

Forbrugerombudsmandens beretning 2009

| | |
|---|-----------|
| 1. Indledning | 3 |
| 1.1. Tilsynsstrategi | 3 |
| 1.2. Fokusområder 2009 og 2010 | 3 |
| 1.3. Organisation | 4 |
| 2. Ny lovgivning | 4 |
| 2.1. Bankpakke II: Forbrugerombudsmandens beføjelser og sager | 4 |
| 2.2. Lov om betalingstjenester | 5 |
| 2.3. Lov om tjenesteydelser på det indre marked | 5 |
| 3. Retningslinjer og vejledninger | 6 |
| 3.1. Retningslinjer og vejledninger afsluttet i 2009 | 6 |
| Nye retningslinjer for prismarkedsføring | 6 |
| Retningslinjer for omdeling af adresseløse forsendelser | 7 |
| Retningslinjer for kortfristede eller mindre lån indgået som fjernsalgsaftaler ("sms-lån") | 7 |
| Nye retningslinjer for skolefotografi | 8 |
| 4. Projekter og større sager i 2009 | 9 |
| 4.1. Afsluttede projekter og større opgaver | 9 |
| Kampagne om ÅOP | 9 |
| 4.2. Verserende opgaver | 10 |
| Undersøgelse af det "grå" lånemarked | 10 |
| 5. Sagsstatistik for Forbrugerombudsmanden 2009 | 10 |
| 5.1. Statistik over oprettede og afsluttede sager 2005-2009 | 10 |
| 5.2. Oprettede sager efter henvendelse 2005-2009 | 11 |
| 5.3. Afsluttede sager efter henvendelse 2005-2009 | 11 |
| Markedsføringssager | 11 |
| Finansielle sager | 13 |
| Sager efter betalingsmiddeloven og lov om betalingstjenester..... | 13 |
| Håndtering af spamklager | 14 |
| 6. Afsluttede retssager mv. 2005-2009 | 14 |
| 6.1. Afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2005-2009 | 14 |

| | |
|--|-----------|
| 6.2. Straffesager | 15 |
| Politianmeldelser for strafbare forhold | 15 |
| 6.3. Civile sager | 15 |
| 7. Internationalt tilsynsarbejde | 15 |
| 7.1. Nordisk samarbejde | 15 |
| 7.2. EU | 16 |
| Håndhævelses- og informationskampagner ("sweeps") | 16 |
| Projekter | 16 |
| Undersøgelse af opkrævning af skatter og afgifter i europæiske lufthavne | 16 |
| 7.3. Globalt | 17 |
| 8. Formidling, web og kommunikation | 17 |
| 8.1. Kendskabsanalyse | 17 |
| 8.2. Nyheder og abonnementsfunktion..... | 18 |
| 8.3. Ny hjemmeside i december 2009 – forbrugerombudsmanden.dk | 18 |
| 9. Forbrugerombudsmandens ressourcer 2007-2009 | 18 |
| 9.1. Fordeling af faglig tid efter aktivitet i 2009 | 18 |
| 9.2. Fordeling af timer på tilsynsvirksomheden 2007-2009.... | 19 |

1. Indledning

Forbrugerombudsmandens beretning for 2009 skifter karakter i forhold til tidligere beretninger, da det er besluttet, at publikationen Forbrugerjura, som bl.a. indeholdt de principielle afgørelser, der er truffet i løbet af året, nu ophører. Disse afgørelser kan nu findes på www.forbrugerombudsmanden.dk. under sektionen "Sager og praksis". I stedet vil beretningen i højere grad beskrive Forbrugerombudsmandens større opgaver og projekter mv., der er blevet afsluttet i 2009, suppleret med statistiske oplysninger.

Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med overholdelsen af markedsføringsloven og de tilhørende bekendtgørelser, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne. Forbrugerombudsmanden skal ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med principperne for god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden fører endvidere tilsyn med overholdelsen af visse bestemmelser i lov om tjenesteydelser på det indre marked, visse bestemmelser i den nye lov om betalingstjenester, der erstatter betalingsmiddeloven, lov om juridisk rådgivning, tobaksreklameloven og e-handelsloven.

Endelig fører Forbrugerombudsmanden via markedsføringsloven tilsyn med overholdelsen af forbrugerbeskyttelsesregler i anden lovgivning, herunder civile retlige regler i blandt andet købeloven, aftaleloven, kreditaftaleloven, forbruger-aftaleloven og renteloven.

1.1. Tilsynsstrategi

Forbrugerombudsmandens tilsynsstrategi bygger overordnet på fem målsætninger. Målsætningerne omhandler styrket dialog og samarbejde, styrket håndhævelse, lettere adgang til at anmode om en forhåndsbesked, bedre udnyttelse af det internationale myndighedssamarbejde og styrket forebyggende informationsindsats.

Læs Forbrugerombudsmandens strategi på www.forbrugerombudsmanden.dk

1.2. Fokusområder 2009 og 2010

Forbrugerombudsmandens fokusområder for 2009 og 2010 er:

- Prismarkedsføring
- Førelse af finansielle retssager
- Opkrævning af ulovlige gebyrer og for høje renter
- Miljømæssige påstande i markedsføringen
- Markedsføring over for børn og unge
- Større kendskab til reglerne for e-handel nationalt og globalt

Læs Forbrugerombudsmandens fokusområder på www.forbrugerombudsmanden.dk

1.3. Organisation

Forbrugerstyrelsen (pr. 19. august 2010 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen) stiller et sekretariat til rådighed for Forbrugerombudsmanden. Sekretariatet består pr. 1. januar 2010 af 1 kontorchef, 17 sagsbehandlere (herunder 3 chefkonsulenter og 4 specialkonsulenter), 1 kommunikationsmedarbejder, 3 sekretærer, samt 1 studentermedhjælper.

