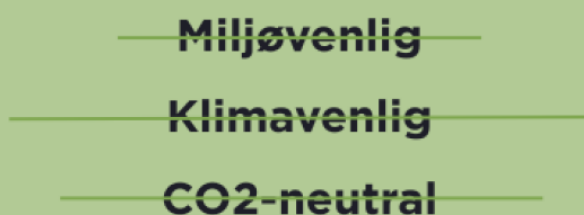


Nye regler skærper kravene til grøn markedsføring

Fra 27. september 2026 skal virksomheder være endnu mere præcise, når de bruger grønne udsagn, mærker og klimamål i markedsføringen. Flere former for grøn markedsføring bliver direkte forbudt.



Nye regler om miljømarkedsføring trådte i kraft den 27. september 2026 som følge af EU's Empowering Consumers for the Green Transition-direktiv. Reglerne ændrer markedsføringsloven og udvider blandt andet den såkaldte sortliste over former for markedsføring, der altid er vildledende.

Det får konkret betydning for virksomheder, der markedsfører produkter, services eller deres virksomhed med grønne budskaber.

Markedsføringslovens sortliste omfatter nu blandt andet bæredygtighedsmærker uden en godkendt certificeringsordning eller offentlig myndighed som grundlag. Reglerne rammer også generelle miljøudsagn uden dokumentation for en relevant, anerkendt fremragende miljøpræstation.

Derudover må virksomheder ikke præsentere en miljøfordel som gældende for et helt produkt eller hele virksomheden, hvis fordelene kun vedrører en bestemt del. Et produkt kan eksempelvis ikke markedsføres som fremstillet af genanvendt materiale, hvis det alene gælder emballagen.

Grønne mærker og klimaudsagn kræver større præcision

Reglerne kan også omfatte virksomheders egne logoer, symboler og grafiske mærker, hvis virksomheder bruger dem som bæredygtighedsmærker. Din virksomhed bør derfor gennemgå grønne varemærker, emballagemærker, ikoner og andre brandaktiver.

Generelle udsagn som "miljøvenlig", "grøn" og "klimavenlig" bliver desuden forbudt, medmindre virksomheden kan påvise en relevant, anerkendt fremragende miljøpræstation eller tydeligt specificerer udsagnet på samme medie.

Et produkt må ikke markedsføres med neutral, reduceret eller positiv klimapåvirkning, hvis den påståede fordel helt eller delvist bygger på klimakompensation uden for produktets værdikæde. Det kan eksempelvis ramme udsagn som "klimaneutral", "certificeret CO₂-neutral" og "klimakompenseret".

Virksomheder må heller ikke fremhæve obligatoriske lovkrav som særlige produktfordele. Det kan f.eks. være et stof, som allerede er forbudt i hele den relevante produktkategori på EU-markedet.

Fremtidige klimamål skal bygge på en konkret plan

Udsagn om fremtidige miljøpræstationer som "CO₂-neutral i 2050" eller "50 procent mindre CO₂ inden 2030" bliver udtrykkeligt omfattet af reglerne om vildledende markedsføring.

Virksomheder skal derfor kunne underbygge sådanne udsagn med klare, objektive, offentligt tilgængelige og verificerbare forpligtelser. Det kræver blandt andet en realistisk plan med målbare og tidsbestemte mål, relevante ressourcer og regelmæssig kontrol fra en uafhængig tredjepartsekspert.

Det bliver samtidig et nyt vildledningsmoment at fremhæve irrelevante fordele, så som flaskevand som "glutenfrit" eller papir som "plastikfrit".

Manglende overholdelse kan føre til indgreb fra Forbrugerombudsmanden, krav om at ændre eller standse markedsføringen samt bødestraf.

Hvad bør din virksomhed gøre nu?

Din virksomhed bør gennemgå eksisterende miljøudsagn, grønne mærker, emballage og kampagnemateriale og sikre, at budskaberne er konkrete og tilstrækkeligt dokumenterede. I bør også kvalitetssikre fremtidige klima- og miljømål, før I bruger dem i markedsføringen.

Forbrugerombudsmanden har tilkendegivet, at lovændringerne efter myndighedens opfattelse ikke adskiller sig væsentligt fra den hidtidige praksis og fortolkning af markedsføringsloven. De nye specifikke regler gør det dog relevant at gennemgå markedsføringen på ny.

Reglerne gælder også for produkter og emballage, der er produceret før den 27. september 2026.

NJORD rådgiver om miljømarkedsføring, dokumentation af grønne udsagn og samspillet mellem markedsføringsret og immaterielle rettigheder.

Vi kan hjælpe din virksomhed med at gennemgå eksisterende markedsføring og vurdere, om grønne udsagn, mærker og klimamål lever op til de nye regler.

Læs mere om direktivet her: Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2024/825 af 28. februar 2024



JEPPE BROGAARD CLAUSEN
ADVOKAT (H), PARTNER

(+45) 22 29 59 28
JBC@NJORDLAW.COM



**MOGENS DYHR
VESTERGAARD**
ADVOKAT, PARTNER

(+45) 30 85 13 42
MDV@NJORDLAW.COM



JOSEF MOHAMMAD
ADVOKATFULDMÆGTIG

(+45) 77 40 10 45
JOMOH@NJORDLAW.COM