unge	20.11.2015

§ 4 Domfældte influencer-sager – bødeniveauer ved skjult reklame

Der foreligger flere domfældelser for skjult reklame, der illustrerer bødeniveauerne:

Sag	Forhold	Instans	Bøde
Influencer, 23 opslag Facebook/Instagram	23 opslag med tøj modtaget gratis, alene tagging	Østre Landsret (2025)	30.000 kr. (nedsat fra 50.000 kr. pga. lang sagsbehandlingstid)
Influencer, Instagram + blog	9 Instagram-opslag + 3 blogindlæg, links til klinik	Østre Landsret (2023)	15.000 kr. (skærpet fra byretten, men nedsat pga. lang sagsbehandlingstid)
Influencer, diverse fordele	Flere opslag/stories, modtaget tandlægebehandling, cykel, skitur, Disneyland, hotelophold m.v.	Byretten (2022)	40.000 kr. (nedsat fra 85.000 kr. pga. lang sagsbehandlingstid)

Følgende momenter har betydning for bødeudmålingen:

- **Overtrædelsens grovhed og omfang** – herunder antallet af opslag og den tid, opslagene har været tilgængelige uden korrekt reklamemarkering
- **Den erhvervsdrivendes omsætning**, jf. § 37, stk. 6
- **Lang sagsbehandlingstid** har i samtlige hidtidige landsretssager ført til nedsættelse af bøden – dette er en gennemgående faktor, der afspejler de udfordringer, som nye sagstyper skaber i retssystemet
- **Følgerskare** – en influent med færre følgere kan idømmes en lavere bøde, men det fritager ikke for ansvar

Forbrugerombudsmanden har i sagerne påpeget, at en influent bærer et **selvstændigt ansvar** for at overholde lovgivningen. Det fritager ikke influenten, at et management-bureau eventuelt har rådgivet om, at markering ikke var nødvendig.

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 4	Markedsføringsloven § 37, stk. 3, 6
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på sociale medier: Mangelfuld reklamemarkering og overtrædelse af markedsføringsloven	21.02.2025
	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på Instagram og blog	17.05.2023
	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på Instagram	04.10.2022

§ 5 Annoncørens og virksomhedens ansvar – solidarisk håndhævelse

Forbuddet mod skjult reklame retter sig ikke kun mod influenten, men i lige så høj grad mod den bagvedliggende virksomhed eller annoncør. I [bilforhandlersagen](#) blev virksomheden – ikke ambassadørerne – dømt for skjult

reklame, fordi den var ansvarlig for det ambassadørprogram, der genererede 56 umarkerede opslag på ni kendte danskeres Instagram-profiler.

Retten i Glostrup fastslog:

- Det er generelt **ikke tilstrækkelig reklamemarkering at tage en virksomhed** i et opslag
- En **overtrædelse af forbuddet mod skjult reklame vedvarer**, så længe opslaget er tilgængeligt, medmindre det slettes eller tilrettes
- Ved bødeudmålingen lagdes vægt på overtrædelsernes grovhed og **virksomhedens omsætning**

Forbrugerombudsmanden har i [sagen om skjult reklame over for børn og unge](#) desuden gjort opmærksom på, at virksomheder, der er involveret i **udformningen af opslagene**, også overtræder forbuddet mod skjult reklame.

Forpligtelsen til at sikre reklameidentifikation påhviler efter forarbejderne den erhvervsdrivende, som er ansvarlig for den pågældende handelspraksis. Har den erhvervsdrivende gjort, hvad der var muligt for at sikre sig, at den kommercielle hensigt er oplyst, men er det på trods heraf ikke sket, vil den erhvervsdrivende som udgangspunkt ikke være ansvarlig – men det kræver en aktiv indsats.

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 4	Markedsføringsloven § 37, stk. 6
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Influencers markedsføring på sociale medier: Skjult reklame over for børn og unge	08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed dømt for skjult reklame på Instagram og vildledende prismarkedsføring	23.09.2022

§ 6 Skærpede krav ved markedsføring rettet mod børn og unge

Når influencer retter deres indhold mod børn og unge, gælder der **skærpede krav** til reklamemarkering. Det følger af [markedsføringslovens § 8, stk. 2](#), at handelspraksis rettet mod sårbare grupper – herunder børn og unge på grund af alder og godtroenhed – vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

[Forbrugerombudsmandens vejledning om børn, unge og markedsføring](#) præciserer, at formuleringer som «sponsoreret af [virksomhed]», «sponsoreret indhold» eller lignende **som udgangspunkt ikke er tilstrækkelige**, når markedsføringen er rettet mod børn og unge. Det afgørende er, om børnene, der eksponeres, er klar over, at der er tale om reklame.

I [forhåndsbesked-sagen fra 2014](#) om en 12-årig blogger vurderede Forbrugerombudsmanden, at oplysningen om, at bloggeren havde fået betalt rejsen af den erhvervsdrivende, ikke var tilstrækkelig. Det afgørende var, at det klart fremgik, at **selve indholdet var betalt** af den erhvervsdrivende – og dette skulle fremgå af overskriften på profilen og i indledningen af hvert videoklip.

I den store sagspakke fra oktober 2024 om influencer rettet mod børn og unge fastslog Forbrugerombudsmanden i [sagen om skjult reklame over for børn og unge](#), at brug af ord som «min», «mit nye» eller henvisning til en merchandiseshjemmeside ikke var tilstrækkeligt til at vise kommerciel hensigt, selv om virksomhedens navn var synligt forbundet med influentens navn.

Forbrugerombudsmanden har derudover i [sagen om direkte købsopfordringer til børn](#) indskærpet, at [markedsføringslovens § 9](#) sammenholdt med **bilag 1, nr. 28** forbyder direkte opfordringer til børn om at købe produkter. Følgende formuleringer blev vurderet som ulovlige direkte købsopfordringer:

- «en ting du gerne må gøre for mig er at købe [x]» (koblet med købslink)
- «min ordre er lige nu, du skal tjekke [x] ud» (koblet med link)
- Opfordring til at besøge et virtuelt forretningslokale med tilskyndelser som «I øjeblikket bliver det revet væk»

LOV	Markedsføringsloven § 8, stk. 2	Markedsføringsloven § 9	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Influencers markedsføring på sociale medier: Skjult reklame over for børn og unge		08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden indskærper regler om direkte købsopfordringer til børn i influencer-marketing		08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Influencer overtræder markedsføringsloven ved skjult reklame for merchandise på sociale medier		08.10.2024
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmandens vurdering af reklameidentifikation rettet mod børn og unge på sociale medier		11.09.2014

§ 7 Manipulerede kundeanmeldelser og skjulte affiliate-links

Forbuddet mod skjult reklame omfatter ikke kun influencer-opslag, men også **manipulerede kundeanmeldelser og skjulte affiliate-links**.

I [sagen om ansattes Trustpilot-anmeldelser](#) (december 2025) blev en koncern politianmeldt, efter at 13 ansatte i marts 2020 offentliggjorde femstjernede anmeldelser af virksomhedens app på Trustpilot – 11 af dem på samme dag – uden at oplyse om deres ansættelsesforhold. Københavns Byret fandt begge selskaber skyldige i overtrædelse af [§ 5](#) og [§ 6](#):

«Retten lagde i sin vurdering vægt på, at udeladelsen af relevante oplysninger om anmeldernes tilhørsforhold havde været egnet til væsentligt at forvride gennemsnitsforbrugerens økonomiske adfærd, idet den mærkbart havde indskrænket dennes evne til at kunne træffe en informeret beslutning.»

Moderselskabet blev idømt en bøde på **150.000 kr.**, og datterselskabet **50.000 kr.** – samlet 200.000 kr. Denne type adfærd er også omfattet af markedsføringslovens bilag 1, nr. 22, der forbyder falsk fremstilling som forbruger.

Vedrørende **affiliate-links og kommercielle artikler** fastslog Forbrugerombudsmanden i [sagen om kommercielle artikler med affiliate-links](#) (september 2024), at et mediehus overtrådte [§ 6, stk. 4](#), fordi det ikke tydeligt fremgik, at mediehuset modtog kommission ved køb via links. Hjemmesiden fremstod som redaktionelt indhold med uafhængige tests, mens omtalerne reelt var baseret på sammenstilling af eksterne kilder – hvilket også udgjorde vildledning efter [§ 5, stk. 1](#). Mediehuset lukkede efterfølgende hjemmesiden.

Praksis vedrørende grønne/bæredygtighedspåstande i markedsføring behandles under [groen-markedsføring-greenwashing](#).

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 6, stk. 1, 4
PRAKSIS		

Forbrugerombudsmanden · Bøder til koncern for skjult markedsføring gennem ansattes anmeldelser på Trustpilot	10.12.2025
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden vurderer skjult reklame og vildledning ved kommercielle artikler med affiliate-links	20.09.2024

§ 8 Redaktionelt indhold og advertorials – traditionelle medier

Forbuddet mod skjult reklame har rødder i den traditionelle skelnen mellem redaktionelt stof og reklame i trykte medier og tv/radio. Praksis fra disse medier har direkte relevans for digitale platforme.

I [sagen om bladudgiverens advertorials](#) (2006) fandt Forbrugerombudsmanden, at et blad, der tilbød virksomheder at indrykke annoncer med udseende af redaktionelle artikler, overtrådte reklameidentifikationskravet. Forbrugerombudsmanden understregede, at **reklamebudskaber ikke må skjules i redaktionelle artikler**, og at annoncering og redaktionel omtale skal adskilles, medmindre annoncen er klart markeret.

I [sagen om bladets manglende identifikation](#) (2006) krævede Forbrugerombudsmanden, at:

- Betegnelsen «annonceblad» skal isoleres fra den øvrige tekst med tydelig skrifttype, -farve og -størrelse
- Hver side i en artikel, der er reklame, skal markeres med teksten «annonce»

I [sagen om ungdomsmagasinet advertorial](#) (2015) fandt Forbrugerombudsmanden, at placeringen af «Skrevet af: ANNONCE» under billeder og overskrifter ikke opfyldte tydelighedskravet, fordi læserens fokus rettes mod overskrift og billeder.

Disse principper – om tydelighed, placering og uafhængighed af redaktionelt stof – overføres direkte til digitale medier, jf. [§ 6, stk. 4](#).

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 4	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Mangelfuld reklameidentifikation og brug af social frygt i markedsføring rettet mod unge	20.11.2015
	Forbrugerombudsmanden · Bladudgivers markedsføring med advertorials overtræder krav om reklameidentifikation	16.10.2006
	Forbrugerombudsmanden · Bladets manglende identifikation af reklameindhold som overtrædelse af markedsføringsloven	21.09.2006

§ 9 Sammenfatning – retsstillingen for skjult reklame og influencer-markedsføring

Praksis fra Forbrugerombudsmanden og domstolene tegner et klart billede af retsstillingen for skjult reklame i influencer-markedsføring:

Hvem er omfattet:

- Influenter, der driver profiler gennem en virksomhed, er erhvervsdrivende
- Både influenten og den bagvedliggende virksomhed/annoncør bærer ansvar
- Platforme og mediehuse, der medvirker til udformning af indhold, kan også pålægges ansvar

Hvad udløser oplysningspligt:

- Enhver fordel – ikke kun direkte betaling
- Affiliate-links og rabatkoder, der genererer indtægt
- Omtale af egne produkter/virksomheder, herunder merchandise
- Tæt tidsmæssig forbindelse til et kommercielt samarbejde

Hvad er tilstrækkelig markering:

- Klar og fremtrædende markering, synlig **inden** forbrugeren engagerer sig
- For videoer: i titlen og thumbnails, ikke kun i beskrivelsen
- For artikler: i toppen af teksten, med tydelig skrifttype og farve
- For børn og unge: formuleringer som «sponsoreret af» er utilstrækkelige – det skal fremgå, at indholdet er betalt reklame

Bødeniveau:

- Influencer: 15.000–50.000 kr. (typisk nedsat ved lang sagsbehandlingstid)
- Virksomheder/annoncører: op til 200.000 kr. (afhængigt af omsætning og omfang)
- Ved gentagelse og systematisk overtrædelse kan bøden stige yderligere

Det bemærkes, at [markedsføringslovens § 37, stk. 8](#), ved grænseoverskridende overtrædelser hjemler bøder op til 4 % af den erhvervsdrivendes årlige omsætning i de berørte medlemsstater – en bestemmelse der endnu ikke er anvendt i praksis om skjult reklame, men som markerer den potentielle alvor ved systematiske overtrædelser.

LOV

[Markedsføringsloven § 6, stk. 4](#)[Markedsføringsloven § 8, stk. 2](#)[Markedsføringsloven § 37, stk. 8](#)

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Bøder til koncern for skjult markedsføring gennem ansattes anmeldelser på Trustpilot	10.12.2025
	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på sociale medier: Mangelfuld reklamemarkering og overtrædelse af markedsføringsloven	21.02.2025
	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på Instagram og blog	17.05.2023
	Forbrugerombudsmanden · Influencer dømt for skjult reklame på Instagram	04.10.2022
	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed dømt for skjult reklame på Instagram og vildledende prismarkedsføring	23.09.2022

REFERENCE

Lovgrundlag

5 paragraffer

Markedsføringsloven § 5	stk. 1	Markedsføringsloven § 6	stk. 4
Markedsføringsloven § 8	stk. 1, 2	Markedsføringsloven § 9	
Markedsføringsloven § 37	stk. 3, 6		

MATERIALE

Citerede afgørelser

20 afgørelser

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS

20

10.12.2025	Bøder til koncern for skjult markedsføring gennem ansattes anmeldelser på Trustpilot	SS 4-3086/2025
21.02.2025	Influencer dømt for skjult reklame på sociale medier: Mangelfuld reklamemarkering og overtrædelse af markedsføringsloven	
08.10.2024	Influencers markedsføring på sociale medier: Skjult reklame over for børn og unge	
08.10.2024	Influencer og skjult reklame: Krav om tydelig markering af kommerciel hensigt på sociale medier	
08.10.2024	Influencer overtræder markedsføringsloven ved skjult reklame for merchandise på sociale medier	
08.10.2024	Forbrugerombudsmandens vurdering af influencers markedsføring på sociale medier: Skjult reklame	
08.10.2024	Influencers skjulte reklame: Manglende oplysning om kommerciel hensigt ved omtale af rabatkoder	
08.10.2024	Influencers aktiviteter på sociale medier er omfattet af markedsføringsloven	
08.10.2024	Forbrugerombudsmanden indskærper regler om direkte købsopfordringer til børn i influencer-marketing	
20.09.2024	Forbrugerombudsmanden vurderer skjult reklame og vildledning ved kommercielle artikler med affiliate-links	
16.05.2024	Vildledende sammenligningsside med skjult kommerciel hensigt og utilstrækkelig markering af betalt samarbejde	
17.05.2023	Influencer dømt for skjult reklame på Instagram og blog	
04.10.2022	Influencer dømt for skjult reklame på Instagram	
23.09.2022	Virksomhed dømt for skjult reklame på Instagram og vildledende prismarkedsføring	
13.10.2017	Utydelig reklamemarkering i gratisavis er vildledende	
26.01.2017	Mangelfuld markering af sponsoreret indhold på dagblads hjemmeside	
20.11.2015	Mangelfuld reklameidentifikation og brug af social frygt i markedsføring rettet mod unge	
11.09.2014	Forbrugerombudsmandens vurdering af reklameidentifikation rettet mod børn og unge på sociale medier	
16.10.2006	Bladudgivers markedsføring med advertorials overtræder krav om reklameidentifikation	
21.09.2006	Bladets manglende identifikation af reklameindhold som overtrædelse af markedsføringsloven	

09

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over urimelige aftalevilkår i forbruger aftaler (aftaleloven § 36 og § 38 c)

Indholdscensur efter generalklausulen og kapitel IV – med skæringspunktet i § 38 c, stk. 2 (2021)

Version 2 · Opdateret 16. jul. 2026 · 50 afgørelser · 1980-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Urimelige vilkår i forbruger aftaler prøves civilretligt efter samspillet mellem generalklausulen i aftalelovens § 36 og aftalelovens kapitel IV (§§ 38 a–38 d), der gennemfører Rådets direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbruger aftaler. Praksis er koncentreret hos nævnene og Forbrugerombudsmanden snarere end ved domstolene, og den viser et gennemgående mønster: selve prisen – først og fremmest renteniveauet – tilsidesættes stort set aldrig, mens de vilkår, der giver den erhvervsdrivende ensidig og ukontrolleret magt over aftaleforholdet, jævnligt falder. Med § 38 c, stk. 2, indsat ved lov nr. 2158 af 27. november 2021 og i kraft 28. maj 2022, er retsvirkningen skærpet afgørende: et urimeligt, ikke-individuelt forhandlet vilkår skal nu tilsidesættes helt og må ikke længere lempes eller reduceres til et acceptabelt niveau.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Et urimeligt aftalevilkår, der ikke har været genstand for individuel forhandling, skal siden 28. maj 2022 tilsidesættes HELT – det kan hverken ændres eller tilsidesættes delvis, jf. aftalelovens § 38 c, stk. 2.
- 02** Den erhvervsdrivende har bevisbyrden både for, at en aftale ikke er en forbruger aftale (§ 38 a, stk. 2), og for, at et aftalevilkår har været individuelt forhandlet (§ 38 b, stk. 1).
- 03** Urimelighedstesten i § 38 c, stk. 1, 2. pkt. er kumulativ: vilkåret skal både stride mod hæderlig forretningsskik OG bevirke en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren.
- 04** Forbrugeren kan kræve, at den øvrige del af aftalen opretholdes uden ændringer, hvis det er muligt – retsvirkningen er ensidigt til forbrugerens fordel.
- 05** Senere indtrufne omstændigheder må aldrig tælle til skade for forbrugeren med den virkning, at aftalen ikke kan tilsidesættes eller ændres – modsat den frie helhedsvurdering efter § 36, stk. 2.

- 06 Renteniveauet i variabelt forrentede forbrugs- og boliglån tilsidesættes praktisk talt aldrig som urimeligt: Det Finansielle Ankenævns flertal har frifundet ved satser på op til 17,45 % p.a., typisk med dissens fra to medlemmer.
- 07 En bank er ikke forpligtet til at nedsætte en variabel rente, når markedsrenten falder, medmindre kreditaftalen binder renten til en referencerente – »variabel« betyder ikke »gensidig«.
- 08 Derimod kan selve ændringsklausulen tilsidesættes som urimelig, hvis den mangler klare og forståelige kriterier eller ikke sikrer forbrugeren et individuelt og rimeligt varsel med reel opsigelsesmulighed.
- 09 Standardiserede misligholdelses- og opsigelsesgebyrer, der er fastsat på forhånd uden hensyn til det konkrete økonomiske tab, stiller forbrugeren væsentligt ringere end almindelige erstatningsretlige grundsætninger og er urimelige.
- 10 Vilkår om lang uopsigelig og automatisk forlængelse lempes: 12 måneders binding er anset for unødigt byrdefuldt, og et passende varsel er typisk fastsat til tre måneder til udgangen af en måned.
- 11 Et usædvanligt og byrdefuldt vilkår skal være særligt fremhævet for at kunne gøres gældende – er det ikke det, kan det tilsidesættes, selv om det formelt er vedtaget.
- 12 Uklarhedsreglen anvendes ofte som det primære værktøj; er et ikke-forhandlet vilkår tvetydigt, fortolkes det til fordel for forbrugeren, og urimelighedsvurderingen bliver overflødig.
- 13 Manglende kreditværdighedsvurdering efter kreditaftalelovens § 7 c kan føre til, at hele låneaftalen tilsidesættes, så forbrugeren alene skal tilbagebetale det lånte uden renter og omkostninger.
- 14 Ved fri lejefastsættelse er § 36 den ydre grænse for lejens størrelse, men huslejenævnene anvender bestemmelsen yderst sparsomt og godkender som hovedregel den aftalte leje.
- 15 Forbrugerombudsmanden fører siden 2022 udtrykkeligt tilsyn med urimelige aftalevilkår og med transparenskravet efter §§ 38 e og 38 f – en kodificering af den adgang, der hidtil hvilede på markedsføringslovens god skik-regel.

To generalklausuler i lag: § 36 og den direktivbestemte prøvelse i kapitel IV

Dansk ret censurerer urimelige forbrugervilkår i to lag, der gælder ved siden af hinanden.

Det første lag er generalklausulen i [aftalelovens § 36](#), indsat ved en ændringslov af 12. juni 1975 på grundlag af professor Stig Jørgensens redegørelse om formuerettens generalklausuler. Efter [§ 36, stk. 1](#) kan en aftale »ændres eller tilsidesættes helt eller delvis, hvis det vil være urimeligt eller i strid med redelig handlemåde at gøre den gældende«, og efter [§ 36, stk. 2](#) tages der hensyn til forholdene ved aftalens indgåelse, aftalens indhold og senere indtrufne omstændigheder. Bestemmelsen gælder for alle – også mellem erhvervsdrivende – men forarbejderne er utvetydige om, hvor tyngdepunktet ligger:

»Formålet med aftalelovens § 36 er bl.a. at give forbrugere og andre – bl.a. mindre erhvervsdrivende – en civilretlig beskyttelse mod, at en økonomisk stærkere og mere sagkyndig part misbruger sin overlegne stilling, f.eks. ved at bruge standardkontrakter med vilkår, der ensidigt tjener den stærkere parts interesser. Bestemmelsens praktiske hovedområde er utvivlsomt forbrugeres aftaler med erhvervsdrivende.«

Det andet lag er aftalelovens kapitel IV, indsat ved lov nr. 1098 af 21. december 1994, der gennemførte de civilretlige dele af Rådets direktiv 93/13/EØF. De offentligretlige dele blev gennemført via markedsføringsloven. Lovgiver vurderede, at § 36 »i det væsentligste opfylder direktivets krav til national ret«, men indsatte kapitel IV »med henblik på en fuldstændig opfyldelse af direktivet«. Arbejdet skete i en nordisk embedsmandsgruppe med det udtrykkelige udgangspunkt, »at forbrugerbeskyttelsen ikke må forringes ved gennemførelsen af direktivet«.

