

Forbrugerombudsmanden

BERETNING 1985

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bredgade 31, 1., 1260 København K

Tlf. 01 13 87 11

Tlf. henvendelse: 10-12 & 13-15



Beretningen kan købes for kr. 35.- inkl. 22% moms i boghandelen

J. nr. 1986-061-7

ISBN 87-503-6238-0

ISSN 0106-2328

Ha 48-6

Forside: *Per Arnoldi*

Indholdsfortegnelse

Forord	5
Beretning 1985	7
1. Statistiske oplysninger m.v.	7
1.1. Sagsstatistik	7
1.2. Budget og personale	9
1.3. Informationsvirksomhed	10
1.4. Udvalgsarbejde m.v.	10
2. Lov om markedsføring	13
2.1. Olie- og naturgasselskabernes markedsføring	13
2.2. Postordresalg inden for forlagsbranchen	14
2.3. Bogklubber	15
2.4. Postordre i øvrigt	16
2.5. Foredrag for postordrebranchen	16
2.6. Tilgift	17
2.7. Præmiekonkurrencer	18
2.7.1. Præstationskonkurrencer med »købetvang«	19
2.7.2. Præmiekonkurrencer i TV	20
2.8. Brugen af betegnelsen »Dansk Design«	20
2.9. Flaskepant	21
2.10. Morarenteberegning	22
2.11. Annoncetegning ved telefonakkvisition	23
2.12. Produktsikkerhed	24
2.13. Pengeinstitutter	25
2.14. Selskabsrejser	27
2.15. Orientering om verserende retssager	28
3. Lov om betalingskort	31
3.1. Betalingskortudvalget	31
3.2. FO's betalingskortregister	33

3.3.	Kortudstedernes gebyr til dækning af FO's administration af betalingskortloven	34
3.4.	Oplysningspligten efter betalingskortlovens § 13	34
3.5.	Favorisering af kortindehavere	35
3.6.	Kortudsteders pligt til at begrunde afslag på en ansøgning om betalingskort	36
3.7.	Kortudsteders videregivelse af oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalings- forpligtelser (»dårlige betalere«) til kredit- oplysningsbureauer	37
3.8.	Pengeinstitutternes Dankort-betalingssystem	38

Anvendte forkortelser: FO: Forbrugerombudsmanden
EF: Europæiske Fællesskaber
OECD: Organisation for økonomisk
samarbejde og udvikling
NEK: Nordisk Embedsmands Komité
ÅB: Forbrugerombudsmandens års-
beretning.

Forord

Beretningsåret 1985 har været præget af mange henvendelser om vildledende eller illoyale reklamer. I betragtning af, at der i Danmark ofres 7-8 milliarder kroner på reklame, som i større eller mindre omfang tilgår alle virksomheder og private hjem, har jeg fundet det naturligt at koncentrere kræfterne om netop disse markedsføringstiltag.

Det største antal henvendelser vedrører vildledende prisreklame og anden form for vildledende reklame. Selv om det er mit indtryk, at langt den største del af dansk erhvervsliv bestræber sig på at gennemføre en sober og korrekt markedsføring, må der fortsat konstateres overtrædelser af bestemmelserne om ulovlig tilgift og ulovlige præmiekonkurrencer.

I samarbejde med udvalgte brancheorganisationer er der derfor i 1985 påbegyndt en oplysningskampagne i form af kurser og seminarer om markedsføringsloven, hvor lovens enkelte bestemmelser er blevet gennemgået og illustreret med praktiske eksempler. Efter afholdelsen af de første kurser har en række henvendelser fra erhvervsdrivende om påtænkte reklametiltag dokumenteret interessen for disse kurser. En udbygning af denne oplysningsvirksomhed også i andre former vil derfor i de kommende år have en høj prioritet.

Arbejdet i beretningsåret har i øvrigt været præget af administrationen af lov om betalingskort, der trådte i kraft 1. januar 1985. Ifølge loven skal alle kortsystemer, der anvendes her i landet, anmeldes og indføres i et offentligt register. I forbindelse med behandlingen af disse anmeldelser er de enkelte systemers markedsføring og vilkårsbestemmelser gennemgået. Dette arbejde har været mere tidkrævende end forudset, idet en række af de opståede problemer har vist sig juridisk komplicerede, og enkelte centrale problemer har måttet forelægges domstolene med henblik på en afgørelse, inden loven optages til revision i folketingsåret 1987/88. Jeg kan herom henvise til afsnittet om betalingskortloven i nærværende beretning. Som det fremgår heraf, har en række principielle spørgsmål været forelagt det i henhold til loven nedsatte rådgivende udvalg, hvis udtalelser har været en betydelig støtte ved administrationen af loven.

Nærværende beretning indeholder udover de statistiske oplysninger kun omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager, som i beretningsperioden har påkaldt sig særlig opmærksomhed. Omtale af et større antal enkeltsager til belysning af det nærmere indhold af markedsføringsloven og betalingskortloven vil indgå i en særlig publikation, som forventes udgivet i slutningen af 1986.

Frede Christensen

Beretning 1985

1. Statistiske oplysninger m.v.

1.1. Sagsstatistik.

1. januar 1985 – 31. december 1985:

A. Sager optaget til behandling efter markedsføringsloven:

Efter henvendelse fra:	Nye sager:	Yderligere henvendelser i verserende sager
Privatpersoner	683	21
Forbrugergrupper	53	7
Forbrugerorganisationer	23	2
Interesseorganisationer	34	
Erhvervsdrivende	386	8
Erhvervsorganisationer	68	3
Offentlige myndigheder	62	3
Anonyme	12	5
FO's eget initiativ	82	5
I alt	1.403	54

Afsluttede sager efter markedsføringsloven:

Afsluttet efter forhandling, orientering om markedsføringsloven eller i øvrigt afsluttet uden iværksættelse af retsskridt	1.145
Afsluttet ved domstolsbehandling eller ved udenretlig bødevedtagelse *)	16
Oversendt til anden myndighed	134
Afvist	106
I alt	1.401

*) Heri indgår ikke domstolsafgørelser i sager, som først er henlagt hos FO efter beretningsperiodens udløb.

