

# Undgå greenwashing

Introduktion, fælles forståelse og praktisk indføring  
i det nye EU-direktiv Empowering the consumers  
for the green transition samt skærpelse af  
Markedsføringsloven

1. September 2026

VisitDenmark 

OBS. Denne præsentation er udtryk for  
et øjebliksbillede. Hold jer altid  
orienteret om gældende regler, fx på  
Forbrugerombudsmandens hjemmeside



# Formål

- At skabe en fælles forståelse for betydningen af ECGT-direktivet og stramningerne i Lov om markedsføring og de konkrete implikationer og handlemuligheder for VisitDenmark og de danske destinationsselskaber.
- Vores fokus er på grøn kommunikation og grønne budskaber rettet mod turisterne B2C (ferieturister og erhvervsturister) og B2B (presse, travel trade samt erhvervs- og mødeindustrien), da B2B-kommunikation ender hos slutbrugeren
- I dag kommer vi ikke ind på corporate kommunikation om organisationernes egne bæredygtighedstiltag til deres stakeholders.



© Daniel Lundsgaard

# Dagens program

- 9.00-9.10** Velkommen & intro til dagsorden
- 09.10-9.15** Hvorfor er det vigtigt at kommunikere og ikke bare slette? v Nicoline Olesen, Märk
- 09.15-10.10** Bæredygtighed og grønne budskaber – hvad gælder? v Ulrikka Folkmann-Schjerbeck, LIGA
- 10.10-10.20** Hvad gør VisitDenmark nu?
- 10.20-10.30** Spørgsmål fra DMO'erne og afrunding



# Hvem er vi



## LIGA Advokater

LIGA Advokater er blandt de førende eksperter i markedsføringsret og har fokus på, at kommunikation er juridisk korrekt og i overensstemmelse med direktivet.



## Märk

Märks fokus er på at omsætte kravene til kommunikation, position og praksis – så det ikke kun handler om at undgå fejl, men om at skabe klarhed, relevans og troværdighed.

# Hvorfor er det vigtigt at kommunikere?



# **ECGT skal ikke gøre jer tavse. Det skal gøre jer mere præcise.**

Nye krav til grøn kommunikation kan skabe forsigtighed.  
Men ambitionen må ikke være at sige mindst muligt.

Ambitionen er at kommunikere det, I faktisk kan stå  
på mål for – klart, konkret og troværdigt.

# **Ambitiøs grøn kommunikation er ikke flere grønne ord**

Fra at sige, at noget er bæredygtigt eller grønt → til at vise, hvad fordelene er

Konkret frem for generelt  
Dokumenteret frem for antydnet  
Relevant frem for moraliserende  
Inspirerende uden at overdrive

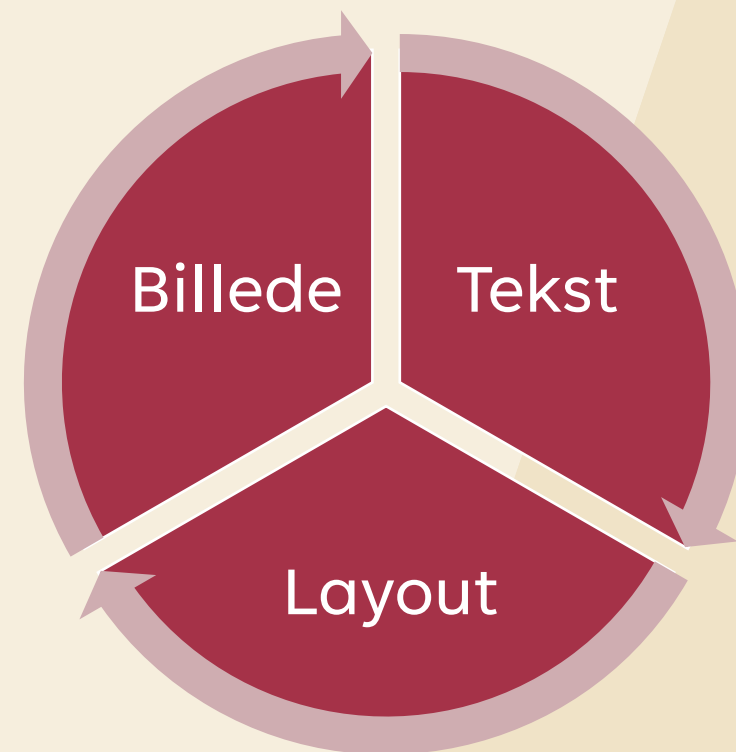
Bæredygtighed og grønne budskaber

**Lad os sætte rammerne...**

**Hvad er et grønt  
budskab?**

# Hvad er et grønt budskab

- Stort set ALT. En oplysning, et symbol, et billede, logo, en mærkning, et certifikat, et layout, som giver forbrugeren indtryk af, at den erhvervsdrivendes produkt, virksomhed eller aktivitet har en klima- eller miljømæssig fordel, eller blot mindre belastende
- Alle medier
- Skal sikre
  - Fair konkurrence
  - Hensynet til forbrugerne



# Eksempel på grønne budskaber



## More sustainable events in Denmark

Photo: Matteo Acitelli

## Meetings with a reduced footprint

Ranked as the most sustainable country in the world by [EPI](#), Denmark is an excellent choice if you are tasked with finding a location that offers sustainable options that help inspire new thinking, less waste and a future-focused state of mind.

# Eksempel på grønt budskab

VisitDenmark 

Inspiration Destinations Things to do Accommodation Plan your trip Events

Our sites  

## Plan your trip

Search here for attractions, activities, events, accommodation and much more.

I travel with ...  What would you like to experience?  When are you travelling?  All filters 

**Green experience** 

640 Results Sort by: Most popular

Amusement and Theme Parks



Tivoli Gardens

Museums



ARoS Aarhus Art Museum  
Aarhus, East Jutland

Museums

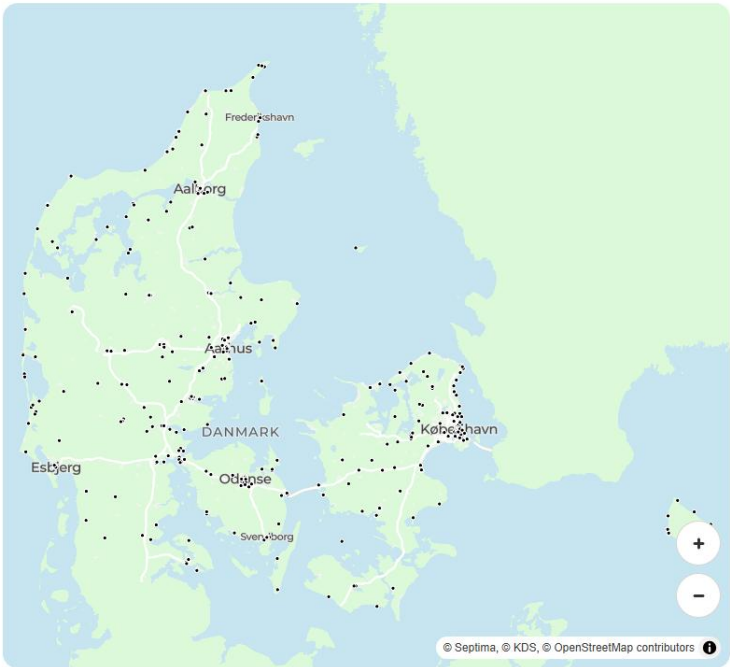


Louisiana Museum of Modern Art-  
Worldclass Art by Øresund  
Humblebæk, North Zealand

