



Slutrapport for kampagnen Markedsføring på hjemmeside til den endelige forbruger. Korrekt mærkning med obligatoriske mærkningsoplysninger.

INDLEDNING

Det er blevet mere og mere udbredt at udbyde fødevarer til salg til den endelige forbruger ved brug af fjernsalg via hjemmesider. Ved køb af færdigpakkede fødevarer skal forbrugeren have de samme obligatoriske mærkningsoplysninger stillet til rådighed inden købet afsluttes, som hvis det var et almindeligt køb i en fysisk butik. Holdbarhedsmærkning er eneste undtagelse (skal dog oplyses på det leverede produkt). Forbrugerne risikerer at få utilstrækkelige oplysninger om produktet ved køb af fødevarer på nettet, hvis de obligatoriske mærkningsoplysninger er mangelfulde eller ukorrekte, f.eks. ved manglende mærkning på dansk, ikke-korrekte varebetegnelser m.v. Forbrugerne risikerer således at få leveret en anden fødevarer, end hvad de med rette kunne forvente ud fra de angivne mærkningsoplysninger ved salget på nettet. Det kan have betydning for fødevaresikkerheden, hvis vigtige mærkningsoplysninger (f.eks. oplysning om allergener, opbevaringsforskrifter eller anvendelsesforskrifter) ikke er tilstrækkeligt tydelige eller hvis ingredienslisten er mangelfuld. Med denne kampagne ønsker Fødevarestyrelsen at sætte fokus på de obligatoriske mærkningsoplysninger ved salg af færdigpakkede fødevarer ved fjernsalg på hjemmesider.

Baggrund for kampagnen:

Fødevarestyrelsen har kontrolleret de obligatoriske mærkningsoplysninger på færdigpakkede fødevarer ved markedsføring på hjemmeside, i henhold til Fødevareinformationsforordningen og Mærkningsbekendtgørelsen.

Kontrollen er gennemført hos virksomheder, der markedsfører færdigpakkede fødevarer ved fjernsalg på hjemmesider til den endelige forbruger. Kampagnen skal medvirke til

- At sikre fødevaresikkerheden for forbrugeren ved onlinekøb af fødevarer
- At motivere virksomhederne til at have fokus på korrekt mærkning ved fjernsalg
- At vejlede virksomhederne om mærkningsreglerne
- At sikre lige konkurrencevilkår for virksomhederne

Lovgivningsområde:

Fødevareinformationsforordning 1169-2011 [Link til Fødevareinformationsforordningen](#)
Mærkningsbekendtgørelsen BEK nr. 1355 af 27/11/2015
<https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2015/1355>

Formål:

I kampagnen er der kontrolleret og vejledt om:

- Krav om at de obligatoriske mærkningsoplysninger skal foreligge ved salg af færdigpakkede fødevarer ved fjernsalg inden betaling
- Mærkningens læsbarhed, synlighed og sprog
- Den obligatoriske fødevareinformation, som fremgår af artikel 9 i Fødevareinformationsforordningen (ingrediensliste, nettoindhold m.m.), bortset fra holdbarhed

KONKLUSION

Hovedkonklusion:

Sanktionsprocenten er ved denne kampagne i 2025 47 %, mens 52 % af kontrollerne var uden anmærkninger.

Til sammenligning udløste kontrolbesøgene ved en prioriteret indsats i 2022 40 % sanktioner i form af indskærper eller bøder, hvilket betyder at 60% af virksomhederne mærkede efter reglerne.

Den høje sanktionsprocent vidner om, at der fortsat er brug for, at have fokus på kontrol af fødevareinformation hos virksomhederne. Dette var forventet, da virksomhederne finder det svært at efterleve mærkningsreglerne ved fjernsalg.

RESULTATER

Regelefterlevelse:

261 kontrolbesøg blev gennemført uden anmærkninger, hvilket svarer til en regelefterlevelse på 52,2 %. I 235 virksomheder blev der konstateret overtrædelser, som udløste indskærper, svarende til en sanktionsprocent på 47,0 %.

Der var forventet en høj sanktioneringsgrad ud fra resultatet af den prioriterede indsats udført i 2022 på 100 kontroller af fjernsalg. Dengang lå regelefterlevelsen på 60% og der blev indskærpet i 40% af kontrollerne.

