



Gorrissen Federspiel

Tue Goldschmieding

Nyt om immaterielle rettigheder i Danmark

LinkedIn opslag var ikke vildledende udsagn

Sø- og Handelsretten afsagde den 1. maj 2026 dom i sag BS-34240/2024-SHR mellem ENERCON Global GmbH og ENERCON GmbH (»Enercon«) som sagsøger og TA Towers ApS, Blue Nordic GmbH og selskabernes direktør (»TA Towers«) som sagsøgte.

Enercon indledte i 2019 ugyldighedssager mod to EF-designs til vindmøletårnssegmenter, som TA Towers ApS havde registreret. Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsrets (»EUIPO«) Appellkammer fandt, at designene manglede individuel karakter, men Den Europæiske Unions Ret (»Retten«) annullerede efterfølgende appellkammerets afgørelser ved domme af 24. januar 2024 i sagerne T-202/22 og T-201/22, dog uden at designenes gyldighed dermed var endeligt afgjort.

Herefter varslede TA Towers henvendelser til Enercons kunder om påståede designkrænkelser, og direktøren offentliggjorde et LinkedIn-opslag, som ifølge Enercon fremstillede designenes gyldighed som endeligt afgjort. Enercon påstod på den baggrund, at opslaget var i strid med § 5 om vildledende markedsføring i lovebekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»den danske markedsføringslov«), og krævede anerkendelse af den uaf-

klarede status af de pågældende designs, forbud mod kundeforholdene samt korrektion af opslaget.

Sø- og Handelsrettens afgørelse indfinder sig i snitfladen af processretten og markedsføringsretten, eftersom retten afviste de to første påstande, idet designenes status for det første var ubestridt mellem parterne, mens den af Enercon nedlagte påstand om kundeforholdene var for bredt formuleret og vedrørte henvendelser, som aldrig var foretaget. For så vidt angik LinkedIn-opslaget fandt retten, at dette var omfattet af markedsføringsloven henset til direktørens tilknytning til TA Towers og LinkedIns karakter af en professionel netværksplatform. Da direktøren efter sagens anlæg havde ændret opslaget, vurderede retten den reviderede formulering som vinklet, men ikke vildledende, og afviste derfor Enercons berigtigelseskrav og frifandt direktøren.

Læs Sø- og Handelsrettens afgørelse her: <https://domstol.fe1.tangora.com/ref.aspx?s=-300011&id=22936&page-id=16692>

Planet Nusa fik udvidet beskyttelsen af sit velkendte varemærke

Sø- og Handelsretten afsagde den 5. maj 2026 dom i sag BS-13239/2025-SHR mellem Planet Nusa ApS (»Planet Nusa«) og Ankenævnet for Patenter og Varemærker

(»Ankenævnet«). Sagen angik en prøvelse af Ankenævnets kendelse af 9. januar 2025 om registrering af varemærket »NUSA PLANET«.

Brix Denmark ApS havde ansøgt om registrering af »NUSA PLANET« for en række varer. Planet Nusa gjorde indsigelse med henvisning til selskabets ældre rettigheder til »NUSA PLANET«. Spørgsmålet var, om registreringen skulle nægtes for »optiske apparater og instrumenter« i klasse 9, der bl.a. omfatter solbriller, efter § 15, stk. 1, nr. 2, om risiko for forveksling eller § 15, stk. 3, nr. 1, om beskyttelse af velkendte varemærker, i lovebekendtgørelse nr. 88 af 29. januar 2019 (»den danske varemærkelov«), i forbindelse med Planet Nusas varemærke »PLANET NUSA«.

Retten fandt, ligesom Ankenævnet, at sportstøj og optiske apparater og instrumenter ikke var lignende varer. Varerne havde forskellige formål, var ikke komplementære og blev overvejende solgt gennem forskellige distributionskanaler. Der forelå derfor ikke risiko for forveksling efter varemærkelovens § 15, stk. 1, nr. 2, selv om varemærkerne havde en høj grad af lighed.