B. Sager optaget til behandling efter betalingskortloven:

Efter henvendelse fra:	Nye sager:
Kortindehavere	2
Privatpersoner i øvrigt	24
Forbrugergrupper	1
Forbrugerorganisationer	2
Kortudstedere	18
Erhvervsdrivende i øvrigt	15
Erhvervsorganisationer	5
Interesseorganisationer	3
Offentlige myndigheder	8
Anonyme	1
FO's eget initiativ	92
I alt	171

Afsluttede sager efter betalingskortloven:

Afsluttet efter forhandling, orientering om betalingskortloven eller i øvrigt afsluttet uden iværksættelse af retsskridt	70
Afvist	3
I alt	73

FO's betalingskortregister:

Anmeldelse med henblik på optagelse i registeret	71
Anmeldelse af ændringer	24

C. Notifikationssystemerne:

I alt er via de under EF, OECD og NEK (Nordisk Ministerråd, Nordisk Embedsmands Komité for konsumentspørgsmål) etablerede notifikationssystemer modtaget 146 notifikationer, som fordeler sig således:

Optaget til behandling hos FO i medfør af markedsføringsloven	42
Oversendt til speciallovsmyndigheder til videre foranstaltning	49
Notifikationer vedrørende produktsikkerhedsbestemmelser, ny lovgivning, forskning m.v.	55
Størstedelen heraf er fremsendt til ministerier, styrelser og institutioner m.v. til orientering.	
I alt	146

D. Øvrige sager: 262

Under denne gruppe falder bl.a. sekretariatssager, sager vedrørende samarbejde med andre myndigheder og internationalt samarbejde samt sager om gebyr for kortudstedere.

1.2. Budget og personale.

Budget – 1. januar 1985 – 31. december 1985:

Driftsudgifter: kr. 7.110.000

Indtægter:

Gebyrer i henhold til betalingskortloven kr. 2.877.772

Salg af publikationer kr. 6.524

Medarbejdere pr. 31. december 1985:

Forbrugerombudsmand, cand. jur. Frede Christensen
Kontorchef, cand. jur. Jørgen Hammer Hansen
Kontorchef, cand. jur. Ole Brocks
Konsulent, cand. jur. Agnete Laustsen, deltid
Fuldmægtig, cand. jur. Bruno Barslev
Fuldmægtig, cand. jur. Lise Brusendorff
Fuldmægtig, cand. jur. Hanne Eklund, deltid
Fuldmægtig, cand. jur. Trine Krohn Hansen
Fuldmægtig, cand. jur. Søren Iversen
Fuldmægtig, cand. jur. Asbjørn Kolpen
Fuldmægtig, cand. jur. Tone Mjølén
Fuldmægtig, cand. jur. Anne Zerman Nielsen
Fuldmægtig, cand. jur. Henning B. Rasmussen
Fuldmægtig, cand. jur. Hanne Saucant
Sekretær, cand. jur. Elisabeth Brinch, deltid
Sekretær, cand. jur. Dorte Buchardt
Sekretær, cand. jur. Poul Poulsen
Overassistent Birte Hansen
Overassistent Anna Jacobsen
Overassistent Anna Madsen
Assistent Annette Bo, deltid
Assistent Sonja Bruun, deltid
Assistent Lisbeth Jansen, deltid

Assistent Grete Jensen
Assistent Lillian Knudsen, deltid
Assistent Elisabeth Lindby, deltid
Assistent Hanne Mikkelsen
Assistent Gitte Pedersen, deltid
Kontorassistent Hanne Larsen, deltid
Kontorassistent Jan Ole Nielsen, deltid
Kontorbetjent Jens Wellejus
Elev Lajla Marie Pawelczuk
Studertermedhjælp Michael Vitell

1.3. Informationsvirksomhed.

FO har med henblik på at orientere offentligheden om de behandlede sager udsendt regelmæssige meddelelser om udtalelser i principielle sager og udfaldet af væsentlige retssager. Disse meddelelser er tilgået samtlige dagblade, radio og TV, større erhvervsorganisationer, forbrugerorganisationer og offentlige myndigheder.

Endvidere har man i enkelte tilfælde formidlet en påkrævet orientering i form af artikler til fagblade m.v. Referat af væsentlige sager optrykkes løbende i Statens Husholdningsråds blad, Råd og Resultater. Artikler af FO om generelle emner bringes med jævne mellemrum i Forbrugerrådets blad, TÆNK.

FO har i beretningsperioden intensiveret sin informationsvirksomhed, idet der er holdt 16 foredrag om markedsføringsloven og betalingskortloven, herunder kurser for annonceredaktioner og postordrefirmaer.

1.4. Udvalgsarbejde m.v.

FO har været repræsenteret i EF ved forhandlinger om udkast til direktiver om selskabsrejser, om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler og ved forhandlinger om gennemførelse af direktiv om et informationssystem vedrørende farlige produkter, samt i OECD's arbejdsgruppe vedrørende produktsikkerhed.

Endvidere har FO været repræsenteret i det under Justitsministeriet nedsatte udvalg om forbrugerbeskyttelse ved erhvervelse af fast ejendom, i fagudvalget for forbrugerspørgsmål under Dansk Standardiseringsråd samt i den af Forsikringstilsynet nedsatte arbejdsgruppe vedrørende retningslinier for anvendelse af prognoser i markedsføring og tilbudsgivning.

Endelig har FO nedsat en arbejdsgruppe vedrørende pengeinstitutters standardvilkår over for forbrugere.

Under Nordisk Ministerråd, Nordisk Embedsmands Komité for konsumentspørgsmål, har FO været repræsenteret i udvalget for forbrugerret og i projekter om markedsføring over for børn og unge, om selskabsrejsevilkår, om reklame, om centrale banktjenester og om forbrugerretlige aspekter på ny teknologi i dagligvarehandelen.

Endelig har FO været repræsenteret i danske og internationale møder og på seminarer om markedsføringsspørgsmål og har modtaget en række udenlandske gæster og studiegrupper.

2. Lov om markedsføring.

Omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager.

2.1. Olie- og naturgasselskabernes markedsføring.

FO har i den forløbne beretningsperiode modtaget et større antal henvendelser vedrørende olie- og naturgasselskabernes markedsføring, hvilket må ses som udtryk for en skærpet konkurrencesituation i forbindelse med naturgassens indførelse.

I starten af perioden iværksatte selskaberne en massiv annonce- og reklamekampagne, hvor olie- respektiv naturgasselskaberne slog på fordele ved fortsat anvendelse af oliefyrede anlæg henholdsvis overgang til naturgas. Kernen i denne kampagne bestod i konkrete regneeksempler, hvorved selskaberne søgte at illustrere rentabiliteten ved deres produkt sammenlignet med konkurrentens, idet man gjorde sig visse forudsætninger i henseende til årsforbrug, rente, marginalskatteprocent, serviceudgifter, årsnyttevirkning, priser m.v.