Sekretariatet er p.t. organiseret i fem sagsbehandlergrupper: Den finansielle gruppe, it- og telegruppen, aftale - og rådgivningsgruppen, pris- og salgsmegruppen og børn/unge- og etikgruppen.

2. Ny lovgivning

2.1. Bankpakke II: Forbrugerombudsmandens beføjelser og sager

Den finansielle krise har ikke blot berørt bankerne, men den har også givet sig udslag i store tab for privatkunder ved investering i værdipapirer. Forbrugerombudsmanden fik derfor i forbindelse med Bankpakke II en merbevilling på 3 millioner kroner samt styrket sine beføjelser i bl.a. lov om finansiell virksomhed til at føre et civilretligt tilsyn med bankerne.

Styrkelsen blev givet for at kunne bistå forbrugere med at anlægge retssager bl.a. i form af erstatningssager mod finansielle virksomheder for mangelfuld rådgivning, anvendelse af urimelige aftalevilkår, tilbagesøgning af uberettiget opkrævning af renter og gebyrer mv. Der blev ansat 4 juridiske sagsbehandlere samt en deltidsansat sekretær til at bistå Forbrugerombudsmanden med behandlingen af de forventede sager.

Efter ordningen trådte i kraft, har Forbrugerombudsmanden pr. 1. januar 2010 modtaget omkring 80 henvendelser med anmodning om bistand. Sagerne adskiller væsentligt fra de øvrige henvendelser om mulige overtrædelser af markedsføringsloven og anden forbrugerbeskyttende lovgivning, som Forbrugerombudsmanden modtager. Dette gælder både for sagernes tyngde og omfang samt i behovet for indsigt i økonomiske og regnskabsmæssige forhold.

Da det som udgangspunkt er bankkunderne, som har bevisbyrden for, at et økonomisk tab er lidt som følge af mangelfuld eller fejlagtig rådgivning, er der et stort arbejde forbundet med at klarlægge faktum i form af relevante dokumenter, vidneforklaringer, ekspertudtalelser og evt. syn og skøn. Herudover skal der ske en individuel undersøgelse af hændelsesforløbet og en juridisk vurdering i

forhold til de konkrete omstændigheder til brug for forligsforhandlinger og anlæggelse af retssager.

En række sager omhandler komplicerede investerings- og opsparingsprodukter, som har været solgt til et meget stort antal forbrugere, og hvor de investerede beløb kan løbe op i flere hundrede millioner kroner. I sager, hvor mulighederne for gruppesøgsmål er relevante, fordi der er tale om mange ensartede krav, er der tale om en ny procesform, som rejser en række juridiske spørgsmål.

2.2. Lov om betalingstjenester

Lov om betalingstjenester trådte i kraft den 1. november 2009, og loven afløser den tidligere betalingsmiddelov. Den ny lov er en gennemførelse af direktiv 2007/64/EF af 13. november 2007 om betalingstjenester i det indre marked.

Finanstilsynet og Forbrugerombudsmanden, som sammen er tilsynsmyndigheder efter den ny lov, har den 23. september 2009 udsendt en fælles orientering om de nye regler til de udbydere, som har været anmeldt til Forbrugerombudsmanden efter betalingsmiddeloven samt til relevante organisationer.

Ved betalingstjenester forstås bl.a. indsættelse på og hævning af kontanter fra en betalingskonto, overførsel af penge fra en konto til en anden konto, direkte debiteringer – fx betalingservice, kredit- eller betalingskortstransaktioner, pengeoverførselsvirksomhed og betalinger med it- og teleudstyr.

Det kræver en tilladelse fra Finanstilsynet at udbyde disse betalingstjenester.

Betalingsmidler, som tidligere har været omfattet af betalingsmiddeloven, kan efter den ny lov om betalingstjenester enten betegnes som et betalingsinstrument, der udgør en betalingstjeneste, eller et betalingssurrogat. De betalingsmidler, som var reguleret i betalingsmiddeloven, vil alle efter den 1. november 2009 være reguleret af den ny lov. Forbrugerombudsmanden fører bl.a. tilsyn med, at lovens regler om oplysningskrav samt rettigheder og forpligtelser ved brug af betalingstjenester overholdes.

2.3. Lov om tjenesteydelser på det indre marked

Loven trådte i kraft den 28. december 2009 og gennemfører direktiv 2006/123/EF af 12. december 2006 om tjenesteydelser i det indre marked. Af lovbemærkningerne fremgår, at Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med visse bestemmelser i loven. Det drejer sig om lovens § 3 om oplysningspligt om virksomhedsform, § 4 om oplysning om flere slags tjenesteydelser, samarbejdspartnere og foranstaltninger mod interessekonflikter samt § 5, der indeholder et forbud mod diskrimination af tjenestemodtager begrundet i nationalitet, vedtægtsmæssige hjemsted eller opholdssted.

Især lovens § 5 kan efter Forbrugerombudsmandens opfattelse give anledning til sager om opdeling og beskyttelse af markeder i form af forskellige priser og adgangsbetingelser for samme tjenesteydelse, uden dette er begrundet i objektive kriterier.