Museums



SMK - The National Gallery of Denmark



Frederikshavn  
Aalborg  
Aarhus  
COPENHAGEN  
Esbjerg  
Odense  
Svendborg

DANMARK

© Septima, © KDS, © OpenStreetMap contributors

De juridiske rammer

Hvad gælder?

→ **Du skal fortælle sandheden...**

... hele sandheden

... og kunne stå på mål for det

## UDGANGSPUNKTET

**Grønne /  
bæredygtighedsbudskaber**

=

**Konkret og faktisk  
egenskab**  
- Skal derfor kunne dokumenteres

Kan det ikke dokumenteres, er budskabet vildledende.

# Budskaber og dokumentationskrav

| Generelle budskaber <u>uden</u> forklaring                                                                                                                    | Generelle budskaber <u>med</u> forklaring                                                                                                                            | Konkrete budskaber                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>"Bæredygtig ferie"</p> <p>"Det grønne valg til din næste rejse"</p> <p>"Klimavenligt ophold"</p> <p>"Mindre miljøbelastende"</p> <p>"Mere miljørigtig"</p> | <p>"Klimavenligt ophold – vores hoteller kører på 100 % certificeret strøm fra vindenergi og vi har sænket energiforbruget pr. overnatning med 40 % siden 2023."</p> | <p>"Alle vores 12 hoteller er [X]-certificerede."</p> <p>"Fra 2024 til 2026 har vi udskiftet 80 % af vores shuttlebusser til el, hvilket har medført en reduktion af vores samlede CO2 footprint på 20%."</p> |

**MAKSIMALT**  
dokumentationskrav

**HØJT**  
dokumentationskrav

**KONKRET**  
dokumentationskrav

# Nye regler på vej: EmpCo / ECGT-direktivet gælder i DK 27. september 2026

Hvad er det vigtigste for i dag

- Direkte forbud mod udokumenterede generiske påstande
- Kun bæredygtighedsmærker, som er baseret på godkendte certificeringsordninger eller er indført af offentlige myndigheder, vil være tilladt. Dvs. ”egne” mærker ikke lovligt.

(Der kommer også en masse andet, men det gemmer vil til en anden god gang 😊)

De juridiske rammer

Hvad hvis det går galt?



# *Hvem har ansvaret?*

Alle led i kæden...

# Bøder

| Omsætn.<br>(DKK) | 0-5M          | 5-10M         | 10-20M         | 20-50M          | 50-100M         | 100-200M          | 200-500M          | + 500M                                                                       |
|------------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Nedsat           | 25.000-39.999 | 25.000-39.999 | 50.000-79.999  | 50.000-199.999  | 50.000-399.999  | 50.000-499.999    | 50.000-499.999    | 50.000-499.999.999                                                           |
| Normal           | 40.000-79.999 | 40.000-99.999 | 80.000-199.999 | 200.000-499.999 | 400.000-999.999 | 500.000-1.999.999 | 500.000-4.999.999 | 500.000 –<br>1 % af omsætningen op til 1 mia. + 0,1 % af omsætningen derover |
| Forhøjet         | + 80.000      | + 100.000     | + 200.000      | + 500.000       | + 1M            | + 2M              | + 5M              | 1 % af omsætningen op til 1 mia. + 0,1 % af omsætningen derover              |

# Andre ØV-virkninger

DR.DK DRTV DR L

FORSIDE LIVE KATEGORIER BØRN ULTRA TV GUID

Nyheder ▾ Navne ▾ Debat ▾ Greenwashing ▾ Gratis nyheds



## Dansk Erhverv og hotelkæder dr med kritiseret Climate Award

Efter oplysninger om, at klimascore.coms samarbejde med DTU og Concito var af uf hotelkæderne Comwell og Scandic samarbejdet.

By Henrik Munksgaard Published 10. maj 2023



### Adnan og de

P3 | 1 SÆSON | ALLE

 **AFSPIL NU**

 MIN LISTE

**S1:E1 Lige lovlig smart**

Den ultimative guide til god klima-samvittighed.

EN DEL AF MONITORMEDIER

# Turistmonitor

TURISMEUDVIKLING OVERNATNING ATTRAKTIONER POLITIK MARKED OG DATA KLIMA OG MILJØ DEBAT NAVNE

KL. 13.30 | **ATTRAKTIONER**

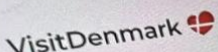
Sport gavner turismen: Svedigt event bliver udstillingsvindue for Sjællands...

KL. 12.30 | **TURISMEUDVIKLING**

Restauranter er ikke i tvivl: Ai vil optimere driften de kommende år

KL. 10.50 | **OVERNATNING**

Farvel til receptionen: Con Hotels klikker sig ind i fre



Business Events

7 sustainable conventions centres in Denmark

## 7 sustainable conventions centres in Denmark

**KLIMA OG MILJØ**

### Dansk turisme på kant med loven: Bruger flittigt ordet 'bæredygtigt' trods advarsel fra ombudsmanden

Det vrirler med markedsføring af bæredygtige hoteller og venues på VisitDenmarks hjemmeside, trods Forbrugerombudsmandens opfordring om det modsatte. VisitDenmark arbejder på en løsning.

**ABONNEMENT**

Tuesday, 01 September 2026

# Fra krav til kommunikation i praksis

Du skal fortælle hele sandheden og  
kunne stå på mål for det...

Hvorfor er det så svært?

# De fire kerneprincipper

01

## Korrekt og præcis

Det skal fremgå klart og tydeligt, **hvad budskabet omfatter**: Er det hele produktet, en del af produktet, en del af emballagen eller virksomheden.

02

## Klart formuleret

Må ikke være tvetydig, **uklar** eller vanskelig at forstå.

03

## Afbalanceret

Budskabet må ikke **overdrive**, og væsentlige informationer må ikke være **udeladt**.

04

## Relevant

Må ikke fremhæve egenskaber eller aspekter, der er **uvæsentlige** ift. belastningen af miljøet eller **sædvanlige**.  
Krav om **aktualitet** (tid).