Da der hurtigt viste sig en udbredt uenighed selskaberne imellem om rentabiliteten ved fortsat fyring med oliefyrede anlæg sammenlignet med naturgasfyring, indkaldte FO de toneangivende selskaber til en drøftelse.

FO udtrykte over for mødedeltagerne sin betænkelighed ved anvendelse af sådanne sammenlignende reklamer i markedsføringen, når der ikke er tilvejebragt enighed om et fælles beregningsgrundlag, og resultaterne følgelig varierer fra selskab til selskab afhængig af de opstillede forudsætninger og de konkrete individuelle forhold hos forbrugerne ved installation af naturgasanlæg. Det henstilledes på denne baggrund, at selskaberne henholder sig til alene at oplyse konkrete økonomiske fordele ved deres respektive produkter, samt at man i øvrigt tilsigter at bringe markedsføringen ned på et for forbrugerne overskueligt og forståeligt niveau.

Offentligheden orienteredes om mødet ved udsendelse af en pressemeddelelse, og FO har siden i øget omfang haft opmærksomheden henledt på olie- og naturgasselskabernes markedsføring, hvilket bl.a. har afstedkommet en del korrespondance med naturgasselskaberne med henblik på tydeliggørelse af det anvendte markedsføringsmateriale.

I beretningsperioden har FO endvidere ført forhandlinger med en række regionale naturgasselskaber med henblik på at få foretaget nødvendige korrektioner i bl.a. det husstandsomdelte materiale, hvormed selskaberne bl.a. tilbyder »Naturgas på prøve«, »Ren, dansk energi med fuld fortrydelsesret« og »Utilfreds eller olien tilbage«. En i denne sammenhæng tilbudt fast pris for levering af gasbrænder og udførelse af det til installationen knyttede arbejde tog således alene sigte på den situation, hvor kundens hus ikke lå mere end 25 m fra vejskel. Denne begrænsning fremgik – ligesom andre forhold af betydning for en eventuel refusion ved aftalens opsigelse – ikke klart af det fremsendte brochuremateriale. Disse og andre forhold blev herefter tydeliggjort i selskabernes reklamemateriale.

En række henvendelser i anledning af regionalselskabernes udlejningsordning for olietanke førte til, at FO gennemgik det hertil hørende kontrakts- og reklamemateriale. Da det af den benyttede lejekontrakt klart fremgik, at tanken ved lejemålets ophør forblev selskabets ejendom, ligesom det øvrige materiale og navnlig de benyttede brochurer ikke kunne lade læseren i tvivl om, at ordningen havde midlertidig karakter og sigtede mod overgang til naturgasfyring, havde FO ikke på det foreliggende grundlag noget at indvende mod den af selskabet anvendte praksis i forbindelse med udlejning af olietanke.

2.2. Postordresalg inden for forlagsbranchen.

Som anført i ÅB 84 var der ved denne beretningsperiodes udløb forhandlinger i gang med et forlag, der driver en række bogklubber.

Forhandlingerne vedrørte specielt en tydeliggørelse af de abonnementsvilkår, som var forbundet med et medlemskab af forlagets bogklubber, herunder spørgsmål om tilsendelse af »ekstra bøger« udover hva den egentlige abonnementsaftale gav grundlag for.

FO er af den opfattelse, at det må anses for stridende mod god markedsførings-skik at fremsende disse ekstra bøger, medmindre abonnementsaftalen indeholder en klar hjemmel hertil.

Der har siden været afholdt et møde med forlaget og på baggrund af dette møde fremsendte forlaget udkast til nye reklamemateriale med reviderede abonnementsvilkår.

FO har gennemgået dette materiale og anmodet om, at nogle afsnit blev tydeliggjort/ændret.

Ved udgangen af beretningsperioden forelå der fortsat enkelte punkter, om hvis forståelse og formulering, der ikke var fuld enighed, men det forventes, at disse punkter bliver klarlagt inden for en overskuelig fremtid.

Sideløbende med denne sag har FO med samme forlag drøftet spørgsmål i relation til markedsføringslovens § 6, stk. 1 – ydelse af tilgift, idet forlaget som »hurtig-svar-præmie« i forbindelse med tilmelding til abonnement på et af forlaget udgivet serieværk gav en ekstra bog, der ikke henhørte til serieværket.

Denne sag er overgivet til politiet til efterforskning med henblik på tiltalerejsning for overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1.

2.3. Bogklubber.

Ligeledes i 1985 har FO måtte bruge ganske mange ressourcer på tilsyn og forhandling med postordrevirksomheder dels som følge af nye tiltag fra allerede eksisterende postordrevirksomheder dels som følge af nye virksomheders opdukken på markedet.

En ny bogklub startede i 1985. Bogklubbens markedsføring adskilte sig fra tidligere bogklubber, bl.a. ved intensiv og omfattende annoncering f.eks. på busser med »19 kr. pr. bog« og ved reklamering såvel i Kuponnyheder som husstandsomdelte brochurer i øvrigt.

FO modtog en række klager fra forbrugere, der havde modtaget, men ikke mente at have bestilt bøger fra bogklubben.

FO optog forhandling med bogklubben vedrørende de uanmodede bogtilsendelser og ved samme lejlighed blev en del andre spørgsmål drøftet.

Forbrugerne havde tilmeldt sig en køkkenbiblioteksklub, der udsendte bøger af en nærmere afgrænset faglig art hveranden måned. Senere modtog forbrugerne en køkkenbiblioteksbogpakke vedlagt et tilbud om en speciel julepakke med flere spændende, underholdende og nyttige bøger for kun 98 kr. + forsendelsesomkostninger. Julepakken indeholdt én kulinarisk bog, resten var af blandet art, og forbrugeren ville modtage denne pakke, medmindre den blev afbestilt. En del julepakker blev herefter udsendt.

FO udtalte, at der ikke i den oprindelige aftale fandtes hjemmel til at tilsende denne pakke og bogklubben bekræftede at ville ophøre med tilsendelse af uanmodede bogpakker. Klagerne blev gjort opmærksom på, at de vederlagsfrit kunne beholde »julepakken« i medfør af § 4 i lov nr. 139 af 29. marts 1978, dørsalgsloven.

En række af den pågældende bogklubs medlemsbetingelser var uklare og efter FO's opfattelse vildledende. Betingelserne var indbyrdes modstridende, jfr.: »Du behøver ikke at købe et bestemt antal« sammenholdt med »en bogpakke ud over velkomstpakken« (skal du købe). Dette ændrede bogklubben på FO's opfordring. »Returret i 18 dage« og »betalingsfrist 14 dage« samt bogklubbens giroind-

betalingskort, som var påtrykt »betaling inden 8 dage«, var andre eksempler på vildledende markedsføring.

