



Forbrugerombudsmandens informationsmøde

Velkomst og introduktion ved forbrugerombudsmand Torben Jensen

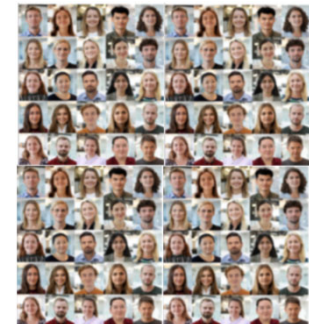
Dagsorden

1. Forbrugerombudsmanden som institution
2. Miljømarkedsføring
3. *Pause*
4. Prismarkedsføring
5. *Pause*
6. Forbrugerkreditaftaler
7. Parkering

Forbrugerombudsmanden som institution

Forbrugerombudsmandens rolle og rammer

- » **Uafhængig** myndighed
- » Håndhæver **markedsføringsloven** og anden forbrugerbeskyttende lovgivning ud fra **hensynet til forbrugerne**
- » Ca. **45 medarbejdere**, heraf ca. 30 jurister og én civilingeniør.
- » **7.-8.000** henvendelser om året
- » Kan **prioritere**, hvilke klager vi behandler, og behandle sager på eget initiativ

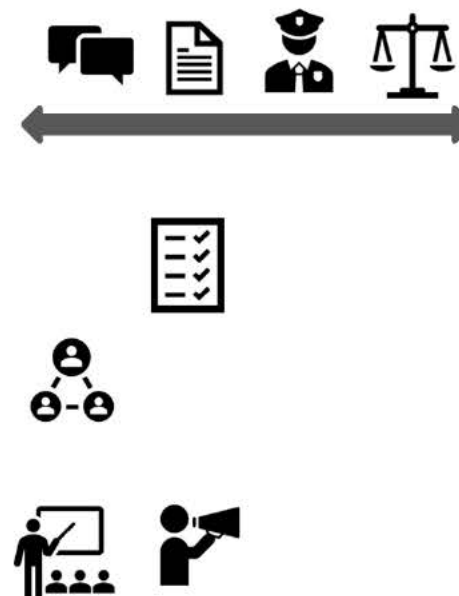


Klageformular

→ [GÅ TIL KLAGEFORMULAR](#)

Forbrugerombudsmandens håndhævelse og beføjelser

- » **Forhandle**, anlægge og føre **retssager** om erstatning etc., **indskræpe** lovgivningen, **politianmelde** (møder som anklager i straffesager)
- » Udstede **retningslinjer** og **vejledninger**
- » Afgive **forhåndsbeskeder**
- » **Samarbejde** med andre myndigheder etc.
- » Forpligtet til at **orientere** offentligheden om sager af almen interesse



Klima-, miljø- og bæredygtighedsudsagn

Christian Poll og Stine Balschmidt Svenningsen

Grøn markedsføring er et indsatsområde

2021: Ekstra bevilling på finansloven for 2022-25

» Fokus på information og håndhævelse

2011/14: Vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v.

~~2021: **Kvikguide** til virksomheder om miljømarkedsføring~~

2024: Forbrugerombudsmandens anbefalinger til virksomheders miljømarkedsføring

» Opdatering af praksis, oplysninger om ændringen af UCP-direktivet samt illustrative eksempler på lovlig og ulovlig markedsføring



Vildledningsforbuddet

Markedsføringslovens forbud mod vildledning

- » Markedsføringen må ikke være vildledende (MFL §§ 5-6)
- » "§ 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"
- » "§ 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**"
- » "§ 13. Den erhvervsdrivende skal kunne **dokumentere rigtigheden** af oplysninger om faktiske forhold."
- » MFL § 37, stk. 3: Forbuddet mod vildledning er **strafbelagt**, hvis vildledningen **egner sig til at få forbrugeren til at træffe en beslutning**, som denne ellers ikke ville have truffet, jf. § 8

Generelle krav til al markedsføring



- » Budskaberne skal være **korrekte, præcise, relevante og afbalancerede**
- » Budskaber skal revurderes/opdateres 
- » Et markedsføringstiltag vurderes ud fra det **helhedsindtryk**, det er egnet til at give gennemsnitsforbrugeren
- » **Ordlyd, layout, farvevalg, billeder, lyde** mv. kan give indtryk af et miljømæssigt fortrin



Benzinprodukt og blomster?

» FO: "Blomster, græs og grønne farver som virkemidler må ikke anvendes, hvis miljøgevinsten ikke kan **dokumenteres på et sikkert og korrekt grundlag**, og hvis miljøgevinsten ikke er af en **betydelig størrelse** både ift. selve produktet og ift. tilsvarende produkter."

» Konkret var det ikke muligt at dokumentere miljøgevinsten



Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2011 (2014)

Generelle udsagn **uden** forklaring

- » Fx "Miljørigtig"
- » Absolut udsagn – vedrører hele produktet
- » Belaster miljøet væsentligt mindre end tilsvarende produkter
- » Dokumentation skal normalt være baseret på en LCA

Generelle udsagn **med** forklaring

- » Fx "Miljørigtig - Emballagen består af 50 % genanvendt plastik"
- » Miljøfortrinnet forklarer anprisningen og skal kunne dokumenteres
- » Som udgangspunkt fire krav til miljøfortrinnets betydning

Konkret, neutral information om tiltag

- » Fx "Emballagen består af 50 % genanvendt plastik"
- » Rigtigheden af udsagnet/tiltag skal kunne dokumenteres
- » Forbrugerombudsmandens anbefaling

Eksempler på sager

We give you the option, to say no to plastic.

A [redacted] carton is responsible for nearly half the climate impact of a virgin plastic bottle^[1].



Forhåndsbeskeder

- » "Tuben indeholder XX % genanvendt plast og kapslen er af virgint plast"
 - » Konkret og faktuel formulering
 - » Lovligt
- » "Et mere miljøvenligt valg af gulvmaling" og "certificeret trægulv"
 - » Maling var certificeret med EU-Blomsten og Indeklimamærket, trægulv havde FSC-certificering og Svanemærket
 - » Markedsføringen bestod af udsagn og efterfølgende forklaring
 - » Konkret formuleret og baseret på alment anerkendte mærknings-/certificeringsordninger
 - » Lovligt
- » "Fri for [ftalater, silikone, BPA etc.]"
 - » Produktet indeholder det nævnte stof, men under lovgivningsmæssig grænseværdi
 - » Ikke lovligt

Dokumentationskravet

Markedsføringslovens dokumentationskrav

- » MFL § 13: **Rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold skal kunne dokumenteres**
 - » Dokumentation skal foreligge første gang, udsagnene markedsføres eller kunne fremskaffes og fremlægges, hvis den efterspørges fx af FO
 - » Skal kunne underbygges af udtalelser/undersøgelser fra uafhængige instanser med anerkendt faglig kompetence
 - » Hvis en undersøgelse er udført af producenten eller den erhvervsdrivende, som markedsfører produktet, skal undersøgelsen være vurderet af en uafhængig instans
- » Det er **ikke tilstrækkeligt at sandsynliggøre** rigtigheden!

Særligt om klimaudsagn

Brug af klimaudsagn i markedsføringen

- » Udsagn, der indikerer, at **der slet ikke udledes CO2**, fx ”netto-nul udledning”, ”CO2-neutral” mv.:
 - » Beregning af det samlede udslip af CO2 fra produktet, aktiviteten eller virksomheden, der markedsføres, som skal være **nul**
- » Udsagn om at **tilstræbe reduktion** af CO2-udledningen:
 - » **Plan for reduktionen**, som skal være **verificeret** af en uafhængig instans og
 - » **Klimaregnskab** for udledning i dag og for fremtiden
- » Udsagn om at **have reduceret** egen udledning:
 - » **Dokumenteres**,
 - » Være **relevant** information til forbrugerne og
 - » Må **ikke være tilsvarende** for andre produkter eller branchen

Forhåndsbesked: CO₂-reduceret ost

- » Forhåndsbesked om markedsføring af ost produceret af både komælk og planteingredienser
- » Konkrete udsagn om CO₂-reduktion
 - » CO₂-besparelsen blev udregnet på grundlag af uafhængig database
 - » Sammenligning med tilsvarende oste produceret af ren komælk, hvilket forbrugeren blev oplyst om
- » FO: Konkret og dokumenteret – og i øvrigt ikke egnet til at vildlede → **Lovligt efter markedsføringsloven**





Klimaudsagn baseret på klimakompensation

- » Det har i praksis vist sig svært at dokumentere et **reelt og faktisk CO2-optag** ved klimakompenserende projekter grundet navnlig fire problematikker:
- 1) **Additionalitet** – Gør initiativet en forskel, eller ville dette være sket alligevel (fx ved skovbevarelse)?
 - 2) **Permanens** – Er det virkelig et sikkert, permanent kulstoflager (fx bliver træerne stående)?
 - 3) **Lækage** – Flytter problemet (CO2-udledningen) bare til naboområdet (fx ved skovbevarelse)?
 - 4) **Samtidig** – Sker optaget ca. samtidig med udledningen eller umiddelbart efter? CO2-kompensation over 100 år vil være vildledende (se Arla-dommen fra Sverige og FO's egen praksis)

Udsagn om klimakompensation

» Virksomhedens tiltag for at minimere sin klimabelastning: Støtter et skovrejsningsprojekt, hvorved der plantes nye træer, der gennem projektperioden på 20 år optager CO2.



27-05-2025

Vildledende, fordi

- Virksomhedens støtte til et skovrejsningsprojekt **udgør ikke dokumentation for, at sengen er CO2-neutral**, bl.a. grundet **manglende samtidighed** ml. CO2-udledningen fra produktionen og træernes CO2-optag over 20 år, samt spørgsmålet om CO2-effekten ved skovrejsningsprojektet er **additionel**, dvs. om træerne ville være blevet plantet uden projektet.
- Forbrugerne bliver **ikke oplyst, at CO2-neutraliteten skyldes kompensation**, og forbrugerne kan derfor få det indtryk, at sengen besidder klimamæssige fortrin, som ikke er tilfældet.
- Anvendt **virkemidler**, der påvirker forbrugernes helhedsindtryk af markedsføringen.

Udsagn om klimakompensation

» Virksomhedens tiltag for at minimere sin klimabelastning: Støtter et skovrejsningsprojekt, hvorved der plantes nye træer, der gennem projektperioden på 20 år optager CO₂.



Ikke vildledende, fordi

- Udsagnet er **konkret, præcist, faktuel** og i øvrigt afbalanceret.
- Udsagnet er dermed **ikke egnet til at give forbrugeren indtryk af større klimamæssige fordele**, end hvad virksomheden kan dokumentere gennem sin støtte til skovrejsningsprojektet. Afgørende, at forbrugeren ikke får det indtryk, at *produktet* er CO₂-kompenseret 1:1, at *produktet* er CO₂-neutralt el.lign.
- Lovligheden forudsætter (som ved alle andre oplysninger om faktiske forhold i markedsføringen), at rigtigheden af CO₂-effekten kan **dokumenteres**.



Klimaudsagn baseret på klimakompensation

- » Selv hvis det er muligt at dokumentere klimaeffekten, er det en **væsentligt oplysning** for forbrugerne at få at vide, at **neutraliteten skyldes køb af klimakompensation**
- » Oplysningen skal gives i forbindelse med/i nær kontakt til oplysningen om CO2-neutralitet eller –kompensation
- » Ellers kan forbrugeren **vildledes** til at tro, at der er sket en CO2-reduktion ved det pågældende *produkt* (overtrædelse af MFL § 6 om vildledende udeladelser)



Nordisk standpunkt: Brug af klimakompensation i markedsføringen

- » Nordisk standpunkt mellem **Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige**
- » Produkter bliver i stigende omfang markedsført som CO2-neutrale, CO2-kompenserede mv., fordi der er købt **klimakreditter** i projekter, der binder CO2 fra atmosfæren, eller fordi der med projekter undgås en CO2-udledning
- » Behov for at orientere virksomhederne om, at klimaudsagn baseret på klimakompensation **nemt kan vildlede forbrugerne**
- » FO offentliggjorde ifm. standpunktet en [pressemeldelse](#) med uddybelse og omtale af vores egen praksis



NEYTENDASTOFA
Icelandic Consumer Agency



18 April 2024

Nordic statement on climate compensation claims in marketing

Several businesses use claims of products and services being “climate neutral”, “climate compensated”, “net zero” or similar. In 2023, the Swedish Patent and Market Court prohibited a dairy producer to use the claim “net zero climate footprint” and other similar claims giving the consumer the impression that the product had no impact on the climate, or that the impact had been fully compensated, when that is not the case.

According to the Nordic consumer protection authorities, the principles set out in the ruling of the Swedish Patent and Market Court should be taken into account by all businesses using climate compensation claims in their marketing to consumers. The ruling clarifies that it is difficult for traders to verify such claims according to Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices, as transposed in the Nordic countries.

As a result, the Nordic authorities are encouraging businesses to review their climate compensation claims. Instead of using general claims of climate compensation that most businesses will have trouble proving are true, businesses should describe the concrete actions they are taking to for example bind carbon dioxide.

Om livscyklusvurdering (LCA), mærkning og certificering

Livscyklusvurdering (LCA)

- » En LCA skal dække alle relevante faser af produktets / serviceydelsens livscyklus:
 - » Råstofudvinding → produktion → brug → bortskaffelse
- » En LCA skal dække de relevante påvirkningskategorier:
 - » Fx klimagasser, farlige kemikalier, biodiversitet, forsurening, eutrofiering
- » LCA skal udføres af fagpersoner efter gældende standarder og verificeres af tredjepart sagkyndig.
 - » Gældende standarder: ISO 14040 og 14044

Mærknings- og certificeringsordninger

Vejledningens kapitel 10

- » En mærknings- eller certificeringsordning er kendetegnet ved et sæt af **kriterier**, der skal opfyldes, samt en **kontrolfunktion**. Det bør være tydeligt, hvilke kriterier der er tale om, og hvordan **ansvarsfordelingen** i ordningen er.
- » En fordel for virksomhederne ved at tilslutte sig en ordning er, at denne leverer en væsentlig del af den **dokumentation**, der påhviler virksomheden at levere i forbindelse med markedsføringsudsagn.
- » Markedsføringsbudskabet skal afspejle certifikatets **emne** og **målniveau**.
 - » Fx hvis en ordning alene handler om klima, kan denne ikke bruges til markedsføring af et produkt som "bæredygtigt" eller "miljørigtigt".
 - » Fx hvis en ordning indeholder et målniveau svarende til den miljømæssigt bedste tredjedel af markedet, kan denne ikke retfærdiggøre en markedsføring med relative udsagn, fx som "mindst miljøbelastende".
- » Markedsførings**genstanden** skal respekteres.
 - » Fx hvis en ordning omhandler krav til produkter, må den ikke benyttes i markedsføringsudsagn om virksomheden – og omvendt.