# FIRST IMPRESSIONS *matter*

Det er ikke kun *hvad* du siger, men også *hvordan* det bliver *forstået* af modtageren



# Hvad betyder

- 'grønt'
- 'bæredygtigt'
- 'klimavenligt'
- 'miljøvenligt'
- 'miljømæssigt bæredygtigt og økologisk certificeret af højeste rang'

# De fire kerneprincipper

## 01 Korrekt og præcis

Det skal fremgå klart og tydeligt, hvad budskabet omfatter.

Er det hele produktet, en del af produktet, en del af emballagen – eller virksomheden?

### Hvorfor går det galt

Et afgrænset budskab, der forstås bredere end hensigten. "Grøn" og "miljøvenlig" uden forklaring er sjældent præcise – de kan forstås på flere måder.

### Det gode råd

Jo skarpere budskabet afgrænses, jo lettere er det at forstå og dokumentere.

# Nye regler i MFL – 27. september 2026

Sortlisten ændres: et miljøbudskab, der omfatter hele produktet eller virksomheden, er altid vildledende, hvis fordelene kun vedrører ét aspekt eller én aktivitet.

*"Genanvendt plastik"* – når det i virkeligheden kun er shampooflaskens flakon, der er genanvendt.

*"Vores hotel kører på solenergi"* – når solcellerne kun dækker belysningen i poolområdet.

*Miljø- eller klimafordelen skal kunne bære hele det budskab, den bruges til.*

# De fire kerneprincipper

## 02 Klart formuleret

Må ikke være tvetydig, uklar eller vanskelig at forstå.

Det er modtagerens forståelse, der er afgørende.

### Hvorfor går det galt

"Grøn" og "miljøvenlig" uden forklaring er sjældent klart formuleret. Fagudtryk som "net zero", "klimakompenseret" eller "CO2e" siger de færreste forbrugere noget.

### Det gode råd

Brug ord, alle kan forstå. Kræver et begreb en forklaring, så overvej et andet ord eller giv forklaringen i selve budskabet.

# Klart formuleret?

## Forstår man hvad 'Net Zero Carbon Events' er?



22. feb. 2024

### 'Net Zero Carbon Events'

Net Zero Carbon Events er et spændende initiativ, hvis formål er at forbinde den internationale erhvers- og mødeturisme med målet om netto nulemission i 2050.

# De fire kerneprincipper

## 03 Relevant

Må ikke fremhæve egenskaber, der er uvæsentlige eller sædvanlige.

Krav om aktualitet (tid).

### Hvorfor går det galt

”Vi bruger ikke børnearbejde” eller ”fri for PFOS/PFOA” fremhæver noget, der allerede er lovpligtigt – et minimumskrav er ikke en fordel.

### Det gode råd

Fremhæv kun egenskaber, der gør en reel forskel for netop dette produkt – og tjek, at oplysningen stadig er aktuel.

# Nye regler i MFL – 27. september 2026

Sortlisten ændres også, så f.eks. et budskab om en miljøfordel, der præsenteres som noget særligt ved virksomhedens produkt, altid vil være vildledende, hvis fordelene følger af regler som gælder for alle produkter i den relevante produktkategori som sælges i EU.

Det betyder, at forhold eller krav, der følger af lovgivning, ikke vil kunne bruges selvstændigt i markedsføring. Det vil f.eks. være, hvis en virksomhed reklamerer med, at et bestemt produkt ikke indeholder et specifikt kemisk stof, når det skyldes et forbud, som gælder for alle produkter i den pågældende produktkategori i EU.

***”Hos os finder du ingen  
plastiksugerør, plastikbestik  
eller plastikkrus”***

# Relevant (tid?)

## Kommunikerer I gamle budskaber?



Photo: @chris.anias (Christoffer Anias Sandager)

### The EU's most sustainable island

Bornholm, Denmark's sunniest island, was voted the EU's most sustainable island in 2020 (another of our islands, Samsø, came second). A mixture of beautiful landscapes, clean beaches, local food initiatives and authenticity is what makes the island truly special.

➤ Green living on Bornholm and Samsø

# De fire kerneprincipper

## 04 Afbalanceret

Budskabet må ikke overdrive, og væsentlige informationer må ikke være udeladt.

En oplysning kan være sand og alligevel vildledende, hvis det væsentlige udelades.

### Hvorfor går det galt

Én grøn egenskab fylder hele budskabet, mens dets reelle samlede påvirkning, forbehold og negative sider står med småt – eller slet ikke nævnes.

### Det gode råd

Du skal kunne sætte lighedstegn mellem budskab og forklaring.

# Afbalanceret?

- Er det 'eco shopping', bare fordi det er second hand?



Photo: Malin Poppy Darcy Mørner - Copenhagen Media Center

## Eco shopping options

Buy less, buy things that last and buy second hand. Denmark is awash with second hand stores, vintage boutiques and weekend flea markets. You never know what Danish design treasure you might uncover...

➤ [Second Hand Shops and Flea Markets in Denmark](#)

# Afbalanceret?

- Her lover vi ikke mere, end vi kan holde



Photo: Malin Poppy Darcy Mørner - Copenhagen Media Center

## Vintage shopping options

Buy less, buy things that last and buy second hand. Denmark is awash with second hand stores, vintage boutiques and weekend flea markets. You never know what Danish design treasure you might uncover...

➤ [Second Hand Shops and Flea Markets in Denmark](#)

**Budskaber om**

**Bæredygtighed**

# Budskaber

## - Hvad er bæredygtighed?



### MILJØMÆSSIGE KARAKTERISTIKA

- Klima og CO2-udledning
- Biodiversitet og natur
- Ressourcer, affald og cirkularitet (holdbarhed, reparation)
- Forurening af vand og luft



### SOCIALE KARAKTERISTIKA

- Menneskerettigheder
- Arbejdsforhold og sikkerhed
- Løn, ligestilling og mangfoldighed
- Ansvar i leverandørkæden

Bæredygtig er et generelt og meget bredt budskab, der i praksis er vanskeligt at dokumentere – både for produkter og virksomheder. Dokumentation vil ofte kræver livscyklusvurderinger.

Arbejd i stedet med at beskrive konkrete bæredygtighedstiltag uden brug af generelle budskaber.

Vær også varsom med "ansvarlig" og "bevidst" – vage og tvetydige udsagn.