Et vigtigt – og i lyset af 2021-reformen ironisk – sidespor: 1994-loven tilføjede samtidig ordet »ændres« til § 36, stk. 1. Indtil da kunne domstolene kun tilsidesætte helt eller delvis. Justitsministeriet havde i 1975 anført, at man »ikke [fandt] at burde stille forslag om en regel, der inden for formuerettens område giver mulighed for at ændre en forpligtelse ud over, hvad der følger af adgangen til helt eller delvis at tilsidesætte en aftale«, så længe der ikke forelå erfaringer med den nye generalklausul. I 1994 fik domstolene ændringsadgangen – og i 2021 blev den taget fra dem igen for de ikke-forhandlede forbrugervilkår.

Forarbejderne opregner de momenter, retspraksis lægger vægt på ved urimelighedsbedømmelsen efter § 36:

- om et aftalevilkår er **usædvanligt inden for branchen og usædvanligt byrdefuldt**,
- om den erhvervsdrivende behandler kunden **anderledes eller dårligere** end sædvanligt,
- om vilkåret strider mod **præceptiv lovgivning**,
- om anvendelsen strider mod **markedsføringslovens** regler,
- om den ene part tillægges adgang til **ensidigt at afgøre**, om der er indtrådt en omstændighed, der ændrer retsforholdet,
- om **konsekvenserne af misligholdelse** er fastsat uden rimelig sammenhæng med misligholdelsens omfang og betydning, og
- om anvendelsen er udtryk for **chikane**.

De fire midterste momenter går som en rød tråd gennem hele den praksis, der gennemgås nedenfor. Bemærk desuden, at [aftalelovens § 38 d](#) afskærer lovvalgsklausuler til fordel for tredjelandes ret, når EØS-retten ellers ville have givet forbrugeren en bedre beskyttelse mod urimelige aftalevilkår – en gennemførelse af [direktivets art. 6, stk. 2](#).

Om afgrænsningen: denne oversigt behandler indholdscensuren af selve vilkåret. Den offentligretlige forbrugerbeskyttelse efter forbrugeraftaleloven – fortrydelsesret, prækontraktuel oplysningspligt m.v. – hører under [forbrugerbeskyttelse](#), § 36-praksis uden for forbrugerforhold under [aftalelov-31-38](#), og kreditaftalelovens oplysningskrav og ÅOP under [kreditaftaler](#).

LOV

[Aftaleloven § 36, stk. 1, 2](#)

[Aftaleloven § 38d](#)

Anvendelsesområdet: forbrugeraftalebegrebet og den vendte bevisbyrde i § 38 a

[Aftalelovens § 38 a](#) afgrænser kapitel IV's anvendelsesområde, og bestemmelsen er konstrueret asymmetrisk til forbrugerens fordel på tre punkter.

For det første definerer [§ 38 a, stk. 2](#) en forbruger aftale som »en aftale, som en erhvervsdrivende indgår som led i sit erhverv, når den anden part (forbrugeren) hovedsagelig handler uden for sit erhverv«. Ordet »hovedsagelig« betyder, at blandede aftaler falder ind under kapitlet, når det private element dominerer.

For det andet – og praktisk vigtigst – fastslår samme bestemmelse, at **den erhvervsdrivende har bevisbyrden for, at en aftale ikke er en forbruger aftale**. Forbrugeren skal altså ikke bevise sin status; den erhvervsdrivende skal modbevise den. Forarbejderne til den parallelle regel i forbruger aftaleloven bemærker, at forbrugerbegrebet er bredt og omfatter både fysiske og juridiske personer, når blot den pågældende hovedsageligt handler uden for sit erhverv i relation til den konkrete aftale.

For det tredje udvider [§ 38 a, stk. 3](#) kapitlet til aftaler, »som er indgået eller formidlet for den ene part af en erhvervsdrivende« – formidlingsaftalen. Efter forarbejderne kræves det, at mellemmanden »har optrådt aktivt i forbindelse med aftalens indgåelse som repræsentant for sælgeren eller tjenesteyderen«. En privat sælger, der lader en erhvervsdrivende formidle salget, kan altså ikke unddrage køberen kapitel IV's beskyttelse.

Afgrænsningen er ikke akademisk. I Teleankenævnets sag **25/215** afviste nævnet ikke sagen alene fordi klageren drev enkeltmandsvirksomhed, men behandlede den, fordi klagen »ikke adskilte sig væsentligt fra en klage fra en privatperson« – samme funktionelle betragtning som ligger bag [§ 38 a](#). I Forbrugerklagenævnets sag **20/01888** fastslog nævnet omvendt dansk rets anvendelighed på en aftale med et udenlandsk flyselskab ud fra aftalens nærmeste tilknytning til Danmark: forbrugerens bopæl, dansksproget hjemmeside, dansksprogede rejsedokumenter og betaling i danske kroner.

En særlig situation opstår, når forbrugerens **handleevne** er svækket. I Forbrugerklagenævnets sag **2001-4054/7-755** havde en mentalt handicappet kvinde oprettet et teleabonnement, hun hverken havde behov for eller råd til, og hendes hjemmevejleder forsøgte forgæves at opsige det telefonisk tre gange, før udbyderen oplyste, at opsigelse krævede skriftlighed. Nævnet fandt det urimeligt at anse forbrugeren for bundet efter de telefoniske henvendelser, jf. [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#), sammenholdt med princippet i værgemålslovens §§ 45–46. Afgørelsen illustrerer, at kapitel IV opfanger tilfælde, hvor tilblivelsesmanglerne i aftalelovens §§ 28–32 ikke rækker – netop fordi generalklausulen, som 1994-forarbejderne fremhæver, »ikke som disse bestemmelser [indeholder] den begrænsning, at løftemodtageren ved aftalens indgåelse skal have været i ond tro«.

LOV

[Aftaleloven § 36](#)[Aftaleloven § 38a, stk. 1-3](#)[Aftaleloven § 38c, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerklagenævnet · Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet

19.03.2020

Forbrugerklagenævnet · Teleabonnement oprettet af mentalt handicappet – krav om skriftlig opsigelse

31.12.2002

Uklarhedsreglen og transparenskravet i § 38 b – det oftest anvendte værktøj

[Aftalelovens § 38 b](#) rummer to selvstændige regler, der gennemfører [direktivets art. 5](#).

Uklarhedsreglen (contra proferentem) i [§ 38 b, stk. 1](#): opstår der tvivl om forståelsen af et vilkår, der ikke har været genstand for individuel forhandling, fortolkes det »på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren«. Igen ligger bevisbyrden for, at vilkåret **har** været individuelt forhandlet, hos den erhvervsdrivende – parallelt

med [direktivets art. 3, stk. 2](#), hvorefter et vilkår altid anses for ikke-forhandlet, når det er udarbejdet på forhånd, og forbrugeren derved ikke har haft indflydelse på indholdet.

Transparenskravet i § 38 b, stk. 2: en skriftlig aftale, der tilbydes forbrugeren, skal af den erhvervsdrivende »være udarbejdet på en klar og forståelig måde«.

I praksis er uklarhedsreglen ofte det afgørende værktøj, fordi den lader sagen afgøre uden en fuld urimelighedsprøvelse:

Sag	Vilkåret	Resultat
01-10-7506	Brilleordning knyttet til kontaktlinseabonnement; »skyldig værdi« ved opsigelse	Vilkåret uklart; fortolket til forbrugers fordel, jf. § 38 b – kravet på 1.538 kr. bortfaldt
2002-4013/7-133 m.fl.	Viasat Guld: forsiden sagde »30 dages varsel til udgangen af en abonnementsperiode«, bagsidens pkt. 13 noget andet	Modstridende og ikke individuelt forhandlede vilkår fortolket til forbrugers fordel; binding kun det første år
2004 - 7242/7-86	Brillelejekontrakt uden opsigelsesbestemmelse, men med 36 måneders løbetid	Almindelig læsning gav ikke indtryk af uopsigelighed; flerårig uopsigelighed er »et usædvanligt og byrdefuldt vilkår«, der burde være særligt fremhævet
2002-441/7-391	»Total Service-kontrakt«, hvis pkt. 5 var tvetydig om erstatning contra reparation	Fortolket efter § 38 b, stk. 1 til forbrugers fordel – erstatning svarende til købsprisen

I **01-10-7506** lagde nævnet ud over ordlyden vægt på, hvordan ordningen faktisk havde fungeret gennem 15 år, hvor bonussen var blevet anvendt som rabat. Fortolkningen sker altså ikke i et vakuum, men mod baggrund af parternes egen praksis.

Transparenskravet i stk. 2 er blevet en selvstændig håndhævelsesnorm hos Forbrugerombudsmanden. I sagen om **et elselskabs varsling af produktændring** var oplysningen om, at kunderne fremover skulle betale månedligt abonnement og en højere kWh-pris, placeret langt nede i en mail under overskriften »Øget forbrugersikkerhed og gennemsigtighed i vores prisberegningsgrundlag« og efter afsnit om GDPR og vindmøller. Forbrugerombudsmanden fandt, at varslingen ikke opfyldte gennemsigtighedskravet i [§ 38 b, stk. 2](#), bl.a. fordi ændringen ikke var tilstrækkeligt fremhævet, og fordi det ikke fremgik, hvilke konsekvenser den ville få for kunden. I **CPC-sagen om en international betalingstjeneste** koordineret af Europa-Kommissionen konstateredes tilsvarende, at vilkår formuleret så komplekst, at de var urimeligt svære at læse og forstå – og hvor det var uklart, om de rettede sig mod private eller erhvervskunder – var i strid med § 38 b.

Forbrugerombudsmandens [retningslinjer for kortfristede lån indgået som fjernsalgsaftaler](#) sammenfatter samspillet mellem vedtagelse, fremhævelse og fortolkning:

»Hvis der er særligt byrdefulde vilkår knyttet til låneaftalen, skal disse betingelser ifølge almindelige aftaleretlige regler være særligt fremhævet, for at de kan anses for vedtaget af forbrugeren. Betingelserne skal endvidere være klart formuleret. Såfremt der er tvivl om forståelse af et standardvilkår, som er udfærdiget af den erhvervsdrivende, og har vilkåret ikke været genstand for individuel forhandling, skal vilkåret fortolkes til gunst for forbrugeren, jf. aftalelovens § 38 b.«

Rækkefølgen er væsentlig: **først** spørgsmålet om vilkåret overhovedet er vedtaget, **der næst** fortolkningen efter § 38 b, og **først til sidst** urimeligheds censuren efter § 38 c. I **16/12099** nåede Forbrugerklagenævnet aldrig

til § 38 c: gebyret på 1.050 kr. for nedtagning af et alarmsystem faldt allerede på, at standardvilkårets ordlyd hverken angav en pris eller en gennemskuelig beregningsmetode, hvorfor forbrugeraftalelovens oplysningskrav ikke var opfyldt. Tilsvarende i **15/05484**, hvor kravet på 1.081,25 kr. for udlevering af en husnøgle ved abonnementsophør faldt på, at den erhvervsdrivende slet ikke havde dokumenteret hjemmel i aftalen – sammenholdt med parternes almindelige loyalitetsforpligtelse i et gensidigt bebyrdende kontraktforhold. Og i **2001-283/7-37** faldt et efteropkrævet gebyr på 500 kr., fordi det oprindelige materiale utvetydigt havde beskrevet de 975 kr. som et engangsbeløb for et tidsubegrænset medlemskab.

LOV	Aftaleloven § 38b, stk. 1, 2	Aftaleloven § 38c	
PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Gebyr for nedtagning af alarmsystem underkendt pga. manglende prisoplysning		05.10.2017
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Erhvervsdrivende ikke berettiget til betaling for udlevering af nøgle ved abonnementsophør		24.06.2016
	Forbrugerklagenævnet · Krav om efterbetaling for briller efter opsigelse af abonnement afvist grundet uklart aftalevilkår		22.09.2011
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortolkning af lejekontrakt vedrørende briller - Opsigelse og ugyldigt rykkergebyr		31.05.2005
	Forbrugerklagenævnet · Opsigelse af Viasat Guld-abonnement – Forbrugerklagenævnets fortolkning af opsigelsesvilkår		31.12.2002
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Totalservicekontrakt tilsidesat pga. urimelige vilkår		31.12.2002
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Uretmæssig opkrævning af gebyr for tidsubegrænset medlemskab		31.12.2002
	Forbrugerombudsmanden · Urimelige og uforståelige aftalevilkår hos international betalingstjeneste		11.09.2023
	Forbrugerombudsmanden · Elselskab indskærpes for mangelfuld varsling om produktændring og vildledende oplysninger		22.12.2022

§ 4 Urimelighedstesten i § 38 c, stk. 1: hæderlig forretningsskik og betydelig skævhed

[Aftalelovens § 38 c, stk. 1](#) overfører § 36's retsvirkninger til forbrugeraftaler og tilføjer den direktivbestemte standard:

»Ved forbrugeraftaler gælder § 36, stk. 1. Såfremt det vil være stridende mod hæderlig forretningsskik og bevirke en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren at gøre et aftalevilkår gældende, gælder de i § 36, stk. 1, nævnte retsvirkninger også, idet forbrugeren dog i så fald kan kræve, at den øvrige del af aftalen skal gælde uden ændringer, hvis dette er muligt.«

Tre ting skal fremhæves.

For det første gælder § 36 fuldt ud ved siden af den direktivbestemte standard. § 38 c udvider – den indskrænker ikke. Betænkning nr. 1577/2021 formulerer det præcist: »§ 38 c overfører generalklausulen i § 36 og dennes retsvirkninger til forbruger aftaler med to ændringer«, og de to tilføjelser følger af, at direktivet »indeholder de anførte elementer, som er mere forbrugerbeskyttende, end hvad der ellers følger § 36«, jf. [betænkning nr. 1577/2021, s. 109](#). Allerede [betænkning nr. 1276/1994, s. 70](#) noterede, at »[a]ftaleloven indeholder allerede i dag i § 36 en generalklausul, der synes at have et bredere anvendelsesområde end bestemmelsen i direktivets artikel 3«. Derfor ses den karakteristiske dobbelthenvi sning i afgørelserne: »jf. aftalelovens § 38 c, jf. § 36«.

For det andet er testen kumulativ: vilkåret skal *både* stride mod hæderlig forretningsskik og bevirke en betydelig skævhed. Direktivets art. 3, stk. 1 formulerer det som, at vilkåret er urimeligt, »hvis det til trods for kravene om god tro bevirker en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser ifølge aftalen til skade for forbrugeren«.

For det tredje er retsvirkningen asymmetrisk: forbrugeren – og kun forbrugeren – kan kræve, at den øvrige del af aftalen opretholdes uden ændringer. Dette gennemfører [direktivets art. 6, stk. 1](#), hvorefter urimelige vilkår »ikke binder forbrugeren«, og aftalen forbliver bindende, »hvis den kan opretholdes uden de urimelige kontraktvilkår«.

Vurderingstidspunktet følger [direktivets art. 4, stk. 1](#): der bedømmes »på tidspunktet for aftalens indgåelse«, under hensyn til alle omstændigheder og til alle andre vilkår i aftalen eller i en sammenhængende aftale. Dette er kilden til den regel, der i dag står i § 38 c, stk. 3 (indtil 2021 stk. 2): senere indtrufne omstændigheder kan ikke tages i betragtning **til skade for forbrugeren** med den virkning, at aftalen ikke kan tilsidesættes eller ændres. Reglen er en énvejsventil – senere omstændigheder må gerne tale *for* forbrugeren, aldrig imod. 1994-forarbejderne beskriver dette som en af to bevidste afvigelser fra helhedsvurderingen i [§ 36, stk. 2](#).

Kerneundtagelsen ligger i [direktivets art. 4, stk. 2](#): vurderingen omfatter hverken »definitionen af aftalens hovedgenstand eller overensstemmelsen mellem pris og varer eller mellem tjenesteydelser og betalingen herfor, for så vidt disse vilkår er affattet klart og forstaaeligt«. Denne undtagelse forklarer det mest markante mønster i dansk praksis: prisen i sig selv slipper næsten altid igennem – men kun hvis den er klart og forståeligt affattet. Er den ikke det, genåbnes prøvelsen.

Bilaget til direktivet indeholder en vejledende og ikke-udtømmende liste over vilkår, der kan betegnes som urimelige, jf. [art. 3, stk. 3](#). Listen blev bevidst ikke skrevet ind i loven. Betænkning nr. 1577/2021 forklarer både virkningen og grænsen:

»Der er en formodning for, at vilkår, som er anført på listen, er omfattet af den direktivbestemte generalklausul, hvis vilkåret ikke har været genstand for individuel forhandling. Der kan ikke sluttes modsætningsvis fra listens indhold sådan, at vilkår anses for rimelige, hvis de ikke er omfattet af listen.«

»Listen blev ikke indsat i loven i forbindelse med implementeringen, da listen ikke indebærer nogen præcis forpligtelse for medlemsstaterne. De angivne vilkår behøver således ikke altid at være urimelige, ligesom andre vilkår end de angivne kan være urimelige.«

Listen fungerer altså som en formodningsregel, ikke en sortliste – og aldrig som en frikendelse.

Et praktisk vigtigt supplement: [kreditaftalelovens § 22](#) rummer en særlig generalklausul om urimeligt store vederlag og omkostninger. 1994-forarbejderne præciserer forholdet:

»Rimelighedsvurderingen efter denne bestemmelse må antages at være sammenfaldende med rimelighedsvurderingen efter aftalelovens § 36. Bestemmelsens selvstændige betydning i forhold til aftalelovens § 36 er således, at det fastsættes, hvordan et urimeligt aftalevilkår skal reguleres.«

LOV

Aftaleloven § 36, stk. 1, 2

Aftaleloven § 38c, stk. 1

Kreditaftaleloven § 22

Skæringspunktet 2021: § 38 c, stk. 2 og forbuddet mod delvis opretholdelse

Den vigtigste ændring i dette retsområde i nyere tid er indsættelsen af et nyt [§ 38 c, stk. 2](#) ved [lov nr. 2158 af 27. november 2021](#) – loven om gennemførelse af moderniseringsdirektivet i direktivpakken New Deal for Consumers. Lovforslaget (L 16, 2021-22) blev vedtaget med 103 stemmer for og ingen imod, og ændringen trådte i kraft **28. maj 2022**. Bestemmelsens § 2, nr. 1 lyder:

»I § 38 c indsættes efter stk. 1 som nyt stykke:

»Stk. 2. Hvis et aftalevilkår, som er omfattet af stk. 1, 2. pkt., ikke har været genstand for individuel forhandling, kan vilkåret dog ikke ændres eller tilsidesættes delvis, men skal tilsidesættes helt.«

Stk. 2 bliver herefter stk. 3.«

Begrundelsen fremgår utvetydigt af de almindelige bemærkninger, der oplister ændringen blandt de forslag, der faldt uden for udvalgets kommissorium: **»Ændring af aftalelovens § 38 c om tilsidesættelse af urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler, da den nuværende bestemmelse ikke er i overensstemmelse med EU-Domstolens retspraksis.«** Det var altså ikke moderniseringsdirektivet, der krævede ændringen – det var EU-Domstolens fortolkning af det oprindelige [direktiv 93/13/EØF](#), som lovgiver erkendte, at den danske retstilstand ikke levede op til. De almindelige bemærkninger anfører generelt, at lovforslaget omfatter ændringer, »hvor EU-Domstolens praksis giver anledning til at ændre den nuværende praksis«.

Hvad ændringen konkret betyder. Der er nu tre spor, og det afgørende sonderingskriterium er, om vilkåret har været individuelt forhandlet:

Situation	Retsvirkning	Hjemmel
Urimeligt vilkår i almindelig aftale (ikke forbruger)	Kan ændres eller tilsidesættes helt eller delvis	§ 36, stk. 1
Urimeligt, individuelt forhandlet vilkår i forbrugeraftale	Kan fortsat ændres eller tilsidesættes delvis	§ 38 c, stk. 1, jf. § 36, stk. 1
Urimeligt, ikke-individuelt forhandlet vilkår i forbrugeraftale	Skal tilsidesættes helt – hverken ændring eller delvis tilsidesættelse	§ 38 c, stk. 2

Hvis aftalen kan opretholdes uden vilkåret, gør den det; kan den ikke, bortfalder den. Domstolen eller nævnet må altså ikke længere "redde" et urimeligt standardvilkår ved at reducere det til det højeste acceptable niveau. Rationalet – som lovgiver henter fra EU-Domstolens praksis – er præventivt: hvis den erhvervsdrivende kun risikerer, at et overdrevent vilkår skæres ned til det tilladte maksimum, er der ingen omkostning ved at prøve grænsen, og [direktivets art. 7, stk. 1](#) om »egnede og effektive midler til at bringe anvendelsen af urimelige kontraktvilkår ... til ophør« ville blive udhulet.

Bemærk den historiske bue: 1994-loven gav netop domstolene adgangen til at **ændre** en aftale efter § 36 – en adgang, Justitsministeriet i 1975 havde afvist at foreslå. I 2021 blev den adgang taget tilbage igen, netop for de standardvilkår, hvor den i praksis blev brugt mest.