Bæredygtige produkter?

Udsagn om bæredygtighed

Brundtland-rapporten fra 1987 (FN): En bæredygtig udvikling betegner en udvikling, som opfylder de nuværende generationers behov uden at bringe fremtidige generationers mulighed for at opfylde deres behov i fare

- » Dokumentation: En livscyklusvurdering, der viser at produktet/virksomheden ikke forringer de kommende generationers mulighed for at opfylde deres behov
- » To centrale spørgsmål:
 1. Hvilke **emner** skal jeg forholde mig til?
 2. Hvor **ambitiøs** skal jeg være?

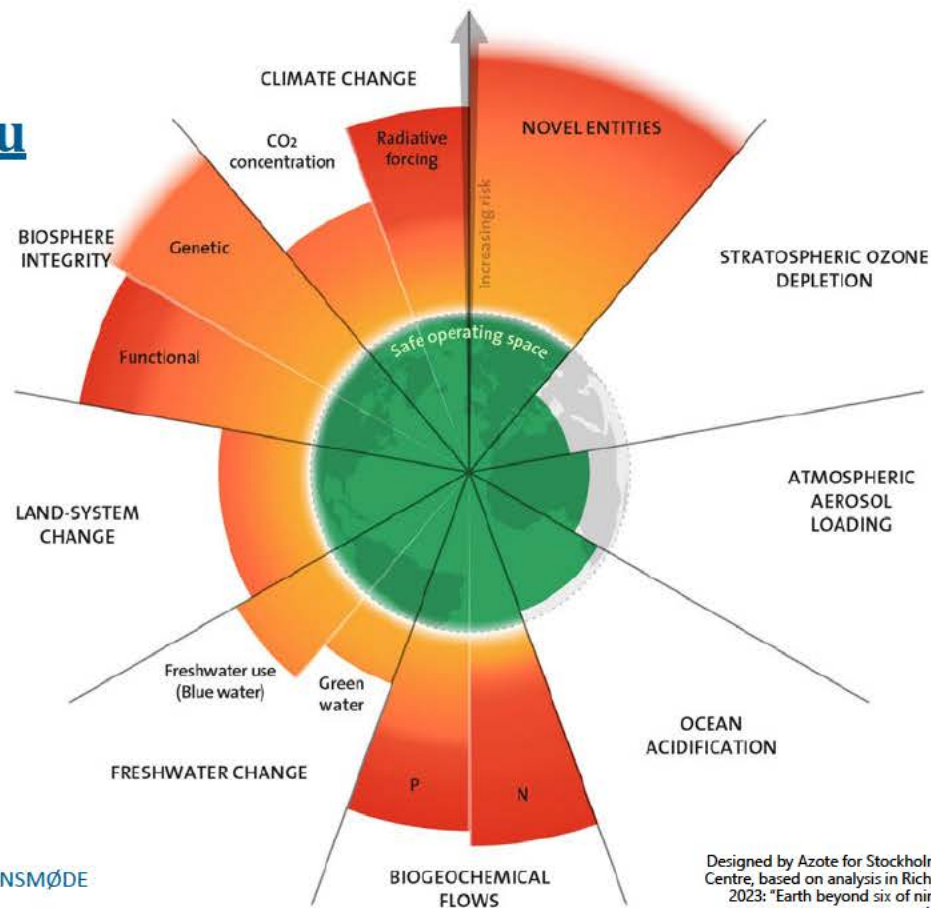
Verdensmålene som en liste over bæredygtigheds-emner



Planetære grænser som rettesnor for ambitionsniveau

» Klodens miljømæssige loft

» 6 ud af 9 grænser er overskredet



Designed by Azote for Stockholm Resilience Centre, based on analysis in Richardson et al 2023: "Earth beyond six of nine planetary boundaries".



Markedsføringsloven og særlovgivning om bæredygtighed

- Omfattende EU-regulering om bæredygtighedsrapportering og lignende: Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), Disclosuresforordningen (SFDR), Taksonomiforordningen (TR) mm.
- Bæredygtighedsrapportering kan *gengives* eller *linkes til* på virksomhedens hjemmeside
 - Fx under en fane med titlen "Bæredygtighedsrapportering", "ESG", "CSR" el.lign.
- **Benyttes uddrag af virksomhedens bæredygtighedsrapportering *selvstændigt* i markedsføringen, vil det være **omfattet af markedsføringsloven****
- Fx hvis en virksomhed benytter citater, oplysninger om CO₂-udledning eller lignende fra deres bæredygtighedsrapportering i en reklamekampagne

Sager med udsagn om bæredygtige produkter

- enkelte miljøfortrin er ikke dokumentation for bæredygtighed

- » Virksomheder markedsførte deres produkter med udsagn om absolut bæredygtighed, fx *"bæredygtig flaske", "bæredygtigt køkken", "bæredygtigt legetøj", "bæredygtige styles", "bæredygtige designs"* mv. eller med deres eget "bæredygtighedsmærke"
 - » Virksomhederne kunne ikke fremlægge dokumentation for bæredygtighed
 - » Flere af virksomhederne oplyste, at baggrunden for udsagnene var, at produkterne bestod af fx 100 % økologisk bomuld, 50 % genanvendt materiale, fri for BPA, eller at de havde et mærke fra en mærkningsordning, en certificering mv. (fx FSC-certificeret træ eller GOTS)
- Sådanne miljøfortrin er **ikke dokumentation for bæredygtighed**, men kan i stedet fremhæves med **konkrete udsagn** i markedsføringen

Nyere bødevedtagelser og politianmeldelser

Verdens mest bæredygtige bilproducent

"BÆREDYGTIGHED
ER DEN
NYE LUKSUS."

Bæredygtige drikkeflasker med sugerør til
børn 🌍



Bæredygtigt badetøj og sweat-tøj ud af genanvendt plastik fra havet.

Forbrugerombudsmandens anbefaling

Forbrugerombudsmandens anbefaling

- » Gør man en **væsentlig** indsats for miljøet?
 - » Et vigtigt budskab at kunne markedsføre
 - » Husk der er forskel på klima, miljø og bæredygtighed
- » Vær så **konkret** som muligt – konkrete udsagn er betydeligt **lettere at dokumentere** og giver mere **præcis information** til forbrugerne
- » Husk at **helhedsindtrykket** er afgørende



Ændringer fra EU

Revideret direktiv om urimelig handelspraksis (UCPD)

- Ændringerne vil betyde, at det fra den 27. september 2026 bliver:
 - 1) **Forbudt** at bruge **bæredygtighedsmærker**, der ikke er baseret på certificeringsordning eller er etableret af offentlig myndighed
 - 2) **Forbudt** at bruge **generiske miljøudsagn uden en anerkendt fremragende miljøpræstation**
 - 3) **Forbudt** at bruge udsagn om CO2-neutralitet, CO2-kompensation, CO2-reduktion mv. om et produkt **baseret på klimakompensation uden for produktets værdikæde**
 - 4) **Forbudt** at bruge miljøudsagn om **hele produktet**, når miljøfortrinnet kun vedrører **dele af produktet**
- Selvom en markedsføring ikke er omfattet af ovenstående, fx grundet anerkendt fremragende miljøpræstation, kan den godt *alligevel* være vildledende!
- I høj grad på linje med Forbrugerombudsmandens praksis i dag

Spørgsmål?

Prismarkedsføring

Cathrine Elisabeth Carstensen og Julie Jørgensen

Markedsføringsloven



Markedsføringslovens § 5 (vildledningsforbud)

En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller på anden måde vildlede.

Vildledning kan relatere sig til **prisen, den måde, prisen beregnes på, eller en særlig prismæssig fordel.**

Falske udsagn

- Tidsbegrænsede rabatkoder
- "Køber du inden 48 timer og bruger rabatkoden 'SPAR15' får du 15 % på hele din kurv"
- Falsk nedtællingsur



Sag 24/06104

Indskærpelse

Sag 18/06444

Bøde på 400.000 kr.

Markedsføringslovens § 6 (vildledningsforbud)

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

Væsentlige oplysninger kan bl.a. relatere sig til **prisen inkl. moms og afgifter.**

Moms

Salg til forbrugere?



✓ 125 kr.

Salg kun til virksomheder?



✓ 100 kr.

Salg til både forbrugere og virksomheder?



✓ 100 kr. ex moms / 125 kr. inkl. moms
✓ 125 kr. (100 kr. ex moms)

Fragt- og leveringsomkostninger (§ 6 fortsat)

Væsentlige oplysninger kan også relatere sig til omkostninger vedrørende **fragt, levering eller porto**, i det omfang de pålægges.

Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at omkostningerne kan forekomme.

Skjulte oplysninger (24/04836)

- 1. del af gerningsperioden → leveringsomkostninger ikke præsenteret samtidig med produktet og prisen

ter? 

1 billet

2 Billetter

3 Billetter

4 Billetter

5+ Billetter

Billetter tilbage til dette event 





 I kommer til at sidde sammen i afsnittet med siddepladser

☒ Vis de bedste billetter? 



Sektion: 310

1 Billet tilbage

— Begrænset eller mangelfuldt udsyn 

 Øjeblikkelig download

✓ En af de bedst sælgende sektioner.

Disse billetter vil højst sandsynligt blive solgt snart.



Sektion: Floor

1 Billet tilbage

✓ Frit udsyn. 

✓ Bedst sælgende sektion.

1.529 DKK

pr. billet

Køb

Super - 9,8

1.631 DKK

pr. billet

Køb

God - 6,3

Dine ordredetaljer



U2 Om 12 Dage

lørdag, 29 september 2018 18:00

Royal Arena, København NV, Danmark

Sektion: 310

 Begrænset eller mangelfuldt udsyn (Hvad er det?)

Antal billetter

1

Billetpris

1.529 DKK

Ikke inkluderet:

Billetsafgifter, moms og Booking gebyr

Dine ordredetaljer



U2 Om 12 Dage

lørdag, 29 september 2018 18:00

Royal Arena, København NV, Danmark

Sektion: 310

 Begrænset eller mangelfuldt udsyn (Hvad er det?)

Antal billetter ()

1

Billetpris

1.529 DKK

Billetsafgifter

37 DKK

moms og Booking gebyr 

478 DKK

TOTAL

2.043 DKK

Dette er en tilnærmelsesvis omregning. Disse billetter er annonceret i EUR. Du skal betale 273,93 €.

Skjulte oplysninger (24/04836)

- 1. del af gerningsperioden → ikke præsenteret samtidig med produktet og prisen
- 2. del af gerningsperioden → fast sort bjælke på hjemmesidens øverste kant
 - Produktets karakteristika og pris var fremtrædende midt i skærmbilledet

Apps

Dette websted bruger cookies til at give dig en god brugeroplevelse. For at finde ud af mere, læs vores [cookie-politik](#).

Billetter til Volbeat

Check ud er i gang [Gå tilbage til check ud](#) DKK Set for

Priserne inkluderer estimeret moms og bookinggebyr eksklusiv leveringsgebyr

10 personer har kigget på denne begivenhed inden for den sidste time

1. Genfind begivenheder

2. Vælg dine billetter

3. Bekræft detaljer



Volbeat

Jyske Bank Boxen, Herning, Danmark

lørdag, 23 november 2019 17:00

Ugen efter næste

(Flere Volbeat arrangementer)



Spilleprogram

Volbeat

Hvor Mange Billetter?

Vælg antal for hurtigt at finde de bedste billetter til antallet af personer, der deltager i begivenheden. Der kan være nogle få billetter tilbage i den mængde, du vælger.

Alle

1 billet

2 Billetter

3 Billetter

4 Billetter

5+ Billetter

Apps



lørdag, 23 november 2019 17:00

Ugen efter næste

(Flere Volbeat arrangementer)



Spilleprogram

Volbeat

Hvor Mange Billetter?

Vælg antal for hurtigt at finde de bedste billetter til antallet af personer, der deltager i begivenheden. Der kan være nogle få billetter tilbage i den mængde, du vælger.

Alle

1 billet

2 Billetter

3 Billetter

4 Billetter

5+ Billetter



i kommer til at sidde sammen i afsnit med siddepladser.

103 tilgængelige billetter
matcher dine filtre på vores side

Vis de bedste billetter?

Sektion: U1

1 billet tilbage

i denne listing på vores side

512 DKK
pr. billet

Umiddelbar tilknytning og skriftstørrelse (18/08721)

1. Oplysning i umiddelbar tilknytning til prisen
2. Manglende oplysning om samlet pris
3. Uhensigtsmæssig angivelse af priser

Forhold 1

Uundgåelige fragtomkostninger blev
ikke oplyst i umiddelbar tilknytning til prisen.



Reol med 6 rum

Hvid reol med 6 sorte kurve

448,00 /stk.

✓ Butik ✓ Online



Reol med 4 rum - hvid MDF

Rumdeler med 4 rum. Måler 143 x 39 x 39,5 cm.

378,00 /stk.

✓ Butik ✓ Online



Skoreol med 3 hylder - 78 x 32 x 40 cm

Ubehandlet fyrretræ. Ca. 3 par sko på hver hylde.

78,00 /stk.

✓ Butik ✓ Online



Stål reol 45 x 120 x 180 cm med 5 hylder i MDF.

Reol med 5 hylder der hver kan belastes med maks. 200 kg.

398,00 /stk.

✓ Online

Stålreol – 5 hylder – 200 kg pr. hylde

Varenr.: 9045606



398,00 /stk

Reol med 5 hylder der hver kan belastes med maks. 200 kg.

[Læs mere](#)



På lager online

Leveringstid 1 - 5 arbejdsdage

[Få det billigst](#)

 **Læg i kurv**

 **Fås kun online**

Lagerstatus blev indlæst sidst: 26. mar 2019 12:22

Bestillingsoversigt

(1 stk) Stålreol - 5 hylder - 200 kg pr. hylde 398,00 kr.

Samlet varekøb 398,00 kr.
Levering 299,00 kr.

Samlet pris 697,00 kr.
Moms udgør 139,40 kr.