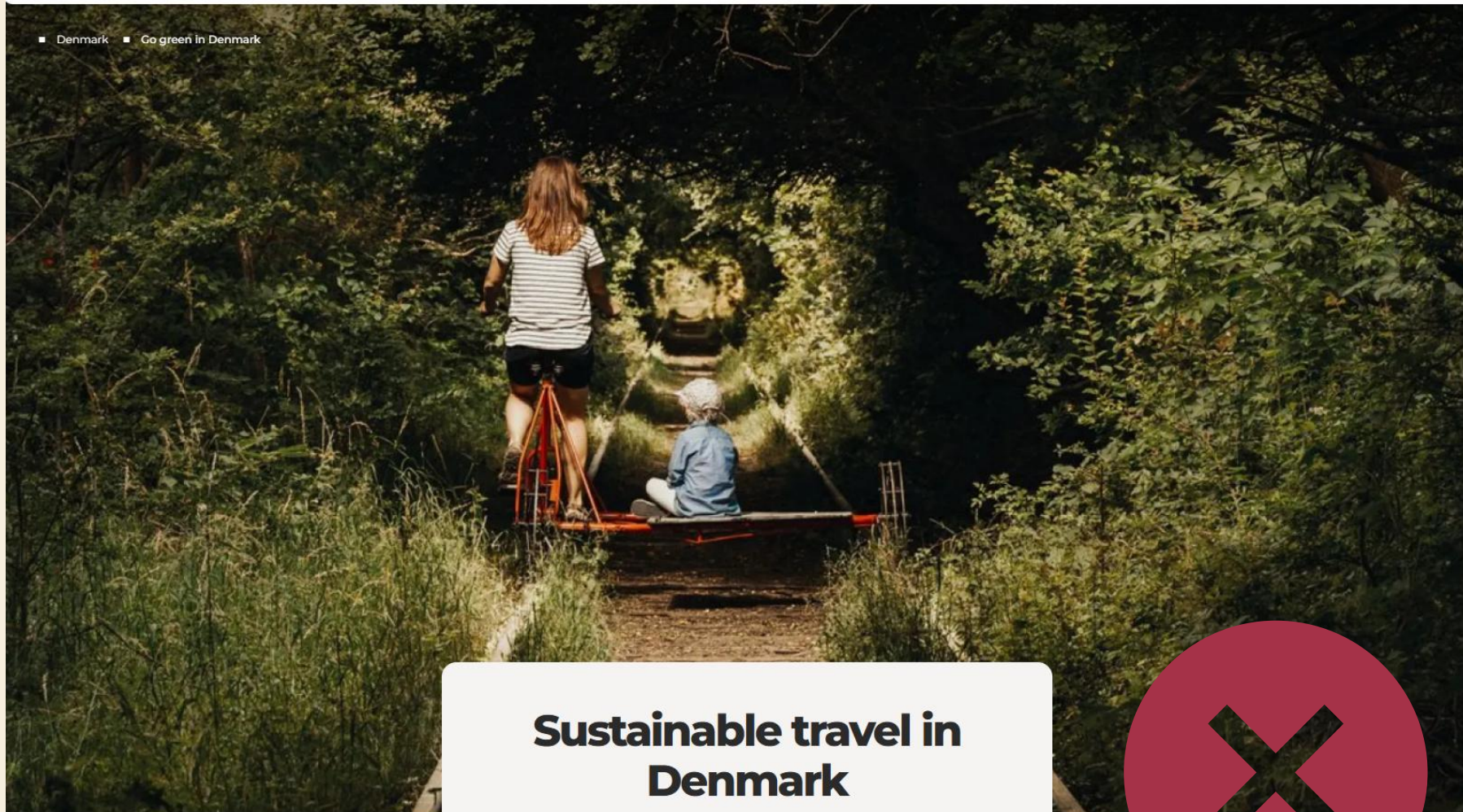
# Budskaber

## - Bæredygtig, bæredygtighed og sustainable

*”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.*

*Med dette udgangspunkt skal dokumentationen for påstande om bæredygtighed baseres på en livscyklusvurdering, der viser, at virksomheden ikke forringer de kommende generationers mulighed for at opfylde deres behov.”*



[Denmark](#) [Go green in Denmark](#)

## Sustainable travel in Denmark

 Amagerbanen

Photo: Viggo Lundberg



### The joy of going green

We like to have fun here in Denmark, even when it comes to serious topics like sustainability. We don't believe leading a sustainable life means you have to sacrifice having a good time. Read on to see just how much fun you can have going green in Denmark.



Photo: Draumur © Destination Limfjorden

## Draumur - Nordic shop & Culture

The Iceland inspired shop Draumur is placed in the heart of Nykøbing Mors. Here you will find both Nordic and sustainable goods together with exciting events, concerts, and mead-tasting.



[Visit website](#)

# Budskaber om bæredygtighed

**BØRSEN**

BØRSEN BÆREDYGTIG

BÆREDYGTIG

## “Jeg vil anbefale ikke at kalde sit produkt bæredygtigt”



Byrummonitor SEKTIONER > NYHEDER Presentation sidst gemt: Lige nu NY VIDEN | BLANDET BY PRIS | JOB | **MENU** Log ind | Prøv gratis



Foto: Stine Bidstrup

Forbrugerombudsmand Christina Toftegaard Nielsen.

OPGØR MED GREENWASHING

### Forbrugerombudsmanden slår fast: Det er ulovligt at bruge ordet 'bæredygtigt' uden en livscyklusvurdering

Det er »meget vanskeligt« at stemple byggeri som 'bæredygtigt', 'grønt' eller 'klimavenligt' uden at vildlede, skriver Forbrugerombudsmanden i en ny kvikguide. Guiden varslar øget indsats mod greenwashing med bøder i op til millionklassen.

FOR ABONNENTER

AUTOMATISK OPLÆSNING

Var det noget med »132 bæredygtige boliger« eller måske en »bæredygtig bydel med 900 boliger«?

NYHEDER 6. JAN. 2022 KL. 04.00

 **FREDERIK BUHL KRISTENSEN**  
Redaktør

LÆS ARTIKLEN SENERE

FAKTA

#### Sådan dokumenterer du grønne udsagn

Forbrugerombudsmanden skelner mellem **generelle** udsagn og **konkrete** udsagn.

Generelle udsagn er begreber som 'bæredygtigt', 'grønt', 'klimavenligt' eller 'miljøvenligt'.

Vis mere

SENES

 **Partne Lauritz**

NYHEDER |   

 **Skala f regnes Koben**

NYHEDER |   

 **C.F. Mo Nerd h Genera Nivå e**

NYHEDER |   

**Dokumentationskrav og**

# **De forskellige typer af grønne budskaber**

# Budskaber og dokumentationskrav

| Generelle budskaber <u>uden</u> forklaring                                                                                                                    | Generelle budskaber <u>med</u> forklaring                                                                                                                            | Konkrete budskaber                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>"Bæredygtig ferie"</p> <p>"Det grønne valg til din næste rejse"</p> <p>"Klimavenligt ophold"</p> <p>"Mindre miljøbelastende"</p> <p>"Mere miljørigtig"</p> | <p>"Klimavenligt ophold – vores hoteller kører på 100 % certificeret strøm fra vindenergi og vi har sænket energiforbruget pr. overnatning med 40 % siden 2023."</p> | <p>"Alle vores 12 hoteller er [X]-certificerede."</p> <p>"Fra 2024 til 2026 har vi udskiftet 80 % af vores shuttlebusser til el, hvilket har medført en reduktion af vores samlede CO2 footprint på 20%."</p> |

**MAKSIMALT**  
dokumentationskrav

**HØJT**  
dokumentationskrav

**KONKRET**  
dokumentationskrav

# Budskaber og dokumentationskrav

## Generelle budskaber - uden forklaring

"Bæredygtig ferie"  
"Det grønne valg til din næste rejse"  
"Klimavenligt ophold"  
"Mindre miljøbelastende"  
"Mere miljørigtig"



## Maksimalt dokumentationskrav

Skal høre til blandt de absolut bedste tilsvarende produkter på markedet.