En vigtig praktisk advarsel om kildegrundlaget. Aftaleloven er senest konsolideret ved lovbekendtgørelse nr. 193 af 2. marts 2016. 2021-ændringen er *ikke* rullet ind i en ny lovbekendtgørelse. Den tekst af § 38 c, der fremgår af den konsoliderede lov, viser derfor stadig kun to stykker – hvor stk. 2 er den gamle regel om senere indtrufne omstændigheder, som efter 2021-ændringen er blevet stk. 3. Den gældende ret er lovbekendtgørelse nr. 193/2016 **plus lov nr. 2158 af 27. november 2021**. Det samme gælder §§ 38 e og 38 f, der er indsat ved 2021-loven, men ikke fremgår af den konsoliderede tekst. Enhver, der læser den konsoliderede aftalelov isoleret, vil altså overse både den skærpede retsvirkning og Forbrugerombudsmandens tilsynshjemmel.

Prøvelse af egen drift. Direktivets effektivitetskrav i art. 6 og 7 forudsætter, at urimelige vilkår ikke blot afhænger af, om forbrugeren påberåber sig dem. Klagenævnene på området praktiserer dette i vidt omfang: I Det Finansielle Ankenævns sag **24/2025** prøvede nævnet både renten og gebyrerne efter [aftalelovens § 38 c](#), jf. [§ 36](#), selv om klagerens påstand var formuleret som et krav om rentenedsættelse og akkord. Og i **2004 - 7242/7-86** tilsidesatte Forbrugerklagenævnet af egen drift et rykkergebyr på 200 kr. som stridende mod rentelovens § 9 b, stk. 2, uanset at forbrugers klage angik opsigelsen af brillelejeaftalen.

Om den præjudicielle dialog med EU-Domstolen om direktivets fortolkning henvises til [præjudicielle-forelæggelser-eu-domstolen](#).

LOV	Aftaleloven § 36, stk. 1	Aftaleloven § 38c, stk. 1-3
PRAKSIS	Det finansielle ankenævn · Resurs Bank frifundet i sag om krav om nedsættelse af variabel rente og akkordaftale	28.08.2025
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortolkning af lejekontrakt vedrørende briller - Opsigelse og ugyldigt rykkergebyr	31.05.2005

§ 6 Ensidede rente- og gebyrændringsklausuler: Det Finansielle Ankenævns flertals-/mindretalspraksis

Den største samlede bestand af § 38 c-praksis findes hos Det Finansielle Ankenævn, hvor forbrugere igennem to årtier har angrebet variabelt forrentede forbrugs- og boliglån. Mønstret er bemærkelsesværdigt stabilt – og bemærkelsesværdigt splittet.

Flertallet frifinder konsekvent. Uanset hvor højt renteniveauet er, og uanset hvor asymmetrisk forløbet fremstår, når nævnets flertal på tre medlemmer regelmæssigt frem til, at renten ikke kan tilsidesættes som urimelig efter [aftalelovens § 36](#), jf. [§ 38 c](#):

Sag	Renteniveau	Faktum	Udfald
31/2019	12,75 % → 17,45 % p.a.	14 års punktlig indbetalinger på i alt ca. 336.000 kr. nedbragte en gæld på 177.500 kr. med kun ca. 24.000 kr.	Frifundet (3-2)

200/2017	10,50 % → 14,40 % p.a.	Rentetilskrivningen oversteg den månedlige ydelse, så restgælden voksede; ca. 400.000 kr. indbetalt siden 2005, restgæld stadig ca. 220.000 kr.	Frifundet (3-2)
31/2021	9,25 % → 12,25 % p.a.	Rente over markedsniveau i ti år; nedsat til 5,94 % først i 2020	Frifundet (3-2)
197/2024	8,25 % → 9,308 % p.a.	Rente fastholdt uændret i over 11 år (2012–2023) trods markant faldende markedsrente; klageren »stavnslukning« efter virksomhedslukning under corona	Frifundet (3-2)
459/2022	5,9 % → 8,65 % p.a.	Fem forhøjelser inden for lånets første år	Frifundet (3-2)
296/2019	6,2 % → 7,525 % p.a.	Boligkredit med fuld sikkerhed; ca. 288.000 kr. i renter 2011-2018, ydelsen dækkede stort set kun renter	Frifundet (3-2)
192/2023	5,95 % → 8,30 % p.a.	To forhøjelser på i alt 2,35 procentpoint i 2023	Frifundet
473/2024	12,95 % → 13,70 % p.a.	Renten lå inden for sparekassens gældende rentespænd (8,70–18,70 %)	Frifundet
581/2024	1,75 % → 4,95 % p.a.	Billån; banken hævede efter Nationalbankens forhøjelse, men nedsatte ikke igen efter dennes sænkning	Frifundet
587/2024	17,99 % p.a.	Klageren mente at have forstået renten som 2 %; morarente 24 % ved misligholdelse	Frifundet
430/2019	13 % p.a.	Ydelse på 1.000 kr./md. gav forventet indfrielse i 2039	Frifundet
353/2018	5,25–10,25 % p.a.	Gentagne låneforhøjelser 2007-2016	Frifundet

Flertallets begrundelser er gennemgående ens: banken havde **hjemmel** i gælds brevet og de almindelige forretningsbetingelser, ændringerne var **generelle** (ikke rettet mod den enkelte kunde), de var **korrekt varslet** efter **kreditaftalelovens § 9**, og satsen lå inden for bankens **normale rentespænd** for produkttypen. I **473/2024** formulerede nævnet det direkte:

»Ankenævnet finder ikke, at rentesatsen på oprindelig 12,95 % om året, der senere steg til 13,70 % om året pr. primo oktober 2024, kan tilsidesættes som urimelig, jf. aftalelovens § 38 c, jf. § 36.«

Mindretallet dissenterer lige så konsekvent. I **197/2024**, **459/2022**, **296/2019**, **31/2019**, **200/2017** og **31/2021** stemte to medlemmer for at give klageren medhold. Mindretallets argument er skarpt og strukturelt: når banken har begrundet forhøjelserne med *stigende fundingomkostninger og markedsforhold*, må den også være forpligtet til at nedsætte renten, når de samme forhold vender. I **197/2024** lagde mindretallet vægt på netop

dette – at banken havde begrundet stigningerne med fundingomkostninger, »og at de derfor var forpligtet til at nedsætte renten, da det generelle renteniveau og fundingomkostningerne efterfølgende faldt markant«. I **200/2017** fandt mindretallet det i strid med god bankskik at opretholde et lånearrangement, hvor gælden ikke blev nedbragt trods årlige indbetalinger på 35.000 kr. i over ni år.

Hvorfor flertallet vinder – det retlige omdrejningspunkt. Nævnet gør i **266/2025** meget klart, hvorfor kravet strander: kreditaftalen indeholdt ingen bestemmelse om, at renten skulle følge en referencerente eller et markedsindeks.

»Kreditaftalens bestemmelser om rentens fastsættelse giver ikke klageren krav på, at banken justerer renten løbende i forhold til markedsrentens udvikling.«

Nævnet henviste til [kreditaftalelovens § 8, stk. 6](#), hvorefter pengeinstitutter må aftale variabel rente, »uden at renten varierer med en referencerente eller lignende«. Klageren havde udtrykkeligt påberåbt sig direktiv 93/13/EØF og et gensidighedsprincip – forgæves. I **581/2024** blev samme punkt formuleret som en ren aftalefortolkning: »Det fremgår ikke af gældsbeholdningen, at banken var forpligtet til at nedsætte renten løbende i forhold til markedsrentens udvikling«, hvorefter det beror på bankens forretningsmæssige vurdering. Allerede **1180/2009** havde fastslået, at der ikke var indgået aftale om, at renten »slavisk skulle følge Nationalbankens satser«.

Sammenfattende: »variabel« betyder ikke »gensidig«. Ordet giver banken en ret, ikke forbrugeren et krav – medmindre aftalen binder renten til en referencerente. Og fordi renten er aftalens pris, rammer den [art. 4, stk. 2](#)-undtagelsen, når blot vilkåret er klart affattet.

Men klausulen selv kan falde. Netop derfor er den afgørende angrebsvinkel ikke renteniveauet, men **ændringsklausulen**. I **502/2020** stemte mindretallet for, at bankens vilkår for renteændringer i de almindelige forretningsbetingelser gav banken »en for vilkårlig adgang til at forhøje renten«, og at vilkårene derfor burde tilsidesættes efter [bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheder § 6, stk. 3](#). Det er præcis det spor, Forbrugerombudsmanden har forfulgt med succes – se næste afsnit. Bemærk desuden, at næsten alle rentesager tabes eller beskæres allerede af **forældelse**: da renter tilskrives og betales løbende, forældes tilbagesøgningskrav løbende efter [forældelseslovens § 3, stk. 1](#), jf. **197/2024**, **459/2022** og **31/2021**.

LOV

[Aftaleloven § 36](#)
[Aftaleloven § 38c](#)
[Forældelsesloven § 3, stk. 1](#)
[Kreditaftaleloven § 8, stk. 6](#)
[Kreditaftaleloven § 9](#)

PRAKSIS	Det finansielle ankenævn · 587/2024 Indsigelse mod rentevilkår og restgæld på forbrugslån hos Bank Norwegian	28.08.2025
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod uændret rente på privatlån trods fald i markedsrenterne hos Resurs Bank	28.08.2025
	Det finansielle ankenævn · Krav om nedsættelse af renten på forbrugslån og tvist om sikkerhedsstillelse i jordstykke	21.03.2025
	Det finansielle ankenævn · Krav om nedsættelse af rente på variabelt forrentet billån efter Nationalbankens rentesænkninger afvist	21.03.2025
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj rente på boliglån hos Nordea og spørgsmål om forældelse	04.12.2024
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod renteforhøjelser på boliglån og påstand om brudt løfte om fast rente	30.11.2023
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod renteforhøjelser på variabelt forrentet boliglån og spørgsmål om forældelse	23.06.2023

Det finansielle ankenævn · Afslag på krav om rentekompensation for boliglån med høj variabel rente og mangelfuld rådgivning	01.10.2021
Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod renteberegning, forlængelse af løbetid og manglende rentebesparelse på forbrugslån	09.09.2021
Det finansielle ankenævn · Bo efter afdød kunde fik ikke medhold i klage over høj rente og mangelfuld rådgivning om boligkredit	08.06.2020
Det finansielle ankenævn · Klager fik ikke medhold i krav om nedsættelse af rente på 13 % på omlagt lån	08.06.2020
Det finansielle ankenævn · Krav om gælds-nedsættelse afvist trods påstand om urimelige renter og uigennemskuelige låneforhøjelser	16.09.2019
Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj rente og forlænget løbetid på lån trods overholdelse af betalingsaftale	20.08.2019
Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj variabel rente og manglende nedbringelse af gæld trods omfattende indbetalinger	24.05.2018
Det finansielle ankenævn · Krav om nedsættelse af variabel rente på lån og klage over kvartalsvis rentetilskrivning	23.11.2010

Når ændringsklausulen selv angribes: Forbrugerombudsmandens gennembrud

Hvor Det Finansielle Ankenævn prøver *renten* og frifinder, prøver Forbrugerombudsmanden *klausulen* – og tilsidesætter. Forskellen er metodisk afgørende og illustrerer præcist, hvorfor [art. 4, stk. 2](#)-undtagelsen ikke beskytter den erhvervsdrivende mod indholdscensur af de mekanismer, der *fastsætter* prisen.

Den centrale afgørelse er Forbrugerombudsmandens **afgørelse af 17. december 2024** om et vilkår, der gav virksomheden ret til ensidigt at ændre vilkårene uden forudgående accept fra forbrugerne – herunder til at forhøje priser eller indføre helt nye gebyrer for eksisterende ydelser:

»Idet vilkåret var urimeligt, var det også ugyldigt. I sin vurdering lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at virksomheden havde mulighed for at ændre forbrugernes aftaler uden et forudgående individuelt og rimeligt varsel, hvilket efterlod forbrugerne uden en reel mulighed for at opsiges deres aftale.«

Vilkåret var urimeligt og ugyldigt efter [aftalelovens § 36](#), jf. [§ 38 c](#), og anvendelsen udgjorde samtidig en overtrædelse af [markedsføringslovens § 3](#). Tre kriterier bar afgørelsen:

1. Vilkåret var **ikke baseret på klare og forståelige kriterier**, så forbrugeren kunne forudse ændringer.
2. Der var **intet individuelt varsel** – forbrugerne var uvidende om iværksatte ændringer og kunne derfor ikke nå at reagere.
3. Vilkåret gav virksomheden en **reelt ubegrænset ændringsadgang**.

Konsekvensen blev indskærpet: ingen privatkunder var bundet af ændringer foretaget med hjemmel i vilkåret. Virksomheden fjernede vilkåret under sagens behandling.

Denne linje er ikke ny. Allerede i Forbrugerombudsmandens **udtalelse af 23. november 2006 om gebyrvilkår** blev standarden formuleret: et generelt forbehold for pris- og gebyrændringer er ikke tilstrækkeligt; betingelserne for at ændre eller opkræve gebyrer skal være klart fremhævet i kontrakten; væsentlige gebyrændringer skal meddeles individuelt, helst på et varigt medium; og »[g]ebyrklausuler, der giver erhvervsdrivende ubegrænset adgang til at ændre gebyrsatser, er ikke tilladte«. Kravene spejler [bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheder § 4, stk. 3](#), hvorefter vilkår om ændringer i renter

og gebyrer skal angive de forhold, der kan udløse en ændring, og ikke må give virksomheden vilkårlig adgang til at ændre.

Parallelt gælder en ren hjemmelsbetragtning: uden hjemmel i aftalen ingen opkrævning. I sagen fra **27. april 2004 om et forsikringsselskabs præmiegebyr** på 5 kr. havde Ankenævnet for Forsikring fastslået, at der ikke var hjemmel i forsikringsbetingelserne – og da selskabet ikke efterlevede afgørelsen og påberåbte sig gældsbrevslovens § 3, understregede Forbrugerombudsmanden, at gebyropkrævning kræver klar hjemmel i aftalen, og at opkrævning uden hjemmel strider mod [markedsføringslovens § 3, stk. 1](#). Selskabet afgav tilsagn.

For **lånevirkomheder uden tilladelse til at drive finansiell virksomhed** er retstilstanden endnu skarpere. I sagen af **1. april 2022 om fire lånevirkomheders ensidige prisændringsklausuler** fastslog Forbrugerombudsmanden, at klausulerne var i strid med [kreditaftalelovens § 8, stk. 6 og 7](#), som kun tillader finansielle virksomheder at anvende sådanne vilkår. Da klausulerne var ulovlige, var de også ugyldige, og forbrugerne kunne se bort fra dem. Her er der ikke tale om en skønsmæssig urimelighedsvurdering, men om overtrædelse af præceptiv lovgivning – et af de momenter, 1994-forarbejderne udtrykkeligt oplister.

Bemærk endelig konsekvensspørgsmålet i **fom-110526** og **fom-112467**: begge afgørelser konstaterer, at det urimelige vilkår **ikke kunne gøres gældende** og skulle **tilsidesættes helt** – formuleringer, der ligger tæt op ad ordlyden i [§ 38 c, stk. 2](#). I fom-112467 hedder det direkte, at »[d]et ugyldige vilkår skulle tilsidesættes helt og kunne ikke gøres gældende over for forbrugerne«.

LOV

Aftaleloven § 36

Aftaleloven § 38c, stk. 2

Kreditaftaleloven § 8, stk. 6

Markedsføringsloven § 3, stk. 1

PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el	09.04.2025
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel	17.12.2024
	Forbrugerombudsmanden · Lånevirkomheders brug af ulovlige ensidige prisændringsklausuler i strid med kreditaftaleloven	01.04.2022
	Forbrugerombudsmanden · Krav til klare gebyrvilkår og varsling af gebyrændringer	23.11.2006
	Forbrugerombudsmanden · Forsikringsselskab tilsagde at stoppe opkrævning af gebyrer uden hjemmel i forsikringsbetingelser	27.04.2004

§ 8 Bindings-, uopsigeligheds- og forlængelsesvilkår i løbende forbrugeraftaler

Vilkår, der gør det vanskeligt for forbrugeren at komme ud af en løbende aftale, er den vilkårstype, hvor Forbrugerklagenævnet historisk har grebet hårdest ind. Nævnet formulerede den principielle standard i **Viasat-sagerne (2002-4013/7-133 m.fl.)**:

»[D]et i almindelighed må anses for urimeligt og stridende mod redelig handlemåde, hvis en erhvervsdrivende indgår abonnementsaftaler med opsigelsesvilkår, der gør det vanskeligt for forbrugeren at bringe aftalen til ophør med et rimeligt varsel.«

Nævnet tilføjede, at vilkår om **fortløbende bindingsperioder på et år** vil kunne lempes i medfør af [§ 38 c](#), jf. [§ 36, stk. 1](#). Viasat meddelte, at selskabet ikke ville efterleve afgørelserne og ville indbringe sagerne for retten – men forligte kulancemæssigt en stor del af de mange klagesager.

Fitness-sagerne giver den mest gennemarbejdede afvejning. I **2003-541/7-7** havde en forbruger tegnet 12 måneders træning til 5.149 kr. og opsagde efter knap seks måneder på grund af ændrede arbejdsforhold. Nævnet foretog en samlet interesseafvejning efter § 38 c, jf. § 36, jf. § 36, stk. 2:

- **Den erhvervsdrivendes interesse:** en beskyttelsesværdig interesse i at indrette virksomheden efter indgåede aftaler – men ingen oplysninger kunne begrunde netop 12 måneders uopsigelighed, og andre udbydere tilbød medlemskaber på 3, 6 eller 9 måneder.
- **Forbrugerens interesse:** aftalen angik en **fremtidig ydelse**, som forbrugeren ikke kunne bedømme på aftaletidspunktet; forudsætningerne for at udnytte medlemskabet kunne let ændre sig; vederlaget var ikke ubetydeligt; og medlemskabet var **personligt og ikke overdrageligt**.

Nævnet fandt vilkåret »unødigt byrdefuldt« og lempede det, idet et passende opsigelsesvarsel blev fastsat til **tre måneder til udgangen af en måned**. Samme resultat i **2005-541/7-64**, hvor nævnet supplerende bemærkede, at forbruger aftalelovens regel om opsigelse med tre måneders varsel efter ni måneder »ikke [kan] omgås ved at indgå 1-årige kontrakter, der løbende fornys med yderligere et år«. Og i **22/01105** – hvor et bootcamp-årsabonnement hverken indeholdt vilkår om binding eller opsigelse – fastslog nævnet:

»Da der i parternes aftale ikke er taget stilling til spørgsmål om opsigelse, finder nævnet, at forbrugeren har været berettiget til at opsigte aftalen med et passende varsel, der efter aftalens karakter findes at burde fastsættes til løbende måned + 1 måned.«

Her ligger en central metodisk konsekvens af 2021-reformen. Afgørelserne i 2003-541/7-7 og Viasat-sagerne er skoleeksempler på netop den teknik, § 38 c, stk. 2 nu forbyder: nævnet *lempede* et urimeligt standardvilkår ved at erstatte 12 måneders uopsigelighed med et 3-måneders varsel. Efter 28. maj 2022 kan et urimeligt, ikke-individuelt forhandlet bindingsvilkår ikke længere reduceres – det skal tilsidesættes helt, hvorefter aftalen enten opretholdes uden vilkåret (og opsigelsesspørgsmålet må afgøres efter deklatorisk ret eller et passende varsel som i 22/01105) eller bortfalder. Resultatet vil i praksis ofte blive det samme eller mere forbrugervenligt, men vejen dertil er en anden – og retsvirkningen skal begrundes i tilsidesættelse, ikke i lempelse.

Tilgodebeviser og gyldighedsfrister. I **1259-09-01** havde en forbruger fået et tilgodebevis på 699 kr. med tre måneders gyldighed. Forbrugerklagenævnet fastslog, at et tilgodebevis er en fordring omfattet af forældelsesloven, og at forældelseslovens § 26, stk. 4 ganske vist tillader kortere frister for dokumentbaserede fordringer – men at forarbejderne selv angiver, at en kortere frist stadig kan tilsidesættes efter aftalelovens regler. Nævnet fandt tre måneders gyldighed urimeligt kort, **uanset** hjemlen i forældelsesloven, og **uanset** at beviset var udstedt pr. kulance. Vilkåret blev tilsidesat efter § 38 c, jf. § 36, hvorefter den almindelige treårige forældelsesfrist trådte i stedet. Kulance er altså ikke en fribillet: når den erhvervsdrivende først har valgt at yde noget, prøves vilkårene for ydelsen på almindelig vis.

Afbestilling. I **2003-612/7-363** havde en brud lejet en kjole til 3.200 kr. og afbestilte to måneder før leveringen, da brylluppet blev aflyst. Lejekontrakten bestemte, at der ikke skete tilbagebetaling ved afbestilling. Nævnet fandt vilkåret »uventet byrdefuldt for forbrugeren« og – fordi det ikke var specielt fremhævet – ikke bindende, jf. § 38 c, jf. § 36. Nævnet inddrog samtidig den almindelige loyalitetspligt: den erhvervsdrivende havde ikke godtgjort at have forsøgt at begrænse sit tab ved at udleje kjolen til anden side. Vederlaget blev nedsat til 1.700 kr.

PRAKSIS	Forbrugerklagenævnet · Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	26.03.2024
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet tilsidesatte gyldighedsbegrænsning på tilgodebevis	18.11.2009
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger kunne opsigte fitnessabonnement efter udløb af bindingsperiode	16.02.2007
	Forbrugerklagenævnet · Forbruger kan opsigte træningsaftale før tid pga. urimelig uopsigelsesperiode	15.09.2004
	Forbrugerklagenævnet · Opsigelse af Viasat Guld-abonnement – Forbrugerklagenævnets fortolkning af opsigelsesvilkår	31.12.2002
	Forbrugerklagenævnet · Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole	01.01.1980

Misligholdelses- og strafgebyrer: standardisering uden tabsopgørelse er urimeligt

Den klareste og mest konsistente linje i hele retsområdet angår **forud fastsatte standardbeløb ved forbrugerens misligholdelse eller udtræden**. Testen er, om vilkåret stiller forbrugeren væsentligt ringere end de almindelige erstatningsretlige grundsætninger, uden at dette er særligt fremhævet.