Bekendtgørelse nr. 1372 af 16. december 2009 om tjenesteyderes pligt til at give oplysninger til tjenestemodtagere er udstedt i medfør af markedsføringslovens § 7, og bekendtgørelsen gennemfører en række af direktivets oplysningskrav. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med overholdelse af bekendtgørelsen. Bekendtgørelsens oplysningspligter gælder både i forhold til forbrugere og erhvervsdrivende. Bekendtgørelsen trådte i kraft den 1. december 2009.

Det er på nuværende tidspunkt uklart, om de nye regler vil føre til en væsentlig aktivitetsudvidelse for Forbrugerombudsmanden.

3. Retningslinjer og vejledninger

Forbrugerombudsmanden udsteder i medfør af markedsføringslovens § 24 regelmæssigt nye eller reviderede retningslinjer efter forudgående forhandling med repræsentanter for forbrugerne og erhvervslivet. Retningslinjerne indeholder Forbrugerombudsmandens fortolkning af den gældende lovgivning på specifikke områder, og retningslinjerne har til formål at hjælpe de erhvervsdrivende, deres organisationer og rådgivere til forståelse af, hvad der er god skik på et område.

Retningslinjer og vejledninger kan læses i deres fulde ordlyd på www.forbrugerombudsmanden.dk.

3.1. Retningslinjer og vejledninger afsluttet i 2009

Nye retningslinjer for prismarkedsføring

Forbrugerombudsmanden har færdigforhandlet et nyt sæt retningslinjer for prismarkedsføring den 3. december 2009. Revisionen af den tidligere vejledning fra 2004 blev påbegyndt i 2008.

Retningslinjerne indeholder bl.a. mere præcise regler for, hvordan de erhvervsdrivende må markedsføre sig i forbindelse med sammenligninger med egne tidligere priser, sammenligninger med andre erhvervsdrivendes priser, slagtilbud, salgsfremmende udtryk, udsalg, ophørsudsalg, prisgarantier mv.

Da retningslinjerne vedrører hele detailhandlen, har en lang række organisationer deltaget i forhandlingerne. Retningslinjerne har virkning fra den 1. marts 2010 og evalueres efter 2 år.

Forbrugerrådet, Dansk Erhverv, DI Handel, Bryggeriforeningen, Danmarks Automobilforhandler Forening, Danmarks Rejsebureau Forening, Danmarks Sportshandler Forening, Danske Advokater, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, Dansk Kørelærer-Union, De Samvirkende Købmænd, FEHA, HORESTA, Håndværksrådet, Telekommunikationsindustrien og Coop Danmark har alle deltaget i forhandlingerne om retningslinjerne.

Retningslinjer for omdeling af adresseløse forsendelser

Forbrugerombudsmanden har færdigforhandlet nye retningslinjer om adresseløse forsendelser. Forhandlingerne startede i 2008, og retningslinjerne har virkning fra den 30. april 2009.

De nye ”nej tak”-ordninger er indeholdt i Forbrugerombudsmandens retningslinjer om god markedsføringsskik ved omdeling af adresseløse forsendelser. ”Nej tak”-ordningerne består af en basisordning, hvor der kan siges nej tak til adresseløse reklamer, og en udvidet ordning, der ud over reklamer også inkluderer nej tak til gratis aviser. Alle adresser vil dog som hidtil modtage ikke-kommercielle henvendelser, herunder almennyttig information fra kommune, stat mv.

Retningslinjerne indeholder også regler for korrekt aflevering af adresseløse forsendelser. De må fx ikke hænge ud af brevkassen. Den gamle vejledning om aflevering af adresseløse forsendelser fra december 1995 er derfor ophævet.

Retningslinjerne er blevet til efter forhandlinger med Forbrugerrådet, Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder, Danske Avis-, Post- og Reklamedistributører, Dansk Erhverv, DI, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, Danske Dagblades Forening, Foreningen af danske lokale ugeaviser, Post Danmark A/S, Forbruger-Kontakt, Søndagsavisen a-s, Finansrådet, Forsikring & Pension og idénnyt a-s (observatør). Økonomi- og Erhvervsministeriet og Transportministeriet har deltaget som observatører.

Retningslinjer for kortfristede eller mindre lån indgået som fjernsalgsaftaler (”sms-lån”)

Retningslinjerne, der har virkning fra den 1. marts 2009, gælder for udbydere af kortfristede kreditaftaler med en løbetid på indtil tre måneder. Retningslinjerne finder også anvendelse på kreditaftaler uanset disses løbetid,

- hvor det samlede beløb, der skal betales, ikke overstiger 1.500 kr. samt på
- kreditaftaler med variabelt lånebeløb, hvor det samlede beløb, der skal betales ved fuld udnyttelse af kontoen, ikke overstiger 1.500 kr.

Retningslinjerne indeholder en præcisering af reglerne om, at markedsføringen af lånene skal overholde ”god skik” samt andre forbrugerbeskyttende regler i lovgivningen. Retningslinjerne understreger, at dette også gælder ved aftaleind-

gåelsen, herunder at alle bebyrdende aftalevilkår skal fremgå af selve korrespondancen på fx sms med forbrugeren. Endvidere skal der gives oplysninger på prisen på lånet og angivelse af årlige omkostninger i procent (ÅOP) i sms-korrespondancen.