Der blev i kampagnen 2025 kun sanktioneret med 2 administrative bødeforlæg for manglende allergen mærkning.

Indskærpelse af reglerne var hovedsageligt på grund af forkerte eller manglende obligatoriske oplysninger, samt overtrædelse af kravet om fremhævelse af allergener (43%) i ingredienslisten. Ca. 7 % af overtrædelserne vedrørte manglende mærkning på dansk og ca. 2 % manglende synlighed eller læsbarhed.

Mærkningens skriftstørrelse, læsbarhed, synlighed og sprog

Ca. 7 % af overtrædelserne blev givet for manglende mærkning på dansk eller et sprog, som kun i uvæsentlige forskelle adskiller sig fra dansk i stavemåde. Mærkning på dansk er afgørende for, at forbrugeren kan få de nødvendige oplysninger, til at kunne træffe et informeret valg ved køb af fødevarer. I ca. 2 % af kontrollerne var mærkningens synlighed og læsbarhed ikke blev fundet i overensstemmelse med reglerne. Mærkningen skal være synlig og med god læsbarhed. Det vil sige at fx mærkning på mørk baggrund med mørk skrift eller mærkning der umiddelbart kræver flere klik for at finde typisk ikke lever op til reglerne.

De obligatoriske fødevareinformationer

Det blev konstateret overtrædelser af reglerne om de obligatoriske fødevareinformationer i 43% af de sanktioner, som blev givet i kampagnen.

Kampagnen viste overtrædelser såsom:

- Manglende ingredienser eller fejl i ingredienslistens udformning, eller manglende kvantitativ mærkning af den karakteristisk ingrediens (QUID mærkning).
- Manglende angivelse af nettovægt

Øvrige forhold og vejledning

Der blev under kampagnen, foruden forhold, som udløste en sanktion, også konstateret ca. 111 (ifølge kampagnestatus udtræk) forhold, som blev vurderet som bagatelagtige. Nogle overtrædelser kan, ud fra en konkret vurdering, betragtes som så bagatelagtige, at sanktionering undlades. Dette kan fx være fejl på enkelte eller få enheder. I stedet for sanktionering gives en vejledning, hvor det dokumenteres på kontrolrapporten, hvilket forhold, der vejledes om.

I kampagnen er der i forbindelse med kontrolbesøgene givet vejledning om mærkningsreglerne, hvor dette var relevant eller hvor det blev efterspurgt.

METODE

Kontrolperioden for kampagnen var 1. september-31. december 2025. Kampagnen blev dog sat på hold fra 22. september-13. oktober pga. en faglig opdatering om praksisændring på allergenområdet. De politiske forventninger omkring sanktionering af allergener blev i mellemtiden indarbejdet i styrelsens vejledning. Der blev gennemført 500 kontrolbesøg i fødevarevirksomheder med net-salg.

Kontrollen blev udført i Engros- eller detailvirksomheder, der markedsfører fødevarer til den endelige forbruger via hjemmeside, f.eks. net-supermarkeder, specialiserede mindre webshops og grønthandler-, dagligvare-, chokolade/blomster-, slik- og etniske butikker.

Størstedelen af kontrolbesøgene blev udført administrativt fra FVST kontor eller hjemmekontor. Virksomheden blev ikke kontaktet eller informeret om kontrollen inden kontrollen. Det blev indledningsvist kontrolleret, om virksomhedens hjemmeside opfyldte kriterierne for kampagnen. Som udgangspunkt blev 8-10 forskellige produkter udvalgt til kontrollen. Det blev kontrolleret, at de relevante obligatoriske mærkningsoplysninger var tilgængelige inden købet afsluttes.

Hvis kontrollen medførte sanktionering blev dette dokumenteret med fotodokumentation og virksomheden efterfølgende partshørt.

Udover kontrolrapport og eventuel Smileymærke blev der sendt følgebrev med information om kampagnekontrollen til virksomheden.

Der blev lavet en SoMe-annoncering i forbindelse med kickoff på kontrolkampagnen, hvor der blev informeret om, at det er vigtigt for virksomhederne at have styr på mærkning online. Forud for kampagnens blev der informeret om kampagnen på dialogmøde med erhvervet.