Brugtbil-sagen er referencepunktet. Forbrugerombudsmanden påtalte i 1999 et vilkår i brugtbilbranchens standardkontrakt (DAF's slutseddel), hvorefter køberen ved annullering skulle betale 10 % af købesummen i erstatning. Forbrugerklagenævnet tilsidesatte vilkåret i to sager, hvorefter én blev indbragt for retten med Forbrugerombudsmanden som biintervenient for forbrugeren og DAF som biintervenient for sælgeren. Vestre Landsret afsagde dom den 15. august 2000: vilkåret var ganske vist **vedtaget**, da det stod under slutsedlens standardvilkår, men det ville være **urimeligt at fastholde** det, fordi det var ensidigt fastsat af sælger og stillede forbrugeren væsentligt ringere end efter købelovens almindelige erstatningsregler, uden at dette var særligt fremhævet. **Højesteret stadfæstede den 21. december 2001**, at standardvilkåret var urimeligt og skulle tilsidesættes efter [aftalelovens § 38 c](#), jf. [§ 36](#). Forløbet er beskrevet i Forbrugerombudsmandens sagsfremstillinger af **30. marts 2004** og **27. april 2004**.

Sondringen mellem *vedtagelse* og *rimelighed* er kernen: vilkåret bestod vedtagelsesprøven og faldt alligevel. Det er netop indholdscensurens funktion.

Elgebyr-sagen fra 2025 viser, at standarden holder – og er blevet skarpere. Et elselskab opkrævede et fast gebyr på 700 kr. ved forbrugerens opsigelse af en fastprisaftale i bindingsperioden, uanset opsigelsestidspunkt, faktisk forbrug eller den konkrete aftale. Forbrugerombudsmanden fastslog, at gebyret ikke opfyldte elleveringsbekendtgørelsens krav om, at et skiftegebyr skal være forholdsmæssigt og ikke må overstige selskabets **direkte økonomiske tab**:

»Det var uden betydning, om tabet i nogle tilfælde eller i gennemsnit udgjorde 700 kr. Et sådant forud fastsat standardiseret gebyr er usædvanligt og stiller forbrugeren væsentligt ringere end almindelige erstatningsretlige principper.«

Vilkåret var derfor urimeligt i strid med [aftalelovens § 36](#) og [§ 38 c](#) samt i strid med god markedsføringsskik efter [markedsføringslovens § 3](#) og god erhvervsskik efter [§ 4](#). Bemærk formuleringen: **»Det ugyldige vilkår skulle tilsidesættes helt og kunne ikke gøres gældende over for forbrugerne.«** Det er [§ 38 c](#), stk. 2-retsvirkningen i praksis – gebyret kunne ikke reduceres til det faktiske tab, det bortfaldt.

En tilsvarende betragtning i **2002-441/7-391**: en »Total Service-kontrakt« til 595 kr. undtog i pkt. 4 skader som følge af tilkalkning, slidtage, rust, fabrikationsfejl og seriefejl. Nævnet fandt, at undtagelsen »udelukkede

langt hovedparten af de fejl, en forbruger typisk ville opleve«, og at et sådant ensidigt udformet vilkår, der undtog skadestyper, som efter kontraktens titel og øvrige ordlyd måtte forventes omfattet, var urimeligt og kunne tilsidesættes efter [§ 38 c, stk. 1](#), jf. [§ 36](#). Også en selvrisiko på 200 kr. ekskl. moms ved enhver skade blev – set i lyset af kontraktens titel – tilsidesat. Afgørelsen viser, at **ansvarsfraskrivelser prøves mod forbrugerens berettigede forventning ud fra produktets egen markedsføring**: kalder man noget »total service«, kan man ikke tømme det for indhold i det med småt.

Grænserne. Ikke ethvert gebyr falder. I **20/01888** afviste Forbrugerklagenævnet at tilsidesætte et flyselskabs navneændringsgebyr på 550 kr. pr. person hver vej. Nævnet lagde til grund, at vilkåret fremgik klart og tydeligt af hjemmesiden ved aftalens indgåelse, og at det – selv om det var »byrdefuldt og ikke individuelt forhandlet« – måtte anses for vedtaget uanset forbrugerens manglende opmærksomhed. Afgørende for rimeligheden var en **sagkyndig udtalelse** om, at gebyret var sædvanligt sammenlignet med andre lavprisselskaber. Sagen illustrerer det moment, forarbejderne fremhæver – om vilkåret er usædvanligt inden for branchen – men også dets grænse: 1994-forarbejderne understreger udtrykkeligt, at »[e]n handlemåde er dog ikke rimelig, alene fordi den er sædvanlig på det pågældende område«.

Presset aftaleindgåelse. I **2001-512/7-536** havde et flyttefirma telefonisk aftalt 3.000–4.000 kr., men fik under flytningen – efter at have fjernet og taget indboet i besiddelse – forbrugeren til at underskrive en ordrebekræftelse uden samlet pris og krævede herefter langt mere. Nævnet fandt fremgangsmåden i strid med redelig handlemåde, da forbrugeren på dette tidspunkt var i en presset situation, og underskriften kunne derfor ikke binde hende ud over det mundtligt aftalte, jf. [§ 38 c](#) og [§ 36](#). Nævnet lagde desuden bevisbyrden for, at prisen var ekskl. moms, hos den erhvervsdrivende. Betalingen af 2.000 kr. for at få udleveret tilbageholdte skabslåger udgjorde ikke accept af prisforhøjelsen. Se hertil også Forbrugerombudsmandens **afgørelse af 17. maj 2021 om urimelige betalingsvilkår ved betaling for parkering**.

LOV	Aftaleloven § 36	Aftaleloven § 38c, stk. 1	Markedsføringsloven § 3
	Markedsføringsloven § 4		
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaf tale på el		09.04.2025
	Forbrugerombudsmanden · Urimelige betalingsvilkår og vildledende udeladelser ved betaling for parkering		17.05.2021
	Forbrugerombudsmanden · Højesteretsdom stadfæster tilsidesættelse af standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb		27.04.2004
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb		30.03.2004
	Forbrugerklagenævnet · Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet		19.03.2020
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Totalservicekontrakt tilsidesat pga. urimelige vilkår		31.12.2002
	Forbrugerklagenævnet · Prisstigning efter aftale om flytning - Forbrugerklagenævnets afgørelse		31.12.2002

Hele aftalen falder: overgældsætning og manglende kreditværdighedsvurdering

En særlig og praktisk vigtig anvendelse af [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#), er tilfælde, hvor det ikke er et enkelt vilkår, men **hele låneaftalen**, der tilsidesættes på grund af forholdene ved aftalens indgåelse.

Forbrugerombudsmandens **afgørelse af 15. januar 2020** angik en forbruger, der havde optaget lån hos flere forbrugslånselskaber. Forbrugerombudsmanden vurderede, at selskaberne ikke havde foretaget tilstrækkelige

kreditværdighedsvurderinger efter [kreditaftalelovens § 7 c](#) – en korrekt vurdering ville have vist, at forbrugeren ikke kunne betale ydelserne og afvikle lånene inden for rimelig tid. Bevillingen var derfor i strid med god markedsføringsskik, jf. [markedsføringslovens § 3](#). Retsvirkningen blev formuleret skarpt:

»[L]åneaftalerne skulle tilsidesættes i sin helhed, jf. [aftalelovens] § 38 c, jf. § 36. Forbrugeren skulle alene tilbagebetale det lånte beløb efter fradrag af eventuelle betalte ydelser og uden tillæg af renter eller omkostninger.«

Samme resultat i **afgørelsen af 6. maj 2020**, hvor to virksomheder havde ydet lån til en forbruger på offentlig forsørgelse med en gennemsnitlig nettoindkomst på ca. 7.000 kr. om måneden, betydelige faste udgifter og afdrag på eksisterende gæld – mens de månedlige renter på de nye lån alene udgjorde 1.635 kr. Forbrugerombudsmanden vurderede, at låneaftalerne skulle tilsidesættes efter [§ 38 c](#), jf. [§ 36](#), »som følge af forholdene ved aftalernes indgåelse«, så forbrugeren alene skulle tilbagebetale det lånte uden nogen form for renter eller omkostninger – herunder misligholdelsesomkostninger – og efter fradrag af allerede indbetalte beløb. Virksomhederne frafaldt krav på renter og omkostninger, selv om de ikke var enige i vurderingen.

Henvisningen til **»forholdene ved aftalernes indgåelse«** er en direkte anvendelse af [§ 36, stk. 2](#), som [§ 38 c](#) inkorporerer. Konstruktionen er elegant: overtrædelsen af den offentligretlige kreditværdighedspligt i kreditaftaleloven leverer det faktum, der gør det urimeligt at gøre aftalen gældende civilretligt. Det er præcis det moment, 1994-forarbejderne oplister – »om en aftale eller et aftalevilkår er i strid med præceptiv (ufravigelig) lovgivning« og »om anvendelsen af det pågældende aftalevilkår er i strid med markedsføringslovens regler«.

Metoden er den samme som i **2002-441/7-391** og i brugtbil-sagen: aftalen eller vilkåret er formelt vedtaget og formelt lovligt indgået, men det ville være urimeligt at gøre det gældende. Bemærk kontrasten til Det Finansielle Ankenævns rentesager: hvor nævnet i **587/2024** afviste påstanden om »ågerrenter« på et lån til 17,99 % p.a. med den begrundelse, at renten fremgik klart af den underskrevne aftale, går Forbrugerombudsmanden bag om aftalens klarhed og spørger, om den overhovedet burde være indgået. Aftalens klarhed frikender altså prisen efter [art. 4, stk. 2](#) – men ikke aftaleindgåelsen efter [§ 36, stk. 2](#).

Det skal bemærkes, at Det Finansielle Ankenævn i **587/2024** og **24/2025** udtrykkeligt afviser at have kompetence til at pålægge akkord eller gældseftergivelse – det beror alene på bankens kreditmæssige vurdering. Nævnene prøver vilkårets rimelighed, ikke bankens forretningsmæssige skøn. Forskellen på de to fora er derfor ikke kun metodisk, men også kompetencemæssig.

LOV

Aftaleloven § 36, stk. 1, 2

Aftaleloven § 38c

Kreditaftaleloven § 7c

Markedsføringsloven § 3

PRAKSIS	Det finansielle ankenævn · 587/2024 Indsigelse mod rentevilkår og restgæld på forbrugslån hos Bank Norwegian	28.08.2025
	Det finansielle ankenævn · Resurs Bank frifundet i sag om krav om nedsættelse af variabel rente og akkordaftale	28.08.2025
	Forbrugerombudsmanden · Manglende kreditværdighedsvurdering fører til tilsidesættelse af låneaftaler	06.05.2020
	Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden tilsidesætter låneaftaler grundet manglende kreditværdighedsvurdering og overgældsætning	15.01.2020
	Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Totalservicekontrakt tilsidesat pga. urimelige vilkår	31.12.2002

Kollektiv håndhævelse: Forbrugerombudsmandens tilsyn efter §§ 38 e og 38 f

§ 11

Direktivets art. 7 kræver, at medlemsstaterne sikrer »egnede og effektive midler til at bringe anvendelsen af urimelige kontraktvilkår ... til ophør«, og at organisationer med legitim interesse kan indbringe sager om vilkår »udarbejdet med henblik på generel anvendelse« – også samlet mod flere erhvervsdrivende inden for samme branche, jf. **art. 7, stk. 3**. Denne del af direktivet blev i 1994 anset for opfyldt via markedsføringsloven, jf. lov nr. 428 af 1. juni 1994.

Den konstruktion hvilede imidlertid på en afledt hjemmel. **Betænkning nr. 1577/2021, s. 209** beskriver den:

»Forbrugerombudsmanden har efter gældende ret hjemmel til at gribe ind over for overtrædelser af den civilretlige forbrugerbeskyttelseslovgivning i medfør af god skik-reglen i markedsføringslovens § 3, jf. Højesterets dom i UfR 2013.2941H. Den foreslåede tilsynsbestemmelse er en kodificering af gældende ret og ændrer ikke på Forbrugerombudsmandens generelle tilsynsadsangang.«

Med **lov nr. 2158 af 27. november 2021** blev hjemlen skrevet direkte ind i aftaleloven. **§ 38 e** bestemmer:

»Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, om erhvervsdrivende anvender urimelige aftalevilkår, og med overholdelsen af § 38 b, stk. 2. Tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.«

Tilsynet dækker altså to ting: **urimelige aftalevilkår** (herunder i tilbud om at indgå aftale) og **transparenskravet**. At tilsynet føres efter markedsføringslovens regler indebærer efter betænkningen, at det er underlagt forhandlingsprincippet (markedsføringslovens § 28), og at Forbrugerombudsmanden kan indbringe sager om forbud og påbud for retten.

§ 38 f giver justitsministeren hjemmel til efter indstilling fra Forbrugerombudsmanden at fastsætte regler om **bødestraf** for erhvervsdrivende, som anvender nærmere angivne standardvilkår, der er »klart urimelige at anvende i forbruger aftaleforhold, jf. aftalelovens § 38 c«. For udbredte overtrædelser med EU-dimension – dvs. som kan skade de kollektive forbrugerinteresser i mindst to EU-medlemsstater ud over Danmark – kan bøden maksimalt udgøre **4 % af den erhvervsdrivendes årlige omsætning** i de berørte medlemsstater, eller 2 mio. euro hvis omsætningsoplysninger ikke er tilgængelige. Der kan desuden fastsættes regler om strafansvar for juridiske personer. Dette er en betydelig principiel nyskabelse: anvendelsen af urimelige standardvilkår kan sanktioneres strafferetligt, ikke blot mødes med civilretlig ugyldighed.

Også §§ 38 e og 38 f er indsat ved 2021-loven og fremgår derfor **ikke** af den konsoliderede aftalelov fra 2016.

Rigsadvokatmeddelelsen, afsnittet om markedsføring, beskriver samspillet fra anklagemyndighedens side:

»Forbrugerombudsmanden kan også gribe ind over for overtrædelser af den civilretlige forbrugerbeskyttelseslovgivning, som f.eks. købeloven, aftaleloven, forbruger aftaleloven, renteloven mv. Det følger af markedsføringslovens §§ 3 og 4.«

Meddelelsen bemærker desuden, at Forbrugerombudsmandens retningslinjer og vejledninger »ikke [er] formelt bindende, men handlinger i strid hermed må i almindelighed forventes at blive betragtet som stridende mod god markedsføringsskik eller god erhvervsskik«.

Kollektiv håndhævelse i praksis. Den mest markante nyere illustration er **CPC-sagen om en international betalingstjeneste** fra 2023, hvor de nationale forbrugermyndigheder i EU- og EØS-landene gennem CPC-netværket under Europa-Kommissionens koordinering undersøgte tjenestens kontraktvilkår. Resultatet: vilkårene var i strid med **§ 38 b**, fordi de ikke var affattet tilstrækkeligt klart og letforståeligt for en gennemsnitsforbruger, og bestemmelser, der medførte væsentlig skævhed til skade for forbrugeren, var urimelige efter **§ 38 c**, vurderet under inddragelse af **§ 36**. Tjenesten blev pålagt at ændre vilkårene. Sagen

viser præcis den grænseoverskridende håndhævelse, som moderniseringsdirektivets bodeloft er designet til at understøtte.

De øvrige tilsynssager i denne oversigt – **fom-110526** (ensidig ændringsadgang), **fom-112467** (elgebyr), **fom-80092** (ulovlige prisændringsklausuler), **fom-80302** (gebyrvilkår) og brugtbil-sagerne – er alle udslag af samme kollektive logik: Forbrugerombudsmanden angriber vilkåret i standardkontrakten, ikke blot det enkelte krav mod den enkelte forbruger.

LOV	Aftaleloven § 36	Aftaleloven § 38b, stk. 2	Aftaleloven § 38c	Markedsføringsloven § 3
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastpris aftale på el			09.04.2025
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel			17.12.2024
	Forbrugerombudsmanden · Urimelige og uforståelige aftalevilkår hos international betalingstjeneste			11.09.2023
	Forbrugerombudsmanden · Lånevirksohmheders brug af ulovlige ensidige prisændringsklausuler i strid med kreditaftaleloven			01.04.2022
	Forbrugerombudsmanden · Krav til klare gebyrvilkår og varsling af gebyrændringer			23.11.2006
	Forbrugerombudsmanden · Højesteretsdom stadfæster tilsidesættelse af standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb			27.04.2004
	Forbrugerombudsmanden · Urimeligt standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb			30.03.2004

§ 36 som ydre grænse: fri lejefastsættelse og huslejenævnenes

§ 12 tilbageholdenhed

Et selvstændigt – og statistisk betydeligt – anvendelsesområde for [aftalelovens § 36](#) i forbrugerlignende forhold er **fri lejefastsættelse**. Efter [lejelovens § 55](#) kan huslejenævnet i lejemål, hvor lejen er fastsat frit – typisk fordi lejemålet er taget i brug efter 31. december 1991 eller pr. den dato lovligt udelukkende blev benyttet til erhverv, jf. [lejelovens § 54, stk. 1](#) – **kun** tilsidesætte lejen, hvis den skønnes urimelig efter [aftalelovens § 36](#). Bestemmelsen er altså den eneste øvre grænse for lejen. Som huslejenævnet formulerede det i **259-119347**: nævnet kan ikke fastsætte en øvre grænse efter [lejelovens](#) regler, idet »det øverste lejeniveau i sådanne tilfælde fastsættes af [aftalelovens § 36](#)«.

Praksis er markant tilbageholdende:

Sag	Leje	Udfald
101-58994	2.438 kr./m ² årligt, København Ø, ejendom fra 2004	Flertallet godkendte; mindretallet ville nedsætte til 1.800 kr./m ²
250-41855	8.917,70 kr./md., 67 m ² , Frederikssund, ombygget erhverv	Godkendt efter besigtigelse
370-121091	1.257,69 kr./m ² årligt, 104 m ² , ombygget kro/hotel	Godkendt – nyrenoveret, høj standard
370-120705	1.334,58 kr./m ² årligt, samme ejendom	Lejen godkendt; udlejer dog pålagt at udbedre to mangler
223-56257	–	Leje fundet rimelig trods lejers påstand om overpris

Dissensen i **101-58994** er lærerig, fordi mindretallet netop anvendte den helhedsvurdering, [§ 36, stk. 2](#) foreskriver. Mindretallet ville nedsætte lejen fra 2.438 kr./m² til 1.800 kr./m² og lagde vægt på **manglende**

moderniseringer siden opførelsen i 2004 sammenholdt med lejekontraktens § 11, der begrænsede lejerens brug: pligt til indvendig vedligeholdelse, forbud mod at male i andet end hvide farver, forbud mod at bore i fliser, fuger, inventar og skabe, rygeforbud og ni måneders uopsigelighed. Mindretallet vurderede altså **prisen i lyset af de øvrige vilkår** – præcis den metode, [direktivets art. 4, stk. 1](#) foreskriver, når den kræver hensyn til »alle andre vilkår i aftalen«. Flertallet fandt derimod ikke lejeniveauet af »en størrelse, som kunne karakteriseres som urimelig«.

Det interessante er, at huslejenævnene konsekvent henviser til § 36 alene – ikke til [§ 38 c](#). Lejeaftaler mellem en erhvervsmæssig udlejer og en privat lejer opfylder normalt definitionen i [§ 38 a, stk. 2](#), og lejevilkår er sjældent individuelt forhandlet. Dermed rejser sig et ubesvaret spørgsmål efter 2021-reformen: er de begrænsende brugsvilkår, mindretallet i **101-58994** pegede på, ikke-individuelt forhandlede vilkår, som ved urimelighed nu skal tilsidesættes **helt** efter [§ 38 c, stk. 2](#) – frem for at indgå som en skønsfaktor i lejens fastsættelse? Praksis har endnu ikke taget stilling.

Bemærk i øvrigt, at [lejelovens § 55](#) er et af de tydeligste eksempler på, at lovgiver bruger § 36 som en indbygget grænse i speciallovgivningen. Lejelovskommissionen bemærkede i sin tid, at § 36 sjældent påberåbes på lejeområdet, fordi lejeren i stedet påberåber sig lejelovgivningens egne nedsættelsesregler, der »sætter et lavere maksimum for den tilladte leje, end hvad der ville følge af en anvendelse af aftalelovens § 36«. Netop dér, hvor de særlige regler ikke gælder – ved fri lejefastsættelse – bliver § 36 den eneste tilbageværende beskyttelse, og som tabellen viser, er den en tynd en.

LOV	Aftaleloven § 36, stk. 1, 2	Aftaleloven § 38a, stk. 2	Aftaleloven § 38c, stk. 2
	Lejeloven § 54, stk. 1	Lejeloven § 55	
PRAKSIS	Huslejenævnet · Godkendelse af fri lejefastsættelse i lejlighed ombygget fra erhverv (kro/hotel) – Lejen vurderes ikke urimelig efter Aftaleloven § 36 05.12.2025 Huslejenævnet · Godkendelse af fri lejefastsættelse og påbud om udbedring af mangler ved hoveddør og emhætte i ombygget erhvervslejlighed 05.12.2025 Huslejenævnet · Huslejenævnet kan ikke fastsætte øvre grænse for leje ved fri lejefastsættelse 29.04.2025 Huslejenævnet · Huslejenævnets afgørelse om lejens rimelighed i et frit fastsat lejeforhold 02.12.2024 Huslejenævnet · Godkendelse af fri lejefastsættelse i ejendom fra 2004, da den aftalte leje ikke skønnes urimelig efter aftalelovens § 36 08.11.2024 Huslejenævnet · Huslejenævnet godkender lejeforhøjelse og fri lejefastsættelse i ombygget erhvervslejlighed 30.10.2024		

§ 13 Sammenfatning: hvor grænsen faktisk går

Praksis efter [aftalelovens § 36](#) og [§ 38 c](#) tegner et skarpere billede, end lovteksten alene lader ane.