Fortsæt

Forhold 2

Pris oplyst uden omkostninger til
indregistrering, ekspeditionsgebyr og fragt.

Disse omkostninger blev oplyst særskilt.

AutoZone

TRAILER

Villa 500 kg eller 750 kg.
Montering af nummerplade/
indregistrering 590,00 kr.
Ekspositionsgebyr 200,00 kr.
Fragtpris 550,00 kr.

3699,-



AutoZone

TRAILER

Villa 750 kg med tipp.
Montering af nummerplade/
indregistrering 590,00 kr.
Ekspositionsgebyr 200,00 kr.
Fragtpris 550,00 kr.

4299,-

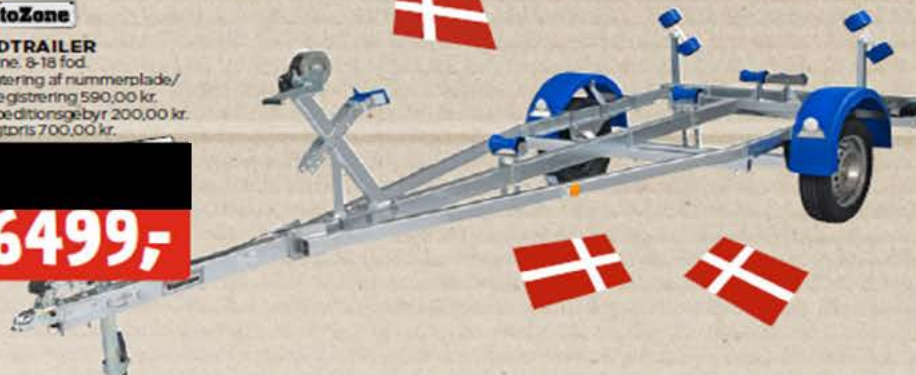


AutoZone

BADTRAILER

Marine: 8-18 fod.
Montering af nummerplade/
indregistrering 590,00 kr.
Ekspositionsgebyr 200,00 kr.
Fragtpris 700,00 kr.

6499,-



Forhold 3

Samlet pris oplyst med stor sort skrift ved siden af en rød pris, der ikke indeholdte alle uundgåelige omkostninger.

Uhensigtsmæssigt, men ikke egnet til væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren.

- Der tillægges fragt afhængig af den valgte trailer
- Der tillægges montering af nummerplade/indregistrering samt ekspeditionsgebyr.

AutoZone

TRAILER

Villa 500 kg eller 750 kg.
 Montering af nummerplade/
 indregistrering 590,00 kr.
 Ekspeditionsgebyr 200,00 kr.
 Fragtpris 550,00 kr. til fastland
 og brofaste øer.
 Samlet pris 4599,00 kr.

3259,-



TOTALPRIS
 Leveret og indregistreret
4599,-

AutoZone

TRAILER

Villa 750 kg med tip.
 Montering af nummerplade/
 indregistrering 590,00kr.
 Ekspeditionsgebyr 200,00 kr.
 Fragtpris 550,00 kr. til fastland
 og brofaste øer.
 Samlet pris 5339,00 kr.

3999,-



TOTALPRIS
 Leveret og indregistreret
5339,-

AutoZone

BÅDTRAILER

Marine. 8-18 fod.
 Montering af nummerplade/
 indregistrering 590,00kr.
 Ekspeditionsgebyr 200,00 kr.
 Fragtpris 700,00 kr. til fastland
 og brofaste øer.
 Samlet pris 7899,00 kr.

6409,-



TOTALPRIS
 Leveret og indregistreret
7899,-

Andre omkostninger (20/06184)

- Delebilsplatform
- Uundgåelige omkostninger til forsikring og service



Rummelig C4 m. træk og panoramatag - 33,3 km/l

8000 Aarhus

Mathias F.
★★★★★

280
DKK/dag

Keyless C1: 26,3 km/l



Citroen C1 2015

8200 Aarhus

Mathias F.
★★★★★

195
DKK/dag

Afhentning

Man, 22 juni

13:00

Aflevering

Tir, 23 juni

13:00

Kvikbooking er ikke mulig

- Du skal godkendes som lejer. Det sker som del af din anmodning.
- Du kan stadig anmode om bilen.

Periode: 1 dag

DKK 195

Forsikring og service

DKK 69

Samlet pris

DKK 264

Prismærknings- bekendtgørelsen

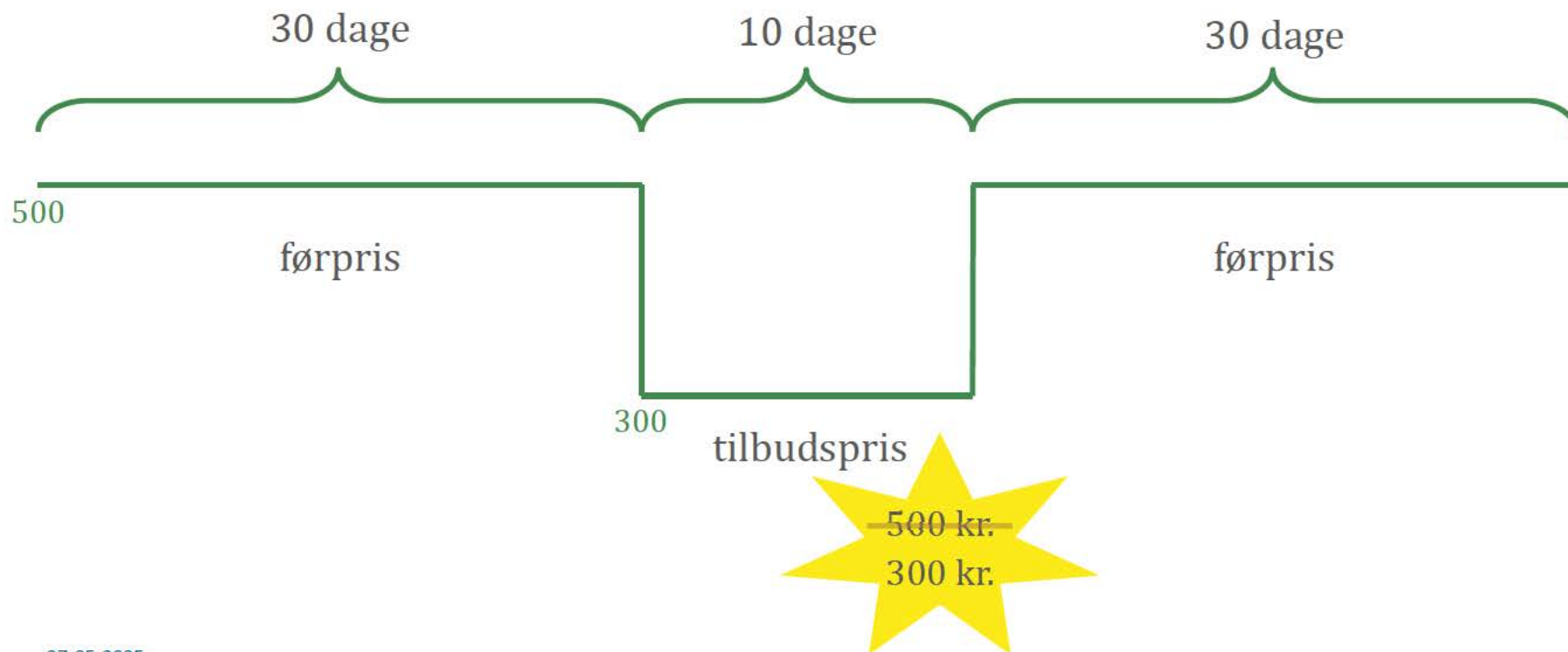


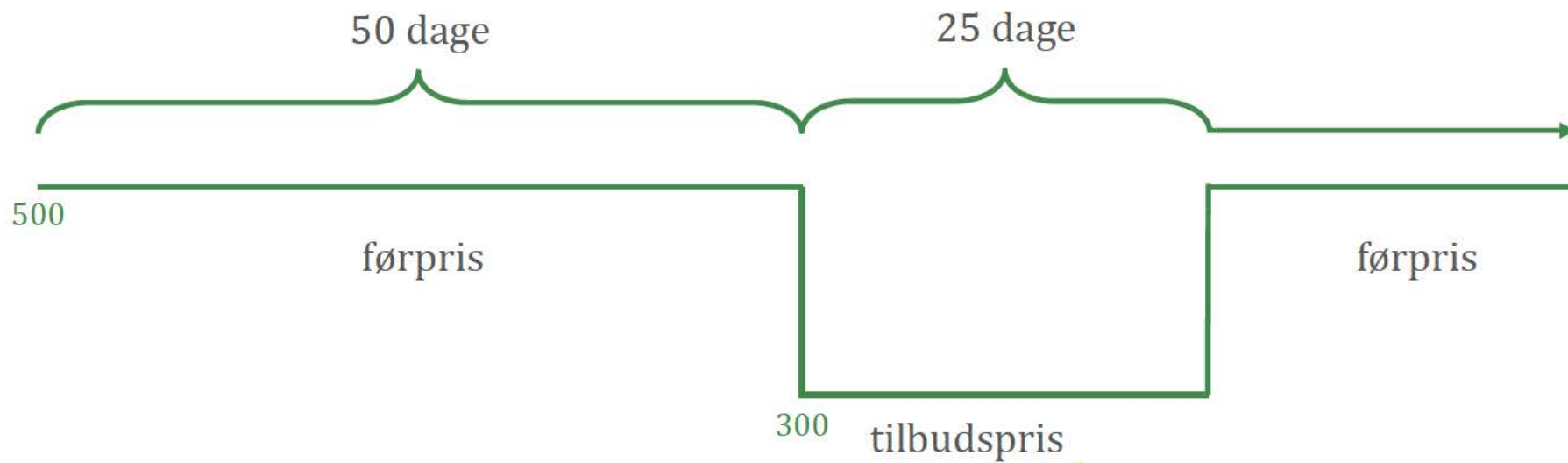
Prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a

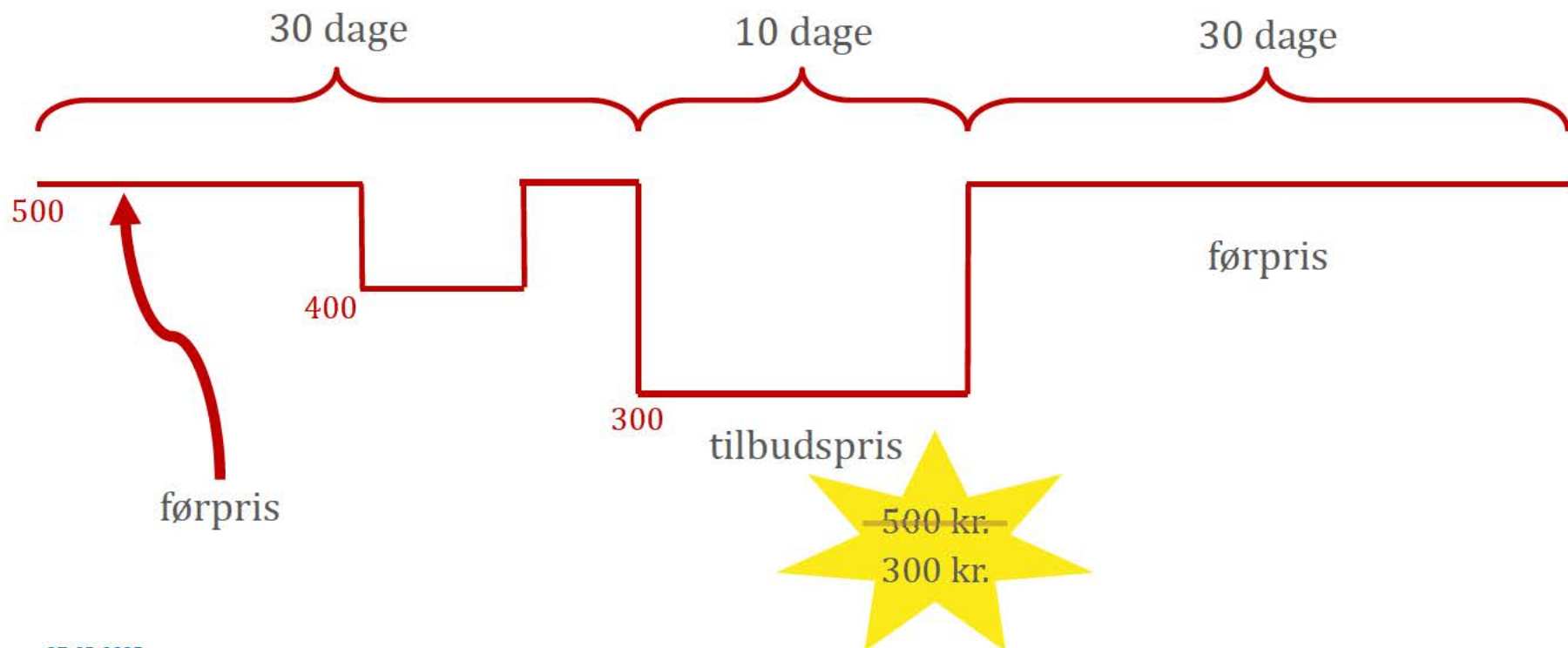
Enhver meddelelse om prisnedsættelser med sammenligning med egen tidligere pris skal angive varens normalpris. Som normalpris anses **den laveste pris**, som den erhvervsdrivende har anvendt for varen i en periode på mindst **30 dage forud for prisnedsættelsen**.