**Dokumentation:** udgangspunkt om livscyklusanalyse fra vugge til grav.

**Fra 27/9-26 gælder for miljøbudskaber:** Altid forbudt, hvis man ikke kan påvise anerkendte fremragende miljøpræstationer, der er relevante for budskabet, fx en certificeringsordning, eller viser topmiljøpræstation efter anden gældende lovgivning.

# Budskaber og dokumentationskrav

## Generelle budskaber - med forklaring

”Klimavenligt ophold – vores hoteller kører på 100 % certificeret strøm fra vindenergi og vi har sænket energiforbruget pr. overnatning med 40 % siden 2023.”



## Højt dokumentationskrav

1. Skal være et af produktets væsentligste klima- eller miljøfortrin og være væsentlig for belastningen af klimaet eller miljøet
2. Ikke være fremkommet ved aktiviteter, som i sig selv er skadelige for klimaet/miljøet.
3. Ikke væsentligt reduceres af andre klima-/miljøbelastende aspekter.
4. Ikke være sædvanlig for tilsvarende produkter.

**Dokumentation:** Budskabet skal kunne dokumenteres som korrekt, og væsentlig information må ikke udelades – husk de 4 kerneprincipper.

Dokumentationen vurderes konkret og varierer alt efter budskabet, men altid videnskabeligt anerkendte metoder. Anbefaling om verificering af en uafhængig og fagligt kvalificeret tredjepart.

# Budskaber og dokumentationskrav

## Konkrete budskaber

"Alle vores 12 hoteller er [X]-certificerede."

"Fra 2024 til 2026 har vi udskiftet 80 % af vores shuttlebusser til el, hvilket har medført en reduktion af vores samlede CO2 footprint på 20%."



## Konkrete dokumentationskrav

**Anbefales frem for mere generiske udsagn.**

**Dokumentation:** Budskabet skal kunne dokumenteres som korrekt, og væsentlig information må ikke udelades – husk de 4 kerneprincipper.

Dokumentationen vurderes konkret og varierer alt efter budskabet, men altid videnskabeligt anerkendte metoder. Anbefaling om verificering af en uafhængig og fagligt kvalificeret tredjepart afhængigt af budskabet.

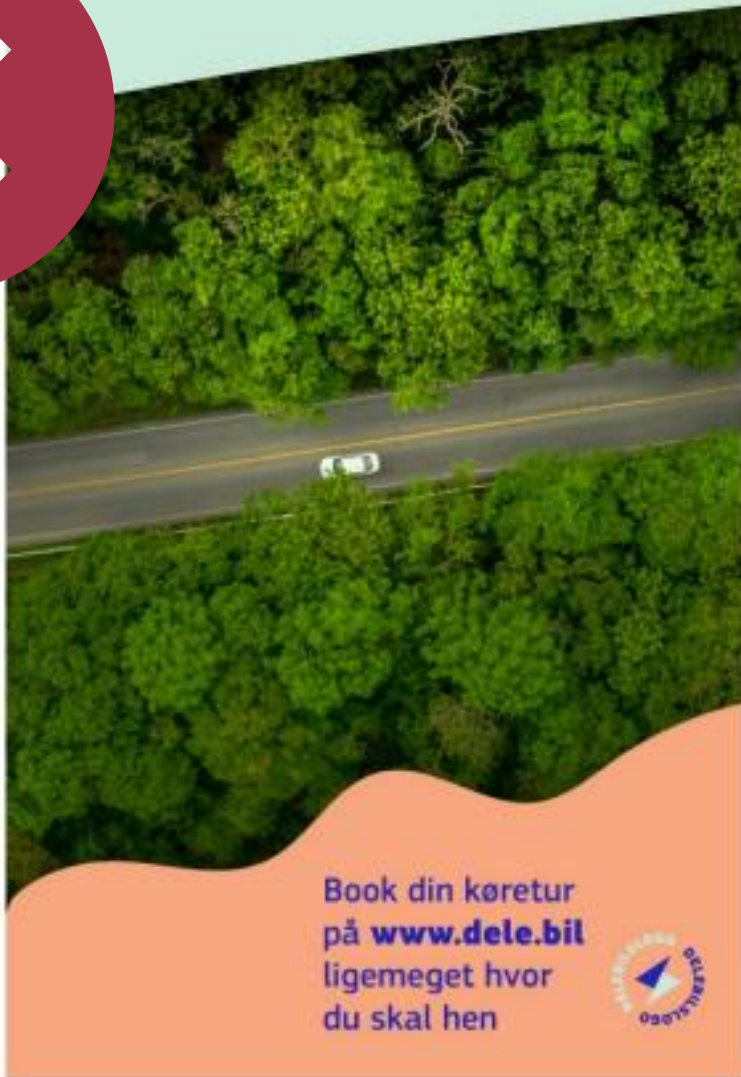
**Gælder kravene til de generelle budskaber med forklaring?**

1. Skal være et af produktets væsentligste klima- eller miljøfortrin og være væsentlig for belastningen af klimaet eller miljøet?
2. Ikke være fremkommet ved aktiviteter, som i sig selv er skadelige for klimaet/miljøet?
3. Ikke væsentligt reduceres af andre klima-/miljøbelastende aspekter?
4. Ikke være sædvanlig for tilsvarende produkter?



# VI KØRER MILJØVENLIGT

-KOM OG VÆR MED



Book din køretur  
på **www.dele.bil**  
ligemeget hvor  
du skal hen



FREMTIDEN  
ER EN  
DELER



## VI KØRER KUN PÅ EL

Book din køretur på  
**www.dele.bil** ligemeget  
hvor du skal hen



# Audu

MILD

40%  
mindre CO<sub>2</sub>e  
end traditionel  
mozzarella\*



Serveringsforslag

Revet mozzarella med planteingredienser.  
Mild og nøddeagtig smag.



\* Scan koden og se dokumentation  
for CO<sub>2</sub>e besparelse

Fremstillet i Danmark

# Audu

MILD

## Tag en bid, der er med til at gøre en lille forskel

Audu fremstilles i Danmark af dansk ost  
og planteingredienser. Det betyder en  
CO<sub>2</sub> besparelse på op til 40% i forhold til  
traditionelle oste.