Prisen slipper næsten altid. Det er det mest robuste mønster i materialet. Det Finansielle Ankenævns flertal har frifundet ved renter på op til 17,45 % p.a. (**31/2019**), ved lån hvor gælden voksede trods ti års punktlig indbetalinger (**200/2017**), og ved en rente fastholdt uændret i elleve år under et markant faldende marked (**197/2024**). Forklaringen er retligt konsistent: [direktivets art. 4, stk. 2](#) undtager forholdet mellem pris og ydelse fra urimelighedsvurderingen, når vilkåret er klart affattet – og en klart oplyst variabel rente er netop det. Hertil kommer, at »variabel« efter fast praksis giver banken en ret, ikke forbrugeren et krav på nedsættelse, medmindre aftalen binder renten til en referencerente, jf. **266/2025** og **581/2024** sammenholdt med [kreditaftalelovens §](#)

8, stk. 6. Den vedholdende 3-2-dissens i sagsrækken viser dog, at spørgsmålet ikke er afklaret som et retspolitisk anliggende – kun som gældende praksis.

Magten over aftalen slipper ikke. Hvor prisen prøves og består, falder de vilkår, der giver den erhvervsdrivende ensidig og ukontrolleret rådighed. Grænsen tegnes af tre kriterier fra Forbrugerombudsmandens **afgørelse af 17. december 2024**: klare og forståelige kriterier for ændringen, individuelt og rimeligt varsel, og en reel opsigelsesmulighed. Mangler ét af dem, er ændringsklausulen urimelig og ugyldig. Det er også kernen i mindretallets synspunkt i **502/2020** om »en for vilkårlig adgang til at forhøje renten«.

Standardiserede strafgebyrer falder. Fra Højesterets stadfæstelse den 21. december 2001 i brugtbil-sagen til elgebyret i 2025 er linjen uændret: et forud fastsat beløb, der ikke tager stilling til det konkrete tab, stiller forbrugeren væsentligt ringere end almindelige erstatningsretlige grundsætninger og er urimeligt – også når gennemsnittet tilfældigvis rammer rigtigt.

Bindingsvilkår lempes – men fra 2022 skal de tilsidesættes. Forbrugerklagenævnets klassiske teknik i **2003-541/7-7** og Viasat-sagerne var at *erstatte* 12 måneders uopsigelighed med et 3-måneders varsel. Efter **§ 38 c, stk. 2** er den teknik ikke længere tilgængelig for ikke-individuelt forhandlede vilkår. Vilkåret skal tilsidesættes helt, hvorefter aftalen opretholdes uden det, hvis det er muligt.

Tre praktiske pejlemærker for den, der skal føre en sag:

1. **Angrib mekanismen, ikke tallet.** Renteniveauet er aftalens pris og er i praksis immunt. Ændringsklausulen, varslingsproceduren og bindingsvilkåret er det ikke.
2. **Brug bevisbyrdereglerne.** Den erhvervsdrivende skal bevise, at aftalen ikke er en forbruger aftale (**§ 38 a, stk. 2**) og at vilkåret har været individuelt forhandlet (**§ 38 b, stk. 1**). Lykkes det sidste ikke, udløses både uklarhedsreglen og – ved urimelighed – den fulde tilsidesættelse efter **§ 38 c, stk. 2**.
3. **Prøv rækkefølgen.** Vedtagelse først (er det byrdefulde vilkår særligt fremhævet?), derefter fortolkning efter **§ 38 b**, og først til sidst urimeligheds censuren. **16/12099, 15/05484, 01-10-7506** og **2004 - 7242/7-86** blev alle afgjort, før nævnet nåede til **§ 38 c**. Og husk forældelsen: løbende rentetilskrivning betyder løbende forældelse efter **forældelseslovens § 3, stk. 1** – i **197/2024** var alt før 1. april 2021 tabt på forhånd.

En afsluttende advarsel om retskilden. Den konsoliderede aftalelov er lovbekendtgørelse nr. 193 af 2. marts 2016. Hverken **§ 38 c, stk. 2** eller §§ 38 e og 38 f er rullet ind i den. Den, der læser **§ 38 c** i den konsoliderede tekst, læser retstilstanden fra før 28. maj 2022 og vil overse både forbuddet mod delvis opretholdelse og Forbrugerombudsmandens udtrykkelige tilsyns- og sanktions hjemmel. Gældende ret er lovbekendtgørelse nr. 193/2016 **sammenholdt med lov nr. 2158 af 27. november 2021**.

LOV	Aftaleloven § 36	Aftaleloven § 38a, stk. 2	Aftaleloven § 38b, stk. 1
	Aftaleloven § 38c, stk. 1, 2	Forældelsesloven § 3, stk. 1	Kreditaftaleloven § 8, stk. 6
PRAKSIS	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod uændret rente på privatlån trods fald i markedsrenterne hos Resurs Bank		
	Det finansielle ankenævn · Krav om nedsættelse af rente på variabelt forrentet billån efter Nationalbankens rentesænkninger afvist		
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj rente på boliglån hos Nordea og spørgsmål om forældelse		
	Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod renteberegning, forlængelse af løbetid og manglende rentebesparelse på forbrugslån		

Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj rente og forlænget løbetid på lån trods overholdelse af betalingsaftale	20.08.2019
Det finansielle ankenævn · Indsigelse mod høj variabel rente og manglende nedbringelse af gæld trods omfattende indbetalinger	24.05.2018
Forbrugerklagenævnet · Gebyr for nedtagning af alarmsystem underkendt pga. manglende prisoplysning	05.10.2017
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Erhvervsdrivende ikke berettiget til betaling for udlevering af nøgle ved abonnementsophør	24.06.2016
Forbrugerklagenævnet · Krav om efterbetaling for briller efter opsigelse af abonnement afvist grundet uklart aftalevilkår	22.09.2011
Forbrugerklagenævnet · Forbrugerklagenævnet: Fortolkning af lejekontrakt vedrørende briller - Opsigelse og ugyldigt rykkergebyr	31.05.2005
Forbrugerklagenævnet · Forbruger kan opsige træningsaftale før tid pga. urimelig uopsigelsesperiode	15.09.2004
Forbrugerklagenævnet · Opsigelse af Viasat Guld-abonnement – Forbrugerklagenævnets fortolkning af opsigelsesvilkår	31.12.2002
Forbrugerombudsmanden · Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el	09.04.2025
Forbrugerombudsmanden · Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel	17.12.2024
Forbrugerombudsmanden · Højesteretsdom stadfæster tilsidesættelse af standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb	27.04.2004
Forbrugerombudsmanden · Urimeligt standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb	30.03.2004

REFERENCE Lovgrundlag

6 paragraffer

Aftaleloven § 36	Aftaleloven § 38a
Aftaleloven § 38b	Aftaleloven § 38c
Aftaleloven § 38d	Markedsføringsloven § 3

MATERIALE Citerede afgørelser

50 afgørelser

DET FINANSIELLE ANKENÆVN · NÆVN / KLAGEINSTANS			16
28.08.2025	Resurs Bank frifundet i sag om krav om nedsættelse af variabel rente og akkordaftale		24/2025
28.08.2025	Indsigelse mod uændret rente på privatlån trods fald i markedsrenterne hos Resurs Bank		266/2025
28.08.2025	587/2024 Indsigelse mod rentevilkår og restgæld på forbrugslån hos Bank Norwegian		587/2024
21.03.2025	Krav om nedsættelse af renten på forbrugslån og tvist om sikkerhedsstillelse i jordstykke		473/2024
21.03.2025	Krav om nedsættelse af rente på variabelt forrentet billån efter Nationalbankens rentesænkninger afvist		581/2024
04.12.2024	Indsigelse mod høj rente på boliglån hos Nordea og spørgsmål om forældelse		197/2024

30.11.2023	Indsigelse mod renteforhøjelser på boliglån og påstand om brudt løfte om fast rente	192/2023
23.06.2023	Indsigelse mod renteforhøjelser på variabelt forrentet boliglån og spørgsmål om forældelse	459/2022
01.10.2021	Afslag på krav om rentekompensation for boliglån med høj variabel rente og mangelfuld rådgivning	31/2021
09.09.2021	Indsigelse mod renteberegning, forlængelse af løbetid og manglende rentebesparelse på forbrugslån	502/2020
08.06.2020	Bo efter afdød kunde fik ikke medhold i klage over høj rente og mangelfuld rådgivning om boligkredit	296/2019
08.06.2020	Klager fik ikke medhold i krav om nedsættelse af rente på 13 % på omlagt lån	430/2019
16.09.2019	Krav om gælds nedsættelse afvist trods påstand om urimelige renter og uigennemskuelige låneforhøjelser	353/2018
20.08.2019	Indsigelse mod høj rente og forlænget løbetid på lån trods overholdelse af betalingsaftale	31/2019
24.05.2018	Indsigelse mod høj variabel rente og manglende nedbringelse af gæld trods omfattende indbetalinger	200/2017
23.11.2010	Krav om nedsættelse af variabel rente på lån og klage over kvartalsvis rentetilskrivning	1180/2009
FORBRUGERKLAGENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS		15
26.03.2024	Erhvervsdrivende pålagt tilbagebetaling efter opsigelse af årsabonnement til bootcamp-træning	22/01105
19.03.2020	Gebyr for ændring af flybilletter var rimelig - Forbrugerklagenævnet	20/01888
05.10.2017	Gebyr for nedtagning af alarmsystem underkendt pga. manglende prisoplysning	16/12099
24.06.2016	Forbrugerklagenævnet: Erhvervsdrivende ikke berettiget til betaling for udlevering af nøgle ved abonnementsophør	15/05484
22.09.2011	Krav om efterbetaling for briller efter opsigelse af abonnement afvist grundet uklart aftalevilkår	01-10-7506
18.11.2009	Forbrugerklagenævnet tilsidesatte gyldighedsbegrænsning på tilgodebevis	1259-09-01
16.02.2007	Forbruger kunne opsiges fitnessabonnement efter udløb af bindingsperiode	2005-541/7-64
31.05.2005	Forbrugerklagenævnet: Fortolkning af lejekontrakt vedrørende briller - Opsigelse og ugyldigt rykkergebyr	2004 - 7242/7-86
15.09.2004	Forbruger kan opsiges træningsaftale før tid pga. urimelig uopsigelighedsperiode	2003-541/7-7
31.12.2002	Forbrugerklagenævnet: Uretmæssig opkrævning af gebyr for tidsbegrænset medlemskab	2001-283/7-37
31.12.2002	Teleabonnement oprettet af mentalt handicappet – krav om skriftlig opsigelse	2001-4054/7-755
31.12.2002	Prisstigning efter aftale om flytning - Forbrugerklagenævnets afgørelse	2001-512/7-536

31.12.2002	Opsigelse af Viasat Guld-abonnement – Forbrugerklagenævnets fortolkning af opsigelsesvilkår	2002-4013/7-133[-semicolon] 2002-4013/7-26[semicolon] 2002-4013/7-140[semicolon]20
------------	---	--

31.12.2002	Forbrugerklagenævnet: Totalservicekontrakt tilsidesat pga. urimelige vilkår	2002-441/7-391
------------	---	----------------

01.01.1980	Afgørelse om afbestilling af leje af brudekjole	2003-612/7-363
------------	---	----------------

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS		13
---	--	----

09.04.2025	Ulovligt standardgebyr for opsigelse af fastprisaftale på el	
------------	--	--

17.12.2024	Urimeligt aftalevilkår om ensidig ændring af priser og gebyrer uden varsel	
------------	--	--

11.09.2023	Urimelige og uforståelige aftalevilkår hos international betalingstjeneste	
------------	--	--

22.12.2022	Elselskab indskærpes for mangelfuld varsling om produktændring og vildledende oplysninger	
------------	---	--

01.04.2022	Lånevirksohmheders brug af ulovlige ensidige prisændringsklausuler i strid med kreditaftaleloven	
------------	--	--

10.01.2022	Urimeligt gebyr og krav om kvittering ved udbetaling af oplevelsesgavekort	
------------	--	--

17.05.2021	Urimelige betalingsvilkår og vildledende udeladelser ved betaling for parkering	
------------	---	--

06.05.2020	Manglende kreditværdighedsvurdering fører til tilsidesættelse af låneaftaler	
------------	--	--

15.01.2020	Forbrugerombudsmanden tilsidesætter låneaftaler grundet manglende kreditværdighedsvurdering og overgældsætning	
------------	--	--

23.11.2006	Krav til klare gebyrvilkår og varsling af gebyrændringer	
------------	--	--

27.04.2004	Højesteretsdom stadfæster tilsidesættelse af standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb	
------------	---	--

27.04.2004	Forsikringselskab tilsagde at stoppe opkrævning af gebyrer uden hjemmel i forsikringsbetingelser	
------------	--	--

30.03.2004	Urimeligt standardvilkår om 10% erstatning ved annullering af brugtbilskøb	
------------	--	--

HUSLEJENÆVNET · NÆVN / KLAGEINSTANS		6
-------------------------------------	--	---

05.12.2025	Godkendelse af fri lejefastsættelse og påbud om udbedring af mangler ved hoveddør og emhætte i ombygget erhvervslejlighed	370-120705
------------	---	------------

05.12.2025	Godkendelse af fri lejefastsættelse i lejlighed ombygget fra erhverv (kro/hotel) – Lejen vurderes ikke urimelig efter Aftaleloven § 36	370-121091
------------	--	------------

29.04.2025	Huslejenævnet kan ikke fastsætte øvre grænse for leje ved fri lejefastsættelse	259-119347
------------	--	------------

02.12.2024	Huslejenævnets afgørelse om lejens rimelighed i et frit fastsat lejeforhold	223-56257
------------	---	-----------

08.11.2024	Godkendelse af fri lejefastsættelse i ejendom fra 2004, da den aftalte leje ikke skønnes urimelig efter aftalelovens § 36	101
------------	---	-----

30.10.2024	Huslejenævnet godkender lejeforhøjelse og fri lejefastsættelse i ombygget erhvervslejlighed	250-41855
------------	---	-----------

FORARBEJDE Betænkninger

4 referencer

Forbrugerbeskyttelse ved erhvervelse af fast ejendom

nr. 1276 · 1994 · Justitsministeriet

Betænkning nr. 1403 om gennemførelse af forbrugerkøbsdirektivet i dansk ret (del 1)

nr. 1403 · 2001 · Justitsministeriet

Betænkning nr. 1540/2013 om gennemførelse af direktivet om forbrugerrettigheder

nr. 1540 · 2013 · Erhvervs- og Vækstministeriet

Delbetænkning II om gennemførelse af visse dele af direktivpakken New Deal for Consumers

nr. 1577 · 2021 · Justitsministeriet

10

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over vildledende markedsføring (Forbrugerombudsmanden – generelt)

Forbrugerombudsmandens håndhævelse af markedsføringslovens §§ 4-9, 13 og 15

Version 2 · Opdateret 27. jun. 2026 · 35 afgørelser · 2009-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Denne praksisoversigt dækker Forbrugerombudsmandens samlede praksis om vildledende og utilbørlig handelspraksis efter markedsføringsloven (LBK 1420/2024), som gennemfører EU's direktiv om urimelig handelspraksis (2005/29/EF). Retsgrundlaget hviler på forbuddet mod vildledende handlinger (§ 5), vildledende udeladelser (§ 6), aggressiv handelspraksis (§ 7), dokumentationskravet for faktiske påstande (§ 13) og den såkaldte »sortliste« i lovens bilag 1 (§ 9). Praksis viser et markant stigende bødeniveau – fra 20.000 kr. for enkel prissammenligning til 16,9 mio. kr. for systematisk vildledende forsikringsmarkedsføring – understøttet af den omsætningsbaserede bødemodel indført pr. 1. januar 2022 og muligheden for fængselsstraf ved grove overtrædelser fra 1. juli 2023.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01 Vildledende markedsføring bedømmes ud fra helhedsindtrykket hos en gennemsnitsforbruger, uanset om de enkelte oplysninger er faktuelte korrekte (markedsføringsloven § 5, stk. 1).
- 02 Ved kontraktbaserede produkter som forsikringer er det de aftalte vilkår – ikke den faktiske praksis – der er afgørende for vurderingen af, om markedsføringen er vildledende (Højesteret 2023).
- 03 En erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af faktiske påstande i sin markedsføring allerede på tidspunktet for markedsføringen, ikke først efterfølgende (§ 13).
- 04 Det er altid vildledende at markedsføre overholdelse af lovpligtige minimumskrav som en særlig eller ekstraordinær miljøegenskab.
- 05 Generelle og absolutte miljøudsagn som 'bæredygtig', 'grøn' eller 'CO2-neutral' kræver videnskabelig livscyklusdokumentation – ellers er de vildledende.
- 06 Prisen inkl. moms, afgifter og alle uundgåelige tillæg skal fremgå allerede ved varens første præsentation; skjulte gebyrer udgør en vildledende udeladelse (§ 6).
- 07 En førpris skal have været reel – dvs. varen skal have været solgt til den højere pris i en længere periode – for at en prissammenligning er lovlig.

- 08** En 'garanti' eller 'prisgaranti' må kun markedsføres, hvis den giver forbrugeren en væsentligt bedre retsstilling end loven allerede giver (§ 14).
- 09** Falske præmier, 'gratis'-tilbud der reelt kræver betaling, og vildledende sundhedspåstande er altid forbudte efter bilag 1 til markedsføringsloven (sortlisten), uden at der kræves konkret vurdering.
- 10** Bødeniveauet fastsættes efter en omsætningsbaseret bødemodel med otte kategorier (fra 0-5 mio. til over 500 mio. kr. omsætning) og tre bødeniveauer (nedsat, normal, forhøjet), jf. Rigsadvokatmeddelelsen om markedsføring.
- 11** Markedsføringsomkostninger kan bruges som indikator for tilsigtet fortjeneste – Højesteret fastsatte bøden til det dobbelte af markedsføringsomkostningerne.
- 12** Ved gentagelsestilfælde forhøjes bøden som tillægsstraf, og ved særligt grove og systematiske overtrædelser kan straffen stige til fængsel i op til 4 måneder (§ 37, stk. 4).
- 13** Forbrugerombudsmandens virkemidler spænder fra dialogbreve og indskærpelser over politianmeldelse til administrative bødeforlæg, gradueret efter forholdets grovhed.

Retsgrundlag: Markedsføringslovens forbrugerbeskyttende regler og EU-harmonisering

§ 1

Markedsføringsloven (LBK 1420/2024) gennemfører EU's direktiv om urimelig handelspraksis (UCPD, 2005/29/EF), som er et totalharmoniseringsdirektiv. De centrale bestemmelser er:

- **Markedsføringsloven § 4 – god erhvervsskik:** en erhvervsdrivende skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.
- **Markedsføringsloven § 5 – vildledende handlinger:** forbud mod urigtige oplysninger eller en fremstillingsform, der vildleder eller kan forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren om bl.a. produktets art, egenskaber, pris, garantirettigheder og sælgerens identitet.
- **Markedsføringsloven § 6 – vildledende udeladelser:** forbud mod at udelade, skjule eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig eller uhensigtsmæssig måde. Ved købsopfordringer er pris inkl. moms, fragt og fortrydelsesret altid væsentlige.
- **Markedsføringsloven § 7 – aggressiv handelspraksis:** forbud mod chikane, tvang og utilbørlig påvirkning, der begrænser forbrugers valgfrihed.
- **Markedsføringsloven § 8 – væsentlig forvridning:** det er en betingelse for overtrædelse af §§ 4-7, at handelspraksissen væsentligt forvrider eller kan forventes at forvride gennemsnitsforbrugers økonomiske adfærd.
- **Markedsføringsloven § 9 – sortlisten** (bilag 1): specifikke former for handelspraksis, der altid anses for vildledende eller aggressiv – uden behov for konkret vurdering.
- **Markedsføringsloven § 13 – dokumentationskravet:** den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.

Bestemmelserne suppleres af Forbrugerombudsmandens retningslinjer og vejledninger, som har væsentlig retlig betydning. [Forbrugerombudsmandens retningslinjer for prismarkedsføring](#) (1. juli 2017) udstedt i medfør af § 29 fastlægger de konkrete spilleregler for prissammenligninger, førpriser, tilbudsudtryk og prisgarantier. [Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande](#) (2014) regulerer grønne og etiske markedsføringspåstande. [Rigsadvokatmeddelelsen om markedsføring](#) fastlægger bødemodellen og strafudmålingskriterierne.

For online-specifikke former for vildledning (dark patterns, manipulerede anmeldelser, falsk knaphed, abonnementsfælder) henvises til [vildledende markedsføring online](#). For grøn markedsføring i dybden henvises til [greenwashing-oversigten](#). For skjult reklame og influencer-markedsføring henvises til [skjult reklame](#).

LOV

[Markedsføringsloven § 4](#)[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 7](#)[Markedsføringsloven § 8, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 9](#)[Markedsføringsloven § 13](#)[Markedsføringsloven § 29](#)

Vildledende handlinger (§ 5) – urigtige oplysninger og vildledende helhedsindtryk

Den centrale Højesteretsdom er [SS-101/2022-HJR](#), hvor et forsikringsselskab blev idømt en bøde på 16.900.000 kr. for en TV-reklamekampagne, der indeholdt udsagnet »Hvis du får en skade, sætter vi ikke prisen op«. Forsikringsvilkårene gav imidlertid selskabet ret til at forhøje præmien efter skade, udsætte årlige præmienedsættelser og forhøje selvrisikoen. Højesteret fastslog:

Højesteret finder ligesom byretten, at det afgørende ved vurderingen af, om markedsføring af en forsikring er vildledende, er produktets egenskaber, sådan som de fremgår af de aftalte vilkår for forsikringen. Det skyldes, at en forsikring er et kontraktbaseret produkt, hvor forsikringstagerens retsstilling er fastlagt i forsikringsvilkårene.