Sammenfattende kan det anføres, at den pågældende bogklub efter drøftelserne med FO korrigerede sin markedsføring overensstemmende med FO's synspunkter og de konkrete klager, som forelå, blev taget op til behandling af bogklubben, som rettede for sig. Ved årsskiftet kan bogklubbens forskellige overtrædelser af markedsføringsloven herefter karakteriseres som et indkørfænomen.

2.4. Postordre i øvrigt.

I midten af nærværende beretningsperiode fandt FO anledning til at begære tiltale rejst mod et postordrefirma for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 og 3 om vildledning.

Baggrunden herfor var en lang række klager over firmaets salgskataloger. Disse for- og bagside gav udtryk for, at et antal gevinster i tre forskellige gevinstkategorier på en række nærmere angivne vindernumre blev uddelt. Dette gav forbrugerne det indtryk, at de, der vandt, havde været særlig heldige. Da hvert katalog imidlertid indeholdt ét vindernummer, således at alle forbrugerne fik gevinst, fandtes katalogets oplysninger at have været urigtige og vildledende, ligesom den pågældende foranstaltning måtte anses for at have været utilbørlig over for forbrugerne.

Endvidere blev firmaet i medfør af samme paragraf tiltalt for på vildledende måde af betydning for udbud og efterspørgsel at have reklameret med en besparelse på kr. 250 ved køb af et sæt badehåndklæder bestående af 20 dele, selv om firmaet ikke tidligere havde solgt håndklædesættet.

Endelig blev der i sagen medtaget et forhold vedrørende overtrædelse af § 6, stk. 1 i markedsføringsloven om tilgift. Denne del af sagen drejede sig om en af selskabet udsendt reklamebrochure for ovennævnte badehåndklædesæt, hvori der blev reklameret med ulovlig tilgift i form af en håndarbejdstaske og en forgyldt sommerfugl med kæde, som forbrugerne kunne erhverve i forbindelse med køb af nævnte håndklædesæt.

Efter sagens oversendelse til politiet med begæring om tiltalerejsning blev sagen på begæring af tiltaltes advokat afsluttet med en udenretlig bødevedtagelse på kr. 30.000 for overtrædelse af nævnte paragraffer i markedsføringsloven.

2.5. Foredrag for postordrebranchen.

I lyset af de talrige fortsatte overtrædelser af såvel Kodeks for Postordresalg som markedsføringsloven, indkaldte FO i efteråret postordreforeningens med-

lemmer til et møde med henblik på en deltaljeret gennemgang af typiske eksempler på overtrædelse af markedsføringsloven. Ikke mindst de husstandsomdelte postordrehæfter blev gennemgået og de deri konstaterede overtrædelser blev fremtrukket og belyst. FO tilkendegav, at herefter konstaterede overtrædelser af centrale bestemmelser i markedsføringsloven i forbindelse med postordresalg måtte forventes at resultere i tiltalerejsning. Dette er også sket.

2.6. Tilgift.

FO har på ny været nødsaget til at bruge mange ressourcer på at behandle sager vedrørende overtrædelser af markedsføringslovens § 6 om ulovlig tilgift. Der kan af sagsstatistikken ikke ses noget fald i antallet af sager i de senere år, hvilket kan forekomme overraskende, bl.a. fordi langt de fleste af sagerne var klare overtrædelser af tilgiftsforbudet.

Med henblik på at begrænse antallet af tilgiftssager i fremtiden, således at der kan frigøres mere tid til andre sagsområder, satte FO i 1985 en del kræfter ind på at standse, f.eks. postordrebranchens anvendelse af ulovlig tilgift, herunder særligt »hurtig-svar-præmier«.

Inden for postordrevirksomhed er der desuden i oktober måned blevet afsagt en principiel Østre Landsretsdom vedrørende fortolkning af undtagelsesbestemmelsen i markedsføringslovens § 6, stk. 2, »en ydelse af ganske samme art som hovedydelsen anses ikke som tilgift«:

Et firma, der pr. postordre sælger kødvarer, som køres direkte ud til forbrugerne, havde til flere hundredetusinde husstande udsendt nogle reklamefoldere, hvori firmaet tilbød en pakke med en række forskellige middagsretter, idet der samtidig var anført, at forbrugerne ved bestilling inden en bestemt dato gratis ville få henholdsvis en svensk landskinke og en isdessert, en hamburgerryg og en isdessert eller en ribbenssteg.

I øvrigt bestod pakken med middagsretter f.eks. af en svinemørbrad, en kylling, hakket oksekød, kalvelever, medisterpølse og fiskefars.

Under sagens behandling ved byretten og Østre Landsret gjorde firmaet gældende, at hovedydelsen bestod af en pakke med middagsretter, og at biydelsen måtte siges at være af ganske samme art som hovedydelsen og derfor ikke ulovlig tilgift, jfr. markedsføringslovens § 6, stk. 2.

Østre Landsret fandt det godtgjort, at der i samtlige de af tiltalen omfattede forhold var ydet tilgift, som ikke var omfattet af bestemmelsen i markedsføringslovens § 6, stk. 2, idet hovedydelsens sammensætning af et stort antal forskellige varer til forskellige priser måtte indebære, at biydelsen ikke kunne anses for at være af ganske samme art som hovedydelsen. Herefter fandt retten firmaet skyldig i overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, 1. og 2. punktum.

Endelig skal nævnes en sag om reklamering med ulovlig tilgift. Et rejsebureau annoncerede i dagspressen med, at forbrugeren ved køb af en flybillet til USA fra Danmark fik stillet en bil vederlagsfrit til rådighed i USA.

FO fandt, at uagtet at selve ydelsen af den vederlagsfri bil fandt sted i USA og derved ikke kunne rammes af den danske lovgivning, var selve den stedfundne reklamering med den ulovlige tilgift i den danske dagspresse tilstrækkelig til, at der forelå en overtrædelse af § 6, stk. 1, sidste pkt.

I årets løb har FO desuden behandlet en række sager mod benzinselskaber og benzinforhandlere, der markedsførte såkaldte vaskekort.

Forbrugeren fik således f.eks. typisk en gratis bilvask efter at have tanket benzin et vist antal gange.

Udover de problemer, som vaskekortene rejste i medfør af markedsføringslovens § 7 om rabat, fandt FO, at der forelå overtrædelse af forbudet om ulovlig tilgift med ydelsen af den gratis bilvask, betinget af køb af benzin.