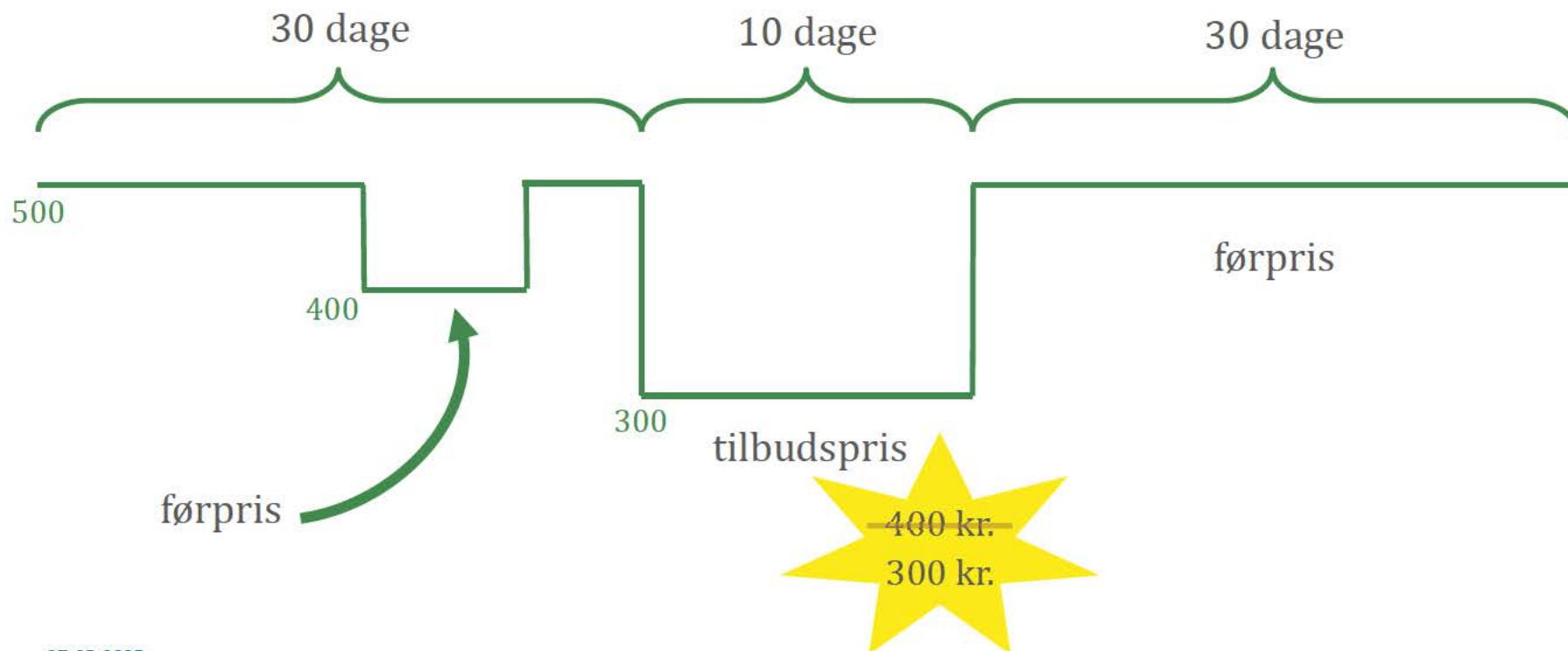
Normalprisens varighed: Skal være gældende i mindst 30 sammenhængende dage forud for prisnedsættelsen, dog den laveste pris i perioden, hvis prisen har varieret

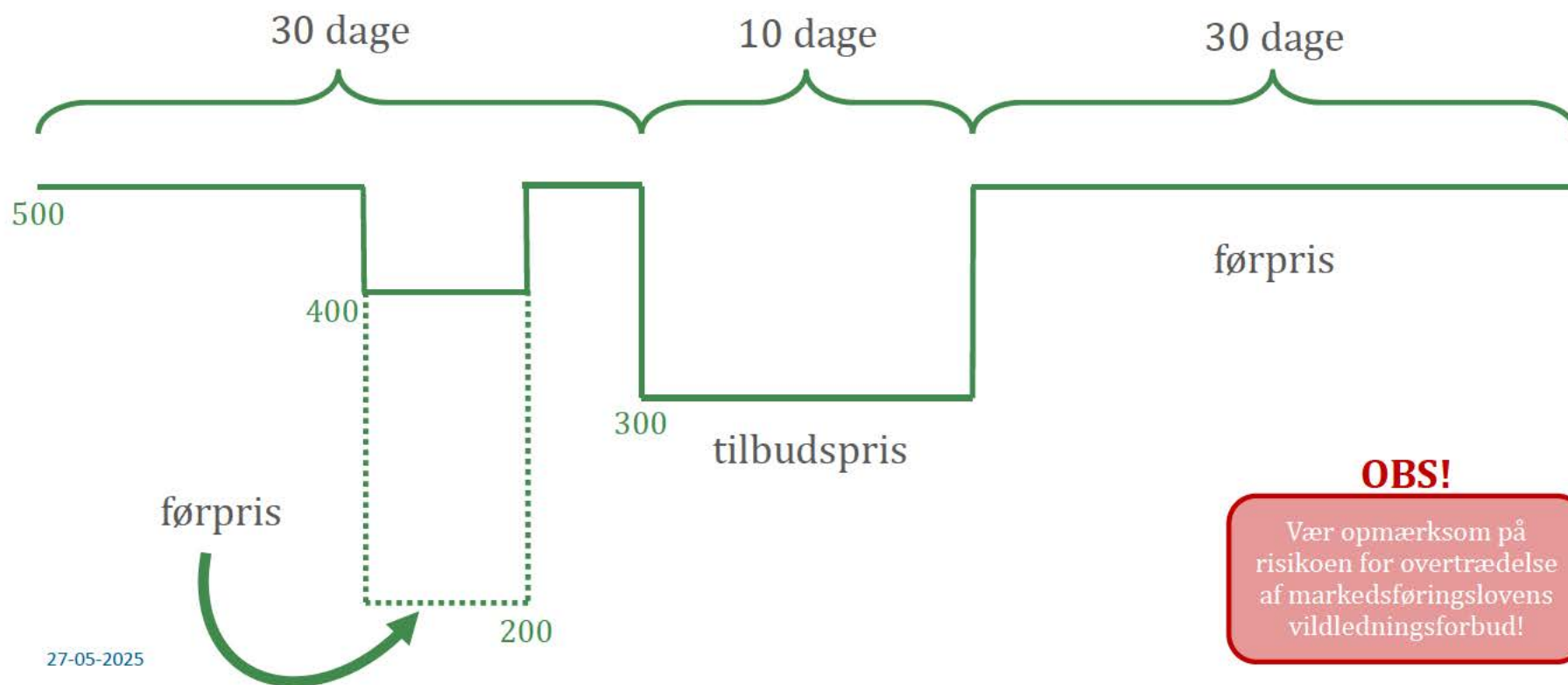
Tilbudsperiodens varighed: Som udgangspunkt op til 10 dage

