

Forbrugerombudsmandens retningslinjer
for elhandlers brug af betegnelser for
strøm baseret på vedvarende energikilder

2019

**Forbrugerombudsmandens retningslinjer for elhandlers brug af betegnelser for strøm
baseret på vedvarende energikilder**

Forbrugerombudsmanden

Carl Jacobsens Vej 35

2500 Valby

Tlf.: +45 41 71 51 51

E-mail: forbrugerombudsmanden@kfst.dk

Udarbejdet af Forbrugerombudsmanden

December 2019

Indhold

Forbrugerombudsmandens retningslinjer for elhandlers brug af betegnelser for strøm baseret på vedvarende energikilder

Kapitel 1	
 Lovgrundlag	6
Kapitel 2	
 Krav til brug af klimamæssige udsagn i markedsføringen	7
2.1 Oversigt over produkter baseret på VE-kilder	8
2.2 Krav til produkter i kategori 2	10
2.3 Krav til produkter i kategori 1	10
2.4 Oplysninger i markedsføringen	11
Kapitel 3	
 Ikrafttræden	13
Bilag 1	
 Mærkning af elprodukter i markedsføringen	14
Bilag 2	
 Lovgivning.....	15

Baggrund

Efter forhandling med Dansk Energi, De Frie Energiselskaber, Energisammenslutningen, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Forbrugerrådet Tænk, Rådet for Grøn Omstilling og Landbrug og Fødevarer og efter at have hørt berørte myndigheder som Forsyningstilsynet, Energistyrelsen og Energinet, har Forbrugerombudsmanden udstedt følgende retningslinjer, jf. markedsføringslovens § 29, stk. 1.

Elhandlere¹ anvender i stigende omfang klimamæssige udsagn ved markedsføring af strøm. En elhandler skal overholde markedsføringsloven ved denne type markedsføring.

Forbrugerombudsmanden har udstedt en vejledning om miljømarkedsføring², som gælder for alle brancher. Det fremgår af vejledningen, at fritstående, generelle udsagn som udgangspunkt skal dokumenteres ved en livscyklusanalyse. En livscyklusanalyse for et produkt omfatter alle faser, produktet gennemløber fra "vugge til grav". I livscyklusvurderingen kortlægges man miljøforholdene og vurderer de væsentlige miljøpåvirkninger i hele produktets livscyklus fra anskaffelse af råmaterialer og fremstilling og transport af produktet inden for og imellem faserne.

En egentlig livscyklusvurdering er ikke anvendelig for elprodukter³, bl.a. fordi kunden ikke kan sikres strøm fra vedvarende energikilder⁴ i sine stikkontakter, da alle kunder får leveret strøm, der er produceret ved en blanding af traditionelle energikilder og vedvarende energikilder. Man kan således som forbruger ikke få leveret strøm, der er produceret udelukkende fra vedvarende energikilder, men man kan ved at købe et elprodukt baseret på køb af oprindelsesgarantier⁵ tilkendegive en præference for strøm fra vedvarende energikilder, ligesom man som forbruger kan vælge at købe et elprodukt, hvor man betaler for tiltag, der kan nedbringe udledningen af drivhusgasser yderligere.

¹ En elhandler er en virksomhed, der sælger elektricitet, jf. elforsyningslovens § 5, stk. 1, nr. 7 (lovbekendtgørelse nr. 1009 af 27. juni 2018).

² Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske udsagn mv. i markedsføringen. <https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46475/2016-miljømæssige-og-etiske-udsagn.pdf>

³ Med elprodukt forstås i disse retningslinjer en elaftale, forbrugerne kan indgå med en elhandler.

⁴ Med vedvarende energikilder forstås vindkraft, solenergi, aerotermisk energi, geotermisk energi, hydrotermisk energi, havenergi, vandkraft, biomasse, lossepladsgas, gas fra spildevandsanlæg eller biogas, jf. § 1, stk. 1, i bekendtgørelse om oprindelsesgaranti for VE-elektricitet (bekendtgørelse nr. 1323 af 30. november 2010).