Retningslinjerne præciserer endvidere de øvrige oplysningskrav inden aftalens indgåelse samt reglerne og procedurerne for sikker identifikation af låntager. Der er også indsat et princip om kreditvurdering, hvoraf det fremgår, at låneaftalen skal indgås på et forsvarligt og informeret grundlag, og at der ikke må medvirkes til gældsstiftelse, som kan anses for klart uforsvarlig.

Endelig skal der oplyses om fortrydelsesretten, herunder de maksimale beløb der kan opkræves ved fortrydelse.

Med i retningslinjerne er en aftale om, at Forbrugerombudsmanden skal modtage kvartalsvise indberetninger fra sms-låneudbydere om omfanget og karakteren af de lån, som udbydes, herunder andelen af misligholdte lån.

De nye retningslinjer er forhandlet med Finansrådet, Finans & Leasing, Dansk Kredit Råd, Dansk Erhverv, DI Handel, Forbrugerrådet og med deltagelse af Finanstilsynet samt SMS Kviklån A/S, Dansk Finansieringskompagni ApS og Mobil lån Danmark ApS som observatører.

Nye retningslinjer for skolefotografi

I juni 2009 udstedte Forbrugerombudsmanden nye retningslinjer for skolefotografering. Retningslinjerne er målrettet virksomheder, der fotograferer børn og unge i skoler og daginstitutioner, når de udbyder billeder til salg. Retningslinjerne regulerer tilbud om køb, accept af tilbud, bestilling via nettet og betaling.

De centrale elementer i de nye retningslinjer er, at der er fortrydelsesret på skoleportrættet af børnene, og et tilbud om fotografering må ikke kunne forveksles med et tilbud om køb af billeder. Formålet er bl.a. at sikre, at forældre får klar besked om deres rettigheder vedrørende køb, levering og fortrydelsesret på billeder af børnene.

Retningslinjerne er udformet efter forhandling med Skolefotografforeningen, Dansk Erhverv og Forbrugerrådet. De afløser de tidligere retningslinjer fra 1976.

Standpunkt om e-handel og markedsføring på internettet

I 2009 er der blevet udarbejdet et standpunkt om e-handel og markedsføring på internettet, som afløser det tidligere standpunkt fra 2002.

Standpunktet udstikker bl.a. retningslinjer for:

- hvordan reklamer kan udformes og placeres på nettet

- udsendelse af elektronisk reklame
- prisoplysning
- mærkning af hjemmesider (Trustmarks)
- ansvar for hjemmesiders indhold
- aftaleindgåelse på nettet og ordrebekræftelse
- fortrydelsesret mv.

Standpunktets nærmere indhold kan findes på Forbrugerombudsmandens hjemmeside.

Standpunktet er udarbejdet af de nordiske forbrugerombudsmænd og har virkning fra januar 2010.

4. Projekter og større sager i 2009

4.1. Afsluttede projekter og større opgaver

Kampagne om ÅOP

Den 1. maj 2007 trådte bekendtgørelse nr. 193 af 1. marts 2007 om information til forbrugere om priser på låne- og kredittilbud og valutakurser i kraft - den såkaldte skiltningsbekendtgørelse.

Forbrugerombudsmanden har gennemført en undersøgelse af overholdelsen af reglerne i skiltningsbekendtgørelsen og markedsføringslovens § 14 for markedsføring af låne- og kredittilbud. Markedsføringslovens § 14 fastslår, hvilke oplysninger en erhvervsdrivende skal give, hvis den erhvervsdrivende udbyder varer, der kan købes på kredit.

Undersøgelsen, en stikprøvekontrol udført vha. mystery shopping, blev udført i december 2007 og januar 2008. Undersøgelsen baserede sig på besøg i 100 butikker over hele landet fordelt på syv brancher. I 65 af butikkerne blev der udbudt låne- og kredittilbud.

Forud for undersøgelsen blev der gennemført en større informationsindsats i samarbejde med de berørte organisationer om forståelsen af reglerne.

Blandt de lovpligtige oplysninger har undersøgelsen især fokuseret på årlige omkostninger i procent – ÅOP.

Undersøgelsens resultater er blevet forelagt og drøftet med branchen og Forbrugerrådet.

Forbrugerombudsmanden vil nu undersøge, om der skal ske retsforfølgelse i nogle af sagerne.

4.2. Verserende opgaver

Undersøgelse af det "grå" lånemarked

Forbrugerombudsmanden påbegyndte i 2009 en undersøgelse af det såkaldte "grå" lånemarkeds overholdelse af den centrale lovgivning vedrørende markedsføring af låne- og kredittilbud. Undersøgelsen havde bl.a. fokus på skiltningsbekendtgørelsen og kreditaftaleloven, der skal sikre, at kunder får de lovpligtige oplysninger om lånet ved indgåelse af en låneaftale.

I alt 12 låne- og kreditudbyders hjemmesider er blevet udvalgt og gennemgået for oplysninger om fast og/eller variabel rente, ÅOP samt andre omkostninger. Ligeledes er det blevet undersøgt, hvorvidt selskaberne har oplyst de samlede kreditomkostninger efter kreditaftalelovens § 23 og lever op til kravet om at oplyse standardforudsætninger i bekendtgørelsen.

Undersøgelsen forventes tilendebragt i 2010.