Den overvejende del af benzinselskaberne og forhandlerne har på nærværende tidspunkt standset anvendelsen af vaskekort i den pågældende form.

2.7. Præmiekonkurrencer.

Trods en særdeles ihærdig indsats af såvel tilsyns- som informationsmæssig karakter fra FO's side har antallet af tilsidesættelser af forbudet i § 8 mod erhvervsdrivendes tilfældighedsprægede gevinstfordeling fortsat været højt. I 1985 er der oprettet 106 nye sager på dette område, hvilket er færre end i 1984, men dog fortsat for mange.

Forholdet afspejler den stærke konkurrence på markedet, hvori såvel tilgift som præmiekonkurrencer indgår som særlig brugbare parametre til opnåelse af konkurrencefordele. De indtil nu relativt beskedne bøder, som er idømt for overtrædelse af forbudet, har selvsagt ikke virket afskrækkende.

Da imidlertid talrige overtrædelser tilsyneladende skyldtes manglende eller begrænset kendskab hos annoncørerne til ikke mindst disse specialbestemmelser, afholdt FO et kursus i efteråret for annonceredaktionerne på dagblade, ugeblade, distriktsblade og lokalblade i markedsføringslovens centrale bestemmelser med henblik på at muliggøre en mere effektiv indsats fra disse redaktioners side, når de bistår annoncørerne med tilrettelæggelse og udformning af annonce- og reklamemateriale. Da disse redaktioner ofte udfører konsulentarbejde for annoncørerne, skønnede FO, at der også hensigtsmæssigt kunne gøres en informativ indsats her og erfaringerne har vist sig ganske positive. FO vil søge sådanne arrangementer gentaget.

2.7.1. Præstationskonkurrencer med »købetvang«.

Som det fremgår af tidligere beretninger, har det hidtil været FO's opfattelse, at præstationskonkurrencer, hvor deltagelse er betinget af køb af arrangørens produkter, måtte anses for stridende mod god markedsføringsskik, idet der her ved i forbrugerens købsovervejelser inddrages sådanne momenter af irrationel reklame, som det har været hensigten at imødegå ved specialbestemmelserne i markedsføringslovens § 6 om tilgift og § 8 om præmiekonkurrencer. Der foreligger nu en afgørelse fra Sø- og Handelsretten herom:

Et firma, der bl.a. fremstiller færdigretter, udskrev en konkurrence om nye opskrifter/forslag til færdigretter.

I en annonce i dagspressen var der anført følgende om konkurrencen:

»Vind 7 middage/færdigretter

- - -

Gratis middag i en uge! Værdi ca. kr. 150.

Indsend 3 nye opskrifter/forslag til middage i serien af færdigretter på bagsiden af emballagen og skriv også hvad du synes om serien.

Hver uge fra uge 4 til uge 10, ialt 7 gange, vil de 20 bedste opskrifter/forslag blive udvalgt af en dommerkomité – ialt bliver der 140 vindere.«

FO rejste indsigelse imod konkurrencen, idet der blev henvist til en pressemeddelelse, som FO havde udsendt den 10. april 1984 vedrørende præstationskonkurrencer forbundet med købetvang.

Da firmaet, der havde arrangeret konkurrencen om forslag til nye middagsretter, gjorde gældende, at der ikke var grundlag for at anse konkurrencen for at være i strid med god markedsføringsskik og derfor ikke ville ophøre med at stille krav om indsendelse af emballagen som betingelse for deltagelse i konkurrencen, udtog FO stævning mod firmaet ved Sø- og Handelsretten.

I retten nedlagde FO påstand om, at det blev firmaet forbudt at foranstalte præstationskonkurrencer, hvor deltagelse i konkurrencen var betinget af indsendelse af emballage fra firmaets produkter eller på anden måde betinget af køb.

Firmaet blev frifundet i Sø- og Handelsretten og i dommen anførte et flertal af dommerne følgende:

»3 dommere lægger til grund, at det følger af markedsføringslovens § 8, stk. 1, at præstationskonkurrencer er lovlige. Disse dommere finder ikke tilstrækkeligt grundlag for at fastslå, at det forhold, at der – således som det har været sædvanligt i en årrække – til deltagelse i en sådan konkurrence knyttes vilkår om køb af

den vare, for hvilken der reklameres i forbindelse med konkurrencen, bevirker, at denne kan forbydes som stridende mod god markedsføringsskik efter markedsføringslovens § 1, og de stemmer derfor for at frifinde sagsøgte.«

2.7.2. Præmiekonkurrencer i TV.

2 københavnske lokal TV-stationer bragte i 1985 en række udsendelser, hvor seerne ved køb af bingohæfter i kiosker havde mulighed for at deltage i »TV-Bingo« om gevinster.

Arrangørerne, der havde polititilladelserne til afholdelse af arrangementerne var ikke erhvervsdrivende, men i begge tilfælde forestod erhvervsdrivende TV-selskaber den praktiske afvikling af arrangementerne og fremtrådte i markedsføringen af bingospillene som henholdsvis arrangør og medarrangør.

FO meddelte de implicerede, at han fandt de to TV-selskabers deltagelse i arrangementerne i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1 om forbud mod erhvervsdrivendes tilfældighedsprægede gevinstfordeling. Ved denne afgørelse afviste FO muligheden for, at analogisere til markedsføringslovens § 8, stk. 2, der indeholder hjemmel for udgivere af periodiske skrifter til at foranstalte tilfældighedsprægede gevinstfordelinger.

Det udtaltes samtidig, at der efter FO's opfattelse ikke i medfør af markedsføringslovens bestemmelser er noget til hinder for, at lokale TV-stationer stiller mediet og den nødvendige medietekniske ekspertise til rådighed for ikke-erhvervsdrivende foreningers arrangementer af den omhandlede karakter, men at det må have for øje, at TV-stationerne i det omfang de er erhvervsdrivende ikke forestår afviklingen af selve konkurrencen.

FO fandt endvidere, at to gevinstleverandører havde medvirket til overtrædelse af bestemmelsen i § 8, stk. 1, idet der efter aftale med de pågældende blev bragt indslag af reklamemæssig karakter om gevinsterne, 2 biler. Gevinstleverandørerne havde henholdsvis stillet bilerne til rådighed og på anden måde forpligtet sig til økonomiske modydelser i henhold til den indgåede aftale.