⁵ En oprindelsesgaranti er et dokument, som dokumenterer, at en bestemt mængde energi er produceret fra vedvarende energikilder, jf. § 1, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1323 af 30. november 2010, som ændret ved bekendtgørelse nr. 138 af 10. februar 2012, om oprindelsesgaranti for VE-elektricitet. Bestemmelsen har følgende ordlyd: "Ved oprindelsesgaranti for VE-elektricitet forstås i denne bekendtgørelse et elektronisk dokument, hvis eneste funktion er over for en endelig kunde at dokumentere, at en given andel eller mængde af energi er produceret fra vedvarende energikilder i form af: Vindkraft, solenergi, aerotermisk energi, geotermisk energi, hydrotermisk energi og havenergi, vandkraft, biomasse, lossepladsgas, gas fra spildevandsanlæg eller biogas." Bekendtgørelsen implementerer Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2009/28/EF af 23. april 2009 om fremme af anvendelsen af energi fra vedvarende energikilder mv. I Danmark er det Energinet, som udsteder oprindelsesgarantier.

På baggrund af de særlige forhold, der gør sig gældende på energiområdet, har forbrugerorganisationer, miljøorganisationer, erhvervsorganisationer, herunder energibranchen, og Forbrugerombudsmanden forhandlet disse retningslinjer for at opnå fælles rammevilkår for, hvornår og under hvilke forudsætninger en elhandler kan anvende udsagn som "grøn strøm" og lignende ved markedsføring af strøm.

Retningslinjerne udgør en undtagelse fra miljøvejledningens generelle krav om en livscyklusvurdering ved anvendelse af fritstående miljømæssige udsagn. Elhandlerne skal dog i øvrigt overholde miljøvejledningen, når de bruger miljømæssige eller etiske udsagn i markedsføringen.

Disse retningslinjer adresserer kun spørgsmålet om *klima*effekt. Det kan ikke udelukkes, at et elprodukt, der er godt for klimaet, samtidig vil kunne have en negativ effekt på *miljøet*, fx biodiversiteten. Forhandlingsparterne opfordrer elhandlere, der markedsfører et elprodukt med klimamæssige udsagn, til at tilrettelægge deres erhvervsaktivitet i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens miljøvejledning.

Formålet med retningslinjerne er dels at sikre forbrugerne mod vildledende markedsføring, så forbrugerne træffer beslutning om valg af energiaftale på et korrekt grundlag, dels at sikre en mere reel og loyal konkurrence mellem de erhvervsdrivende gennem klare og ensartede spilleregler. Retningslinjerne skal således medvirke til, at elhandlere, der sælger elprodukter, som har en målbar, reducerende effekt på udledningen af drivhusgasser, lovligt kan markedsføre sig med dette. Samtidig skal retningslinjerne modvirke såkaldt "greenwashing" (grønvask), hvor en elhandler markedsfører sig med, at denne gør noget godt for klimaet, uden at dette reelt er tilfældet – fx ved at elhandleren i sin markedsføring fokuserer på den generelle stigning i produktionen af strøm fra vedvarende energikilder, selvom elhandleren ikke selv udbyder denne type elprodukter.

Retningslinjerne beskriver derfor, hvornår en elhandler kan bruge udsagn som fx "grøn strøm" uden at vildlede forbrugerne. En elhandlers markedsføring skal dog altid underkastes en konkret vurdering af, om der er tale om vildledende markedsføring, jf. markedsføringslovens § 5 og § 6, eller en overtrædelse af god erhvervsskik, jf. markedsføringslovens § 4.

Retningslinjerne omfatter udtryk som fx "grøn strøm" og andre betegnelser, der anvendes som begreb for strøm fra vedvarende energikilder.⁶

Hvis en elhandlers markedsføring overholder disse retningslinjer, vil Forbrugerombudsmanden ikke gribe ind over for markedsføringen, med mindre der foreligger særlige omstændigheder.

Det vil i sidste ende være domstolene, som afgør, om markedsføringslovens bestemmelser er overtrådt, herunder om der er begået et strafbart forhold.

⁶ Retningslinjerne finder ikke anvendelse på brugen af ordet "grøn" i andre sammenhænge end som del af udtryk som "grøn strøm", "grøn energi" eller ganske tilsvarende udtryk.