5. Sagsstatistik for Forbrugerombudsmanden 2009

5.1. Statistik over oprettede og afsluttede sager 2005-2009

I 2009 er der i lighed med tidligere år sket en stor forøgelse af antallet af henvendelser til Forbrugerombudsmanden. Hvor Forbrugerombudsmanden i 2008 modtog 2.773 henvendelser, er dette tal for 2009 steget til 4.224.

Denne stigning på ca. 50 procent har udmøntet sig i en stor stigning i henvendelser fra især forbrugerne.

5.2. Oprettede sager efter henvendelse 2005-2009

Som det fremgår af tabellen, er der en stor stigning i antallet af henvendelser fra privatpersoner, erhvervsdrivende og brancheorganisationer.

| Oprettede sager (efter henvendelse) 2005-2009 | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Privatpersoner | 951 | 1.041 | 1.593 | 1.960 | 3.173 |
| Advokater | 30 | 17 | 25 | 48 | 57 |
| Forbrugergrupper og -organisationer | 5 | 4 | 8 | 14 | 21 |
| Interesseorganisationer | 15 | 5 | 6 | 38 | 23 |
| Erhvervsdrivende og -organisationer | 160 | 169 | 277 | 315 | 541 |
| Offentlige myndigheder | 92 | 129 | 144 | 123 | 205 |
| Anonym | 4 | 2 | 4 | 7 | 8 |
| Øvrige henvendelser | 54 | 38 | 55 | 159 | 135 |
| Forbrugerombudsmandens eget initiativ | 94 | 66 | 121 | 109 | 61 |
| I alt | 1.405 | 1.471 | 2.233 | 2.773 | 4.224 |

5.3. Afsluttede sager efter henvendelse 2005-2009

| Afsluttede sager 2005-2009 | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Markedsførings­sager | 425 | 342 | 940 | 573 | 622 |
| Markedsføring - forhåndsbesked | - | - | 103 | 89 | 175 |
| Enkelt­sagsbesvarelser - markedsføring | 1.147 | 1.192 | 983 | 1.275 | 2.507 |
| Afviste sager | 265 | 237 | 216 | 423 | 628 |
| Finansielle sager | - | - | - | - | 33 |
| Betalingsmidler og betalingstjenester | 262 | 91 | 92 | 118 | 178 |
| Tobaksreklamesager | 9 | 14 | 6 | 5 | 7 |
| Juridisk rådgivning | - | 2 | 2 | 3 | - |
| I alt | 2.108 | 1.878 | 2.342 | 2.486 | 4.150 |
| Enkelt­sagsbesvarelser i % af samlet antal | 54% | 64% | 42% | 51% | 60% |

Markedsførings­sager

Der er i årets løb afsluttet 622 konkrete markedsførings­sager. Tallet inkluderer også afsluttede projekter, herunder retningslinjer, vejledninger samt retssager.

Forbrugerombudsmanden har en række forskellige indgrebsbeføjelser over for erhvervsdrivende, der handler i strid med markedsføringsloven. De nedenfor beskrevne beføjelser i relation til konkrete sager, der tages op til behandling, er ikke udtømmende, men de mest benyttede.

Finder Forbrugerombudsmanden, at en erhvervsdrivendes markedsføring er i strid med loven, kan sager, der ellers skal behandles efter de civile retlige regler ved domstolene, efter omstændighederne afsluttes med en henstilling fra Forbrugerombudsmanden om, at den erhvervsdrivende skal ændre sin markedsføring.

I mere alvorlige tilfælde kan sagerne efter omstændighederne afsluttes med, at den erhvervsdrivende afgiver et skriftligt tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om at overholde konkrete forskrifter udstedt af ombudsmanden efter forhandling med den erhvervsdrivende.

Der kan også være tale om, at der som afslutning på sagen indgås et forlig med den erhvervsdrivende. Det kan fx dreje sig om tilbagebetaling af et ulovligt opkrævet gebyr til virksomhedens kunder.

Herudover har Forbrugerombudsmanden mulighed for at give den erhvervsdrivende et administrativt påbud, hvis en handling klart er i strid med loven og ikke kan ændres ved forhandling. Endelig kan behandlingen af en sag føre til, at Forbrugerombudsmanden anlægger en civil retssag ved domstolene eller på anden måde indtræder i en retssag til støtte for en forbruger.

Ved overtrædelse af strafbelagte bestemmelser vil Forbrugerombudsmanden i mindre alvorlige tilfælde normalt afslutte sagen med en indskærpelse. I grovere tilfælde vil Forbrugerombudsmanden oversende sagen til politiet med anmodning om efterforskning med henblik på evt. at rejse tiltale i en straffesag mod den erhvervsdrivende. Såfremt efterforskningen fører til tiltalerejsning mod den erhvervsdrivende, vil Forbrugerombudsmanden normalt repræsentere anklagemyndigheden i retten.

Endelig anvender Forbrugerombudsmanden en del ressourcer på at udfærdige høringssvar om påtænkt lovgivning, ændring af eksisterende regler, udtalelser til politiet mv.

Forhåndsbesked efter markedsføringsloven

Efter Forbrugerombudsmandens tilsynsstrategi skal det være lettere for erhvervsdrivende at få institutionens syn på lovligheden af en konkret markedsføringsforanstaltning. Forbrugerombudsmanden har afgivet 175 skriftlige forhåndsbeskeder i 2009, hvilket næsten er en fordobling i forhold til året før.

Erhvervsdrivende kan få yderligere information om muligheden for at få en forhåndsbesked via Forbrugerombudsmandens hjemmeside.