2.8. Brugen af betegnelsen »Dansk Design«.

I efteråret 1984 blev FO's opmærksomhed henledt på, at et dansk porcelænsvarefirma reklamerede med sine produkter under betegnelser som »Dansk Design«, »kvalitet og dansk design til hverdagspriser«, »Dansk designet kvalitetsporcelæn« og lignende angivelser uagtet, at porcelænet var produceret i udlandet.

Efter høring af forskellige interesseorganisationer samt indklagede firma fandt FO, at betegnelser som »Dansk Design« og lignende, omend det isoleret måtte an-

ses for korrekt for så vidt som porcelænet var formgivet på dansk tegnestue, dog var egnet til at vildlede, da den almindelige forbruger ville kunne opfatte angivelsen »Dansk Design« som udtryk for, at porcelænet også var fremstillet i Danmark, og at hele produktet som sådan var dansk arbejde.

FO henstillede derfor til firmaet, at såvel porcelænsartiklerne som reklameringen for disse blev suppleret med enten oplysning om oprindelseslandet eller »Importeret« eller med en tilsvarende umiddelbart forståelig oplysning om, at varen blev fremstillet i udlandet.

Heroverfor erklærede firmaet sig indforstået med, at de ved nyoptrykning ville tilføje »Importeret« i forbindelse med brugen af betegnelsen »Dansk Design«, hvorefter sagen fra FO's side blev betragtet som afsluttet.

Imidlertid fik FO i efteråret 1985 på ny en henvendelse omkring nævnte firmas markedsføring, samtidig med at firmaet i dagspressen markedsførte sig med annoncer, der ikke umiddelbart opfyldte de af FO fremsatte krav, hvorfor sagen på ny blev optaget til behandling. Ved beretningsperiodens udløb var sagen endnu ikke afsluttet.

2.9. Flaskepant.

I 1983 udsendte FO efter forhandling med en række erhvervssammenslutninger og myndigheder en pressemeddelelse vedrørende flaskepant på baggrund af klager fra forbrugere. Der var tale om, at forbrugerne hos de handlende enten ikke kunne få indløst det pant, de forud havde betalt ved indkøb af flaskerne eller i stedet skulle købe varer for et beløb, svarende til pantets størrelse. – I pressemeddelelsen udtaler FO, at begge disse fremgangsmåder efter hans opfattelse er i strid med § 1. Derimod kan en handlende udmærket indskrænke sig til kun at godtgøre de flasker, for hvilke der er betalt pant i den pågældende forretning. En sådan ordning forudsætter imidlertid, at forretningen i forbindelse med opkrævningen af pant udleverer bevis for betaling heraf.

I 1985 steg antallet af forespørgsler vedrørende flaskepant. Årsagen var bryggeristrejken, der bl.a. betød, at udenlandsk, fortrinsvis tysk produceret øl blev importeret af de danske distributører/forhandlere.

Problemet var især, at de handlende efter strejkens ophør satte en tidsbegrænsning for indløsning af pant på de tyske flasker for således inden for en overskuelig fremtid at kunne afslutte regnskabet med distributøren. Enkelte handlende nægtede overhovedet at tage tomme tyske ølflasker retur på trods af forudgående betaling af pant. – Miljøstyrelsen administrerer bekendtgørelse nr. 397 af 2. juli 1981 om emballage til øl og læskedrikke som ændret ved bekendtgørelse nr. 95 af 16. marts 1984, og det fremgår af disse bekendtgørelser, at der også for udenlandsk produceret øl **skal** etableres et retursystem.

Spørgsmålet om tidsfrist for indløsning foranledigede, at FO tog kontakt til Miljøstyrelsen med henblik på en drøftelse af problemet, og dette resulterede herefter i en pressemeddelelse af 31. juli 1985, der konkluderede således:

»... det ikke vil være i strid med god markedsføringsskik, at forretningerne ved tydelig skiltning i butikkerne anfører, at såfremt pant ønskes indløst på udenlandsk importerede flasker, skal dette ske inden for en 3 måneders frist fra skiltets opsætning.«

Endelig kan det tilføjes, at problemer vedrørende retursystemer, også når det gælder danske flasker, fortsat giver anledning til mange henvendelser både telefonisk og skriftligt, og at spørgsmålene kan variere meget inden for området. Som eksempler kan fremhæves handlende, der kræver, at flaskepant skal indløses samme dag, som flaskerne er købt og forretninger, der betaler 90 øre tilbage, hvis det er et barn, der afleverer den tomme flaske og 1 kr., såfremt det er en voksen.

2.10. Morarenteberegning.

Ligesom i det foregående år modtog FO i løbet af 1985 en række klager over erhvervsdrivende, der beregnede sig for høje morarenter. – Morarente er den rente, der påløber en gæld, der ikke betales senest på forfaldsdagen, og morarentesatsen er fastsat i lov nr. 638 af 21. december 1977 om renter ved forsinket betaling m.v. med senere ændringer (renteloven). I loven er bl.a. bestemt, at renten efter forfaldsdagen fastsættes til en årlig rente, der maksimalt svarer til den officielle diskonto med et tillæg på 6%. Da den officielle diskonto i hele 1985 var 7%, udgør den maksimale morarentesats således 13% p.a.

Som typisk eksempel kan nævnes, at en erhvervsdrivende på sin faktura angiver, at såfremt det skyldige beløb ikke betales inden en given dato, vil der efter dette tidspunkt blive tilskrevet gælden 2% pr. måned i (mora)rente. Denne sats andrager på årsbasis nominelt 24%, men da rentetilskrivningen imidlertid med den pågældende formulering må antages at blive foretaget en gang pr. måned, vil den reelle forrentning blive endnu højere end 24% p.a.

De indklagede er af FO blevet gjort opmærksom på, at forholdet findes stridende mod rentelovens bestemmelser og som følge heraf ikke er i overensstemmelse med kravene til god markedsføringsskik i henhold til markedsføringsloven. I den forbindelse kan endvidere nævnes, at rentelovens § 7 bestemmer, at lovens maksimale morarentesats ikke kan fraviges i forbrugerforhold.

De indklagede har bekræftet at ville bringe ordlyden i deres fakturaer i overensstemmelse med rentelovens bestemmelser. – På baggrund af de mange henvendelser udsendte FO den 5. september 1985 en pressemeddelelse om spørgsmålet, og

der blev endvidere bragt et indlæg om emnet i decembernummeret af Forbrugerrådets blad TÆNK.