Kapitel 1

Lovgrundlag

Retningslinjerne er udarbejdet med udgangspunkt i markedsføringslovens § 4, stk. 1, om god erhvervsskik, § 5 om vildledende handlinger, § 6 om vildledende udeladelser og dokumentationskravet i § 13.

Bestemmelserne er optrykt i bilag 2.

Overtrædelse af bestemmelserne i § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, 3 og 4, sammenholdt med § 8, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lov, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Særlovgivning

Elhandlerne er derudover ansvarlige for at overholde den til enhver tid gældende sektorregulering på energiområdet.

Kapitel 2

Krav til brug af klimamæssige udsagn i markedsføringen

Det følger af markedsføringslovens §§ 5 og 6, at alle klimaudsagn, der benyttes i markedsføringen, skal være korrekte og præcise, relevante og afbalancerede og klart formulerede, så forbrugerne umiddelbart forstår dem og ikke bliver vildledt.

Herudover skal markedsføringen give et rigtigt, afbalanceret og loyalt helhedsindtryk af elproduktet. Et markedsføringsudsagn vurderes ud fra det helhedsindtryk, det er egnet til at give forbrugerne.

Kravet om korrekthed og præcision indebærer, at det klart og tydeligt skal fremgå, om klimaudsagnet gælder elhandleren som sådan, en aktivitet eller et elprodukt.

Relevanskravet indebærer, at budskabet ikke må fremhæve egenskaber eller aspekter, der må anses for uvæsentlige i forhold til belastningen af klimaet.

Kravet om "afbalanceret" indebærer, at overdrivelser om den erhvervsdrivendes aktiviteter eller produktets indvirkning på klimaet ikke må forekomme, og at væsentlige informationer ikke må være udeladt.

Forbrugerne skal således være i stand til at foretage et valg af elprodukter ud fra klimamæssige overvejelser på et informeret og korrekt grundlag. Udsagn, som ikke er entydige og derfor kan forstås på flere måder, bliver let vildledende, hvis de bruges uden en yderligere specifikation eller forklaring.

Markedsføringen skal endvidere være tilrettelagt således, at den ikke misbruger forbrugernes bekymring for fx klimaet, deres manglende viden om klimamæssige forhold eller deres ønske om at medvirke til at reducere udledningen af drivhusgasser.

Da elområdet er dynamisk, skal de klimamæssige budskaber, elhandlerne anvender i deres markedsføring af strøm, revurderes og opdateres, hvis det er nødvendigt under hensyn til teknologiudviklingen, eller andre omstændigheder, som kan have betydning for budskabets rigtighed.

Det følger af markedsføringslovens § 13, at rigtigheden af faktiske forhold skal kunne dokumenteres. Kravet indebærer, at et klimamæssigt udsagn om et elprodukt eller udsagn om faktiske forhold om en elhandler eller dennes aktiviteter skal kunne dokumenteres. Elhandleren skal på tidspunktet for markedsføringen have vished for, at oplysninger om faktiske forhold er rigtige. Det betyder, at elhandleren skal have dokumentationen for de faktiske oplysninger, når markedsføringen finder sted, eller have vished for, at den kan fremskaffes og fremlægges, hvis den efterspørges.

Anvendelsen af udsagnet "grøn strøm" er et eksempel på et klimamæssigt udsagn, som anvendes i stigende omfang, og som kan rejse spørgsmål om vildledning.

Begreber som fx "grøn strøm" bruges og forstås i samfundsdebatten, herunder i medierne, som synonym for energi, der kommer fra vedvarende energikilder.

Klimaeffekten af den enkelte forbrugers valg af elprodukt, der er baseret på vedvarende energikilder⁷, kan dog variere meget afhængigt af, hvilket produkt forbrugeren vælger.

Hvis elproduktet er baseret på vedvarende energikilder, sender forbrugers valg af dette produkt dog et vigtigt signal, som kan være med til at fastholde den fortsatte udvikling af vedvarende energianlæg⁸ mv.

Elprodukter, der ikke kun er baseret på vedvarende energikilder, men også er karakteriseret ved yderligere klimatiltag, som begrænser udledningen af drivhusgasser, bør kunne markedsføres som elprodukter, der er særlig gode for klimaet.