Retten fandt derimod, at »NUSA PLANET« havde en høj grad af iboende særpræg og måtte anses for velkendt. På baggrund af mærkernes lighed, Planet Nusas landsdækkende markedsføring og forbindel-

sen mellem sportstøj og solbriller fandt retten, at omsætningskredsen ville skabe en sammenhæng mellem mærkerne. Brugen af »NUSA PLANET« ville derfor indebære en utilbørlig udnyttelse af »PLANET NUSA«-mærkets særpræg efter varemærkelovens § 15, stk. 3, nr. 1.

Sø og Handelsretten pålagde her efter Ankenævnet at anerkende, at »NUSA PLANET« skulle nægtes registrering for »optiske apparater og instrumenter« i klasse 9, og at betale 30.750 kr. i sagsomkostninger til Planet Nusa.

Læs Sø- og Handelsrettens afgørelse her: <https://domstol.fe1.tangora.com/ref.aspx?s=-300011&id=22929&page-id=16692>

Brugen af billeder af atleter og landsholdstrøjen var sket i kommercielt øjemed og i strid med retten til eget billede

Sø- og Handelsretten afsagde den 23. juni 2026 dom i sag BS-23785/2025-SHR om brugen af billeder af atleter og den danske håndboldlandsholdstrøje.

Medievirksomheden Better Collective A/S var sagsøgt af en række danske håndbold- og badmintonspillere og foreningen Dansk Håndbold for at have brugt billeder af de pågældende atleter og håndboldlandsholdstrøjen i online sport-sindhold på hjemmesiden »SpilXperten.com« samt tilknyttede sociale medie-konti, uden samtykke fra sagsøgerne.

Atleterne og foreningen Dansk Håndbold påstod, at brugen af billederne var sket i kommerciel sammenhæng, og derfor udgjorde en krænkelse af deres rettigheder over billederne. Better Collective A/S påstod derimod, at brugen var sket i redaktionel sammenhæng, og derfor ikke krævede samtykke.

I vurderingen af, om brugen af billederne havde kommerciel eller redaktionel karakter, så retten på den konkrete brug i hvert enkelt tilfælde. Retten lagde vægt på, at SpilXperten artikler indeholdt in-

spiration til sportsvæddemål og henvisninger med affiliate-links til konkrete spiludbydere. Retten lagde også vægt på, at cirka 70% af SpilXperten omsætning bestod af indtægter fra affiliate-markedsføring, samt at hjemmesiden var begrænset til brugere over 18 år, og indeholdt referencer til ROFUS og Center for Ludomani. Retten konkluderede på baggrund heraf, at spil anbefalingerne og affiliate-markedsføringen var så integreret i SpilXperten indhold, at det havde kommerciel, og ikke redaktionel, karakter.

Retten konkluderede derfor, at SpilXperten på forsætlig vis havde krænket rettighederne til billederne, og idømte Better Collective A/S at betale både erstatning og vederlag til atleterne efter § 24, stk. 2 og 3, jf. § 3, stk. 1, i den danske lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»markedsføringsloven«), og til spillerforeningen og foreningen Dansk Håndbold efter markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 22, stk. 1.

Læs Sø- og Handelsrettens dom her: https://domstol.fe1.tangora.com/media/-300011/files/Dom_TIL_OF-FENTLIGG%C3%98RELSE_BS-23785-2025-SHR.pdf

Forbrugerombudsmanden politianmeldte virksomhed bag boligportal

Den danske Forbrugerombudsmand (»Forbrugerombudsmanden«) offentliggjorde den 1. maj 2026, at Forbrugerombudsmanden havde politianmeldt virksomheden Reva Group ApS. Virksomheden, der stod bag en række boligportaler i Danmark, Sverige, Norge og flere andre europæiske lande, blev politianmeldt for at vildlede platformens brugere om abonnementer.

På platformen kunne forbrugere søge efter lejemøbler og kollegieværelser mod en mindre intropris. Introprisen var eksempelvis på ni danske kroner eller én euro, og gav en kortvarig adgang til portalen på for-

eksempel fire dage. Efter den kortvarige periode blev forbrugerens abonnement automatisk fornyet til et løbende abonnement til en pris på eksempelvis 299 danske kroner eller 39 euro. Abonnementet blev fornyet hver 28. dag.

Lovbekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»den danske lov om markedsføring«) § 5, stk. 1 og § 6, stk. 1, foreskriver, at virksomheder ikke må vildlede gennemsnitsforbrugeren i sin markedsføring, herunder ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger på en uklar måde.

Forbrugerombudsmanden var af den opfattelse, at virksomheden vildlede platformens forbrugere ved ikke tilstrækkelig klart og tydeligt at oplyse om, at forbrugerens abonnement automatisk blev fornyet til et markant dyrere periodisk abonnement. Endvidere udtalte Forbrugerombudsmanden, at forbrugere ikke skulle være i tvivl om, hvilken aftale de indgår.

Forbrugermyndigheder i udlandet havde også klaget over Reva Group ApS' boligportaler til Forbrugerombudsmanden, herunder myndigheder i Irland, Belgien og Frankrig.

Læs Forbrugerombudsmandens pressemeddelelse her: <https://forbrugerombudsmanden.dk/menu/nyheder-og-presse/nyhedsarkiv/pressemeddelelser/2026/20260501-virksomhed-bag-boligportaler-politianmeldes-for-at-vildlede-om-abonnementer>

Rejsekort & Rejseplan A/S politianmeldt af Forbrugerombudsmanden

Den danske Forbrugerombudsmand (»Forbrugerombudsmanden«) offentliggjorde den 2. juni 2026, at den danske virksomhed Rejsekort & Rejseplan A/S var blevet politianmeldt af Forbrugerombudsmanden for vildledende markedsføring. Virksomheden havde i en længere periode kørt en landsdækkende kampagne for deres digitale rejsekort. Det fremgik af kampagnen, at

det fysiske rejsekort lukkede, hvorfor forbrugeren fremadrettet måtte benytte det digitale rejsekort. Budskaber såsom »Rejs med digitalt. Det fysiske rejsekort lukker. Brug i stedet en af disse billet-apps.« fremgik på stationer, i offentlig transport og på sociale medier. Kampagnen indeholdt ikke klar information om, at et fysisk alternativ ville bestå efter indfasningen af det digitale rejsekort. Forbrugerombudsmanden politianmeldte virksomheden for brud på lovbekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»den danske lov om markedsføring«) § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, om vildledende markedsføring. Det indgik i Forbrugerombudsmandens vurdering, at virksomheden havde udeladt væsentlige oplysninger for at påvirke en bestemt adfærd hos forbrugerne. Omfanget af kampagnen var en skærpende omstændighed. Ydermere var det en skærpende omstændighed, at der var tale om offentlig transport, som mange forbrugere ikke har mulighed for at fravælge.

Forbrugerombudsmanden modtog mere end 35 klager over kampagnen. Rejsekort & Rejseplan A/S oplyste til Forbrugerombudsmanden i forbindelse med Forbrugerombudsmandens undersøgelse, at selskabet var uenige i, at kampagnen var vildledende.

Læs Forbrugerombudsmandens pressemeddelelse her: <https://forbrugerombudsmanden.dk/pressemeddelelser/2026/20260602-forbrugerombudsmanden-politianmelder-rejsekort-rejseplan-for-vildledende-markedsfoering>

CleanFriend politianmeldt for skjult reklame og vildledning

Den danske Forbrugerombudsmand (»Forbrugerombudsmanden«) oplyste den 15. juni 2026, at have politianmeldt CleanFriend ApS (»CleanFriend«) for skjult reklame og vildledende markedsføring.

CleanFriend havde oprettet hjemmesiden bedsttests.dk, hvor virksomheden rangerede sine egne produkter højest i en række



Illustration: Coulorbox/ ChatGPT

»test«-artikler, uden at oplyse om den kommercielle interesse bag siden. Hjemmesiden fremstod som en uvildig forbrugerportal og anvendte grønne logoer og udsagnet »bedst i test«, som efter Forbrugerombudsmandens vurdering var egnet til at forveksles med Forbrugerrådet Tænks testmærker. CleanFriend anvendte herefter testresultaterne på sin webshop og i 59 annoncer på bl.a. Facebook og Instagram, hvor produkterne blev markedsført som »bedst i test«, »testvinder« og »anbefalet af« bedsttests.dk.