Med Audu er det helt enkelt. Du behøver  
ikke at gå på kompromis med din smag,  
ernæring eller den måde, du kan li' at  
spise ost på. Eller dit ønske om at gøre en  
lille forskel.

Hvert eneste skridt tæller, når det handler  
om at lette presset på vores jord.

Tag en bid, der er med til at gøre en  
lille forskel.\* Det er der go' fremtid i.

40%  
mindre CO<sub>2</sub>e  
end traditionel  
mozzarella\*

Den gode smag, du kender  
og elsker – mild og nøddeagtig.  
Passer perfekt til hverdagens  
køkken til f.eks. til pizza,  
lasagne og tærter.

### Topping med mozzarella og planteingredienser

**Indgredienser:** 40% mozzarella (mælk  
fra EU/ikke EU), vand, 16% modificeret  
stivelse, 14% kokosolie, 3% ærteprotein,  
salt, mozzarella-aroma, surhedsregulerende  
middel (mælkesyre), farve (betacaroten).  
Tilsat 2% kartoffelmel.

### Næringsindhold pr. 100 g

|                           |                    |
|---------------------------|--------------------|
| Næringsindhold pr. 100 g. |                    |
| Energi kJ / kcal          | 1301 kJ / 313 kcal |
| Fedt                      | 23 g               |
| -heraf mættede fedtsyrer  | 19 g               |
| Kulhydrat                 | 15 g               |
| -heraf sukkerarter        | 0,5 g              |
| Protein                   | 12 g               |
| Salt                      | 1,3 g              |

Stregkode



# Certificeringer og bæredygtighedsmærker

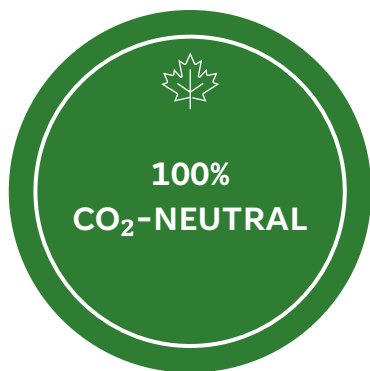
# Certificeringer og mærker skal ALTID være 3-parts godkendte eller offentlige ordninger



## Sortlisten

Altid ulovligt: Bæredygtighedsmærker uden 3-parts godkendt certificering

### EGNE MÆRKER UDEN CERTIFICERINGSORDNING



OFFICIELLE MÆRKER kan bruges, men kun til det, de rent faktisk dækker



Svanemærket og EU-Blomsten

= kan sædvanligvis bruges med "mindre miljøbelastende" eller "mere skånsom for miljøet"

≠ men ikke med "bæredygtig", "klimaneutral" eller "grøn"

# Ingen 'hjemmelavede' mærker



Hostels



**SleepIn FÆNGSLET**

Horsens, East Jutland

# Certificeringen er ikke en fribillet

Selv når mærket er baseret på en certificeringsordning, gælder de almindelige vildledningsregler stadig.



# Tekst i GuideDK



Lige bag ved søerne ligger Manon Les Suites på den travle HC Andersens Boulevard. Hotellet har 5 stjerner og 87 suiter, der alle omkranser den flotte atriumgård med den eksotiske pool på stueetagen. Med hængende planter, lamper, Balinesiske penjor pæle og palmer uanset hvor øjet falder, er det som at blive sendt sydpå at bo på Manon Les Suites.

Det eksklusive hotel er en del af Guldsmedens hoteller, som alle er miljømæssigt bæredygtige og økologisk certificerede af højeste rang.

De har flere hoteller i Danmark såvel som på Bali og i Reykjavik, der alle bryster sig af at være moderne, afslappende og personlige.

# Det er muligt at få en forhåndsbesked

## HVAD ER DET?

Virksomheden kan få en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden om en planlagt markedsføringsindsats.

## BETINGELSER

- Gælder kun indsatser, der endnu ikke er offentliggjort
- Kræver reel forberedelse og høj kvalitet

## HVAD KRÆVES AF JER?

I skal kunne redegøre for, hvorfor den planlagte markedsføring er lovlig – ellers får I ikke en brugbar besked.

**Sådan gør I: anmod om en forhåndsbesked på Forbrugerombudsmandens hjemmeside**

[forbrugerombudsmanden.dk/kontaktoplysninger/faa-en-forhaandsbesked](https://forbrugerombudsmanden.dk/kontaktoplysninger/faa-en-forhaandsbesked)

# LIGA

## ADVOKATER

**Ulrika Folkmann-Schjerbeck**

93 88 99 89 – [u@ligalaw.dk](mailto:u@ligalaw.dk)

Følg med i udviklingen i  
bæredygtighed og grønne budskaber:  
[LinkedIn](#)

**Hvad gør  
VisitDenmark nu?**



# Indhold på egne platforme

## På den korte bane ...

- De rigtige kollegaer sætter nok tid af til at nå i mål
- Den rette proces fastsættes
- Retningslinjer defineres og deles
- Alternative kommunikationsmuligheder etableres

## Hvor er vi udfordret

Vi kommer til at lave en liste af ord på tværs af sprog, som vi gerne vil undgå, og de bliver fundamentet for vores arbejde

**Søg**

**Evaluer og Eksekver**

## Hvordan skal vi handle

Vi vurderer, hvad den rigtige løsning er. Behold, tilret, flyt, slet eller lign.

## Hvad endte vi med at gøre

Vi skal af flere grunde til enhver tid kunne give indblik i hvor, hvordan og hvornår vi har handlet..

**Dokumenter**

# Søg og du skal finde...

Der findes tre hurtige og nemme måder at søge på:

1. Brug søgefunktion i CMS – her kan man dog kun søge på titel og GuideDanmark indhold er ikke inkluderet
2. Brug søgefunktionen i GuideDanmark
3. Brug søgefunktionen i frontend af websitet – her søges i alt indhold inklusiv GuideDanmark





Create

Content

Files

Media

Front page

Structure

Appearance

Extend

Configuration

People

Reports

Collapse sidebar

Content

+ Add content

- Content
- Bulk
- Products
- Files
- Media
- SVG Map

Overview

Moderated content

18 pieces of content - [Export as CSV](#)

Title

Content type

Published status

Published from

Published to

bæredygtig

- Any -

- Any -

dd.mm.åååå

dd.mm.åååå

Language

Authored by

TERM FROM INTEREST

- Any -

Aalborg

Aarhus

Aarhusregionen

Førhøjeby

Is one of

Filter

Reset

| Title                                                | Content type | Author     | Status    | Updated            | Operations      | Language | Published on |
|------------------------------------------------------|--------------|------------|-----------|--------------------|-----------------|----------|--------------|
| Bæredygtighedscertificeringer for overnatningssteder | Article      | vdk-nikknu | Published | 04/23/2026 - 16:04 | <div>Edit</div> | Danish   | 2021-01      |
| Amerikanerne skal opleve et                          |              | Anonymous  |           | 07/16/2025         |                 |          | 2022-05      |

?