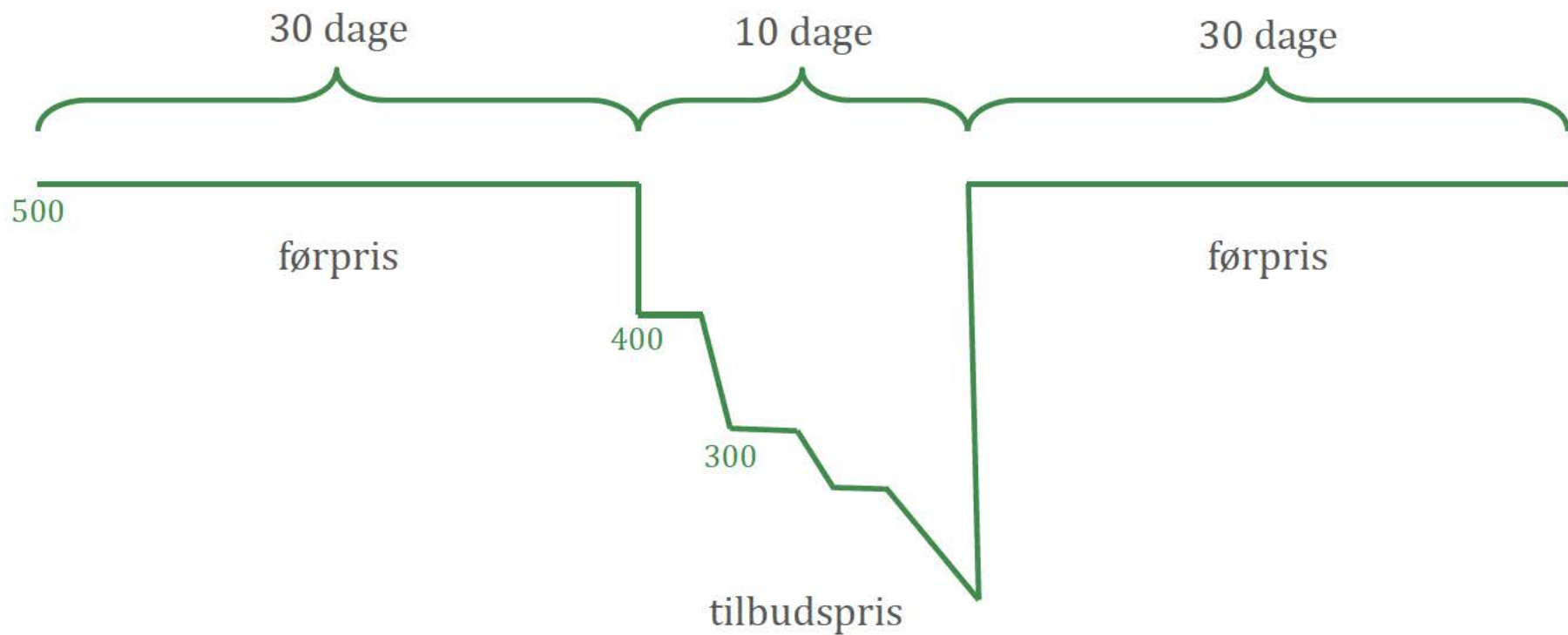




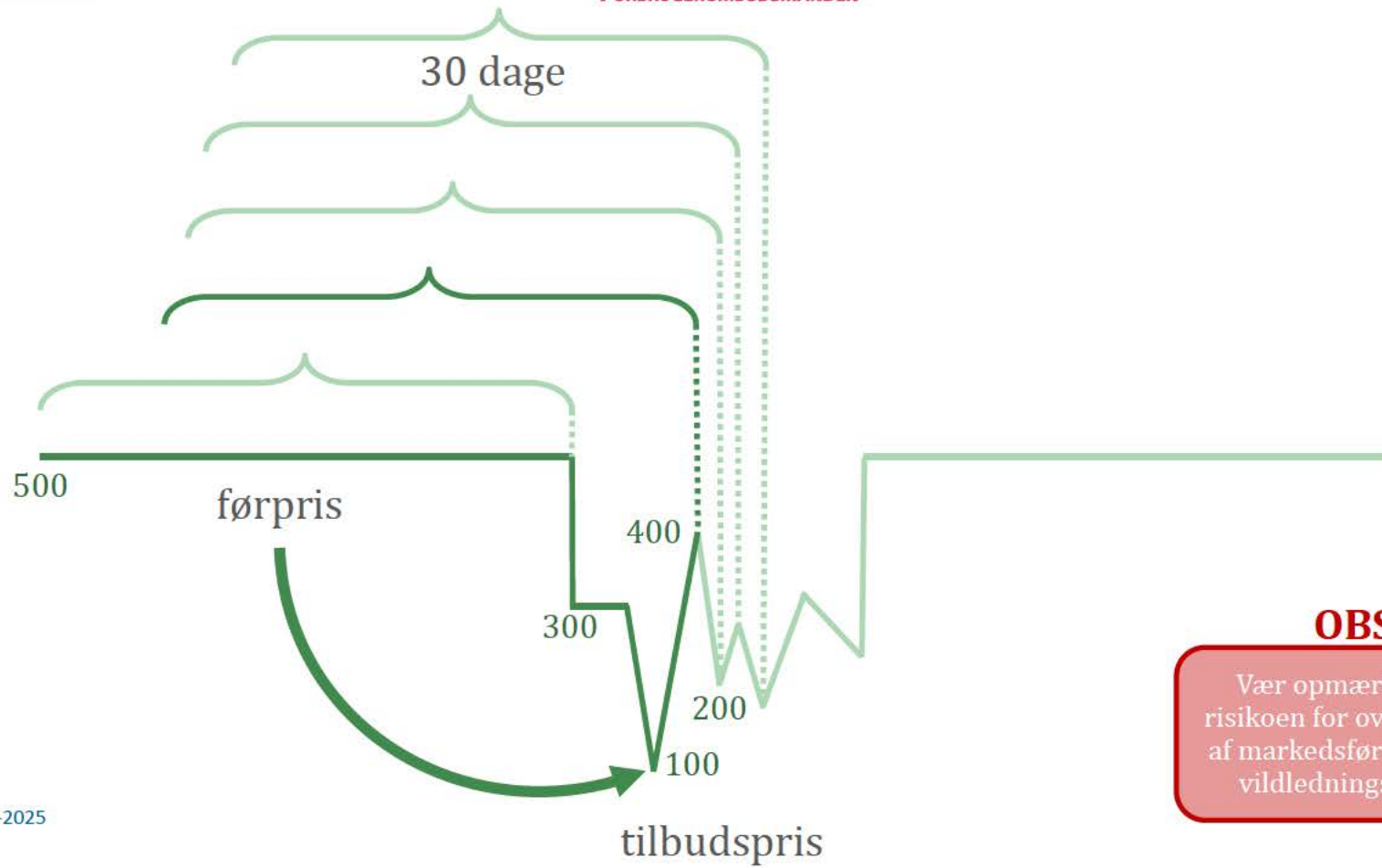






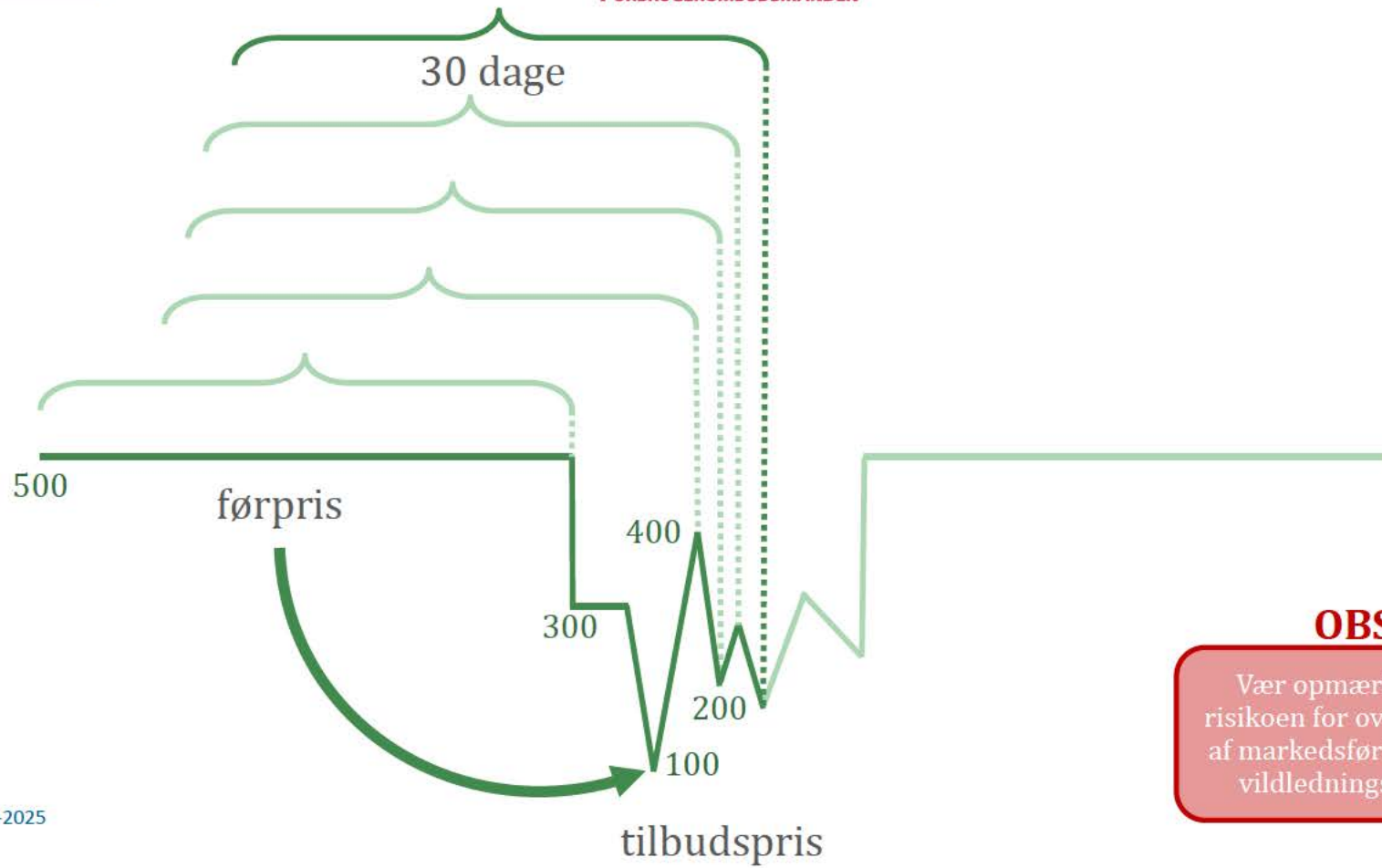


Prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a fortsat



27-05-2025

Prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a fortsat



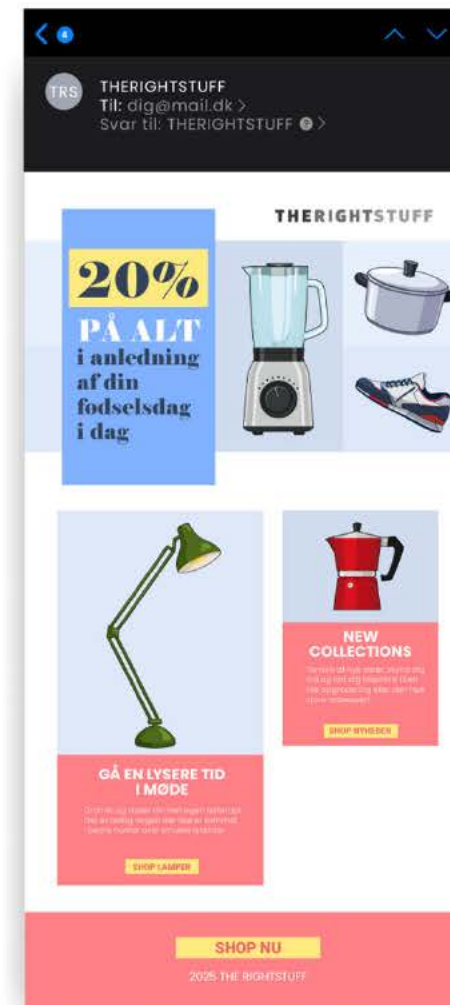
27-05-2025

Loyalitetsprogrammer og personaliserede priser

- Rabatkort eller værdikuponer, der giver forbrugeren rabat på alle sælgers produkter eller bestemte produktserier i en længere periode
- Rabat der følger af forbrugers forudgående køb
- Som udgangspunkt ikke omfattet af prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a, hvis rabatterne reelt er personaliserede og ikke tilbydes forbrugerne generelt

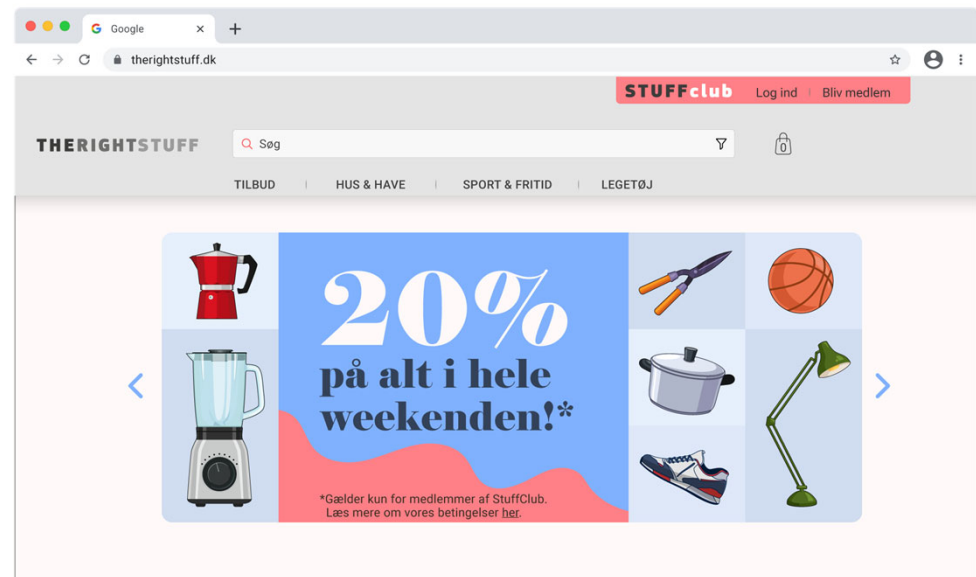
27-05-2025

FORBRUGEROMBUDSMANDENS INFORMATIONSØDE



Det afgørende er, om

- 1) medlemstilbudsprisen tilbydes/meddeles forbrugerne generelt, og
- 2) loyalitetsprogrammet er tilgængeligt for eller anvendes af mange eller størstedelen af kunderne



Retningslinjer for prismarkedsføring

Pakketilbud (pkt. 8)

8. Ved "*pakketilbud*" eller "*kombinationstilbud*" forstås, at **to eller flere enkeltstående produkter sælges samlet**. De enkelte produkter skal have været solgt eller udbudt til salg hver for sig til de oplyste priser i en længere periode (minimum 30 dage), umiddelbart forud for annonceringstidspunktet.

8.2 Et pakketilbud eller kombinationstilbud **afbryder ikke den længere periode**.



100 kr.

200 kr.

8.1 Priserne på hhv. 100 kr. og 200 kr. skal have været gældende i en længere periode.

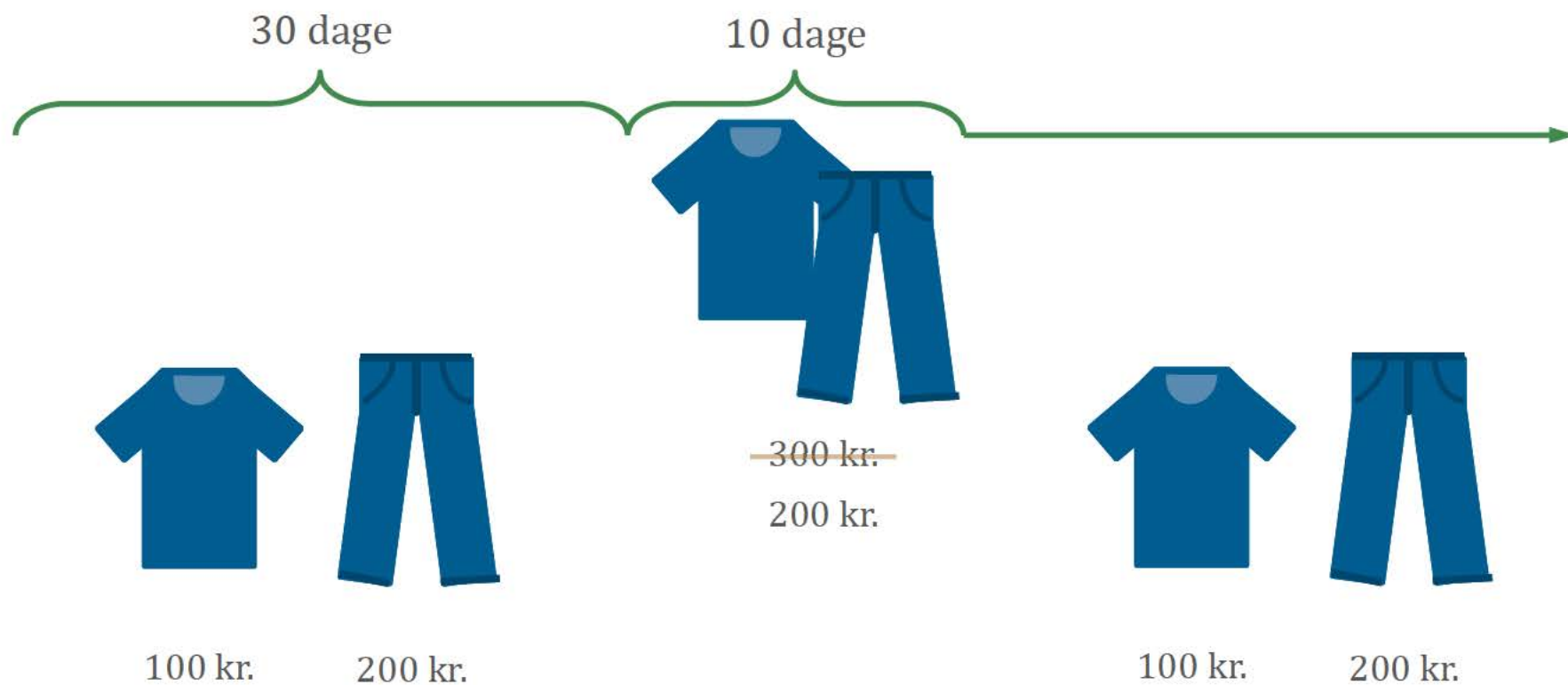


~~300 kr.~~

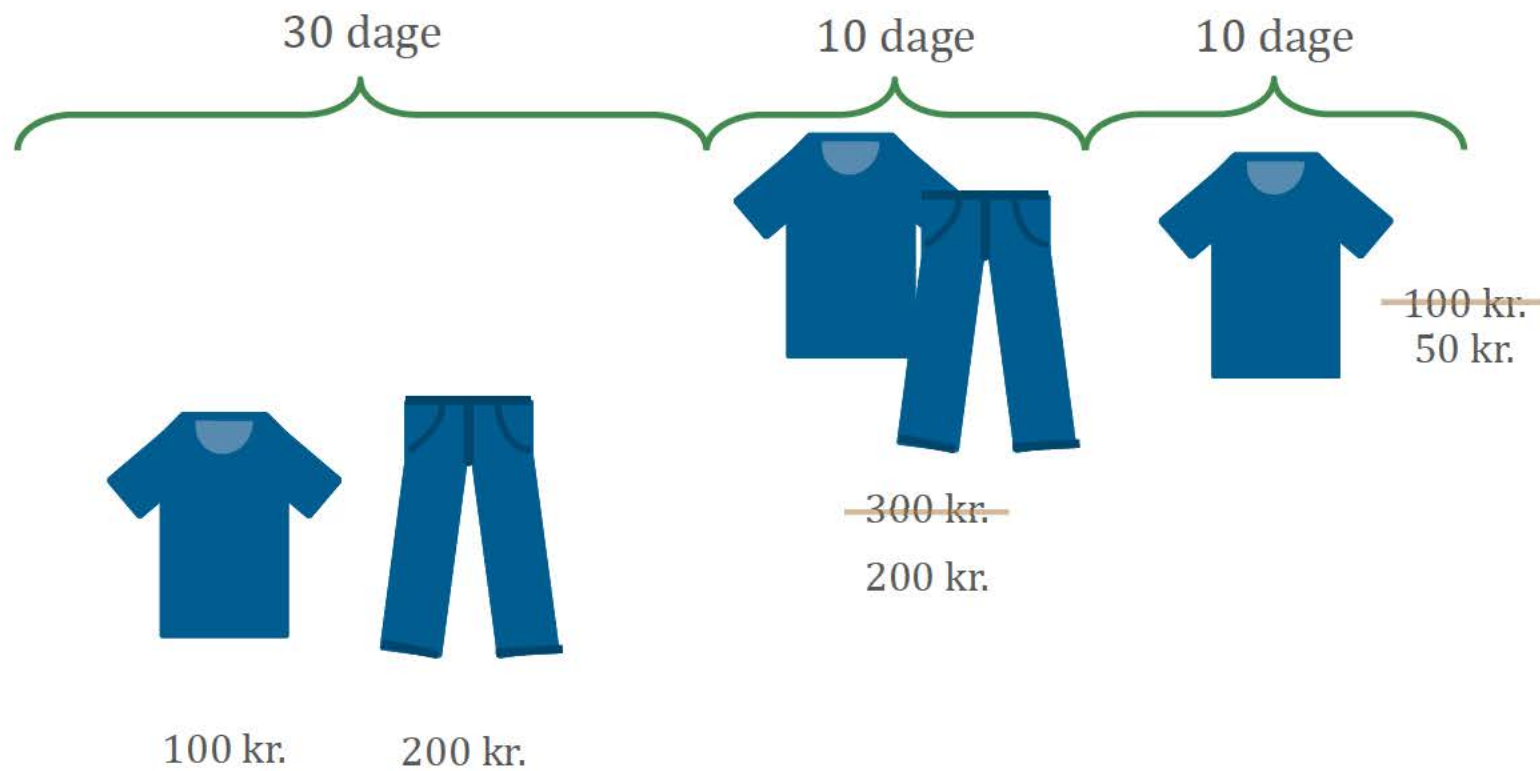
200 kr.