For at sikre forbrugerne gennemsigtighed har forhandlingsparterne derfor i fællesskab fastsat krav til, hvornår et elprodukt, der baserer sig på vedvarende energikilder, kan markedsføres med et udsagn som fx "grøn strøm" eller andre udtryk, der anvendes som begreb for strøm fra vedvarende energikilder. Forhandlingsparterne har også introduceret en mærkningsordning, som efter forhandlingsparternes opfattelse vil kunne sikre, at markedsføringen af elprodukter med udsagn som fx "grøn strøm" el.lign. sker på en for forbrugerne gennemsigtig måde.

Udsagnet "grøn strøm" eller et lignende udsagn må kun anvendes for elprodukter, der udelukkende baserer sig på vedvarende energikilder. Forhandlingsparterne er enige om, at det klart skal fremgå af *enhver* markedsføring, om brugen af udsagnet alene bygger på, at produktet er baseret 100 pct. på vedvarende energikilder, eller om der er knyttet yderligere klimatiltag til det pågældende produkt, således at forbrugerne sikres enkel information som grundlag for at træffe deres valg af elprodukt på.

Udsagn som "grøn strøm" eller lignende kan bruges ved markedsføring af elprodukter i hhv. kategori 1 og 2 som beskrevet i skemaet nedenfor. Kravene, som er anført i skemaet, kan opfyldes ved at følge anvisningerne i punkt 2.1-2.4.



Det bemærkes, at retningslinjerne ikke er udtømmende. At et forhold ikke er beskrevet, er dermed ikke ensbetydende med, at det kan anses for at være i overensstemmelse med markedsføringsloven. Det vil afhænge af en konkret vurdering. Retningslinjerne skal i vidt omfang betragtes som en uddybning af reglerne i markedsføringsloven.

2.1 Oversigt over produkter baseret på VE-kilder

En lovlig anvendelse af klimamæssige udsagn ved markedsføring af strøm forudsætter, at rigtigheden af udsagnet kan dokumenteres. I skemaet nedenfor anføres det, hvornår en elhandler kan anvende et udsagn som fx "grøn strøm" ved markedsføring af elprodukter, samt hvilke dokumentationskrav der gælder.

⁷ Når der i retningslinjerne bruges udtrykket strøm eller elprodukt "baseret på vedvarende energikilder", skal det forstås således, at elhandleren har købt oprindelsesgarantier svarende til den pågældende mængde strøm.

⁸ Ved vedvarende energianlæg (VE-anlæg) forstås anlæg, hvorfra der fremstilles elektricitet ved anvendelse af vedvarende energikilder.

Kategori	Elprodukt	Dokumentationskrav	"Grøn Strøm" eller lignende udsagn
1. 	Elprodukt baseret på VE-kilder og yderligere klimatiltag med en ikke ubetydelig klima-effekt.	<ol style="list-style-type: none"> Oprindelsesgaranti.⁹ Individuel deklaration¹⁰, der viser, at strømmen stammer 100 pct. fra VE-kilder. Beskrivelse af klimatiltaget. Klimatiltaget skal kunne dokumenteres. Klimaeffekten skal kunne dokumenteres. 	Ja. Oplysning om kategori kan ¹¹ benyttes i markedsføringen.
2. 	Elprodukt baseret på VE-kilder uden yderligere klimatiltag.	<ol style="list-style-type: none"> Oprindelsesgaranti. Individuel deklaration, der viser, at strømmen stammer 100 pct. fra VE-kilder. 	Ja, men oplysning om kategori skal fremgå af markedsføringen.

En elhandler kan anvende udsagn som fx "grøn strøm", "energi fra vindmøller" o.lign. ved markedsføring af elprodukter, når produktet er baseret 100 pct. på vedvarende energikilder.

Omvendt må en elhandler ikke kalde strøm, der ikke er produceret 100 pct. fra vedvarende energikilder, for "grøn strøm" eller lignende, idet betegnelsen "grøn strøm" i dag generelt opfattes som strøm, der er baseret på vedvarende energikilder.

I forhold til elprodukter, der er baseret på vedvarende energikilder, sondres der i retningslinjerne mellem kategori 1- og kategori 2-produkter. Kategori 2-produkter baserer sig 100 pct. på vedvarende energikilder, mens kategori 1-produkter ud over at basere sig 100 pct. på vedvarende energikilder også er karakteriseret ved yderligere klimatiltag, der begrænser udledningen af drivhusgasser.