Enkeltsagsbesvarelser

Der er afsluttet 2.508 enkeltsagsbesvarelser, hvilket er en stigning på knapt 100 % i forhold til 2008. Dette er sager, der typisk afsluttes inden for en uge med ét brev til forbrugeren eller den erhvervsdrivende, indeholdende en kort besvarelse af stillede spørgsmål, redegørelse for lovgivningen på området eller en anvisning på, hvorledes klageren evt. kan komme videre med sin sag mv.

Afviste sager

I 628 tilfælde har Forbrugerombudsmanden afvist at tage sager til behandling, hvilket er en stigning i forhold til 2008 på knap 50 %. Sagerne afvises, enten fordi de ikke er omfattet af den lovgivning, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med eller med henvisning til Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang.

Finansielle sager

I 2009 blev der afsluttet 33 finansielle sager, der er taget op i medfør af Forbrugerombudsmandens særlige kompetence efter § 348 i lov om finansiel virksomhed. Der henvises til punkt 2.1.

Sager efter betalingsmiddeloven og lov om betalingstjenester

Lov om betalingstjenester trådte i kraft den 1. november 2009. Loven har givet anledning til en række henvendelser om dens anvendelsesområde og forståelsen af de nye regler. Navnlig afgrænsningen mellem betalingssurrogater og almindelige betalingstjenester har været genstand for spørgsmål. Der er i alt afsluttet 18 sager efter lov om betalingstjenester.

Betalingsmiddeloven blev ophævet pr. 1. november 2009. I 2009 er der blevet afsluttet 160 sager vedrørende anmeldelser af betalingsmidler eller anmeldelser af ændringer i allerede anmeldte betalingsmidler.

Tobaksreklamesager

Der er afsluttet 7 sager om markedsføring af tobaksvarer efter lov om forbud mod tobaksreklame. Henvendelserne har primært omhandlet fortolkning af lovens anvendelsesområde.

Håndtering af spamklager

Forbrugerombudsmanden har to spam-postkasser, hvortil borgere kan sende klager over uanmodet elektronisk markedsføring (spam) som e-mails, sms, mms mv. Der er en postkasse til spam fra hhv. danske og udenlandske afsendere. Postkasserne gennemgås løbende, og Forbrugerombudsmanden modtog i 2009 i gennemsnit ca. 1.060 klager om måneden over spam fra danske afsendere.

Der er tale om en stigning på ca. 30 % fra 2008 til 2009. Forbrugerombudsmandens øgede fokus på håndhævelse på dette område og deraf følgende omtale af politianmeldelser og bøder i medierne samt muligheden for at klage, har formodentlig medvirket til at flere er blevet bevidste om, at de kan klage over uanmodede elektroniske henvendelser til Forbrugerombudsmanden.

Henvendelserne vedrører primært uanmodede e-mails, men klager over sms udgør en stigende andel.

Klager over spam kan føre til en orienteringsskrivelse til den erhvervsdrivende om markedsføringslovens regler eller i grovere tilfælde en anmeldelse til politiet med henblik på at få den erhvervsdrivende idømt bødestraf.

6. Afsluttede retssager mv. 2005-2009

6.1. Afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2005-2009

| Afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2005-2009 | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Domsbehandling af straffesager | | | | | |
| a. Domsfældelse inkl. bødevedtagelse | 2 | 5 | 8 | 13 | 17 |
| b. Frifindelse | 1 | 0 | 1 | 0 | 1* |
| c. Andet, herunder tilbagekaldt / opgivet, advarsel | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 |
| Domstolsbehandling af civile sager | 2 | 0 | 0 | 2 | 2 |

Ovennævnte tabel omhandler kun de afsluttede retssager, som Forbrugerombudsmanden selv fører.

*) Den pågældende sag blev ført i byretten af Forbrugerombudsmanden. Sagen blev anket til Vestre Landsret, hvor der skete frifindelse.

6.2. Straffesager

Der er faldet dom i 12 straffesager, og der er blevet udmålt 6 udenretlige bøder.

Der er blevet udmålt bøder i størrelsesordenen 100.000 – 150.000 kr. i sager om vildledning og prisoplysninger/ukorrekte angivelser. Endvidere er der blevet uddelt en række bøder for spam og manglende oplysninger om fortrydelsesret på hjemmesider mv. i størrelsesordenen 50.000 kr. eller derunder.

Politianmeldelser for strafbare forhold

Forbrugerombudsmanden har løbet af 2009 indgivet 15 anmeldelser til politiet. Politianmeldelser indgives for overtrædelser af strafsanktionerede bestemmelser – primært markedsføringslovens § 3 om vildledning og § 6 om uanmodede henvendelser.

6.3. Civile sager

I 2009 er der faldet dom i to civile retssager, hvori Forbrugerombudsmanden har medvirket som biintervenient. Herudover er der udtaget stævning i to civile retssager.

7. Internationalt tilsynsarbejde

Forbrugerombudsmanden har i 2009 anvendt 1.754 timer på internationalt tilsynssamarbejde, som det fremgår af tabellen under punkt 9.2.

Timeforbruget er primært gået til aktiviteter inden for det europæiske håndhævelsessamarbejde i medfør af forordning 2006/2004 (CPC-forordningen) og på samarbejde mellem de nordiske forbrugerombudsmænd. Herudover er der også anvendt ressourcer på deltagelse i The International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), der er et globalt netværk af tilsynsmyndigheder.