Der resterer fortsat to sager af mere principiel karakter inden for området. I et tilfælde har en kommune således optrådt som erhvervsdrivende og har beregnet sig morarente, som var højere end den i renteloven fastsatte. Dette tilfælde overvejes ved beretningsperiodens udløb fortsat i Kommunernes Landsforening og Indenrigsministeriet. – Herudover er et spørgsmål om en automobilforhandlers morarenteberegning af dennes advokat indbragt for Danmarks Automobilforhandler Forening med henblik på en generel udtalelse og FO har indvilliget i at afvente organisationens svar bl.a. under hensyn til, at man på denne måde eventuelt vil kunne løse renteberegningsproblemet på en hensigtsmæssig og mere generel måde inden for denne branche.

2.11. Annoncetegning ved telefonakkvisition.

I beretningsperioden har FO modtaget et betydeligt antal kalger over telefoniske henvendelser fra bladudgivere og lignende fortrinsvis rettet til mindre erhvervsdrivende med henblik på tegning af annoncer i det pågældende blad.

FO har i 1977 udarbejdet retningslinier for denne type annoncetegning, men disse regler sigter primært på spørgsmål i forbindelse med opkrævning af betaling for annoncerne, og dette har ikke været den fremherskende årsag til de mange henvendelser.

Derimod har forholdet som regel været det, at der mellem parterne er strid om, hvorvidt der overhovedet er indgået en (mundtlig) aftale om annoncering forud for bladets fremsendelse af en ordrebekræftelse og/eller annoncekorrektur.

FO har påtalt forholdet over for bladudgiveren, der herefter har oplyst, at en opstået misforståelse nu er opklaret samt at der er truffet foranstaltninger med henblik på at undgå lignende situationer fremover.

I to tilfælde har FO imidlertid vurderet forholdet som så omfattende og gravevende, at politiet er blevet anmodet om at efterforske sagerne nærmere.

Fremgangsmåden er i korte træk, at bladet telefonisk henvender sig til den potentielle annoncør, der enten straks afslår at annoncere eller anmoder om at få flere oplysninger, eventuelt i form af et eksemplar af annoncepublikationen. – På den baggrund har mange af klagerne modtaget en ordrebekræftelse og senere betalingsanmodning med inkassotrussel. Denne markedsføring har FO vurderet som stridende mod bestemmelserne i markedsføringslovens § 2, bl.a. under hensyn til, at en række af klagerne har troet sig forpligtet til at betale på trods af, at den beskrevne fremgangsmåde ikke indebærer, at der er truffet en aftale parterne imellem.

I den ene sag er anklagemyndigheden på baggrund af politirapporten blev anmodet om at rejse tiltalte mod såvel det pågældende anpartsselskab som dets direktør for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 og 3, hvorimod efterforskningen i den anden sag på indeværende tidspunkt endnu ikke er afsluttet.

2.12. Produktsikkerhed.

I årsberetningen for 1984 er det anført, at antallet af henvendelser til FO om produktsikkerhedsspørgsmål er steget støt de senere år.

Denne udvikling er fortsat i 1985. I 1985 er der således optaget 69 nye sager om produktsikkerhed til behandling.

En stor del af disse sager, nemlig 42, er oprettet på baggrund af oplysninger fra de internationale notifikationssekretariater. (For så vidt angår notifikationssekretariaterne og disses virkefelt m.v. henvises til ÅB 84).

Ligesom det har været tilfældet tidligere år har også en del af de i 1985 indkomne henvendelser om produktsikkerhed vist sig at vedrøre speciallovgivning, hvorfor henvendelserne er oversendt til speciallovsmyndigheder.

For så vidt angår de ovenfor nævnte 42 henvendelser, indkommet fra notifikationssekretariaterne, bemærkes, at en meget stor del af de i notifikationerne omhandlede produkter har vist sig ikke at være på markedet herhjemme.

En betydelig del af de notifikationer, der modtages gennem OECD og NEK-systemerne, vedrører legetøj, herunder ting til helt små børn. – Et af faremomenterne ved disse legetøjsgenstande vil typisk være, at produktet forholdsvis let kan gå i stykker, og dette vil ofte medføre, at sådanne løsrevne dele kan forårsage kvælningsrisiko, hvis delene sluges af små børn.

Behandlingen af sådanne sager følger for det meste samme mønster, idet FO indledningsvis så præcist som muligt bestemmer, hvilket produkt, der er tale om. Herefter vil såvel grossistledet som de detailhandlere, der formodes at forhandle et sådant produkt, (enten direkte eller gennem branchesammenslutninger) modtage en skriftlig henvendelse med kopi af det materiale, som FO måtte være i besiddelse af og en opfordring til at oplyse, hvorvidt det pågældende produkt forhandles og i bekræftende fald, om der er truffet foranstaltninger med henblik på at imødegå de faremomenter, som er angivet i forbindelse med et nærmere beskrevet stykke legetøj.

For en stor dels vedkommende oplyser de erhvervsdrivende, at de omhandlede produkter ikke forhandles her i landet, og på dette grundlag slutes sagen.

Såfremt det viser sig, at produktet markedsføres, optages en forhandling med henblik på at foranledige iværksat forholdsregler, der kan fjerne risici, der måtte

være forbundet med produktets anvendelse. I så henseende kan man f.eks. tænke sig, at produktet bliver mærket på særlig tydelig måde med hensyn til bestemte former for anvendelse.

Viser det sig imidlertid, at en sådan fremgangsmåde ikke er mulig eller tilstrækkelig, vil seriøse legetøjsfabrikanter og/eller -importører som regel frivilligt trække produktet tilbage fra markedet. – Hvis der ad forhandlingens vej ikke kan opnås resultater, har FO endelig den mulighed at anlægge en forbudssag ved Sø- og Handelsretten med påstand om, at forhandlingen af et givet produkt vil være stridende mod god markedsføringsskik. Denne sidste udvej har det dog ikke været nødvendigt for FO at anvende i den forløbne beretningsperiode.

FO modtog i sommeren 1985 gennem det nordiske notifikationssystem NEK en meddelelse om hyppigt forekommende ulykker, opstået i forbindelse med brug af olielamper til hyggebelysning, som på grund af deres let adskillelige konstruktion viste sig at være farlige for småbørn. Småbørn havde i stort tal pådraget sig kemisk lungebetændelse efter at have drukket olie fra lamperne. I den omhandlede notifikation blev også lampeolie tilsat indbydende farver kritiseret.