Klimatiltag kan have forskellig effekt på udledningen af drivhusgasser pr. kWh. Derfor er der behov for at præcisere, hvilken klimaeffekt et tiltag skal have, for at det kan medføre, at elproduktet ifølge disse retningslinjer kan markedsføres som et kategori 1-produkt. Der henvises til afsnit 2.3.

⁹ Jf. note 5.

¹⁰ Elhandlere skal udarbejde en individuel deklaration, hvis virksomheden i forbindelse med fakturering eller annoncering oplyser, at virksomheden sælger el ved specielle aftaler, jf. § 4 i elmærkningsbekendtgørelsen (bekendtgørelse nr.1322 af 30. november 2010 om deklaration af elektricitet til forbrugere). En eldeklaration angiver brændselsfordelingen samt de tilhørende miljøpåvirkninger ved brug af 1 kWh af den pågældende elleverance. Ved mærkning af elleverancer til slutkunder skal elhandlere enten anvende en generel eller en individuel deklaration. En individuel deklaration viser, at der er balance mellem salg og produktion af en specialaftale. I henhold til elmærkningsbekendtgørelsens § 1, stk. 2, nr. 7, forstås ved en specialaftale en aftale om levering til forbrug af elektricitet, der har en brændsels sammensætning og miljøpåvirkning, som adskiller sig fra almindelige leveringer af elektricitet i det sammenhængende elforsyningsnet.

¹¹ Hvis et elprodukt lever op til kravene til et kategori 1-produkt, kan elhandleren vælge at markedsføre det som "grøn strøm" el. lign. uden nogle andre markeringer. Elhandleren kan vælge tillige at markere sit produkt som et kategori 1-produkt (to blade).

2.2 Krav til produkter i kategori 2

Markedsfører en elhandler et elprodukt med et udsagn som fx "grøn strøm", skal elhandleren på en klar og tydelig måde oplyse forbrugerne om, at virksomheden ikke kan levere strøm fra vedvarende energikilder til forbrugerne, men at elhandleren køber strøm fra vedvarende energikilder svarende til kundens forbrug.¹²

I en sag fra 2012 vedrørende et energiselskab, der solgte energi fra danske vindmølleejere, udtalte Forbrugerombudsmanden, at det skulle fremgå klart af selskabets markedsføring, at kunden ikke kan sikres strøm fra vindmøller i sine stikkontakter, da alle kunder får leveret den samme strøm, dvs. strøm produceret ved en blanding af traditionelle energikilder og strøm fra vindmøller. Selskabet blev bedt om at præcisere, at selskabet blot sørgede for, at det samlede forbrug af strøm, som kunderne forbrugte over en måned, blev ført ud i elnettet fra de vindmøller, der leverede til selskabet, men at selve strømmen, som kunden modtog, fortsat ville stamme fra både vindmøller og andre energikilder.¹³

2.2.1. Dokumentationskrav

Elhandleren skal kunne dokumentere, at denne køber strøm fra VE-anlæg svarende til det forbrug, elkunderne har på aftaler om klimaprodukter.

Dokumentationen skal ske ved, at elhandleren fremlægger oprindelsesgarantier og individuelle deklARATIONER, som mindst svarer til det samlede elforbrug, elhandlerens kunder har forbrugt gennem aftaler om klimaprodukter.

2.3 Krav til produkter i kategori 1

Elhandleren kan kombinere strøm fra vedvarende energikilder med diverse klimatiltag. Disse klimatiltag kan fx være støtte til konkrete klimavenlige projekter.¹⁴

Et kategori 1-produkt skal opfylde de krav og betingelser, som gælder for produkter i kategori 2. Derudover skal der være tilknyttet et eller flere klimatiltag til elproduktet.

Klimaeffekten af klimatiltaget skal være *ikke ubetydelig*.

Ikke ubetydelig defineres således, at elhandleren skal lave klimatiltag, som er egnet til¹⁵ at kunne neutralisere et klimaudslip, der svarer til mindst 100 pct. af det antal kWh om året, som kunden forventes at bruge.¹⁶

Elhandleren skal beskrive det supplerende klimatiltag på en klar og tydelig måde i markedsføringen, således at forbrugeren ikke er i tvivl om, hvad klimatiltaget indebærer.

