

PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE - Ditur betaler 4,25 millioner kroner i bøde for vildledende markedsføring af tilbud

Pressemeddelelse · Offentlig forvaltning



Billedet er genereret med kunstig intelligens

Ditur.dk ApS har accepteret at betale en bøde på 4,25 millioner kroner. Det sker efter, at Forbrugerombudsmanden i maj 2026 politianmeldte virksomheden for i 26 tilfælde at overtræde markedsføringslovens vildledningsforbud og prismærkningsbekendtgørelsen.

Virksomheden Ditur.dk ApS blev politianmeldt af Forbrugerombudsmanden for brud på markedsføringsloven og prismærkningsbekendtgørelsen og har nu accepteret at betale en

bøde på 4,25 millioner kroner.

På hjemmesiderne avile.dk og ditur.dk havde Forbrugerombudsmanden i en periode på fem måneder overvåget priserne på en række tilfældigt udvalgte varer og vurderet, at virksomheden markedsførte smykker og ure som værende på tilbud så længe, at der reelt ikke længere var tale om tilbud.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at når produkter markedsføres til en nedsat pris i så lange perioder, som det har været tilfældet i den pågældende sag, bliver den oplyste "normalpris" mere teoretisk end faktisk, og "tilbudsprisen" må derfor anses for reelt at være produkternes egentlige "normalpris". De oplyste normalpriser var derfor efter Forbrugerombudsmandens vurdering egnede til at vildlede forbrugerne om produkternes reelle "normalpris" og fik dermed tilbuddene til at fremstå bedre, end de reelt var. Der var derfor tale om en overtrædelse af markedsføringsloven.

Ifølge prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a skal den normalpris, der sammenlignes med, endvidere være den laveste pris, som den erhvervsdrivende har anvendt for varen i en periode på mindst 30 dage forud for prisnedsættelsen.

I et eksempel fra sagen var en halskæde i en periode på 50 dage på tilbud i 28 af dagene. Derudover blev halskæden markedsført med forskellige tilbudspriser og en fast normalpris på 599 kroner, selvom de laveste priser de to foregående 30-dages perioder faktisk var 199 kroner og 179 kroner. De besparelser, som virksomheden markedsførte, var således ikke så store, som de gav udtryk for.

Ditur.dk ApS har erkendt alle sagens forhold og vedtaget en bøde på 4,25 millioner kroner.

Bødens størrelse er udmålt efter den bødemodel, der blev indført med virkning fra 1. januar 2022, og som havde til formål generelt at skærpe bødeniveauet for overtrædelser af markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmand Torben Jensen siger:

Vi har desværre haft en del sager, hvor en virksomhed markedsfører tilbud baseret på normalpriser, der ikke har været retvisende, så forbrugerne tror, at de kan gøre et godt køb. Det er både vildledende og en overtrædelse af prismærkningsbekendtgørelsen, og derfor er det en

sag, vi politianmelder.

I denne sag har virksomheden erkendt overtrædelserne og betalt en bøde på 4,25 millioner kroner. Sagen og bødens størrelse understreger vigtigheden af, at virksomheder nøje følger reglerne for prismarkedsføring og sikrer, at forbrugerne ikke bliver vildledt ved angivelse af besparelser eller tilbudspriser. Vi ser med stor alvor på denne type overtrædelser, da det kan have betydelige konsekvenser for forbrugernes tillid til markedet og for virksomhedernes mulighed for at konkurrere på lige vilkår på markedet.

Lovgivningen på området:

Markedsføringsloven

Markedsføringslovens §§ 5 og 6 fastslår, at erhvervsdrivende ikke må vildlede forbrugerne.

Erhvervsdrivendes markedsføring må efter markedsføringslovens § 5, stk. 1, ikke indeholde urigtige oplysninger. Det følger også af § 5, stk. 1, at faktuelte korrekte oplysninger ikke må fremstilles på en vildledende måde.

Det kan f.eks. være tilfældet, hvis en annonce giver forbrugere indtryk af, at der er særlige fordele knyttet til produktet, men hvor en nærmere gennemlæsning af annoncen viser, at dette ikke er tilfældet. Ifølge § 5, stk. 2, nr. 5, kan vildledning efter bestemmelsens stk. 1 bl.a. relatere sig til særlig prismæssige fordele, hvilket bl.a. omfatter førpriser, rabatter og tilbud mv.

Efter markedsføringslovens § 6, stk. 1, må en erhvervsdrivende ikke udelade eller skjule væsentlige oplysninger, eller i øvrigt præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde. En erhvervsdrivende skal således give alle væsentlige oplysninger på en klar, forståelig, utvetydig og i sammenhængen hensigtsmæssig måde. Hvis vildledningen egner sig til at få forbrugeren til at træffe en beslutning, som denne ellers ikke ville have truffet, jf. markedsføringslovens § 8, kan den erhvervsdrivende straffes med bøde, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Prismærkningsbekendtgørelsen

Det følger af prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a, stk. 1, at 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. Formålet med denne referenceperiode på mindst 30 dage er at forhindre erhvervsdrivende i at manipulere med priser og frembyde falske prisnedsættelser ved f.eks. at hæve prisen i en kort periode for efterfølgende at sænke den for derved at præsentere den som en prisnedsættelse, der vildleder forbrugerne.

Reglerne for prismarkedsføring er nærmere behandlet i Forbrugerombudsmandens retningslinjer for prismarkedsføring.

Pressekontakt:

Forbrugerombudsmandens pressesekretariat på tlf. 41 71 50 98.

For yderligere information:

Forbrugerombudsmandens pressesekretariat på tlf. 41 71 50 98.

KILDE: Forbrugerombudsmanden. ILLUSTRATION: AI-genereret af Pressemeddelelse.dk.

Online: <https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-ditur-betaler-425-millioner-kroner-i-boede-for-vildledende-markedsfoering-af-tilbud/>

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Forbrugerombudsmanden.