At selskabet aldrig faktisk udnyttede klausulerne var uden betydning – det er vilkårene, ikke den faktiske praksis, der er afgørende. Bøden blev fastsat som det dobbelte af markedsføringsomkostningerne (ca. 8,45 mio. kr.).

I [flyselskabssagen \(SS 1-20378/2023\)](#) idømte Københavns Byret et flyselskab en bøde på 1.000.000 kr. for under coronakrisen at have sendt e-mails, der gav 901 kunder indtryk af, at deres flyafgange var aflyst – i virkeligheden var flyene ikke aflyst, og ved at reagere på e-mailen aflyste forbrugerne reelt selv, med markant reduceret refusion til følge.

Et alarmselskab blev i [den fjerde politianmeldelse](#) pålagt en bøde på 635.000 kr. for bl.a. at have givet forbrugerne fejlagtigt indtryk af mange indbrud i deres lokalområde og for falske præmier (bilag 1, pkt. 31 – se afsnit om sortlisten nedenfor). Bøden blev fastsat som tillægsstraf, da selskabet var straffet tre gange tidligere.

Praksis viser, at vildledningsvurderingen er objektiv: det er uden betydning, om virksomheden har handlet bevidst – afgørende er, om helhedsindtrykket er egnet til at forvride gennemsnitsforbrugers adfærd.

LOV

[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 8, stk. 1](#)

PRAKSIS Højesteret · Højesteret stadfæster bøde for vildledende markedsføring af bilforsikring

25.09.2023

Forbrugerombudsmanden · Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen	10.11.2025
Forbrugerombudsmanden · Fjerde politianmeldelse af alarmselskab for ulovligt telefonsalg og vildledende markedsføring	30.06.2025

Vildledende udeladelser (§ 6) – manglende prisoplysning og skjulte gebyrer

Forbrugerombudsmandens praksis om vildledende udeladelser omhandler især manglende prisgennemsigtighed. En [byggemarkedskæde](#) blev idømt en bøde på 150.000 kr. for at markedsføre trailere, hvor prisen ekskl. indregistrering og fragt stod med stor, rød skrift, mens den samlede pris fremgik med mindre, sort skrift. Retten fandt, at denne præsentation var egnet til væsentligt at forvride gennemsnitsforbrugerens økonomiske adfærd.

I en [sag om onlineauktion](#) indskærpede Forbrugerombudsmanden, at den samlede pris inkl. alle uundgåelige tillæg og moms skal vises ved varens første præsentation. Platformen havde vist den initiale budpris alene, mens slutprisen reelt kunne udgøre næsten fire gange budbeløbet. Derudover var information om ansattes mulighed for at deltage i budgivningen gemt som sidste punkt i auktionsvilkårene – hvilket Forbrugerombudsmanden fandt måtte fremgå »klart, tydeligt og iøjnefaldende« direkte ved auktionsvaren.

En [bilproducent](#) vedtog en bøde på 190.000 kr. for at have angivet kontantpriser uden registreringsafgift og for at placere lovpligtige kreditoplysninger (ÅOP, løbetid, samlede tilbagebetalingsbeløb) »ét klik væk« fra markedsføringen – en placering der ikke opfylder kravet i [§ 18, stk. 2](#) om, at oplysningerne skal gives klart og på en fremtrædende måde.

Forbrugerombudsmanden har fastslået, at selv ved online-køb af dagligvarer, hvor forbrugeren har en vis forventning om leveringsomkostninger, skal leveringsgebyrer [fremgå tydeligt](#) – fx via et synligt varevognsikon i bestillingsflowet.

Et [dealsite](#) vedtog en bøde på 65.000 kr. for at markedsføre hotelophold med obligatoriske tillæg skjult i småskrift og for at anvende betegnelsen »miljøtillæg«, der vildledende antydede et lovpligtigt eller miljømæssigt begrundet gebyr.

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 1-3	Markedsføringsloven § 18, stk. 1-2
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Mangelfulde prisoplysninger og skjult information om ansattes budgivning på onlineauktion	13.11.2025
	Forbrugerombudsmanden · Bilproducent politianmeldt for vildledende prisoplysninger og mangelfuld kreditmarkedsføring	04.06.2025
	Forbrugerombudsmanden · Byggemarkedskæde dømt for vildledende markedsføring af reol og trailere	07.12.2021
	Forbrugerombudsmanden · Indskærpelse vedrørende prisoplysning om leveringsomkostninger hos online-supermarkeder	07.09.2021
	Forbrugerombudsmanden · Dealsite dømt for vildledende markedsføring af hotelophold med mangelfuld prisoplysning	23.04.2021

Aggressiv handelspraksis (§ 7) – truende henvendelser og utilbørlig påvirkning

[Markedsføringsloven § 7](#) forbyder handelspraksis, der anvender chikane, tvang (herunder fysisk magt) eller utilbørlig påvirkning til at begrænse forbrugerens valgfrihed eller adfærd.

I en sag om et [elselskabs SMS-henvendelser](#) fastslog Forbrugerombudsmanden, at formuleringer som »Vi skal sikre du ikke mister strøm, hvorfor du blot skal bekræfte at betalingsservice fortsætter« og »Vigtigt! Vigtigt! – Deadline i dag!« udgjorde en dobbelt overtrædelse af § 5 (vildledende – forbrugeren troede strømmen ville blive afbrudt) og § 7 (aggressiv – truende sprog og gentagne henvendelser efter forbrugerens framelding).

En lignende dobbelt kvalifikation forelå i sagen om et [forsikringssselskabs samtykkeflow](#), hvor kunder ved login blev mødt med en advarsel om, at selskabet ikke kunne »rådgive optimalt«, hvis de valgte »nej« til markedsføring. Forbrugerombudsmanden fandt dette både vildledende (§ 5) og aggressivt (§ 7), da det begrænsede kundens evne til at træffe en informeret beslutning. Samtykker indhentet på denne måde var ugyldige.

En [sag om radonmålinger](#) illustrerer, at markedsføring, der spiller på forbrugernes frygt for sygdom, strider mod kravet om god markedsføringsskik i [§ 3, stk. 1](#). Udsagnet »TJEK DIT INDEKLIMA & UNDGÅ KRÆFT« var faktisk ukorrekt (radon er blot én risikofaktor) og faldt desuden ind under bilag 1, pkt. 17, om falske sundhedspåstande.

LOV	Markedsføringsloven § 3, stk. 1	Markedsføringsloven § 7
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af radonmålinger med påstande om forebyggelse af kræft 03.09.2025 Forbrugerombudsmanden · Vildledende samtykkeflow: Forsikringssselskab indskræpes for aggressiv markedsføringspraksis 19.02.2024 Forbrugerombudsmanden · Elselskabs brug af truende SMS-beskeder om Betalingsservice udgjorde vildledende og aggressiv markedsføring 20.09.2022	

Dokumentationskravet (§ 13) – faktiske påstande skal være dokumenterede på forhånd

Forbrugerombudsmanden har i en [principiel udtalelse](#) fastslået, at dokumentationskravet i [§ 13](#) indebærer, at den erhvervsdrivende på tidspunktet for markedsføringen skal have vished om, at angivelser om faktiske forhold er rigtige:

- Dokumentation skal foreligge, når markedsføringen finder sted
- Alternativt skal virksomheden have vished for, at den kan fremskaffes inden for de frister, Forbrugerombudsmanden normalt fastsætter
- Fremlægges dokumentationen ikke, kan Forbrugerombudsmanden anse de markedsførte forhold for urigtige i civile sager

Dokumentationskravet har særlig betydning ved miljø- og sundhedspåstande. En [energivirksomhed](#) vedtog en bøde på 3.500.000 kr. for at markedsføre træpiller som »CO₂-neutrale« og »bæredygtige«. Forbrugerombudsmanden fastslog, at det altid er vildledende at fremhæve miljøfordele, der alene skyldes overholdelse af gældende lovgivningsmæssige krav – overholdelse af lov er ikke en ekstraordinær egenskab.

Tre [elselskaber](#) fik indskærpet § 5 og § 13, da ingen af dem kunne dokumentere påstande om at være »Danmarks billigste«, »billigst på el-pristavlen« eller at tilbyde »markedets laveste pris«.

Ved markedsføring af miljøpåstande kræver [Forbrugerombudsmandens miljø- og etikvejledning](#), at generelle udsagn (»bæredygtig«, »grøn«, »CO2-neutral«) underbygges med en videnskabelig livscyklusvurdering. En [virksomhed, der solgte bioplastprodukter](#) som »plastikfrie«, fik en indskærpelse, fordi bioplast teknisk set *er* plastik, og en høj andel biologisk råstof ikke automatisk medfører proportionale CO2-reduktioner.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 1	Markedsføringsloven § 13	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af bioplastprodukter som plastikfrie og bæredygtige		26.11.2025
	Forbrugerombudsmanden · Politianmeldelse og millionbøde til energivirksomhed for vildledende grøn markedsføring af træpiller		27.10.2025
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring om at være billigste elselskab		12.09.2016
	Forbrugerombudsmanden · Dokumentationskrav ved markedsføring: Tidspunktet for fremlæggelse af dokumentation		28.08.2014

§ 6 Prismarkedsføring – førpriser, prissammenligninger og prisgarantier

[Forbrugerombudsmandens retningslinjer for prismarkedsføring](#) (1. juli 2017) fastlægger de konkrete spilleregler. Prismarkedsføring bedømmes med udgangspunkt i helhedsindtrykket hos forbrugeren.

Fiktive førpriser: En [babyudstyrsforhandler](#) blev idømt en bøde på 100.000 kr. (nedsat fra 200.000 kr. pga. formildende omstændigheder), fordi en klapvogn kun havde været udbudt til førprisen i én enkelt dag, før den blev sat på tilbud. Retten fastslog, at dette ikke er en reel førpris, og at vildledende priser på en hjemmeside påvirker transaktionsadfærden i både webshoppen og fysiske butikker.

En [møbelproducent](#) vedtog en bøde på 20.000 kr. for at sammenligne sine priser med andre erhvervsdrivendes priser, uden at kunne dokumentere, at identiske varer faktisk solgtes til de angivne priser.

»Gratis«-påstande: Et [elselskab](#) vedtog en bøde på 40.000 kr. for at markedsføre »gratis strøm hele sommeren«, selvom forbrugerne fortsat skulle betale afgifter og transport – ca. 80 % af den typiske elregning. En [udlejningsvirksomhed](#) blev idømt 200.000 kr. for at markedsføre »gratis lejecykler, elcykler og elløbehjul« i App Store.

Prisgarantier: Forbrugerombudsmanden har konsekvent [kritiseret](#) brugen af betegnelsen »prisgaranti«, når den ikke giver forbrugeren en væsentligt bedre retsstilling end loven allerede sikrer, jf. [§ 14](#). En prisgaranti, der kun gælder frem til ordreafgivelsen, er reelt intetsigende – forbrugeren kan blot købe billigere andetsteds.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 2	Markedsføringsloven § 14	Markedsføringsloven § 15	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Bøde for vildledende markedsføring af "gratis" elcykler og elløbehjul i app-butik			04.04.2023
	Forbrugerombudsmanden · Bøde til babyudstyrsforhandler for vildledende markedsføring med fiktive førpriser			14.03.2023
	Forbrugerombudsmanden · Elselskab dømt for vildledende markedsføring af 'gratis strøm' og overtrædelse af spamforbuddet			24.06.2021

Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden kritiserer vildledende brug af "prisgaranti" der ikke stiller forbrugeren bedre end loven	04.07.2014
Forbrugerombudsmanden · Vildledende brug af "prisgaranti" der ikke gav forbrugeren en væsentlig bedre retsstilling	05.08.2010
Forbrugerombudsmanden · Møbelproducent idømt bøde for vildledende prisammenligning i strid med markedsføringsloven	09.03.2009

§ 7 Sortlisten (bilag 1 / § 9) – handelspraksis der altid er forbudt

[Markedsføringsloven § 9](#) sammenholdt med bilag 1 til loven implementerer UCPD-direktivets bilag I og opregner specifikke former for handelspraksis, der **altid** anses for vildledende eller aggressiv – uden at der skal foretages en konkret vurdering af forholdets virkning.

Af særlig praktisk relevans er:

- **Pkt. 5 (bait advertising):** Den erhvervsdrivende opfordrer til køb til en bestemt pris, men kan ikke levere i rimelig mængde. En [virksomhed, der nægtede forbrugere adgang](#) til markedsførte tilbud, blev indskærpet § 5 for dette.
- **Pkt. 17 (falske sundhedspåstande):** Udsagn om, at en ydelse kan forebygge sygdomme i modstrid med sandheden. En [radonmålingsvirksomheds](#) udsagn »UNDGÅ KRÆFT« blev indskærpet under pkt. 17.
- **Pkt. 20 (falsk »gratis«):** Et produkt omtales som gratis, selvom forbrugeren skal betale mere end uundgåelige udgifter. Alarmselskabets »[gratis alarmtest](#)« var reelt en datafangstmekanisme til at indhente samtykke til markedsføring. [Elselskabets](#) »gratis strøm« faldt også under pkt. 21 (betaling ud over uundgåelige udgifter).
- **Pkt. 31 (falske præmier/konkurrencer):** Forbrugere oplyses om, at de har vundet en præmie, selvom de ikke er udtrukket – og »præmien« kræver indgåelse af et betalingsabonnement. Alarmselskabets falske præmier ramtes direkte af denne bestemmelse.

En [anmeldelsesside for håndværkere](#) fik indskærpet, at et »Garanti«-logo, der antydede garanti for håndværksmæssig kvalitet, men reelt kun dækkede verificering af anmeldelser, var vildledende. Op til 100 virksomheder kunne kalde sig »Årets Håndværker«, hvilket fjernede enhver reel anerkendelsesværdi.

Sortlistens betydning er, at håndhævelsen forenkles: Forbrugerombudsmanden behøver ikke bevise, at den konkrete forbruger faktisk blev vildledt eller foretog en anden økonomisk disposition – selve den opregnede adfærd er forbudt.

LOV	Markedsføringsloven § 9	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af radonmålinger med påstande om forebyggelse af kræft	03.09.2025
	Forbrugerombudsmanden · Fjerde politianmeldelse af alarmselskab for ulovligt telefonsalg og vildledende markedsføring	30.06.2025
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende 'Garanti'-logo og 'Årets Håndværker'-pris på anmeldelsesside for håndværkere	07.02.2025
	Forbrugerombudsmanden · Elselskab dømt for vildledende markedsføring af 'gratis strøm' og overtrædelse af spamforbuddet	24.06.2021
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af tilbud: Nægtelse af adgang til markedsførte tilbud udgør vildledning	14.06.2018
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende markedsføring af abonnement via online konkurrencer	08.04.2014

§ 8 Bødeudmåling og sanktioner – bødemodellen fra 2022 og mulighed for fængselsstraf

Strafudmålingen for overtrædelse af markedsføringsloven er reguleret i § 37 og detaljeret beskrevet i [Rigsadvokatmeddelelsen om markedsføring](#).

Den omsætningsbaserede bødemodel (1. januar 2022): Ved [lov nr. 2192 af 30. november 2021](#) indsattes § 37, stk. 6, hvorefter bøder til juridiske personer udmåles efter virksomhedens omsætning og overtrædelsens grovhed. Modellen opererer med 8 omsætningskategorier (fra 0-5 mio. kr. til over 500 mio. kr.) og 3 bødeniveauer (nedsat, normal, forhøjet).

Omsætning	Nedsat	Normal	Forhøjet
0-5 mio. kr.	25.000-39.999 kr.	40.000-79.999 kr.	Over 80.000 kr.
10-20 mio. kr.	50.000-79.999 kr.	80.000-199.999 kr.	Over 200.000 kr.
50-100 mio. kr.	50.000-399.999 kr.	400.000-999.999 kr.	Over 1.000.000 kr.
Over 500 mio. kr.	Op til 500.000 kr.	Op til 1 % af omsætning	1 % af omsætning

Fængselsstraf (1. juli 2023): Ved [lov nr. 732 af 13. juni 2023](#) indførtes § 37, stk. 4, der giver mulighed for op til 4 måneders fængsel ved særligt grove og systematiske overtrædelser af §§ 5, 6, 7 og bilag 1, pkt. 24-31.

Praksis for bødeudmåling:

Sag	Bøde	Grundlag
Bilforsikring (Højesteret 2023)	16.900.000 kr.	Dobbelt af markedsføringsomkostninger
Energivirksomhed træpiller (2025)	3.500.000 kr.	Skærpet bødemodel, grovhed og omsætning
Bilproducent grøn (2024)	3.000.000 kr.	11 forhold, omsætning og grovhed
Flyselskab corona (2025)	1.000.000 kr.	Før bødemodellen; mulig gevinst 1,8 mio.
Alarmselskab 4. gang (2025)	635.000 kr.	Tillægsstraf og gentagelsestilfælde
Elcykler »gratis« (2023)	200.000 kr.	Grovhed
Byggemarkedskæde (2021)	150.000 kr.	Prisoplysning
Drikkeflasker »bæredygtige« (2025)	140.000 kr.	Bødemodel, omsætning 10-20 mio.
Babyudstyr førpris (2023)	100.000 kr.	Nedsat pga. hurtig rettelse

Forbrugerombudsmanden har et bredt repertoire af reaktionsmuligheder: dialogbreve, retningslinjer (§ 29), forhandlingsløsninger, indskærpelser (den hyppigste reaktion i den fundne praksis), politianmeldelse og administrative bødeforlæg. Sagens grovhed, virksomhedens størrelse og eventuelle gentagelser er afgørende for valget af reaktion. Indskærpelsen er bindende og kan danne grundlag for en skærpet vurdering ved fremtidige overtrædelser.

LOV

[Markedsføringsloven § 37, stk. 3-6](#)

PRAKSIS

Højesteret · Højesteret stadfæster bøde for vildledende markedsføring af bilforsikring

25.09.2023

Forbrugerombudsmanden · Bøde på 140.000 kr. til virksomhed for vildledende markedsføring af drikkeflasker som bæredygtige	10.12.2025
Forbrugerombudsmanden · Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen	10.11.2025
Forbrugerombudsmanden · Politianmeldelse og millionbøde til energivirksomhed for vildledende grøn markedsføring af træpiller	27.10.2025
Forbrugerombudsmanden · Fjerde politianmeldelse af alarmselskab for ulovligt telefonsalg og vildledende markedsføring	30.06.2025
Forbrugerombudsmanden · Bilproducent idømt bøde på 3 millioner kroner for vildledende grøn markedsføring	19.12.2024
Forbrugerombudsmanden · Bøde for vildledende markedsføring af "gratis" elcykler og elløbehjul i app-butik	04.04.2023
Forbrugerombudsmanden · Bøde til babyudstyrsforhandler for vildledende markedsføring med fiktive forpriser	14.03.2023
Forbrugerombudsmanden · Byggemarkedskæde dømt for vildledende markedsføring af reel og trailere	07.12.2021

§ 9 Forbrugerombudsmandens virkemidler og håndhævelsesproces

Forbrugerombudsmandens håndhævelse af markedsføringsloven følger en gradueret model, hvor virkemidlets indgribenhed afspejler overtrædelsens grovhed:

- **Dialogbreve og vejledning** (§ 30): Forbrugerombudsmanden kan som første reaktion vejlede virksomheder om lovens krav. I [sagen om byggematerialers miljøudsagn](#) foretog Forbrugerombudsmanden en forhåndsvurdering og godkendte udsagn som »et mere miljøvenligt valg af gulvmaling« – forudsat at udsagnene var konkret formulerede og understøttet af officielle mærkningsordninger (EU-Blomsten, Svanemærket).
- **Indskærpelse**: Den hyppigste reaktion i den fundne praksis. Forbrugerombudsmanden meddeler virksomheden, at den har overtrådt loven, og pålægger den at bringe sin markedsføring i overensstemmelse. Indskærpelsen er bindende og skaber præcedens for gentagelsesvurdering. Eksempler: [elselskab](#) (vildledende varsling), [optikerkæde](#) (havplast-påstand), [CO2-kompensation](#) (utilstrækkelig klimadokumentation).
- **Politianmeldelse og bødeforlæg**: Forbrugerombudsmanden indgiver anmeldelse og udarbejder som regel udkast til anklageskrift/bødeforlæg i samarbejde med anklagemyndigheden. Ifølge [Rigsadvokatmeddelelsen](#) bør tiltale for overtrædelse af markedsføringsloven ikke rejses uden Forbrugerombudsmandens tilslutning.

Forbrugerombudsmanden kan desuden udstede **retningslinjer** efter § 29 efter forhandling med berørte organisationer. Retningslinjerne om prismarkedsføring og om børn og unge i markedsføring er eksempler herpå.

En vildledende markedsføring, der samtidig udgør bedrageri (straffelovens § 279), kan retsforfølges efter begge regelsæt. I en sag om »Vind en iPhone«-kampagner blev en direktør idømt 2 år og 3 måneders ubetinget fængsel for bedrageri, jf. straffelovens § 279, jf. § 286, stk. 2 – refereret i Rigsadvokatmeddelelsen (U. 2021.1616 Ø).