¹² Al strøm bliver blandet sammen i elnettet, og den strøm, som forbrugerne får ud af stikkontakterne, er derfor en blanding af strøm fra vedvarende energikilder og strøm fra traditionelle energikilder.

¹³ <http://www.forbrugerombudsmanden.dk/find-sager/markedsfoeringsloven/sager-efter-markedsfoeringsloven/miljoeoegetik/oplysningskrav-ved-salg-af-energi/>. Forbrugerombudsmandens sag nr. 12/02868.

¹⁴ Det bemærkes, at klimatiltaget ikke kan bestå i at "købe dobbelt op" af oprindelsesgarantier.

¹⁵ Se også nedenfor under afsnittet "Dokumentationskrav" om dokumentation for den *faktiske* klimaeffekt.

¹⁶ Størrelsen af klimaudslippet, som mindst skal kompenseres, skal beregnes efter Energi-nets opgørelse af den danske værdi for drivhusgasser pr. kWh fra det foregående år. <https://energinet.dk/El/Gron-omstilling/Miljoedeklarationer#Gennemsnitsdeklaration>

2.3.1. Dokumentationskrav

Det er et krav, at *klimatiltaget*, som elhandleren beskriver i sin markedsføring, skal kunne dokumenteres.

Indgår en elhandler fx i klimaprojekter i udviklingslande, skal dette ske under kontrollerede forhold, således at elhandleren ved hjælp af en uafhængig instans kan dokumentere rigtigheden af markedsføringen.

Elhandleren skal således kunne dokumentere, at der eksempelvis er købt og uddelt effektive komfurer eller solcellelamper i et bestemt land.

Elhandleren skal sørge for, at forbrugerens bidrag kan dokumenteres gennem årsregnskaber eller på anden måde, så det sikres, at de bidrag, forbrugerne betaler, anvendes til det anviste formål, også ved en eventuel virksomhedsoverdragelse eller en frivillig likvidation af virksomheden.

Herudover er det et krav, at *klimaeffekten* af det tiltag, der beskrives i markedsføringen, kan dokumenteres. Hensynet bag dette dokumentationskrav er, at elhandlere ikke kan knytte et hvilket som helst tiltag til elaftalen og dermed placere produktet i kategori 1.

Den faktiske klimaeffekt af tiltaget – jf. ovenfor om definitionen af *ikke ubetydelig* – skal dokumenteres og verificeres af en almindeligt anerkendt tredjepart.

2.4 Oplysninger i markedsføringen

Elhandlerne skal tilrettelægge deres markedsføring på en måde, så forbrugerne kan træffe deres beslutning på et oplyst grundlag.

Det er forhandlingsparternes opfattelse, at den fornødne gennemsigtighed sikres bedst ved, at forbrugerne i forbindelse med *enhver* markedsføring af elprodukter som fx "grøn strøm" el.lign. på en klar, forståelig og hensigtsmæssig måde bliver oplyst om, hvorvidt elproduktet hører under kategori 1 eller 2, og hvad denne kategorimarkering betyder. Det er endvidere forhandlingsparternes opfattelse, at denne information skal gives på en så enkel måde som muligt. Forhandlingsparterne er derfor blevet enige om en mærkningsordning, som fremgår af bilag 1 til disse retningslinjer.

Ved markedsføring forstås erhvervsdrivendes handlinger i forbindelse med salg af produkter til forbrugere, herunder enhver reklame for produkter.¹⁷

Markedsføring er således *eksempelvis* tv-reklamer, avisannoncer, banner-reklamer og omtalen af produkter på den erhvervsdrivendes egen hjemmeside, uanset om forbrugerne kan indgå en købsaftale om et produkt i forbindelse med den pågældende markedsføring.¹⁸

¹⁷ Jf. herved markedsføringslovens regler om god erhvervsskik (§ 4) og vildledning (§§ 5-6), som anvender begrebet "handelspraksis", der i § 2, nr. 4 er defineret som "en handling, udeladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovning, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne."