Godkend mange

Eksporter

Flyt til kontor

Slet

Gendan

# Produkter

i

I felterne 'fritekst' og 'produkt navn' kan du søge på dele af et ord ved blot at skrive begyndelsen af ordet og klikke på søg

X

Søg produkt

Fritekst

i

Bæredygtig

Produkt navn

i

Produktid

Alle kommuner

▼

Produkttyper/områder

Vælg

Tilknyttet medie

▼

Emneord

Ikke tilknyttet medie

▼

Kontor

Alle kontorer

▼

Status

Online

▼

Filtre

☐ Kun mine produkter

☐ Søg via kortudsnit

☐ Vis kun produkter uden filer

☐ Vis kun produkter uden medie

☐ Har ingen beskrivelse

☐ Har ingen social media links

☐ Har ingen booking links

☐ Har ingen eksterne links

☐ Har ingen perioder

☐ Har ingen fremfindingsbyer

☐ Har ingen

?

Godkend mange

Eksporter

Flyt til kontor

Slet

Gendan

Produkter

i

I felterne 'fritekst' og 'produkt navn' kan du søge på dele af et ord ved blot at skrive begyndelsen af ordet og klikke på søg

Søg produkt Aktive produkter, Bæredygtig, Online

+ Opret

| <input type="checkbox"/> | Navn                                                       | Kontor               | Status   | Ændret     | Produkttype              | Kop                                                                                   |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------|----------|------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 17 GOALS ON MY MIND                                        | VisitOdsherred       | Online ✓ | 28/04/2026 | Gallerier og kunsthaller |    |
| <input type="checkbox"/> | 17 Walls - 17 gavlmalerier i Aarhus                        | VisitAarhus          | Online ✓ | 06/12/2025 | Street art og skulpturer |    |
| <input type="checkbox"/> | 73 Strandgade Vinbar & Butik                               | VisitCopenhagen      | Online ✓ | 05/08/2025 | Natklubber og barer      |    |
| <input type="checkbox"/> | A.M. Nourishing Nature                                     | Ærø Turist & Erhverv | Online ✓ | 15/05/2025 | Wellness                 |    |
| <input type="checkbox"/> | A.M. Nourishing Nature                                     | Ærø Turist & Erhverv | Online ✓ | 15/05/2025 | Shopping                 |  |
| <input type="checkbox"/> | AcourA Vin                                                 | VisitVesterhavet     | Online ✓ | 12/12/2024 | Shopping                 |  |
| <input type="checkbox"/> | Adriannas Blomster · Lokalt dyrket gartnerhåndværk i Snøde | VisitLangeland       | Online ✓ | 19/12/2025 | Shopping                 |  |
| <input type="checkbox"/> | Agersø Kro – Historisk Kro på Agersø                       | Destination Sjælland | Online ✓ | 13/08/2026 | Kroer                    |  |

 bæredygtig 

- Vis alle Guide (1) Article (11) News (101) Aktiviteter (111) Attraktioner (64)
- Begivenheder (16) Mad og drikke (87) Møder og konferencer (28) Overnatning (49)
- Service og information (22) Transport (4)

496 Resultater for 'bæredygtig'



Co-Branding samarbejde med Velfrisk

Vores brandingkoncept Warum Nicht? blev for første gang vist på det tyske marked på i alt 3 mio. bæredygtige yoghurtkartoner i ca. 3.000 nordtyske supermarkeder., Foto: Michael Fiukowski & Sarah Moritz, I samarbejde me...



Bæredygtighedscertificeringer for overnatningssteder

Find de seneste bæredygtighedscertificeret overnatningssteder. Tallene bliver opdateret ugentligt og er et øjebliksbillede for, hvordan det ser ud netop nu., Foto: Daniel Villadsen, Bæredygtighedscertificeringer for...



Analyser og rapporter



# Website - GuideDanmark

29237 Resultater

Sortér efter: **Mest populære**

Slotte og herregårde



Amalienborg Slot

Arkitektur og byrum

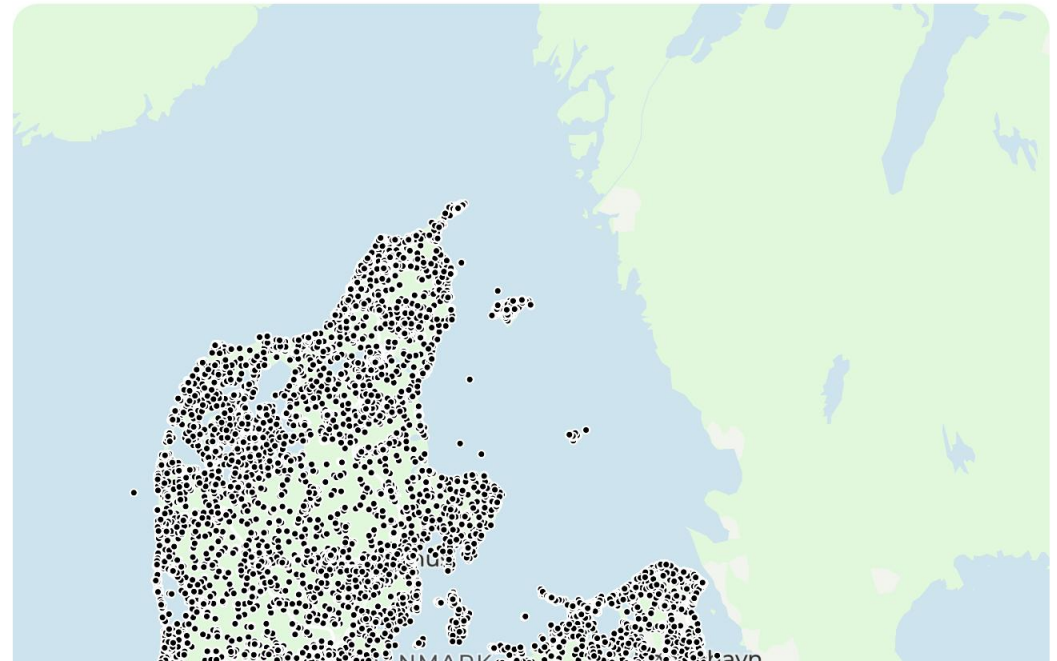


Nyhavn

Museer



Fortidsminder og ruiner



# Planlæg din rejse

Søg her efter attraktioner, aktiviteter, events, overnatning og m

Jeg rejser med ...

Hvad vil du opleve?