Forbrugerombudsmanden vurderede, at markedsføringen var i strid med § 5 om vildledende handlinger og § 6, stk. 4, om pligten til at oplyse den kommercielle hensigt med en handelspraksis, i lovbekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»den danske markedsføringslov«).

Forbrugerombudsmanden understregede, at virksomheder alene må anvende udsagn som »bedst i test« og »testvinder«, såfremt disse kan dokumenteres, og at en virksomheds anbefaling af egne produkter tydeligt skal fremgå som reklame.

Læs Forbrugerombudsmandens meddelelse her: <https://forbrugerombudsmanden.dk/menu/nyheder-og-presse/pressemeddelelser/pressemeddelelser/2026/20260615-forbrugerombudsmanden-politianmelder-cleanfriend-for-skjult-reklame-og-vildledning>

Youtuber dømt for indirekte at opfordre til farlig adfærd

Den danske Forbrugerombudsmand (»Forbrugerombudsmanden«) offentliggjorde den 16. juni 2026, at en youtuber, Forbrugerombudsmanden tidligere havde politianmeldt, var blevet dømt ved Retten i Esbjerg. Youtuber blev ikendt en bøde på 120.000 danske kroner for skjult reklame og for indirekte at opfordre børn og unge til farlig adfærd. Retten i Esbjerg behandlede sagen under journalnummeret 98-1703/2025.

Den erhvervsdrivende youtuber lavede to underholdningsvideoer til sin platform på YouTube. I den ene video smagte youtuber på 100 shots, blev undervejs beruset og kastede op. I den anden smagte vedkommende på 52 energidrikke.

Under begge videoer fremgik et link til youtuberens eget merchandise.

Efter Lovbekendtgørelse nr. 1420 af 2. december 2024 (»den danske lov om markedsføring«) § 11, stk. 1, må markedsføring, der direkte eller indirekte opfordrer til farlig eller hensynsløs adfærd, ikke rettes mod børn og unge. Lov om markedsføring § 11, stk. 2, foreskriver, at alkohol eller energidrikke ikke må markedsføres mod børn og unge under 18 år.

Retten i Esbjerg vurderede, at youtuberens fremviste en farlig situation eller en situation, der tilsidesatte almindelig sikkerhed ved at drikke 100 shots i en video. Derudover fandt retten efter en samlet vurdering af videoens kontekst, at den var rettet mod børn og unge.

Linkene under youtuberens videoer var skjult reklame, da det ikke tilstrækkeligt klart og tydeligt var oplyst, at youtuberens havde en kommerciel hensigt med at linke til sit eget merchandise, jf. § 6, stk. 4, i lov om markedsføring.

Dommen er i overensstemmelse med den hidtidige praksis, hvorefter indhold produceret af erhvervsdrivende influenter også skal overholde markedsføringsloven.

Læs Forbrugerombudsmandens pressemeddelelse her: <https://forbrugerombudsmanden.dk/menu/nyheder-og-presse/pressemeddelelser/pressemeddelelser/2026/20260616-youtuber-ident-boede-for-indirekte-at-opfordre-boern-og-unge-til-farlig-adfaerd-med-alkohol>

Klagenævnet for Domænenavn overfører domænenavnet buyit-shop.dk til tidligere registrant

Det danske Klagenævn for Domænenavne (»Klagenævnet«) traf den 9. april 2026 afgørelse i sagen med journalnummer 2025-10189 og bestemte, at domænenavnet »buyit-shop.dk« skulle overføres til klageren A.