8.2 Pakketilbuddet afbryder *ikke* den længere periode.
(medmindre pakketilbuddet er gældende så ofte, at førprisen på hhv. 100 kr. og 200 kr. ikke kan siges at være reel)

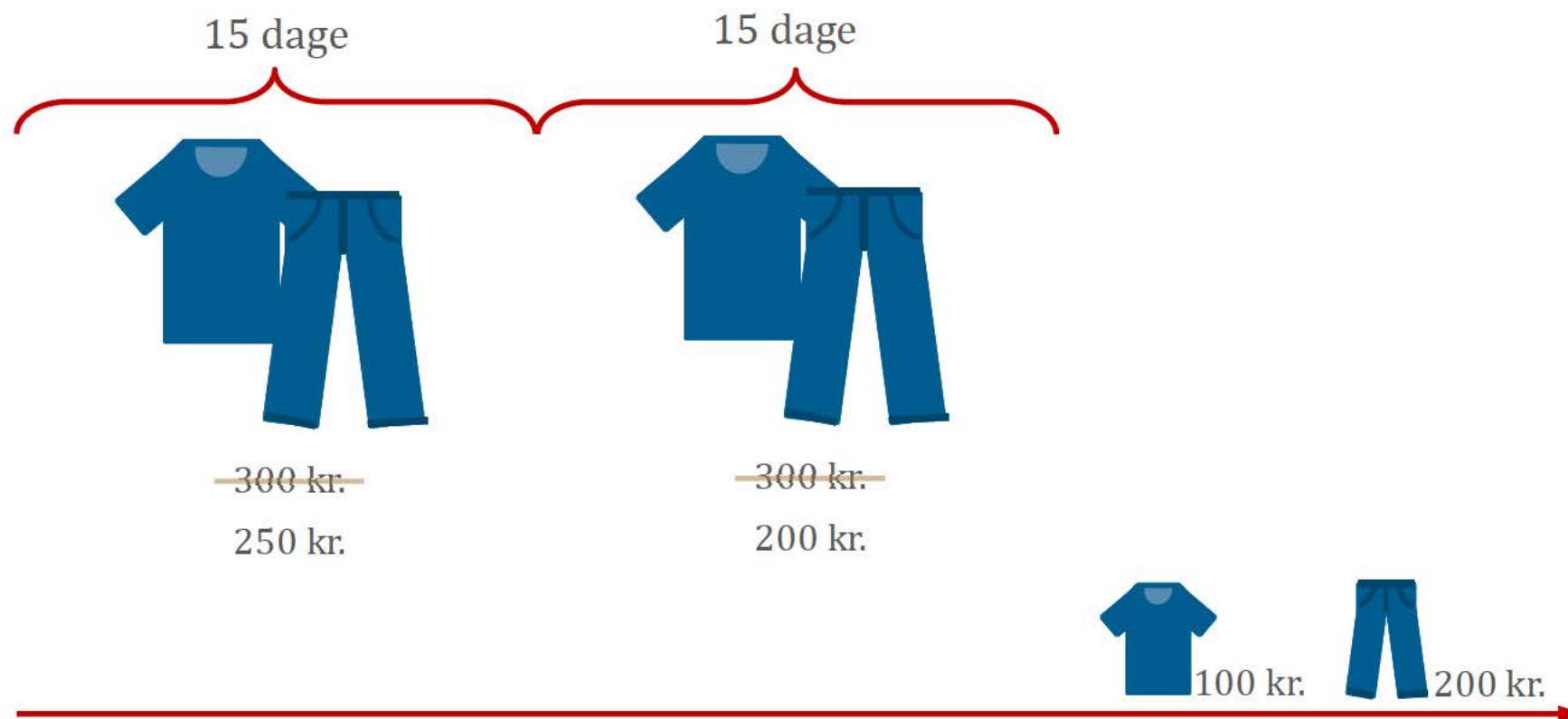
Retningslinjernes pkt. 8 - pakketilbud



Retningslinjernes pkt. 8 - pakketilbud



Retningslinjernes pkt. 8 - pakke tilbud



Mængderabat (pkt. 9)

9. Ved markedsføring af en mængderabat, skal varen have været solgt eller udbudt til salg til normalprisen i en længere periode (minimum 30 dage) umiddelbart forud for annonceringstidspunktet.

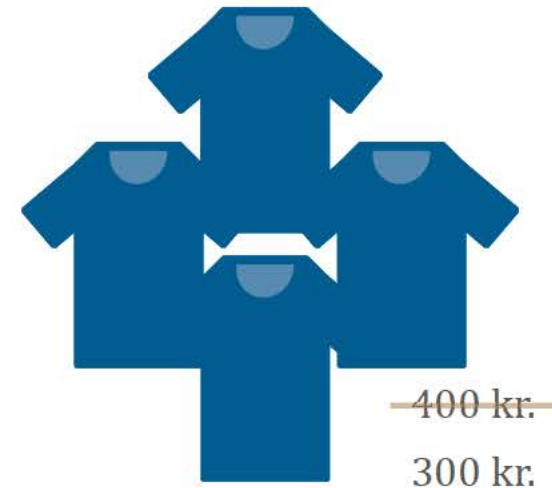
9.2. En **mængderabat afbryder ikke den længere periode.**

9.3. Ved mængderabat forstås **køb af flere stk. af den samme vare.**



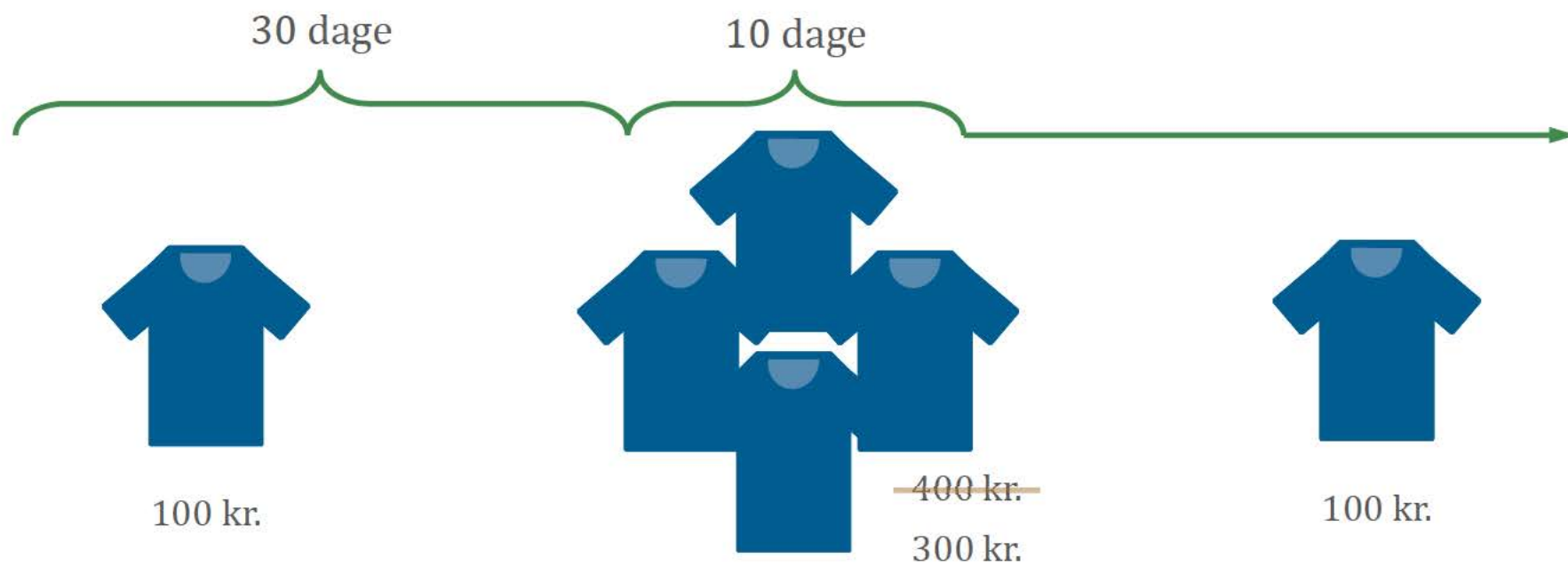
100 kr.

9.1 Stykprisen på 100 kr. skal have været gældende i en længere periode umiddelbart forud for annoncering af mængderabatten

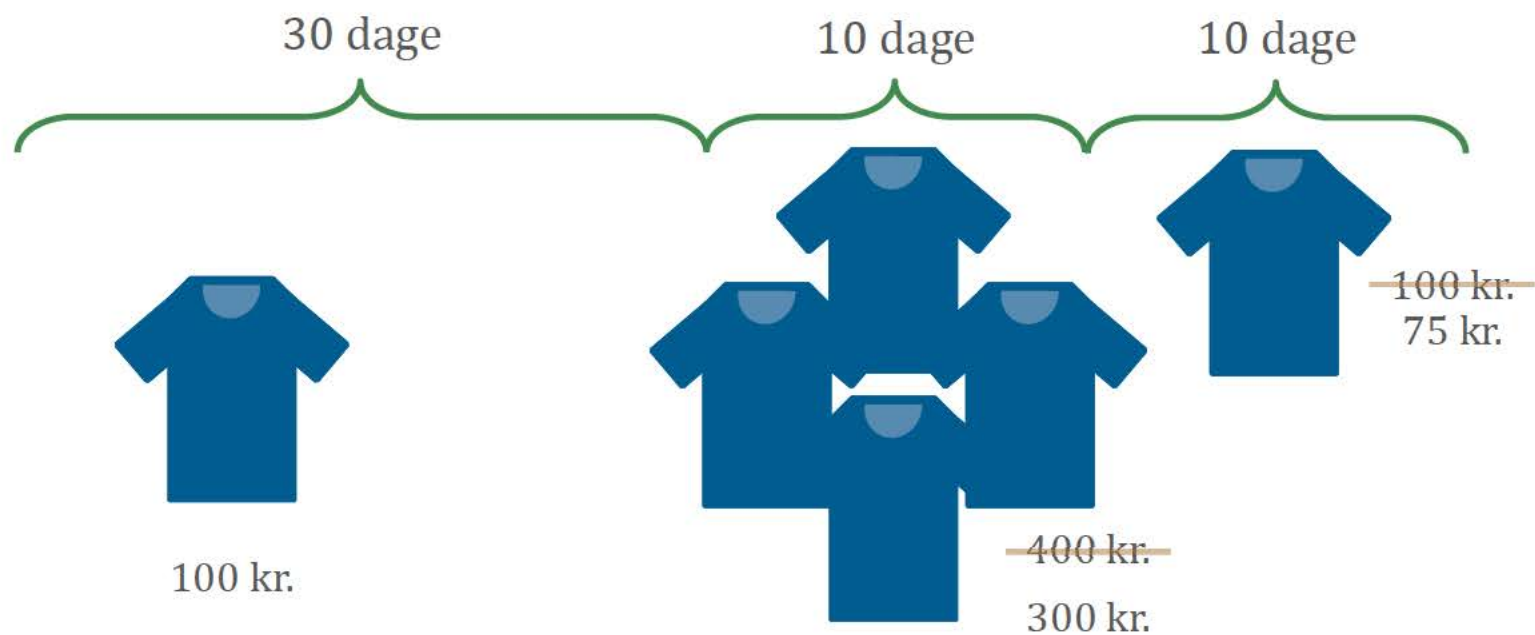


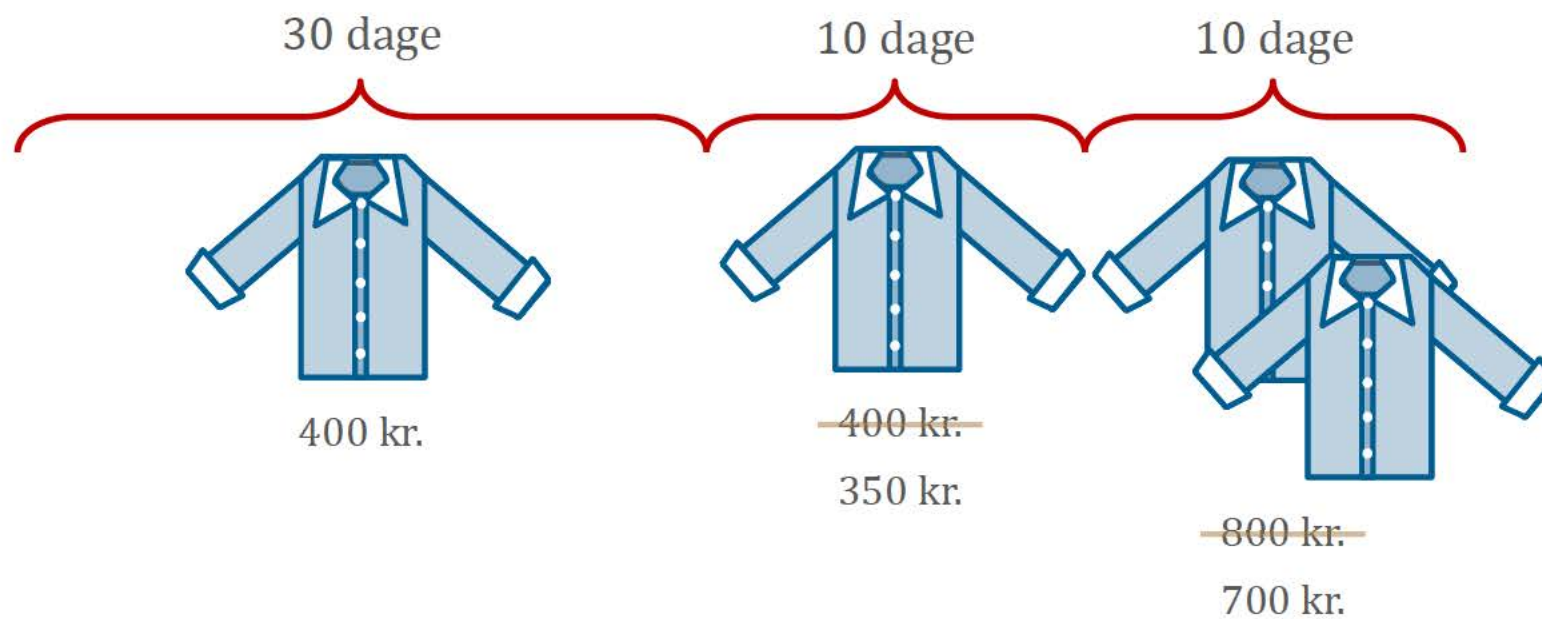
9.2 Mængderabatten afbryder *ikke* den længere periode.
(medmindre mængderabatten er gældende så ofte, at normalprisen på 100 kr. ikke kan siges at være reel)