Tilsynssamarbejdet indebærer bl.a. deltagelse i såkaldte ”sweeps”, hvor myndighederne inden for et konkret område og med et fælles tema på en given dag eller i en given periode, alle målrettet gennemsøger internettet for hjemmesider med indhold i strid med forbrugerlovgivningen. Disse sweeps gennemføres ofte som informations- og håndhævelseskampagner.

7.1. Nordisk samarbejde

Netværket består af forbrugerombudsmænd og forbrugermyndigheder i Skandinavien samt Finland, Island og Færøerne. Som led i samarbejdet afholdes der halvårslige møder mellem ombudsmændene for at planlægge fokus for det kommende halve år. Netværket udveksler praksis og arbejder bl.a. sammen om at udstede standpunkter/vejledninger på specifikke områder, således at der er ens-

artede vejledninger på det nordiske marked. Endvidere foregår der et samarbejde om at hindre ulovlig grænseoverskridende markedsføring.

Der blev i 2009 udarbejdet et nordisk standpunkt om handel og markedsføring på internettet. Læs nærmere herom under punkt 4.

7.2. EU

Samarbejdet med de øvrige håndhævelsesmyndigheder på forbrugerbeskyttelsesområdet i EU er som nævnt koordineret under CPC-forordningen, der pr. 31. december 2009 omfatter 16 direktiver, jf. forordningens bilagsliste. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med 12 ud af de 16 direktiver. Samarbejdet består af tilsynsmyndigheder fra de 27 EU-lande.

I 2009 har Forbrugerombudsmanden gennem CPC-netværkets database CPCS i seks tilfælde anmodet sine europæiske kolleger om information om udenlandske erhvervsdrivende, der markedsfører sig på det danske marked. Tilsvarende har Forbrugerombudsmanden i 2009 afsluttet to sager rejst af fra udenlandske kolleger om danske erhvervsdrivende, der opererer i udlandet.

Håndhævelses- og informationskampagner ("sweeps")

I 2009 satte de europæiske håndhævelsesmyndigheder fokus på online markedsføring af indholdstakserede mobiltjenester og forbrugerelektronik, som forventes afsluttet i 2010. Forbrugerombudsmanden deltog i begge undersøgelser.

Projekter

Forbrugerombudsmanden har deltaget i en række arbejdsgrupper omkring udformningen af samarbejdet i netværket.

Undersøgelse af opkrævning af skatter og afgifter i europæiske lufthavne

Forbrugerombudsmanden har deltaget i en arbejdsgruppe med ni myndigheder fra andre EU/EØS-lande, der havde til formål at undersøge luftfartsselskabernes opdeling af prisen på flybilletter mellem selve grundprisen for flybilletten og andre omkostninger i relation til flybilletter.

I alt er der indhentet oplysninger fra 24 flyselskabers hjemmesider. 34 lufthavne i EU og EØS-landene er blevet kontaktet med henblik på at indsamle yderligere oplysninger.

På baggrund af undersøgelsen har arbejdsgruppen opstillet forskellige anbefalinger, bl.a. om mere ensartet terminologi og struktur i angivelsen af prisoplysninger.

7.3. Globalt

Forbrugerombudsmanden deltager i det globale håndhævelsesnetværk ICPEN – et mere uformelt samarbejde, der er bygget op omkring praktisk erfaringsudveksling. Netværket sætter et par gange om året fokus på en for forbrugerne aktuell problemstilling gennem informations- og håndhævelsesinitiativet FPM – ”Fraud Prevention Month” - og en internet sweep.

Forbrugerombudsmanden valgte i forbindelse med udførelsen af den årlige internet sweep at sætte national fokus på det ”grå” lånemarked. Der kan læses mere om denne undersøgelse under punkt 5 om verserende opgaver.

8. Formidling, web og kommunikation

Der blev i 2009 anvendt 1.988 timer på generel informationsvirksomhed, som det fremgår af tabellen under punkt 9.2. Disse timer inkluderer bl.a. undervisning, foredrag, betjening af medierne, web-arbejde mv. samt et større projekt med at lave en ny hjemmeside til institutionen.

8.1. Kendskabsanalyse

Forbrugerombudsmanden fik i 2008/2009 undersøgt kendskabet til institutionen blandt 600 erhvervsdrivende fordelt på alle størrelser af virksomheder og 100 rådgivere i hele Danmark. Undersøgelsen er delvist en opfølgning på en tilsvarende analyse, der blev udført i 2005.

Undersøgelsen, der tog form af telefoninterviews, havde til formål at afdække alment og specifikt kendskab til institutionen, dens ydelser så som rådgivning, vejledninger og retningslinjer, forhåndsbesked samt image.

Kendskabsanalysen viste et meget højt kendskab (98 %) til Forbrugerombudsmanden som institution, men også at mange erhvervsdrivende i højere grad kober hjælp til markedsføringsjura sammen med at tage kontakt til deres brancheforening end til at tage kontakt til Forbrugerombudsmanden.

Blandt dem, der kender Forbrugerombudsmandens retningslinjer og vejledninger, er der generel tilslutning til, at det er et meget brugbart værktøj.

Der er formuleret en række indsatspunkter i forlængelse af kendskabsanalysens resultater, herunder bl.a. en brugerundersøgelse af Forbrugerombudsmandens hjemmeside, en større markering af undervisningstilbud mv. samt videreførelse og styrkelse af kontakten til brancheforeninger.