¹⁸ Det følger af markedsføringslovens § 6, stk. 5, at der ved vurderingen af, om oplysninger er blevet udeladt, skal tages hensyn til, om den erhvervsdrivende anvender et medie, som kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, og hvilke foranstaltninger den erhvervsdrivende i givet fald har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for forbrugerne på anden måde. En erhvervsdrivende vil dog ikke frit kunne udelade væsentlige oplysninger om et produkt, blot fordi markedsføringen

Det bemærkes, at der ikke stilles krav om mærkning med kategori 1 hhv. 2 i forbindelse med en elhandlers generelle *branding* af sin virksomhed, fx med et udsagn som "Vi sælger grøn strøm", hvor der *ikke markedsføres konkrete elprodukter*. Dog skal den pågældende elhandlers produkter leve op til kravene i retningslinjerne for, hvornår man må markedsføre et elprodukt med et klimamæssigt udsagn som fx "grøn strøm", og de udsagn, som elhandleren bruger i forbindelse med *brandingen* af dennes virksomhed, skal være retvisende i forhold til de elprodukter, som elhandleren udbyder. Hvis udtrykket "grøn strøm" el. lign. anvendes på en måde, som kan relateres til et produkt, fx ved reference til en pris, skal der derimod ske mærkning med kategori 1 eller 2.

finder sted i et medie, der indebærer begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, uden hensyntagen til, om disse begrænsninger konkret har været til hinder for, at oplysningerne blev givet, jf. lovbemærkningerne til bestemmelsen. En erhvervsdrivende kan således fx ikke sætte et stort logo ind i en bannerannonce for herefter at gøre gældende, at der ikke er plads i annoncen til de væsentlige oplysninger.

Kapitel 3

Ikrafttræden

Retningslinjerne træder i kraft den 1. juni 2020.

Energiområdet er dynamisk og udvikler sig som følge af samfundsudviklingen og ikke mindst politiske beslutninger om den grønne omstilling. Den fortsatte udvikling på området kan derfor medføre, at retningslinjerne må revideres. Retningslinjerne tages derfor op til fornyet overvejelse, hvis Forbrugerombudsmanden vurderer, at der er behov herfor, dog senest to år efter ikrafttrædelsen.

Bilag 1

Mærkning af elprodukter i markedsføringen

Det er principielt op til den enkelte elhandler, hvordan denne vil tilrettelægge sin markedsføring af "grøn strøm" el.lign., så markedsføringen ikke er vildledende, men sikrer forbrugerne retvisende information om elproduktet.

Med henblik på at sikre, at informationen i markedsføringen er enkel og gør det let for forbrugerne at orientere sig om karakteren af de forskellige elprodukter, er forhandlingsparterne blevet enige om en mærkningsordning for elprodukter, som er baseret 100 pct. på vedvarende energikilder. Hvis elhandleren benytter denne mærkning med blade for produkter, der opfylder kravene i retningslinjerne, vil Forbrugerombudsmanden *ikke* anse markedsføringen for vildledende. Mærkningen skal fremgå af *enhver* markedsføring af et elprodukt som "grøn strøm" eller andre udtryk, der anvendes som begreb for strøm fra vedvarende energikilder. Bladets farve skal være en grøn nuance og have en udformning svarende til figurerne nedenfor. Mærkningen skal placeres i umiddelbar tilknytning til omtalen af elproduktet som "grøn strøm" el. lign., og mærkningen skal have en størrelse mv., som gør den tydelig for forbrugerne.

Elprodukter i kategori 1:



[Hvad betyder dette? \[link\]](#)

Elprodukter i kategori 2:




[Hvad betyder dette? \[link\]](#)

Når man klikker på ovenstående link, ledes man til følgende tekst, eller en tekst der indeholder samme oplysninger uden at være længere:

Hvad er forskellen på og ?

Elprodukter med ét blad  er baseret 100 pct. på vedvarende energikilder, da vi køber certifikater svarende til hele dit elforbrug.

Elprodukter med to blade  er baseret 100 pct. på vedvarende energikilder, da vi køber certifikater svarende til hele dit elforbrug. Vi har derudover lavet klimatiltag, som gør, at udledningen af CO2 og andre drivhusgasser reduceres svarende til den energi, du forbruger.