LOV

[Markedsføringsloven § 29](#)
[Markedsføringsloven § 30](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Optikerkæde indskærpes regler for vildledende grøn markedsføring af briller	04.07.2025
Forbrugerombudsmanden · Elselskab indskærpes for vildledende varsling om ændring af elaftalevilkår	18.09.2024

Forbrugerombudsmanden · Elhandlers vildledende markedsføring af 'grønne' elprodukter og CO2-reduktionsmålsætning	18.06.2024
Forbrugerombudsmanden · Virksomhed vildledte om CO2-kompensation ved manglende dokumentation	19.12.2023
Forbrugerombudsmanden · Forbrugerombudsmanden vurderer lovligheden af miljøudsagn om byggematerialer	09.06.2022

Sammenfatning: Centrale mønstre i Forbrugerombudsmandens praksis

Den gennemgåede praksis viser følgende hovedmønstre:

- 1. Helhedsindtrykket er afgørende.** Vurderingen af vildledning sker ud fra det samlede indtryk, markedsføringen efterlader hos gennemsnitsforbrugeren. Enkeltelementer kan være korrekte, men det samlede billede kan stadig være vildledende – jf. Højesterets dom om bilforsikring.
- 2. Dokumentationskravet har afgørende betydning.** Virksomheder, der ikke kan fremlægge forudgående dokumentation for faktiske påstande, bærer bevisbyrden i omvendt forstand: Forbrugerombudsmanden kan anse påstandene for urigtige. Miljøpåstande stiller særligt høje krav til dokumentation.
- 3. Lovpligtige minimumskrav er aldrig et salgsargument.** Det er konsekvent vildledende at markedsføre overholdelse af gældende lovgivning som en særlig egenskab – fx at fremhæve lovpligtige bæredygtighedskrav som et miljøfortrin.
- 4. Bødeniveauet er steget markant.** Fra det klassiske niveau på 20.000-200.000 kr. til millionbeløb med bødemodellen fra 2022, og med mulighed for fængselsstraf fra 2023 ved grove og systematiske overtrædelser.
- 5. Gentagelse skærper markant.** Virksomheder, der gentagne gange overtræder loven, rammes af tillægsstraf og skærpede bøder. Alarmselskabet med fire politianmeldelser illustrerer denne eskalation.
- 6. Indskærpelsen er det primære værktøj.** I den fundne praksis afsluttes et flertal af sagerne med bindende indskærpelser, hvor virksomheden retter ind. Bøder forbeholdes de grovere, mere systematiske eller gentagne overtrædelser.

Den samlede tendens viser en intensiveret håndhævelse af vildledningsforbuddet, særligt inden for miljømarkedsføring, prisgennemsigtighed og digitale salgskanaler – områder, der også er i fokus i EU's omnibus-ændring af UCPD-direktivet (2019/2161) og det kommende Empowerment-direktiv (2024/825) om dokumentation af grønne påstande.

PRAKSIS	Højesteret · Højesteret stadfæster bøde for vildledende markedsføring af bilforsikring	25.09.2023
	Forbrugerombudsmanden · Politianmeldelse og millionbøde til energivirksomhed for vildledende grøn markedsføring af træpiller	27.10.2025
	Forbrugerombudsmanden · Fjerde politianmeldelse af alarmselskab for ulovligt telefonsalg og vildledende markedsføring	30.06.2025
	Forbrugerombudsmanden · Dokumentationskrav ved markedsføring: Tidspunktet for fremlæggelse af dokumentation	28.08.2014

Markedsføringsloven § 5	stk. 1	Markedsføringsloven § 6	stk. 1
Markedsføringsloven § 7		Markedsføringsloven § 8	stk. 1
Markedsføringsloven § 13		Markedsføringsloven § 37	stk. 3, 6

MATERIALE Citerede afgørelser

34 afgørelser

HØJESTERET · ØVERSTE INSTANS

1

25.09.2023 Højesteret stadfæster bøde for vildledende markedsføring af bilforsikring 3786-4556

FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS

33

10.12.2025	Bøde på 140.000 kr. til virksomhed for vildledende markedsføring af drikkeflasker som bæredygtige	SS 3-2731/2025
26.11.2025	Vildledende markedsføring af bioplastprodukter som plastikfrie og bæredygtige	
13.11.2025	Mangelfulde prisoplysninger og skjult information om ansattes budgivning på onlineauktion	
10.11.2025	Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen	SS 1-20378/2023
27.10.2025	Politianmeldelse og millionbøde til energivirksomhed for vildledende grøn markedsføring af træpiller	
03.09.2025	Vildledende markedsføring af radonmålinger med påstande om forebyggelse af kræft	
04.07.2025	Optikerkæde indskærpes regler for vildledende grøn markedsføring af briller	
30.06.2025	Fjerde politianmeldelse af alarmselskab for ulovligt telefonsalg og vildledende markedsføring	
04.06.2025	Bilproducent politianmeldt for vildledende prisoplysninger og mangelfuld kreditmarkedsføring	
07.02.2025	Vildledende 'Garanti'-logo og 'Årets Håndværker'-pris på anmeldelsesside for håndværkere	
19.12.2024	Bilproducent idømt bøde på 3 millioner kroner for vildledende grøn markedsføring	
20.09.2024	Forbrugerombudsmanden vurderer skjult reklame og vildledning ved kommercielle artikler med affiliate-links	
18.09.2024	Elselskab indskærpes for vildledende varsling om ændring af elaftalevilkår	
18.06.2024	Elhandlers vildledende markedsføring af 'grønne' elprodukter og CO2-reduktionsmålsætning	
19.02.2024	Vildledende samtykkeflow: Forsikringsselskab indskærpes for aggressiv markedsføringspraksis	
19.12.2023	Virksomhed vildledte om CO2-kompensation ved manglende dokumentation	

04.04.2023	Bøde for vildledende markedsføring af "gratis" elcykler og elløbehjul i app-butik
14.03.2023	Bøde til babyudstyrsforhandler for vildledende markedsføring med fiktive førpriser
20.09.2022	Elselskabs brug af truende SMS-beskeder om Betalingsservice udgjorde vildledende og aggressiv markedsføring
09.06.2022	Forbrugerombudsmanden vurderer lovligheden af miljøudsagn om byggematerialer
07.12.2021	Byggemarkedskæde dømt for vildledende markedsføring af reol og trailere
14.09.2021	Forbrugslånsvirksomhed dømt for vildledende markedsføring om amortisering og manglende kreditoplysninger
07.09.2021	Indskærpelse vedrørende prisoplysning om leveringsomkostninger hos online-supermarkeder
24.06.2021	Elselskab dømt for vildledende markedsføring af 'gratis strøm' og overtrædelse af spamforbuddet
23.04.2021	Dealsite dømt for vildledende markedsføring af hotelophold med mangelfuld prisoplysning
14.06.2018	Vildledende markedsføring af tilbud: Nægtelse af adgang til markedsførte tilbud udgør vildledning
12.09.2016	Vildledende markedsføring om at være billigste elselskab
28.08.2014	Dokumentationskrav ved markedsføring: Tidspunktet for fremlæggelse af dokumentation
04.07.2014	Forbrugerombudsmanden kritiserer vildledende brug af "prisgaranti" der ikke stiller forbrugeren bedre end loven
08.04.2014	Vildledende markedsføring af abonnement via online konkurrencer
05.08.2010	Vildledende brug af "prisgaranti" der ikke gav forbrugeren en væsentlig bedre retsstilling
12.01.2010	Vildledende oplysninger om forbrugerrettigheder udgør en overtrædelse af markedsføringsloven
09.03.2009	Møbelproducent idømt bøde for vildledende prisammenligning i strid med markedsføringsloven

11

PRAKSISOVERSIGT · FORBRUGERRET

Praksisoversigt over vildledende markedsføring online (B2C)

Vildledende handelspraksis i webshops, apps og digitale kanaler efter markedsføringsloven §§ 5-7 og 13

Version 2 · Opdateret 24. jun. 2026 · 28 afgørelser · 2008-2026

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Vildledende online-markedsføring rettet mod forbrugere er et af de mest aktive håndhævelsesområder for Forbrugerombudsmanden. Praksis omfatter falske førpriser og kunstige udsalg, skjulte tillæg og gebyrer (drip pricing), forhåndsafkrydsede samtykkebokse (dark patterns), vildledende oplysninger om aflysninger/refusion og uanmodet elektronisk henvendelse. Retsgrundlaget er markedsføringslovens §§ 5 (vildledende handlinger), 6 (vildledende udeladelser), 7 (aggressiv handelspraksis) og 13 (dokumentationskrav), suppleret af EU's UCPD-direktiv (2005/29/EF, ændret ved omnibus 2019/2161) og DSA-forordningens art. 25 (forbud mod dark patterns på onlineplatforme). Med den omsætningsbaserede bødemodel indført i 2022 og muligheden for fængselsstraf fra 2023 er sanktionsniveauet for grove online-overtrædelser markant skærpet.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Vildledning vurderes ud fra gennemsnitsforbrugerstandard: en rimeligt oplyst, opmærksom og kritisk forbruger – men adfærdsarkitektur og dark patterns kan sænke denne tærskel.
- 02** Falske førpriser er vildledende efter MFL § 5, stk. 2, nr. 5 – en førpris skal have været gældende i en reel periode, og efter omnibus-reglerne (§ 9a i prismærkningsbekendtgørelsen) skal den laveste pris inden for 30 dage før prisnedsættelsen oplyses.
- 03** Drip pricing – skjulte tillæg og gebyrer der først vises sent i købsflowet – er vildledende udeladelse efter MFL § 6, stk. 1-3; alle uundgåelige omkostninger skal oplyses ved første prisvisning.
- 04** Forhåndsafkrydsede samtykkebokse (dark patterns) opfylder ikke kravene til informeret og konkretiseret samtykke efter MFL § 6 og § 10 – enhver tilmelding kræver aktiv, positiv tilvalgshandling.
- 05** Ved kontraktbaserede produkter (forsikring, abonnementer) er det de aftalte vilkår – ikke den faktiske praksis – der er afgørende for, om markedsføringen er vildledende (Højesterets dom om "Fastpris"-bilforsikring, 2023).

- 06** Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af alle faktuelle påstande, herunder miljøanprisninger, jf. MFL § 13 – bevisbyrden hviler på den erhvervsdrivende.
- 07** Bødemodellen efter MFL § 37, stk. 6 (indført 2022) baseres på virksomhedens omsætning fordelt på 8 omsætningskategorier og tre bødeniveauer (nedsat/normal/forhøjet).
- 08** Siden 1. juli 2023 kan grove overtrædelser af MFL § 5 og § 6 – herunder systematisk vildledning med økonomisk vinding – straffes med fængsel i op til 4 måneder, jf. MFL § 37, stk. 4.
- 09** DSA-forordningens art. 25 forbyder onlineplatforme at anvende "mørke mønstre" (dark patterns), der forvrider brugernes evne til at træffe autonome beslutninger – dette gælder som direkte gældende EU-ret.
- 10** Falsk knaphedsmarkering ('kun 2 tilbage!', nedtællingsure) er en sortlistet aggressiv handelspraksis efter bilag I, nr. 7, til markedsføringsloven/UCPD, og er derfor altid urimelig.
- 11** Bait-and-switch – at lokke med en lav pris og derefter promovere et andet/dyrere produkt – er ligeledes sortlistet efter bilag I, nr. 5-6, og kræver ingen konkret skadesvurdering.

Retsgrundlag: markedsføringslovens vildledningsforbud og

§ 1 EU-retlig ramme

Den centrale regulering af vildledende online-markedsføring over for forbrugere følger af [markedsføringsloven §§ 5-7](#), som gennemfører EU-direktivet om urimelig handelspraksis (UCPD, [direktiv 2005/29/EF](#)). Bestemmelserne suppleres af [§ 13](#) om dokumentationskrav og [§ 37](#) om sanktioner.

[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#) forbyder enhver handelspraksis, der indeholder urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform vildleder eller kan forventes at vildlede **gennemsnitsforbrugeren** – uanset om oplysningerne er faktisk korrekte. Stk. 2 opregner elleve specifikke vildledningselementer, herunder:

- **Nr. 1:** produktets eksistens eller art (herunder prøveabonnementer der reelt er løbende)
- **Nr. 5:** prisen, prisberegningen eller en særlig prismæssig fordel (førpriser, rabatter)

[Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#) rammer **vildledende udeladelser** – skjulte eller uklart præsenterede væsentlige oplysninger. Ved "købsopfordringer" i stk. 2 betragtes bl.a. den samlede pris inkl. moms, fragtomkostninger og oplysning om fortrydelsesret som **væsentlige oplysninger**. Stk. 4 pålægger den erhvervsdrivende at oplyse den kommercielle hensigt med enhver handelspraksis.

[Markedsføringsloven § 7](#) forbyder **aggressiv handelspraksis** – herunder chikane, tvang og utilbørlig påvirkning. Bilag I til loven (sortlisten) opregner 31 former for handelspraksis, der **altid** er urimelige, herunder:

- **Nr. 5-6:** Bait advertising og bait-and-switch
- **Nr. 7:** Falsk knaphedsmarkering – usande påstande om begrænset tilgængelighed
- **Nr. 11:** Skjult reklame (betalt redaktionelt indhold)

[Markedsføringsloven § 13](#) fastsætter en generel omvendt bevisbyrde: den erhvervsdrivende *skal* kunne dokumentere rigtigheden af alle faktiske påstande.

På EU-niveau suppleres UCPD af to nyere reguleringer med direkte online-fokus:

- **DSA-forordningen** ([forordning 2022/2065](#), art. 25) forbyder udbydere af onlineplatforme at udnytte **mørke mønstre** (dark patterns) i grænsefladedesignet. Forbuddet retter sig mod praksis, der bevidst eller reelt forvrider brugernes evne til at træffe selvstændige og informerede valg.
- **Omnibus-direktivet** (2019/2161), gennemført i dansk ret fra 28. maj 2022, indførte krav om, at den laveste pris inden for 30 dage før en prisnedsættelse skal oplyses (§ 9a i prismærkningsbekendtgørelsen).

Kommende ændringer: Ved [lov nr. 558 af 27. maj 2025](#) (gennemførelse af ECGT-direktivet, ikrafttræden 27. september 2026) indsættes nye nr. 12 og 13 i § 5, stk. 2, der udvider vildledningsbegrebet til miljøanprisninger om fremtidige miljøpræstationer og reklame med irrelevante fordele.

LOV

[Markedsføringsloven § 5, stk. 1-2](#)[Markedsføringsloven § 6, stk. 1-4](#)[Markedsføringsloven § 7, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 13](#)

§ 2 Falske førpriser og fiktive rabatter i webshops

Et af de hyppigst håndhævede online-forhold er brugen af fiktive førpriser – kunstigt høje "normalpriser" der alene tjener som sammenligningsgrundlag for et tilbud, uden at varen reelt har været solgt til førprisen i en reel periode.

Forarbejderne til [§ 5, stk. 2, nr. 5](#) fremhæver, at bestemmelsen omfatter:

"Oplysninger om førpriser, rabatter, tilbud, vejledende udsalgspriser m.v. Det er en forudsætning for anvendelse af sådanne rabatoplysninger, at det pågældende produkt har været solgt eller udbudt til salg hos den erhvervsdrivende til førprisen [...] i en vis periode umiddelbart forud for annonceringstidspunktet."

[Forbrugerombudsmandens retningslinjer for prismarkedsføring af 1. juli 2017](#) præciserer, at en normalpris som udgangspunkt skal have været gældende i mindst seks uger, og at et tilbud normalt ikke bør vare længere end to uger.

Efter omnibus-direktivets gennemførelse pr. 28. maj 2022 gælder desuden et lovfæstet krav om, at den **laveste pris** inden for de seneste **30 dage** før prisnedsættelsen skal oplyses ved enhver prisnedsættelsesangivelse (§ 9a i [prismærkningsbekendtgørelsen](#)).

Vigtige afgørelser:

- [Bøde til webshop for fiktive 50%-rabatter](#) (2013): En webshop annoncerede permanent 50% rabat på slankebukser med dagligt fornyede "tidsbegrænsede" tilbud. Forbrugerombudsmanden dokumenterede ved løbende overvågning, at tilbuddet aldrig udløb. Bøde: 30.000 kr.
- [Bøde til babyudstyrshandler for fiktive førpriser](#) (2023): En klapvogn blev kun udbudt til den angivne førpris i én enkelt dag, før den blev sat på tilbud. Byretten idømte 100.000 kr. (nedsat fra 200.000 kr. pga. formildende omstændigheder og lang sagsbehandlingstid).
- [Bøde på 200.000 kr. for vildledende prismarkedsføring af dyner og senge](#) (2024): En seng blev markedsført med førpris 27.999 kr. og tilbudspris 14.000 kr. – men sengen havde i 38 ud af 83 forudgående dage allerede kostet 14.000 kr. Virksomheden vedtog bødeforlæg.
-

Vildledende prismarkedsføring af høretelefoner (2023): Høretelefoner markedsført med overstreget førpris 1.290 kr. og tilbudspris 699 kr. – men de havde primært været solgt til 699 kr. i hele perioden. Indskærpelse: restvarer skal tydeligt angives som restsalg.

LOV	Markedsføringsloven § 5, stk. 2	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed idømt bøde på 200.000 kroner for vildledende prismarkedsføring af dyner og senge	29.05.2024
	Forbrugerombudsmanden · Vildledende prismarkedsføring af høretelefoner uden tydelig angivelse af restsalg	23.06.2023
	Forbrugerombudsmanden · Bøde til babyudstyrsforhandler for vildledende markedsføring med fiktive førpriser	14.03.2023
	Forbrugerombudsmanden · Bøde til webshop for vildledende prismarkedsføring med fiktive 50 % rabatter	15.03.2013

§ 3 Skjulte tillæg og vildledende prisoplysninger online (drip pricing)

Drip pricing – hvor den viste pris gradvist stiger med gebyrer, tillæg og skatter gennem købsflowet – er en udbredt digital vildledningsform, der rammes af [MFL § 6, stk. 1-3](#). Forbrugeren har krav på at se den samlede pris inkl. alle uundgåelige tillæg ved den **første prisvisning**.

Praksis:

- [Webshop's "gratis fragt"-påstand var vildledende \(2021\)](#): En helsekost-webshop reklamerede med "gratis fragt – uanset beløb", men opkrævede et skjult gebyr for "tung vare" der først fremgik, når varen var lagt i kurven. Forbrugerombudsmanden indskærpede, at gebyret skal vises i umiddelbar tilslutning til prisen **første og hver gang** prisen vises.
- [Leveringsomkostninger hos online-supermarkeder \(2021\)](#): Et EU-dækkende sweep afdækkede drip pricing-praksis hos to online-supermarkeder. Forbrugerombudsmanden accepterede, at oplysningskravet kunne opfyldes med et tydeligt varevognsikon i bestillingsflowet – men kun fordi forbrugere har en "vis forventning" om leveringsomkostninger ved onlinekøb af madvarer.
- [Mangelfulde prisoplysninger på onlineauktion \(2025\)](#): En onlineauktionsplatform viste kun den initiale budpris uden moms eller salær – den reelle slutpris kunne udgøre næsten fire gange budbeløbet. Derudover var oplysningen om, at virksomhedens egne ansatte deltog i budgivningen, skjult dybt i vilkårene. Forbrugerombudsmanden indskærpede, at totalpris altid skal vises ved første præsentation, og at ansattedeltagelse skal markeres iøjnefaldende ved selve auktionsobjektet.
- [Ulovlig opkrævning af betaling før levering i webshop \(2024\)](#): Forbrugerombudsmanden fastslog, at det strider mod god markedsføringsskik at trække betaling for webshop-order, før varerne er afsendt, uden forudgående aftale.

Praksis viser, at Forbrugerombudsmanden anlægger en streng fortolkning: alle **uundgåelige tillæg** skal vises tydeligt allerede ved den første prisvisning i et digitalt købsflow.

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 1-3	
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Mangelfulde prisoplysninger og skjult information om ansattes budgivning på onlineauktion	13.11.2025

Forbrugerombudsmanden · Ulovlig opkrævning af betaling før levering i webshop og fysisk butik	26.03.2024
Forbrugerombudsmanden · Webshop's prisoplysninger om "gratis fragt" og gebyr for "tung vare" var vildledende	27.09.2021
Forbrugerombudsmanden · Indskærpelse vedrørende prisoplysning om leveringsomkostninger hos online-supermarkeder	07.09.2021

Vildledende markedsføring af kontraktbaserede produkter:

§ 4 Højesterets "Fastpris"-dom

Højesterets dom af 25. september 2023 om vildledende markedsføring af en bilforsikring er den mest principielle dom om online vildledning i de seneste år og etablerer en central retssætning om kontraktbaserede produkter.

Sagens kerne: Et forsikringsselskab reklamerede via TV- og YouTube-kampagner med udsagnet "Hvis du får en skade, sætter vi ikke prisen op." Men forsikringsvilkårene tillod faktisk:

- Forhøjelse af prisen midt i forsikringsperioden efter skadesanmeldelse
- Udsættelse af den årlige præmienedsættelse
- Forhøjelse af selvrisiko med 4.000 kr. i ét år

I [Højesterets dom \(sag 101/2022\)](#) fastslog Højesteret:

"Det afgørende ved vurderingen af, om markedsføring af en forsikring er vildledende, er produktets egenskaber, sådan som de fremgår af de aftalte vilkår for forsikringen. Det skyldes, at en forsikring er et kontraktbaseret produkt, hvor forsikringstagerens retsstilling er fastlagt i forsikringsvilkårene."

Højesteret afviste selskabets argument om, at man aldrig i praksis havde brugt muligheden for at hæve prisen:

"Det er [...] uden betydning, om [selskabet] efterfølgende undlod at bruge sin mulighed i forsikringsvilkårene."

Selskabet blev fundet skyldig i overtrædelse af [MFL § 5, stk. 1](#) og [§ 6, stk. 1](#), og bøden blev fastsat til **16,9 mio. kr.** – det dobbelte af de dokumenterede markedsføringsomkostninger (8,45 mio. kr.). Højesteret fandt, at de store markedsføringsomkostninger indikerede en tilsigtet betydelig fortjeneste.