8.2. Nyheder og abonnementsfunktion

Forbrugerombudsmanden sendte i årets løb 80 pressemeddelelser og nyhedsbreve ud via sin hjemmeside til abonnenterne på nyhedstjenesten. Ved årsskiftet 2009/2010 havde Forbrugerombudsmandens nyhedstjeneste i alt ca. 3.500 abonnenter.

8.3. Ny hjemmeside i december 2009 – forbrugerombudsmanden.dk

Forbrugerombudsmanden fik pr. 1. december 2009 en ny hjemmeside. Hjemmesiden indeholder bl.a. afgørelser, praksis, nyheder og retningslinjer udstedt af Forbrugerombudsmanden. I opbygningen af hjemmesiden er der lagt vægt på overskuelighed ved fremhævelse af services som mulighed for at afgive forhåndsbeked. Der arbejdes løbende på at gøre siden mere handlingsanvisende for brugere, der ønsker at søge vejledning eller ønsker hjælp til at klage.

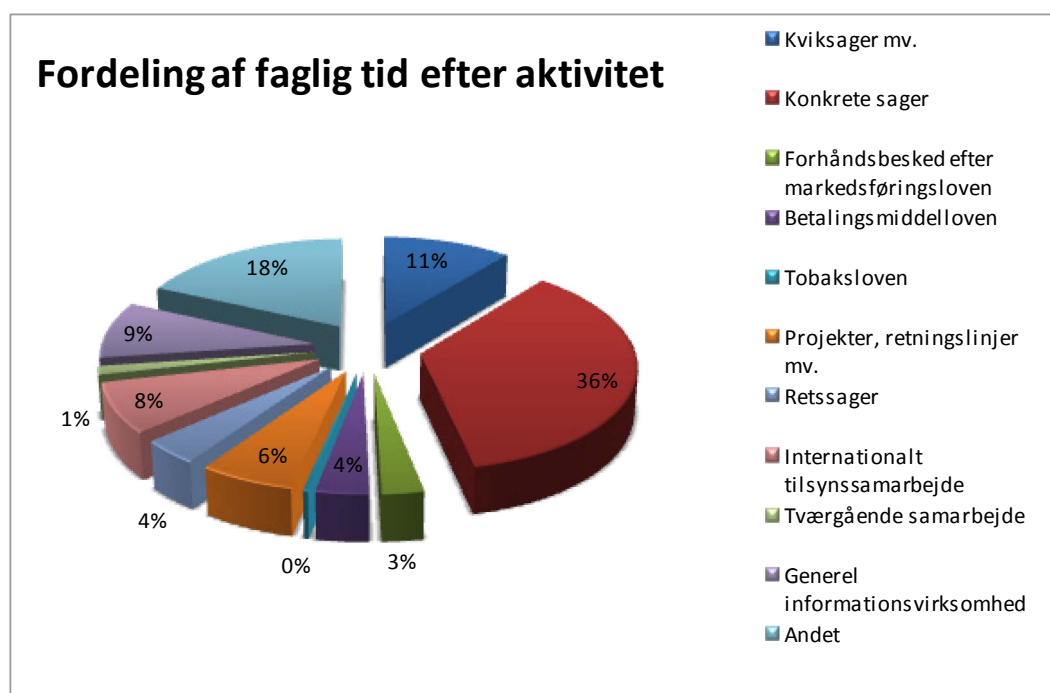
9. Forbrugerombudsmandens ressourcer 2007-2009

Nedenstående diagram viser fordelingen af faglig tid anvendt på forskellige aktiviteter inden for Forbrugerombudsmandens tilsynsarbejde.

Forbrugerombudsmandens sekretariat har i 2009 i alt brugt 23.193 faglige timer på tilsynsarbejdet.

Til Forbrugerombudsmandens sekretariatsbetjening har der i alt været anvendt 19,5 årsværk opgjort efter lønsystemet.

9.1. Fordeling af faglig tid efter aktivitet i 2009



9.2. Fordeling af timer på tilsynsvirksomheden 2007-2009

| Fordeling af timer på tilsynsvirksomheden 2007-2009 | | | |
|---|--------|--------|--------|
| Aktiviteter/timer | 2007 | 2008 | 2009 |
| Enkeltstatsbesvarelser og e-mails | 1.552 | 1.917 | 2.420 |
| Konkrete sager, herunder større sager og sagsrelaterede faglige aktiviteter (inkl. sager om lov om juridisk lovgivning) | 8.849 | 8.412 | 7.956 |
| Forhåndsbesked efter markedsføringsloven | * | 420 | 618 |
| Sager om betalingsmidler og betalingstjenester | 635 | 796 | 782 |
| Finansielle sager | - | - | 1.013 |
| Sager efter tobaksloven | 71 | 69 | 74 |
| Projekter, retningslinjer mv. | 1.042 | 2.150 | 1.404 |
| Retssager | 602 | 825 | 854 |
| Internationalt tilsynssamarbejde | 1.469 | 2.044 | 1.754 |
| Tværgående samarbejde | 339 | 216 | 296 |
| Generel informationsvirksomhed | 1423 | 1219 | 1.988 |
| Andet: Telefon- og mediebetjening, andet fagligt, HK-journalisering | 3.296 | 3.500 | 4.034 |
| I alt timer | 19.278 | 21.568 | 23.193 |