Hvornår rejser

Green experience

649 Resultater

Forlystelses- og temaparker



Tivoli

Museer



ARoS Aarhus Kunstmuseum

Aarhus, Østjylland

Museer



Museer



Alle filtre

Region

Sted

- ☒ Green experience (649)
- ☐ Gratis (3)
- ☐ Hund tilladt (180)
- ☐ Tilgængelighed (106)

Vis resultater

Nulstil filtre

# Planlæg din rejse

Søg her efter attraktioner, aktiviteter, events, overnatning og meget mere.

Jeg rejser med ...



Hvad vil du opleve?



Hvornår rejser du?



Alle filtre



Green experience

649 Resultater

Sortér efter: Mest populære

Forlystelses- og temaparker



Tivoli

Museer



ARoS Aarhus Kunstmuseum  
Aarhus, Østjylland

Museer



Museer

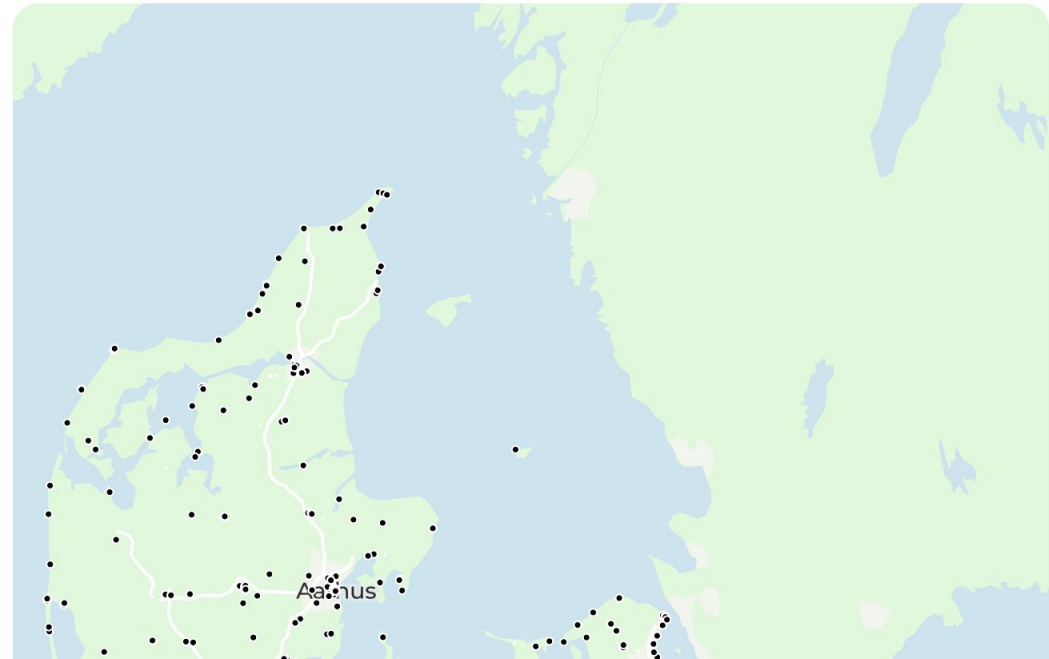




Foto: Tobias Foelsgaard

# Tivoli

Tivoli er et overfløddighedshorn af oplevelser, fra vilde forlystelser til gode middage og store koncerter, og et must for alle, der besøger København.

Gratis med Copenhagen Card [↗](#)

Køb billetter her [↗](#)

[🕒 Se åbningstider](#) [+](#)

[🎫 Se priser](#) [+](#)

[🌀 Johanneskors](#)

[🌐 Besøg hjemmeside](#) [↗](#)

[👤](#) Mig selv, Min partner, Venner, Børn





## Vil du gerne vælge en mere bæredygtig ferie

Kan man gøre sit ferievalg mere grønt og bæredygtigt? Ja, det kan man, og vi har derfor samlet et par gode tips og anbefalinger til, hvordan du nemt kan gøre både små og store tiltag.

### *Hvad betyder Det Grønne Label?*

*Grøn Oplevelse betyder, at stedet går langt for at tage vare på vores planet. Fra energieffektivitet til genanvendelse og lokale initiativer – det grønne label er din sikkerhed for en mere ansvarlig og miljøvenlig oplevelse.*

### Bæredygtighed i fokus

Attraktioner

Overnatning

Aktiviteter

Mad og drikke

Møder og konferencer

[➤ Få det fulde overblik her](#)

# Certificeringer



**Nulpunktsmåling af  
bæredygtighedscertificeringer  
i dansk turisme 2024**

Certificeringer for  
overnatningssteder



EU Ecolabel, Svanemærket,  
Green Key og herunder  
Green Camping.

Certificeringer for  
turismeorganisationer



Green Tourism Organization  
(udspringer fra Green Key)

Certificeringer for  
forlystelsesparker



Green Attraction  
(udspringer fra Green Key)

**TO DO:** VisitDenmark kontakter alle  
certificeringsordninger, der anvendes i  
DK, for at få dokumentation for, at de  
er 3-partscertificerede – eller  
officielle.

# Når webinarret er slut, hvad gør VisitDenmark så?

## Vi deler:

Præsentation samt optagelse fra i dag, i VDK-Guide

Præsentation samt optagelse fra i dag til GuideDK-kontorer

Vores sprogversionerede liste over udvalgte ikke-udtømmende ord i VDK-Guide til inspiration, når denne er klar

Information om dokumenterede certificeringsordninger, når muligt

## Vi planlægger og eksekverer

De nødvendige opdateringer til front-end, som beskrevet af Thomas

Detaljeret gennemgang af egne platforme

## Vi afsøger

Mulighed for at udarbejde en praktisk kommunikationsguide

Mulighed for at sikre et kommunikationsflow omkring retningslinjer og status på vores arbejde

Behov for midlertidig deaktivering af udvalgte GuideDK-produkter

Refleksion omkring konsekvenser for SEO, GEO mm.



# Afsluttende gode råd fra Märk

- Tjek om I bruger generelle grønne udsagn.
- Søg jeres hjemmeside og øvrige kommunikation igennem for ord som bæredygtig, grøn, miljøvenlig, klimavenlig og lign.
- Lav et overblik over hvor I bruger dem. De skal væk eller omskrives.
- Erstat ordene med konkrete udsagn.
- Gå hvert udsagn igennem og spørg: Hvad er det helt konkret vi prøver at fortælle?
- Erstat det generelle grønne budskab med den konkrete handling eller den værdi, der skabes – og sørg for at I kan dokumentere det.
- Fra "bæredygtig ferie" til det, der helt konkret gør oplevelsen mere ansvarlig.

# Spørgsmål?

Har I spørgsmål til fortolkning af lovgivningen?

Har I planer for jeres egen indsats eller har I brug for hjælp fra VisitDenmark?

Andre spørgsmål, så henvend dig til  
Eva Thybo [et@visitdenmark.com](mailto:et@visitdenmark.com)