Dommen har direkte relevans for enhver online-markedsføring af abonnementer, forsikringer, streamingtjenester og andre løbende aftaler, hvor de aftalte vilkår afviger fra markedsføringens budskab.

LOV

[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#)

[Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#)

[Markedsføringsloven § 37, stk. 3](#)

PRAKSIS **Højesteret** · Bøde på 16,9 mio. kr. for vildledende markedsføring af bilforsikring (Fastpris)

25.09.2023

§ 5 Abonnementsfælder og uvarslede prisstigninger

Automatisk fornyede abonnementer med uvarslede prisstigninger er en gennemgående problemstilling i online-forbrugerforhold.

Tryg Forsikring-sagen (2024-2026):

Forbrugerombudsmanden anlagde sag mod Tryg Forsikring A/S, der i perioden 2016-2020 gennemførte prisstigninger på private forsikringsaftaler (gennemsnitligt 3,1-3,8 %, ca. 105 kr. pr. police) uden forudgående individuelt varsel. Spørgsmålet var, om Trygs aftalevilkår – der kun krævede varsel af "væsentlige" ændringer – var urimeligt efter [aftaleloven § 38c](#).

Sø- og Handelsretten fandt vilkåret ugyldigt, men i [Højesterets dom af 5. februar 2026](#) blev Tryg frifundet. Sagen blev admitteret direkte til Højesteret som principiel (jf. [ankeafgørelsen af 14. januar 2025](#)) pga. dens betydning for hele forsikringsbranchens prisreguleringsadgang.

Sagen illustrerer den principielle grænse mellem tilladte stiltiende prisforhøjelser ved kontraktfornyelse og utilladte uvarslede prisstigninger – en grænse af stor praktisk betydning for online-abonnementer og automatisk fornyede aftaler.

Forarbejderne til den oprindelige [markedsføringslov § 5](#) bemærker udtrykkeligt, at det kan være vildledende at give forbrugeren indtryk af, at vedkommende tegner et tidsbegrænset prøveabonnement, selvom der reelt er tale om et løbende abonnement.

Afgrænsning: For bredere spørgsmål om forsikringsvilkår og god skik, se praksisoversigten om [vildledende markedsføring](#) generelt.

LOV

[Aftaleloven § 38c](#)[Markedsføringsloven § 5, stk. 1](#)

PRAKSIS

Højesteret · Højesteret frifinder Tryg Forsikring i sag om uvarslede prisstigninger under 5 %

05.02.2026

Højesteret · Tryg Forsikrings sag om uvarslede prisstigninger admitteret til Højesteret på grund af principiel karakter

14.01.2025

§ 6 Dark patterns: forhåndsafkrydsning, skjult samtykke og manipulerende grænsefladedesign

Dark patterns er digitale designteknikker, der bevidst forvrider brugerens evne til at træffe informerede valg. Forbrugerombudsmanden har i flere sager fastslået, at forhåndsafkrydsede samtykkebokse og skjulte tilmeldingsmekanismer er uforenelige med markedsføringslovens krav.

DSA-forordningens forbud:

[DSA art. 25](#) forbyder udbydere af onlineplatforme at:

"vildlede eller tilskynde tjenestemodtagere og at undergrave eller fordreje tjenestemodtagernes autonomi, beslutningstagning eller valg via strukturen, udformningen eller funktionen af en onlinegrænseflade."

Forbuddet omfatter bl.a. udnyttende designvalg, der giver visse valgmuligheder en mere fremtrædende plads (fx en stor "Accepter alle cookies"-knap ved siden af en lille "Tilpas"-knap). DSA gælder som direkte gældende EU-ret og finder anvendelse parallelt med markedsføringsloven.

Dansk praksis:

- [Forhåndsafkrydset samtykkeboks ved online booking er ulovlig](#) (2015): En synsvirksomhed ville forhåndsafkrydse en samtykkeboks i sit online bookingsystem. Forbrugerombudsmanden fastslog, at dette ikke opfyldte kravene til et informeret og konkretiseret samtykke. Et samtykke kræver en **aktiv, positiv tilvalgshandling** fra forbrugeren.

- [Ejendomsmægleres forhåndsafkrydsning af elselskaber](#) (2022): Ejendomsmæglere havde i et elektronisk bilag til købsaftalen på forhånd afkrydset et elselskab, uden at dette var aftalt med boligkøberne. Provisionen fra elselskabet fremgik ikke af bilaget. Forbrugerombudsmanden vurderede dette som en overtrædelse af [MFL § 6](#) (vildledende udeladelse) og [§ 7](#) (utilbørlig påvirkning).
- [Ulovligt gebyr og vildledende oplysninger om gavekort](#) (2022): En virksomhed placerede oplysningerne om gavekorts udbetalingsrettigheder på en separat produktside, der ikke var en del af det obligatoriske købsflow. Dette skjulte designmønster blev vurderet som vildledende udeladelse.

Afgrænsning: For cookiesamtykke-flows og GDPR-relaterede dark patterns, se [cookies-samtykke](#). For skjult reklame via influencere, se [skjult-reklame-influencer](#).

LOV	Markedsføringsloven § 6, stk. 1	Markedsføringsloven § 7, stk. 1
PRAKSIS	Forbrugerombudsmanden · Ulovligt gebyr og vildledende oplysninger om udbetaling af elektroniske gavekort 08.07.2022 Forbrugerombudsmanden · Ejendomsmægleres forhåndsafkrydsning af elselskaber i købsaftaler vurderes som vildledende markedsføring 16.02.2022 Forbrugerombudsmanden · Forhåndsafkrydset samtykkeboks til markedsføring ved online booking er ulovlig 26.10.2015	

§ 7 Vildledende e-mails om aflysninger og refusion: flyselskab-dommen

En særlig form for online-vildledning retter sig mod forbrugere, der allerede har indgået en aftale – typisk ved vildledende e-mailkommunikation om opsigelse, aflysning eller refusion.

I [flyselskab-dommen](#) (Københavns Byret, 2025) blev et flyselskab idømt en bøde på **1 mio. kr.** for vildledende e-mails under coronakrisen. Flyselskabet udsendte e-mails til kunder med bookede rejser, der gav indtryk af, at flyafgangene allerede var aflyst. E-mailen præsenterede tre valgmuligheder – ombooking, værdibevis eller refusion – men **flyene var faktisk ikke aflyst**.

Konsekvensen var, at kunder der valgte refusion, teknisk set **selv foretog aflysningen**. For ikke-refunderbare billetter betød dette, at selskabet kun var forpligtet til at refundere skatter og afgifter, ikke den fulde billetpris. 901 kunder blev ramt.

Retten fandt overtrædelse af [MFL § 5](#) og [§ 6](#) og lagde ved bødeudmålingen vægt på:

Faktor	Vurdering
Mulig økonomisk gevinst	Ca. 1,8 mio. kr.
Overtrædelsens systematik	Mange kunder ramt
Formildende omstændigheder	Delvis efterfølgende refusion; lang sagsbehandlingstid

Da overtrædelsen fandt sted før 1. januar 2022, blev den skærpede omsætningsbaserede bødemodel ikke anvendt.

Se også Forbrugerombudsmandens afgørelse om [flybilletformidlers gebyr for refusion af aflyste billetter](#) (2022), hvor en formidler opkrævede gebyr for at anmode flyselskabet om refusion ved aflysninger – i strid med god skik efter [MFL § 3](#).

LOV

[Markedsføringsloven § 6, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen 10.11.2025

Forbrugerombudsmanden · Flybilletformidlers gebyr for refusion af aflyste billetter er i strid med god skik 20.12.2022

Uanmodet elektronisk markedsføring: spam, manglende samtykke og krav til opt-in

§ 8

[Markedsføringsloven § 10, stk. 1](#) forbyder som udgangspunkt uanmodet elektronisk markedsføring (e-mail, sms, push-meddelelser) uden forudgående samtykke fra modtageren. Samtykket skal være **aktivt, informeret og konkretiseret** – en passiv accept eller forhåndsafkrydsning opfylder ikke kravet.

Forbrugerombudsmandens praksis viser konsekvent håndhævelse:

- [Virksomhed straffes for uanmodet elektronisk markedsføring](#) (2020): 50 klager anmeldte 106 uanmodede mails og sms'er. Virksomheden kunne ikke dokumentere samtykke og forsøgte at skyde ansvaret over på affiliate-underleverandører. Forbrugerombudsmanden fastslog, at den erhvervsdrivende bærer ansvaret for samtykke **uanset brug af underleverandører**. Bøde: 10.000 kr. (administrativt bødeforelæg).
- [Elektronisk nyhedsbrev kræver aktivt samtykke](#) (2017): En offentlig virksomhed ville konvertere 5.000 fysiske nyhedsbrevsabonnenter til et nyt elektronisk format uden fornyet samtykke. Forbrugerombudsmanden fastslog, at det oprindelige samtykke – givet ved blot at udfylde kontaktoplysninger – ikke var tilstrækkeligt informeret til at dække et nyt elektronisk format.

Samtykke-kravet håndhæves med et administrativt bødeforelæg: op til 10.000 kr. for de første 100 ulovlige henvendelser og 100 kr. pr. yderligere overtrædelse. Administrativt bødeforelæg kan udstedes af Forbrugerombudsmanden direkte efter [MFL § 38, stk. 1](#), uden domstolsbehandling, når den erhvervsdrivende erklærer sig skyldig.

Afgrænsning: Spørgsmål om det cookie- og databeskyttelsesretlige samtykke (ePrivacy/GDPR) behandles under [cookies-samtykke](#).

LOV

[Markedsføringsloven § 10, stk. 1](#)[Markedsføringsloven § 38, stk. 1](#)

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Virksomhed straffes for uanmodet elektronisk markedsføring uden samtykke 19.08.2020

Forbrugerombudsmanden · Udsendelse af elektronisk nyhedsbrev kræver aktivt samtykke i henhold til markedsføringsloven 21.07.2017

§ 9 Bødemodel, sanktionsniveau og fængselsstraf

Sanktionsniveauet for vildledende online-markedsføring er markant skærpet siden 2022.

Omsætningsbaseret bødemodel (2022):

Ved **lov nr. 2192 af 30. november 2021** (ikrafttræden 1. januar 2022) blev der i **MFL § 37, stk. 6** indført en bødemodel baseret på virksomhedens omsætning (8 kategorier) og overtrædelsens grovhed (tre niveauer: nedsat, normal, forhøjet). Modellen gælder kun juridiske personer.

Som **Rigsadvokatmeddelelsen, afsnittet: Markedsføring** beskriver:

"Ændringerne har til formål at gennemføre en skærpelse af det gældende bødeniveau og herved markere samfundets afstandtagen fra overtrædelser af markedsføringsloven."

Udgangspunktet er kategorien **normal bødeniveau**, som fraviges opad ved grovhed, langvarig overtrædelse eller gentagelse – og nedad ved kortvarighed eller begrænset skade. Ved forhøjet niveau nævner Rigsadvokatmeddelelsen eksplicit "uanmodet telefonopkald, hvor der samtidig gives vildledende og urigtige oplysninger" samt "fortsat markedsføring af vildledende forretningskoncepter i nye selskaber".

Bøden skal overstige den opnåede eller tilsigtede fortjeneste. I førstegangstilfælde kan der tages udgangspunkt i det **dobbelte af markedsføringsomkostningerne** som estimat for den tilsigtede fortjeneste – en metode der blev bekræftet af Højesteret i Fastpris-dommen (16,9 mio. kr. = 2 × 8,45 mio. kr.).

Bødelofter ved grænseoverskridende overtrædelser:

For overtrædelser der skader forbrugernes kollektive interesser i mindst to andre EU-medlemsstater, kan bøden udgøre op til **4% af årlig omsætning** i de berørte lande (eller 4 mio. EUR hvis omsætningsdata ikke er tilgængelige), jf. **MFL § 37, stk. 8**.

Fængselsstraf (2023):

Ved **lov nr. 732 af 13. juni 2023** (ikrafttræden 1. juli 2023) blev der i **MFL § 37, stk. 4** indført mulighed for fængselsstraf i op til 4 måneder for:

- Overtrædelse af **§ 7** (aggressiv handelspraksis) og bilag I, nr. 24-31
- Under **skærpende omstændigheder** ved overtrædelse af **§ 5, stk. 1** og **§ 6, stk. 1**

Det anses som skærpende, når overtrædelsen er begået "som led i en systematisk overtrædelse af reglerne med økonomisk vinding for øje" – hvilket typisk vil omfatte systematisk vildledende online-markedsføring.

Sanktionstype	Hjemmel	Ikrafttræden	Typisk niveau
Omsætningsbaseret bøde	§ 37, stk. 6	1. jan. 2022	Afhænger af omsætningskategori
4%-loft (grænseoverskridende)	§ 37, stk. 8	28. maj 2022	Op til 4% af omsætning
Fængsel (grove tilfælde)	§ 37, stk. 4	1. juli 2023	Op til 4 måneder
Administrativt bødeforelæg (spam)	§ 38 jf. § 37, stk. 7	1. jan. 2022	10.000 kr. + 100 kr./stk.

LOV

Markedsføringsloven § 37, stk. 3-4, 6-9

PRAKSIS

Højesteret · Bøde på 16,9 mio. kr. for vildledende markedsføring af bilforsikring (Fastpris)

25.09.2023

Forbrugerombudsmanden · Virksomhed straffes for uanmodet elektronisk markedsføring uden samtykke

19.08.2020

§ 10 Sortlistede handelspraksisser: bait-and-switch og falsk knaphed

Bilag I til markedsføringsloven (der gennemfører UCPD-direktivets bilag I) opregner handelspraksisser, der **altid** er urimelige – uden at det er nødvendigt at påvise, at praksis har forvredet gennemsnitsforbrugerens adfærd. Flere af disse er særligt relevante for online-handel:

Bait advertising (nr. 5): At opfordre til køb til en bestemt pris uden rimelig grund til at antage, at man kan levere varen til den pris i rimeligt omfang. I online-kontekst rammer dette fx "fra"-priser i annoncer, hvor billige produkter er udsolgt på markedsføringstidspunktet. Forbrugerombudsmanden har indskærpet dette i en [sag om flyselskabets markedsføring af billetter til 599 kr.](#) (2012), hvor selskabet erkendte, at der ikke havde været billetter til den pris.

Bait-and-switch (nr. 6): At lokke med et bestemt produkt til en bestemt pris, men derefter promovere et andet produkt. I webshops ses dette, når brugeren klikker på et billigt produkt og lander på en side der fremhæver en dyrere variant.

Falsk knaphed (nr. 7):

"Det angives i modstrid med sandheden, at produktet kun vil være tilgængeligt i meget begrænset tid, eller at det kun vil være tilgængeligt på visse betingelser i meget begrænset tid, for at fremkalde en umiddelbar afgørelse og fratage forbrugerne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning."

Dette rammer nedtællingsure og "kun 2 tilbage!"-markeringer i webshops, når påstanden er usand. Sortlistningen indebærer, at overtrædelsen er strafbar efter [MFL § 37, stk. 3](#), jf. [§ 9](#), uden at det behøver at påvises, at den konkret har påvirket forbrugernes adfærd.

Skjult reklame (nr. 11): Betalt redaktionelt indhold, der ikke er tydeligt mærket, er altid vildledende. For influencer-markedsføring henvises til [skjult-reklame-influencer](#).

LOV

Markedsføringsloven § 9

PRAKSIS

Forbrugerombudsmanden · Forretningskæde dømt for vildledende prismarkedsføring af boxmadrasser

13.03.2013

§ 11 Sammenfatning og fremadrettet udvikling

Den gennemgåede praksis viser et konsistent mønster i Forbrugerombudsmandens og domstolenes håndhævelse af vildledende online-markedsføring:

- **Prismarkedsføring** er det mest bødebelagte område – med bøder fra 30.000 kr. (historisk) til 16,9 mio. kr. (Højesterets Fastpris-dom 2023). Omnibus-direktivets 30-dages laveste-pris-regel har styrket håndhævelsen yderligere.
- **Dark patterns** håndhæves konsekvent gennem indskærpelser – forhåndsafkrydsede bokse, skjulte tilmeldinger og manipulerende navigationsstrukturer accepteres ikke.
- **Drip pricing** behandles som vildledende udeladelse efter [§ 6](#) – alle uundgåelige tillæg skal vises ved første prisvisning.
- **Uanmodet elektronisk markedsføring** håndhæves via administrative bødeforelæg, med virksomheden som ansvarlig uanset brug af underleverandører.
-

Kontraktbaserede produkter vurderes alene ud fra de aftalte vilkår – ikke den faktiske praksis (Højesterets Fastpris-princip).

Fremadrettet:

Fra 27. september 2026 træder nye regler i kraft (lov nr. 558/2025, ECGT-direktivet), der bl.a. udvider vildledningsbegrebet til at omfatte miljøanprisninger om fremtidige præstationer uden verificerbar gennemførelsesplan, og forbyder reklame med irrelevante fordele ("glutenfrit vand"). Derudover er der vedtaget yderligere ændringer til [MFL § 37, stk. 3](#) ved lov nr. 1322 af 20. november 2025 (ikrafttræden 20. november 2026), der udvider sanktionsbestemmelserne med nye §§ 11c og 11d.

For bredere offline-fokuseret vildledningspraksis, se [vildledende-markedsføring](#). For grønne påstande, se [groen-markedsføring-greenwashing](#). For B2B-illoyal konkurrence, se [markedsføringsret-b2b-illoyal-konkurrence](#).

LOV	Markedsføringsloven § 37, stk. 3-4	
PRAKSIS	Højesteret · Bøde på 16,9 mio. kr. for vildledende markedsføring af bilforsikring (Fastpris)	25.09.2023
	Forbrugerombudsmanden · Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen	10.11.2025
	Forbrugerombudsmanden · Virksomhed idømt bøde på 200.000 kroner for vildledende prismarkedsføring af dyner og senge	29.05.2024
	Forbrugerombudsmanden · Forhåndsafkrydset samtykkeboks til markedsføring ved online booking er ulovlig	26.10.2015

REFERENCE Lovgrundlag 5 paragraffer

Markedsføringsloven § 5	stk. 1-2	Markedsføringsloven § 6	stk. 1-4
Markedsføringsloven § 7	stk. 1	Markedsføringsloven § 13	
Markedsføringsloven § 37	stk. 3-4, 6		

MATERIALE Citerede afgørelser 28 afgørelser

HØJESTERET · ØVERSTE INSTANS		3
05.02.2026	Højesteret frifinder Tryg Forsikring i sag om uvarslede prisstigninger under 5 %	7066-12266
14.01.2025	Tryg Forsikrings sag om uvarslede prisstigninger admitteret til Højesteret på grund af principiel karakter	20352-2024
25.09.2023	Bøde på 16,9 mio. kr. for vildledende markedsføring af bilforsikring (Fastpris)	101/2022
BYRETTE · FØRSTE INSTANS		1
09.10.2025	Bøde for vildledende markedsføring af abonnemeter: Tiltalte ApS dømt for uklar oplysning om medlemskab	10249-12032
FORBRUGEROMBUDSMANDEN · NÆVN / KLAGEINSTANS		24

13.11.2025	Mangelfulde prisoplysninger og skjult information om ansattes budgivning på onlineauktion	
10.11.2025	Flyselskab idømt bøde på 1 million kroner for vildledende information om aflyste flyvninger under coronakrisen	SS 1-20378/2023
20.09.2024	Forbrugerombudsmanden vurderer skjult reklame og vildledning ved kommercielle artikler med affiliate-links	
29.05.2024	Virksomhed idømt bøde på 200.000 kroner for vildledende prismarkedsføring af dyner og senge	
26.03.2024	Ulovlig opkrævning af betaling før levering i webshop og fysisk butik	
23.06.2023	Vildledende prismarkedsføring af høretelefoner uden tydelig angivelse af restsalg	
14.03.2023	Bøde til babyudstyrsforhandler for vildledende markedsføring med fiktive førpriser	
20.12.2022	Flybilletformidlers gebyr for refusion af aflyste billetter er i strid med god skik	
08.07.2022	Ulovligt gebyr og vildledende oplysninger om udbetaling af elektroniske gavekort	
24.02.2022	Vildledende prissammenligning og mangelfuld prisoplysning hos elselskab	
16.02.2022	Ejendomsmægleres forhåndsafkrydsning af elselskaber i købsaftaler vurderes som vildledende markedsføring	
27.09.2021	Webshop's prisoplysninger om "gratis fragt" og gebyr for "tung vare" var vildledende	
07.09.2021	Indskærpelse vedrørende prisoplysning om leveringsomkostninger hos online-supermarkeder	
19.08.2020	Virksomhed straffes for uanmodet elektronisk markedsføring uden samtykke	
02.05.2018	Vildledende markedsføring af prøveabonnement uden tydelig oplysning om automatisk forlængelse	
21.07.2017	Udsendelse af elektronisk nyhedsbrev kræver aktivt samtykke i henhold til markedsføringsloven	
27.06.2017	Vildledende markedsføring af datingtjeneste: Skjult abonnementsfælde og bøde for brud på Markedsføringsloven	
01.01.2017	Utydelig markedsføring af obligatorisk abonnement ved online varekøb	
26.10.2015	Forhåndsafkrydset samtykkeboks til markedsføring ved online booking er ulovlig	
19.02.2015	Vildledning om pris, fragt og automatisk abonnementsfornyelse ved online markedsføring af hårvoks	
15.03.2013	Bøde til webshop for vildledende prismarkedsføring med fiktive 50 % rabatter	
13.03.2013	Forretningskæde dømt for vildledende prismarkedsføring af boxmadrasser	
02.09.2010	Bøde for manglende oplysning om mindsteudgift ved bredbåndsabonnement	

20.05.2008 Forbrugerombudsmanden kritiserer sparekasses brug af forudafkrydset samtykke i konkurrence