Du får dog ikke leveret ren grøn strøm [el. vindstrøm, solenergi osv.] i dine stikkontakter, da al strøm bliver blandet sammen i elnettet. Læs mere [her](#) [link til uddybende information].

Bilag 2

Lovgivning

Markedsføringsloven:

God erhvervsskik

§ 4. En erhvervsdrivende skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.

Vildledende handlinger

§ 5. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte.

Stk. 2. Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:

- 1) Produktets eksistens eller art,
- 2) de væsentligste egenskaber ved produktet,
- 3) omfanget af den erhvervsdrivendes forpligtelser, begrundelsen for den pågældende handelspraksis og karakteren af den anvendte salgsproces,
- 4) erklæringer eller symboler med direkte eller indirekte støtte eller godkendelse af den erhvervsdrivende eller dennes produkter,
- 5) prisen, den måde, prisen beregnes på, eller en særlig prismæssig fordel,
- 6) behov for eftersyn, reservedele, udskiftning eller reparation,
- 7) den erhvervsdrivendes eller dennes agents egenskaber og rettigheder,
- 8) forbrugers rettigheder,
- 9) den erhvervsdrivendes overholdelse af adfærdskodeks, som denne oplyser at være bundet af, eller
- 10) forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn.

Vildledende udeladelser

§ 6. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

Stk. 2. Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:

- 1) Produktets væsentligste karakteristika i et omfang, der svarer til mediet og produktet,
- 2) den erhvervsdrivendes fysiske adresse og navn og, hvis en anden erhvervsdrivende handler på dennes vegne, den fysiske adresse og navnet på denne erhvervsdrivende,
- 3) forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,
- 4) den erhvervsdrivendes fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,
- 5) fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret,
- 6) prisen inklusive moms og afgifter og
- 7) yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto, i det omfang sådanne omkostninger pålægges.

Stk. 3. Når produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal den erhvervsdrivende oplyse, hvordan prisen beregnes. Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at disse omkostninger kan forekomme.

Stk. 4. En erhvervsdrivende skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 8 finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 5. Ved vurderingen af, om oplysninger er blevet udeladt efter stk. 1 og 4, skal der tages hensyn til, om den erhvervsdrivende anvender et medie, som kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, og hvilke foranstaltninger den erhvervsdrivende i givet fald har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for brugerne på anden måde.

Væsentlig forvridding af den økonomiske adfærd

§ 8. Det er en betingelse for, at der er handlet i strid med §§ 4-7, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Stk. 2. En handelspraksis, som den erhvervsdrivende med rimelighed må formode kun forvrider den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, der er særlig sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt, herunder på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Dokumentation af faktiske forhold

§ 13. Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.

Elforsyningslovens § 5, stk. 1, nr. 7

Elhandelsvirksomhed: Virksomhed, der sælger elektricitet.

Bekendtgørelse om oprindelsesgaranti for VE-electricitet § 1, stk. 1

Ved oprindelsesgaranti for VE-electricitet forstås i denne bekendtgørelse et elektronisk dokument, hvis eneste funktion er over for en endelig kunde at dokumentere, at en given andel eller mængde af energi er produceret fra vedvarende energikilder i form af: Vindkraft, solenergi, aerotermisk energi, geotermisk energi, hydrotermisk energi og havenergi, vandkraft, biomasse, lossepladsgas, gas fra spildevandsanlæg eller biogas.

Elmærkningsbekendtgørelsens § 1, stk. 1, nr. 7

Elhandelsvirksomhederne skal i overensstemmelse med denne bekendtgørelse meddele deklARATIONER om brændselssammensætning og miljøpåvirkning for deres levering af elektricitet til forbrugerne i det sammenhængende elforsyningsystem.

[..]

nr. 7 *Speciel leveringsaftale:* En aftale om levering til forbrug af elektricitet, der har en brændselssammensætning og miljøpåvirkning, som adskiller sig fra almindelige leveringer af elektricitet i det sammenhængende elforsyningsystem.

Elmærkningsbekendtgørelsens § 4

En elhandelsvirksomhed skal udarbejde en individuel deklARATION, som udarbejdes som nævnt i § 7, hvis virksomheden ved fakturering eller annoncering oplyser, at virksomheden sælger elektricitet ved specielle leveringsaftaler.