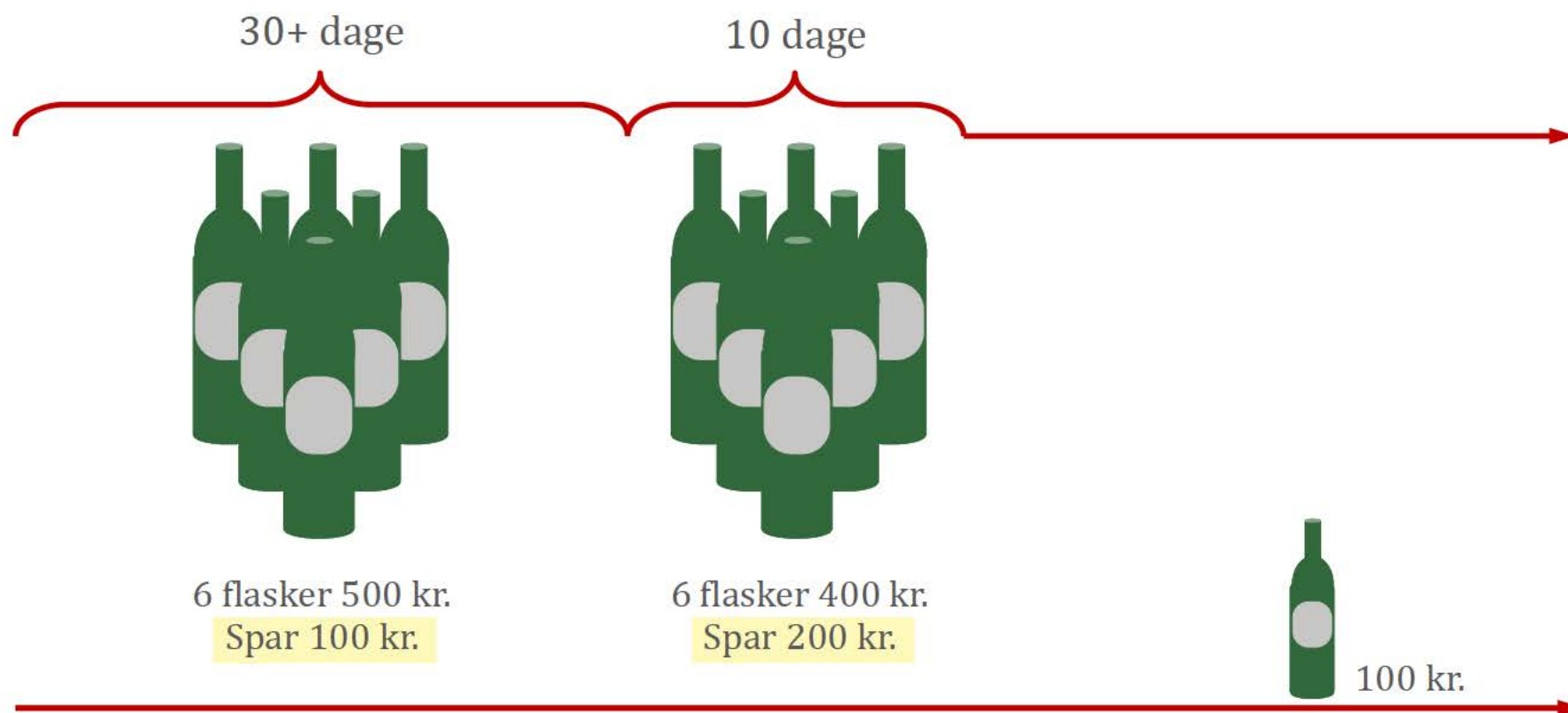
Retningslinjernes pkt. 9 - mængderabat

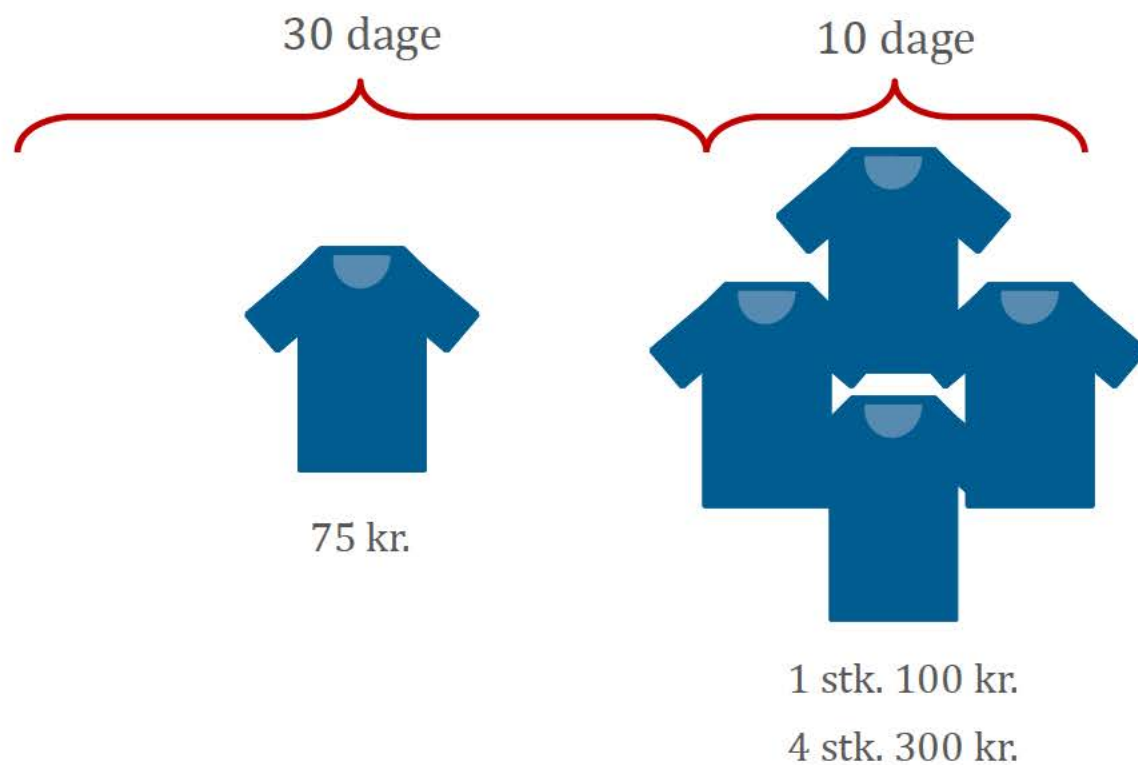


Retningslinjernes pkt. 9 - mængderabat

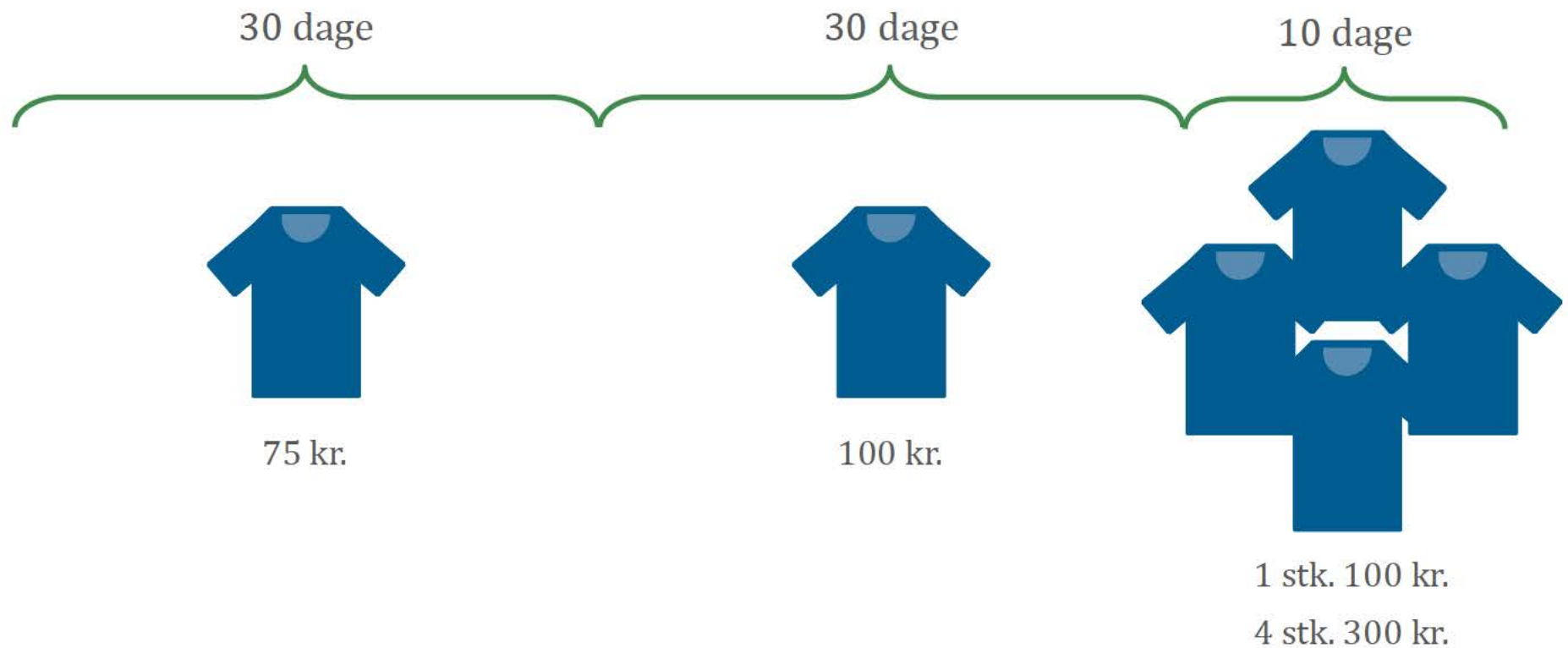








Retningslinjernes pkt. 9 - mængderabat



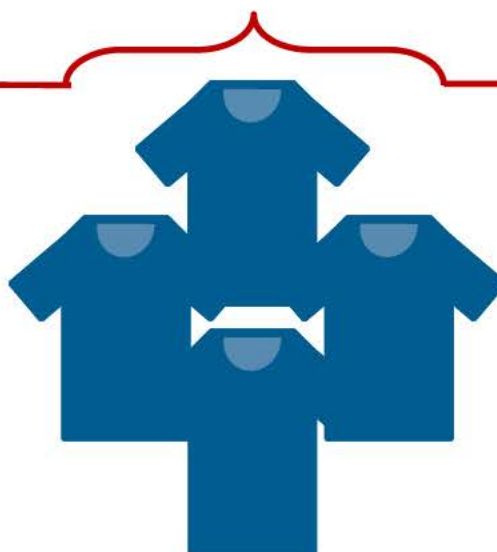
Prismærkningsbekendtgørelsens § 3

Erhvervsdrivende skal oplyse varens **salgspris og enhedspris** i salgslokalet, eller hvor varerne i øvrigt udstilles til salg.

Prisoplysningerne skal gives **tydeligt og let læseligt**, så der ikke kan opstå tvivl om, hvilken vare de vedrører.



10 dage



4 stk. 300 kr.

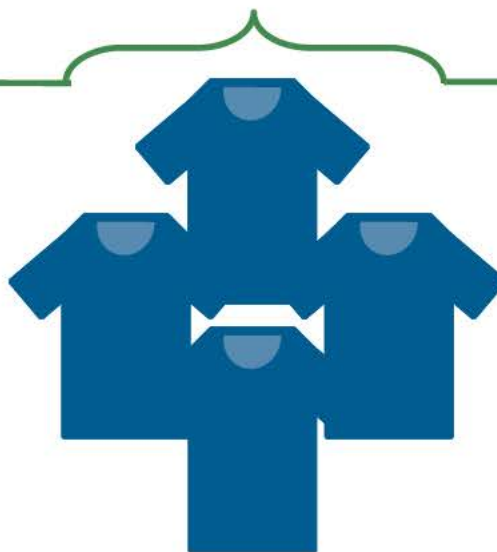


100 kr.

Retningslinjernes pkt. 9 - mængderabat



10 dage



100 kr.

1 stk. 100 kr.

4 stk. 300 kr.



Spørgsmål?

Anmod om en forhåndsbesked på forbrugerombudsmanden.dk
eller skriv til fo@forbrugerombudsmanden.dk

Forbrugerkreditaftaler

Marc Tramoni

Hvad er en forbrugerkreditaftale?

- » En aftale hvor en erhvervsdrivende (**kreditgiver**) yder kredit til en **forbruger**.
 - » Forbrugslån
 - » Afbetalingskøb
 - » Kontokreditter
 - » ...OSV.



Retsgrundlag

» Forbrugerkreditdirektivet (2008/48)

→ **Kreditaftaleloven** (aftaler om kredit)

→ **Markedsføringsloven** (markedsføring af kredit)

» **OBS:** Direktivet supplerer de generelle regler i markedsføringsloven og aftaleretten



Hvad er formålet med reglerne?

- » **Høj** forbrugerbeskyttelse
- » **Gennemsigtighed** og **sammenlignelighed**, så forbrugeren kan træffe en informeret beslutning
- » Forhindre **uansvarlig långivning** og **overdreven gældsætning**

Markedsføring af kreditaftaler

» Pligt til at give **kreditoplysninger**

» Hvornår indtræder pligten?

→ Ved enhver markedsføring over for forbrugere, som oplyser en **rentesats** eller talstørrelser vedrørende **omkostningerne**.

Markedsføring af kreditaftaler



» Oplysningspligt:

- » "Lån til en rente på 10 %"
- » "Lån til ny bil. 965 kr. pr. måned"
- » "Kreditten er rentefri"
- » "Intet gebyr for oprettelse"

» Ikke oplysningspligt:

- » "Attraktiv rente"
- » "Omkostningerne er lave"
- » "Lån 10.000 kr. til en lav rente"

Markedsføring af kreditaftaler

» Kreditoplysninger:

- 1) Renter, gebyrer og omkostninger
- 2) Samlet kreditbeløb
- 3) Årlige omkostninger i procent (ÅOP)
- 4) Løbetid
- 5) Samlet beløb, der skal tilbagebetales
- 6) Ydelsernes størrelse



Markedsføring af kreditaftaler

» § 18, stk. 2: Kreditoplysningerne skal oplyses **klart, kort** og **på en fremtrædende måde** ved hjælp af et **repræsentativt eksempel**.