A havde tidligere anvendt »buyit-shop.dk« i forbindelse med sin enkeltmandsvirksomhed »BuyIT« med salg af iPhones. Efter domænets udløb registrerede B domænet den 5. april 2025 og anvendte

A's virksomhedsnavn på en vildledende måde på en hjemmeside, der fremstod autogenereret og uden egentlig forretningsmæssigt indhold. B besvarede ikke Klagenævnets henvendelser i sagen. Klagenævnet fandt herefter, at B ikke havde nogen interesse af betydning i domænet, og at en opretholdelse af registreringen ville udgøre en overtrædelse af god domænenavns-skik, jf. § 25, stk. 1, i lov nr. 164 af 26. februar 2014 om internetdomæner m.v. (»den danske domænelov«). Domænet blev på den baggrund overført til A i medfør af den danske domænelov § 28, stk. 4, nr. 1.

Læs afgørelsen her: https://www.domaaeklager.dk/sites/default/files/decision-pdf/2025-10189_buyit-shop.dk_anonym.pdf

Klagenævnet for Domænenavn overfører ikke domænenavnet detvarnemt.dk til tidligere registrant

Det danske Klagenævn for Domænenavne (»Klagenævnet«) traf den 9. april 2026 afgørelse i sagen med journalnummer 2025-10167 og bestemte, at domænenavnet »detvarnemt.dk« ikke skulle overføres til klageren, Det Var Nemt (»Klageren«). Klageren havde i cirka 15 år anvendt »detvarnemt.dk« i forbindelse med sin virksomhed med samme navn. Da klageren ikke fornyede domænet til tiden, registrerede indklagede, LOMAX A/S, domænenavnet. LOMAX A/S havde siden 2006 været indehaver af varemærkeregistreringen »DET VAR NEMT« samt »LOMAX – DET VAR NEMT« siden 2020 og anvender disse konsekvent som en del af virksomhedens branding på tværs af markedsføringskanaler.

Klagenævnet foretog en interesseafvejning i overensstemmelse med § 25, stk. 1, i lov nr. 164 af 26. februar 2014 om internetdomæner m.v. (»den danske domænelov«), der forbyder registranter at registrere og anvende domænenavne i strid med god domænenavns-skik. Klagenæv-

net fandt at klagerens interesse i domænenavnet ikke i væsentlig grad oversteg indklagedes interesse, og at en opretholdelse af registreringen dermed ikke udgjorde en overtrædelse af den danske domænelov.

Læs afgørelsen her: https://www.domaaeklager.dk/sites/default/files/decision-pdf/2025-10167_detvarnemt.dk_.pdf

Klagenævnet for Domænenavn overfører domænenavnet danske-natur.dk til tidligere registrant

Det danske Klagenævn for Domænenavne (»Klagenævnet«) traf den 9. april 2026 afgørelse i sagen med journalnummer 2025-10177 og bestemte, at domænenavnet »danske-natur.dk« skal overføres til klageren, A. A's bror havde siden 2006 drevet en hjemmeside om danske sommerfugle og insekter på domænenavnet. Efter brorens død fornyede boet ikke registreringen rettidigt, som følge af manglende opkrævning fra registreringsvirksomheden Punktum.dk og efterfølgende fejlagtig vejledning. Indklagede, B, registrerede herefter domænenavnet. B omdirigerede domænenavnet til en generisk faktaside og lagde først naturrelateret indhold på hjemmesiden, efter at klagen var indbragt.

Klagenævnet fandt, at dette indhold fremstod ufuldstændigt og tilfældigt, og at A's interesse i domænenavnet i væsentlig grad oversteg B's. B's fastholdelse af registreringen udgjorde herefter en overtrædelse af § 25, stk. 1, i lov nr. 164 af 26. februar 2014 om internetdomæner m.v. (»den danske domænelov«) om god domænenavns-skik. Domænet blev på den baggrund overført til A i medfør af den danske domænelov § 28, stk. 4, nr. 1.

Læs afgørelsen her: https://www.domaaeklager.dk/sites/default/files/decision-pdf/2025-10177_danske-natur.dk_anonym.pdf

Tue Goldschmieding, partner i Gorrisen Federspiel og dansk redaktør for Lov & Data.