Markedsføring af kreditaftaler



27-05-2025



nyhed!
DYT100
Kør glat afvejet med familien
1000 km for DYT100
Læs nyhedsbrevet DYT100
kun 89.980 kr.
1000 km

DYT



**KØB DYT100 med 5 DØRE, NAVIGATION, AC, EL-RUDER.
965 KR./MD.**
Med sine 5 døre er dyt100 rasende rap og rummelig, både i kabinen og bagagerummet, og lige nu er prisen helt i bund.

Tilbudet udfører pr. 1. oktober og gælder kun for privatpersoner, som kan kredittørkes. Metalik 1.000- elektrisk Energiplan A. Brændstøfforbrug 23,8 km/l CO2-udledning 95 g/km. Udbetaling 20.000 kr. Saml. Kreditbeløb 69.980 kr. Løbende 96 mdr. Variabel debitorrente 2,27 %, ÅOP 7,54 %. Saml. kreditrenter 22.440 kr. Saml. tilbagebetalingsbeløb 92.440 kr. Finansiering via Dytfinans. Der er fortrydelsesret på lånet.

MFL § 18

Markedsføring af kreditaftaler



27-05-2025



Kør glad afsted med familien
iden nye dyt100!

Med sine 5 døre er dyt100 rasende rap
og rummelig, både i kabinen og bagagerummet

nyhed!
køb dyt100
for kun
89.980,-
inkl. moms



KØB DYT100
med 5 DØRE, NAVIGATION, AC, EL-RUDER.

965 KR. /MD.

Løbetid: 96 mdr. Udbetaling: 20.000 kr. variabel debitorrente: 2,27%.
SAML. Kreditomk: 22.660 kr. SAML. Kreditbeløb: 69.980 kr.
saml. tilbagebetaling: 92.640 kr. AOP: 7,56% kræver Købfaskoforsikring
hos x-forsikring.

Tilbudet udløber pr. 1 oktober og gælder kun for private personer. BOM KANALREDAKTORER. Finansiering via Dytfinans. Der er forbeholdt for ændringer.

Energiklasse A. Brændstoføkonomi 23,8 km/l. CO2-udledning 95 g/km. [-]

MFL § 18

FO's vejledning

- » Forbrugerombudsmandens vejledning om markedsføring af forbrugerkredit (2016)



Beregning af ÅOP

- » "De årlige omkostninger i procent svarer på årsbasis til nutidsværdien af **alle fremtidige** eller **eksisterende forpligtelser** i form af udnyttede kreditmuligheder, tilbagebetalinger og omkostninger, der er **aftalt** mellem kreditgiveren og forbrugeren."
- » Med andre ord: "**De samlede reelle omkostninger pr. år**"

Beregning af ÅOP

» Hvilke omkostninger skal medregnes i ÅOP?

→ HR: Alle omkostninger

» U: **(1)** Notarialgebyrer, **(2)** misligholdelsesomkostninger og **(3)** omkostninger, som forbrugeren skal betale uanset om transaktionen foretages kontant eller på kredit (fx leveringsomkostninger)

Hvad med "valgfrie" tillægsydelse? ([24/05089](#))

- » Virksomhed markedsførte forbrugslån med en **rente** på 22,50 %
- » **ÅOP** var angivet til **24,97 %**
- » Mulighed for straksudbetaling af lånet mod et **gebyr** på 1.199 kr.

-
- » **FO:** Gebyret skulle medregnes i ÅOP, da det var obligatorisk for at opnå kreditten på de annoncerede vilkår
 - » Ved straksudbetaling af lån på 5.000 kr. var **ÅOP 91,50 %**

Forkert ÅOP – Retsvirkninger/overtrædelser?

- 1) Markedsføringslovens § 18 (kreditoplysninger i markedsføringen)
 - 2) Kreditaftalelovens §§ 7 a og 8 (oplysninger i selve kreditaftalen)
 - 3) Lov om forbrugslånsvirksomhed § 11 a ("ÅOP-loftet": Forbud mod at indgå kreditaftaler med en **ÅOP på mere end 35 %**)
 - 4) Markedsføringslovens § 11 a (forbud mod at markedsføre kreditaftaler med en **ÅOP på mere end 25 %**, medmindre på eget forretningssted, hjemmeside mv., jf. stk. 3)
- » Kan også have civilretlige konsekvenser (fx kreditaftalelovens § 23 og aftalelovens § 38 c)



Nyt forbrugerkreditdirektiv (2023/2225)

- » Implementeres senest 20. november 2025 med ikrafttræden senest 20. november 2026
- » Udvidet anvendelsesområde
- » Nye krav til markedsføringen af kreditaftaler

Nye krav til markedsføring af kreditaftaler (artikel 8)

» Klar og tydelig advarsel om, at det koster penge at låne penge



"Advarsel. Det koster penge at låne penge"



» Forpligtelsen gælder i alle tilfælde – også hvor markedsføringen ikke indeholder oplysninger om kreditomkostninger

» (præambelbetragtning nr. 33 samt artikel 8, stk. 2, modsætningsvist)

Nye krav til markedsføring af kreditaftaler (artikel 8)

» **Forbud** mod reklamer for kreditprodukter, som:

- a) tilskynder forbrugerne til at søge om kredit ved at antyde, at kredit vil **forbedre disse forbrugeres finansielle situation**
- b) oplyser, at **udestående kreditaftaler** eller **registreret kredit i databaser** har meget lidt eller ingen indflydelse på vurderingen af en kreditansøgning
- c) fejlagtigt antyder, at kredit fører til en **stigning i de finansielle ressourcer**, udgør en **erstatning for opsparing** eller kan **øge en forbrugers levestandard**

Kreditværdighedsvurdering

- » Kreditgiver har pligt til at vurdere forbrugerens kreditværdighed
 - » Kan forbrugerens økonomi **bære** det nye lån?
 - » Kræver **overblik** over forbrugerens økonomi (indtægter og udgifter).
- » Formål: ÷ kreditværdig → ÷ kredit

Kreditværdighedsvurdering (artikel 18)

Det nye direktiv:

- » Kreditgiver skal foretage en **grundig** vurdering af forbrugerens kreditværdighed (stk. 1)
- » Regler om **hvilke** oplysninger, der skal bruges, og **hvordan** disse oplysninger indhentes og kontrolleres (stk. 3)
- » Krav til **procedurer** og **dokumentation** (stk. 4)

Retsvirkning ved tilsidesættelse?

» Nugældende regler:

» Ikke selvstændigt strafsanktioner

» Ingen direkte lovbestemte civilretlige konsekvenser, men:

» U 2021.3072 Ø: **Grov tilsidesættelse** kan medføre aftalens ugyldighed, jf. aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

» U 2024.1699 V: Anmodning om **udlæg nægtet fremme**, da det ikke kunne afvises, at låneaftalen helt eller delvist kunne tilsidesættes som ugyldig i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36

» Nye regler fra 2026?

Øvrigt

- » Udvidelse af fortrydelsesretten (artikel 26)
- » Forpligtelser mht. god forretningsskik og krav til personalet (artikel 32)
- » Krav til personalets viden og kompetencer (artikel 33)
- » Gældsrådgivningstjenester (artikel 36)
- » Godkendelse og registrering af samt tilsyn med ikke-kreditinstitutter og ikke-betalingsinstitutter (artikel 37)

Parkering

Sofie Kylesbech Andersen

Privat eller offentlig parkering?



- » Offentlig – færdselslovens § 121 og § 122 a:
 - » Politiet kan pålægge standsnings- og parkeringsafgifter
 - » Kommunerne og Færdselsstyrelsen kan overlades kontrollen
- » Privat – færdselslovens § 122 c:
 - » Hjemmel til kontrolafgifter ved parkering på offentligt tilgængelige private områder
 - » OBS: Kræver også aftaleretlig hjemmel!

Færdselslovens § 122 c

*”§ 122 c. Kontrolafgift ved parkering på offentligt tilgængeligt privat område kan, medmindre der gælder et generelt og tydeligt markeret forbud mod parkering på området, **kun pålægges, hvis dette på stedet tydeligt er tilkendegivet.***

*Stk. 2. Kontrolafgift ved parkering på offentligt tilgængeligt privat område kan **kun pålægges, hvis den, der pålægger afgiften, er tilmeldt det klagenævn, der er oprettet i medfør af § 122 d, og hvis der tydeligt er vejledt om klageadgangen hertil, når afgiftspålæg gives.***

*Stk. 3. **Transportministeren fastsætter regler om, hvordan tilkendegivelse efter stk. 1 skal gives. Transportministeren fastsætter endvidere regler om, hvilke oplysninger den, der udsteder en kontrolafgift, skal give om grundlaget for afgiften.***



”Kontrolafgiftsbekendtgørelsen”

- » Kontrolafgifter skal meddeles skriftligt (§ 1, stk. 1)
- » Kontrolafgifter skal anbringes synligt på køretøjet eller overgives til føreren (§ 1, stk. 2, 1. pkt.)
 - » Hvis det fjernes, før det er muligt, kan den efterfølgende sendes til ejeren/brugeren af køretøjet (§ 1, stk. 2, 2. pkt.)
- » Kontrolafgifter skal indeholde specifikke oplysninger (§ 2)
 - » overtrædelsen,
 - » tid, sted, registreringsnummer,
 - » faktiske oplysninger,
 - » fristen for betaling og
 - » hvor indsigelser rettes

”Kontrolafgiftsbekendtgørelsen”

- » Sorte skilte med hvid skrift ved indkørsel (§ 3)
- » Passende antal skilte med vilkår, sorte skilte med hvid skrift (§ 4, stk. 1-3)
- » Skiltene skal tydeligt angive vilkårene, særligt om
 - » tidsbegrænset parkering,
 - » betalingsparkering,
 - » parkeringstilladelse,
 - » kontrolafgift,
 - » handicappladser og
 - » kontaktoplysninger på operatør (§ 4, stk. 4)



Kvasiaftaler – almindelig aftaleret

- » UP: Ejeren/parkeringsselskabet bestemmer vilkårene for parkering på et privatejet areal
- » Modifikation: Bekendtgørelsen, aftaleret, markedsføringsloven mv.
- » Kvasiaftale = skiltene udgør vilkårene
- » Højesteret: U 2014.1719 H (fire kontrolafgifter) og U 2015.2546 H (to p-skiver)
- » Begrænsning pga. aftalelovens regler om f.eks. urimelige vilkår
 - » Andre eksempler: Urimelig størrelse?, Urimeligt betalingsvilkår på parkeringsplads (FO 18/10165)

Vildledningsforbuddet i markedsføringsloven

- » Markedsføringslovens §§ 5 og 6:
 - » Vildledende handlinger
 - » Vildledende udeladelser
- » Kan finde anvendelse på parkeringsskilte = aftalevilkår **og** handelspraksis rettet mod forbrugerne
- » **Eksempel:** Urimeligt betalingsvilkår på parkeringsplads (FO 18/10165) – også i strid med MFL § 6

ANPR – nummerpladegenkendelse

- » Meget udbredt system, som de fleste parkeringsselskaber anvender nu
- » Kameraer fotograferer bilen ved ind- og udkørsel i stedet for parkeringsvagter
- » Hvis der ikke er registreret betaling/gyldig tilladelse, sendes kontrolafgift eller administrationsgebyr til den registrerede ejer/bruger
- » Forbrugerombudsmanden modtager mange klager over det – **eksempler**



Sagerne om ANPR (22/11329 og 22/05070)

- » Vurderinger fra 2023 ([link til pressemeddelelse og vurderingsbreve](#))
- » Forbrugerombudsmanden har vurderet:
 - » at gebyr for manglende betaling er i strid med rentelovens § 9 b, stk. 2, da rykkergebyrer højst må være på 100 kr.
 - » at kontrolafgiftspraksis i strid med kontrolafgiftsbekendtgørelsen, da kontrolafgiften ikke placeres på køretøjet/overgives til ejeren direkte, som er den klare hovedregel.
- » Efterfølgende (2024/2025) orienteret fem andre selskaber om reglerne på baggrund af klager over lignende situationer ([link til omtale](#))

Sagerne om ANPR (22/11329 og 22/05070)

» Sondring:

» **Rykkergebyr:** pga. manglende/for sen betaling (eksempel)

» **Kontrolafgift:** pga. ikke-forskriftsmæssig parkering (eksempel)

» Hvad har betydning for sontringen?

» Opkræves betaling for selve parkeringen?

» Størrelsen på afgiften/gebyret

» Formuleringen på skiltene og i brevene

Hvorfor i strid med bekendtgørelsen at eftersende?

- » **HR:** Kontrolafgifter skal anbringes synligt på køretøjet eller overgives til føreren (§ 1, stk. 2, 1. pkt.)
- » **U:** Hvis det fjernes, før det er muligt, kan den efterfølgende sendes til ejeren/brugeren af køretøjet (§ 1, stk. 2, 2. pkt.)
- » Forbrugerombudsmanden vurderede, at undtagelsen ikke finder anvendelse, da undtagelsen må være tiltænkt forhold, som **parkeringselskabet ikke har kontrol** over.



Fortolkningsmomenter

- » **Ordlyd:** Naturlig sproglig forståelse – undtagelser fortolkes indskrænkende
- » **Formål/hensigt:** Arbejdsgruppen bag bekendtgørelsen har anført, at det ville kræve en ændring, hvis en kontrolafgift skulle kunne gives på en anden måde end den traditionelle papirform
- » **Formål/hensigt:** Arbejdsgruppen vægter, at parkanten (føreren) får alle relevante oplysninger – mulighed for at varetage interesser
- » *Eksempel: Gratis parkering med nyt krav om registrering, parkeringsselskab ikke udskiftet skiltning.*

Parkeringsklagenævnet om ANPR

- » Lignende sager med krav om betaling og registrering i app eller parkeringstilladelse
- » Parkanterne har fået medhold (f.eks. sag 9878 af 13. marts 2025)
- » Dissens

Andre parkeringsproblemstillinger

- » Vildledende eller utydelig skiltning
- » Fejlindtastning af nummerplade
(landsretsdomme: U 2024.3606 V, U 2020.264 V og U 2021.483 Ø)
- » Forkert områdekode (HR-dom: U 2022.1697 H)
- » Kontrolafgift trods betaling for ydelsen
- » Manglende modtagelse af påkravsskrivelser (FO 24/05205)

Tak for i dag!