FO drøftede sagen med Miljøstyrelsen og Rigshospitalets Giftinformationscentral. Det viste sig, at der var et tilsvarende skadebillede her i landet, idet der de seneste år havde været op mod 200 tilfælde om året, hvor børn havde drukket olie fra de omhandlede lamper. Et forbud mod lampeolie tilsat farve – udstedt i 1984 af Miljøstyrelsens Kemikaliekontrol – havde tilsyneladende ikke hindret ulykkerne.

FO tog herefter kontakt til et bredt udsnit af producenter, importører og forhandlere af olielamper med henblik på at gøre opmærksom på problemerne og dernæst at få undersøgt, hvilke foranstaltninger, der kunne iværksættes for at undgå yderligere ulykker.

Sideløbende hermed orienterede Miljøstyrelsen, Giftinformationscentralen og FO i fællesskab offentligheden om problemet, dels gennem pressemeddelelser og dels gennem OBS! -udsendelser i TV.

Ved beretningsperiodens udløb har sagen endnu ikke fundet sin endelige afslutning, men størsteparten af de involverede virksomheder har svaret positivt med henblik på i fremtiden at forebygge ulykker med de farlige olielamper. Dels er import af let adskillelige lamper indstillet, dels har man fra producentled oplyst at have gjort lampernes konstruktion børnesikker.

2.13. Pengeinstitutter.

FO nedsatte i eftersommeren 1985 en arbejdsgruppe, der skal se nærmere på pengeinstitutternes standardvilkår i ind- og udlånsaftaler med forbrugere.

I arbejdsgruppen er repræsenteret Tilsynet med Banker og Sparekasser, Den

Danske Bankforening, Danmarks Sparekasseforening, Foreningen af Danske Andelskasser samt Forbrugerrådet.

Arbejdsgruppen har til opgave at gennemgå et repræsentativt udvalg af standarddokumenter, herunder almindelige forretningsbetingelser, der regulerer af-taleforholdet mellem pengeinstitutter og forbrugere i forbindelse med ind- og udlånsaftaler, med henblik på at undersøge dels forhold, som vanskeliggør forbrugernes mulighed for at orientere sig om gældende vilkår, dels vilkår, som må anses for særlig byrdefulde for forbrugerne. Endvidere har arbejdsgruppen til opgave at overveje, om den på baggrund af den nævnte gennemgang af standarddokumenter kan fremkomme med forslag til fremtidige retningslinier i forbindelse med pengeinstitutternes kontraktspraksis.

Af emner, som er anset for at være af særlig interesse at få belyst, er foreløbig peget på bl.a. vilkårenes opstilling og vedtagelse, bestemmelser om renter, provision og gebyrer, opsigelsesbestemmelser, misligholdelses- og forfaldsklausuler, bestemmelser om modregning og bevis- og procesklausuler.

I forbindelse med det generelle fald i renteniveauet og pengeinstitutternes hyppige reklamering med rentenedsættelser på forskellige udlånsformer, kan der være grund til at understrege behovet for samtidig loyalt at oplyse om eventuelle forhøjelser af provision eller gebyrer ved samme lånetyper.

Det er således set, at et pengeinstitut i dagspressen annoncerede med følgende overskrift; »Billigere at låne i . . .«. Af samme annonce fremgik det i øvrigt, at pengeinstituttet fra en bestemt dato nedsatte renten på nye boliglån og nye lån til private med 2½ %, og at renten på alle øvrige lån blev nedsat med 1 %.

Da stiftelsesprovisionen samtidig forhøjedes fra max. 1 % til max. 2½ %, hvilket var uomtalt i annoncen, blev besparelsen ved nye lån mindre end nedsættelsen i den årlige rente på 2½ %, som annoncen gav indtryk af.

På baggrund heraf fandt FO den stedfundne annoncering vildledende, urimelig mangelfuld og i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 2, stk. 1 og § 1.

Endelig skal fremdrages den almindelige forekommende kontotype, hvorefter en forbruger efter en passende opsparing får ret til et lån af en vis størrelse – »Spar-op-lån«.

Et pengeinstitut markedsførte en sådan kontotype i en folder, som havde overskriften »Lån til private« og »Op til 25.000 kr. – uden krav om sikkerhed«.

Under overskriften »Opsparing betyder låneret« var det bl.a. anført, at man opnåede en automatisk ret til lån ved en regelmæssig opsparing, og størrelsen af lånet afhang af opsparingens art og omfang. I næste afsnit hed det; »Såfremt De efter bankens vurdering er kreditværdig og har faste indtægtsforhold, ydes lån op til 25.000 kr. uden krav om egentlig sikkerhedsstillelse«.

En forbruger havde efter at have oprettet en sådan konto igennem knapt et år

foretaget månedlige indbetalinger på 500 kr. Da der herefter fra forbrugerens side fremsattes ønske om et lån på 25.000 kr., stillede pengeinstituttet som betingelse en sikkerhedsstillelse på ca. 20.000 kr. Ved kontooprettelsen var der intet nærmere aftalt omkring størrelsen af et eventuelt lån.

Pengeinstituttet anførte, at låneretten måtte ses i lyset af pengeinstituttets almindelige kreditvurdering, der skulle foretages konkret af banken i hvert enkelt tilfælde. Med formuleringen »Op til 25.000 kr.« var der ikke givet nogen garanti for, at kunden altid kunne opnå lån af denne størrelse. Om der i givet fald skulle kræves sikkerhed afhang af en almindelig kreditvurdering.

FO udtalte som sin opfattelse, at folderens tekst med den her nævnte overskrift og benyttelsen af formuleringen »automatisk ret til lån« umiddelbart måtte forstås således, at der alene ved en regelmæssig opsparing opnåedes en låneret uden krav om sikkerhed, hvor lånets størrelse afhang af opsparingens art og omfang. Kunden måtte forvente, at pengeinstituttet ved aftalens indgåelse havde foretaget den fornødne kreditvurdering, og at der var opnået en låneret uden sikkerhedsstillelse ved kundens opfyldelse af aftalen. Folderens tekst måtte derfor anses for vildledende og urimelig mangelfuld og i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 2, stk. 1 og § 1.

Ligeledes fandtes der ved den konkrete aftales indgåelse ikke at være givet tilstrækkelig information om det nærmere indhold af den pågældende opsparings- og låneaftale, herunder hvor stort et lån der kunne opnås, og hvornår og på hvilke betingelser, ved en opsparing som den omhandlede, jfr. markedsføringslovens § 3 og § 1.

Der kan i denne forbindelse henvises til FO's beretning 1983, side 42-43.

2.14. Selskabsrejser.

Fo har i beretningsperioden behandlet et ganske stort antal konkrete sager på baggrund af klager fra forbrugere over selskabsrejser.

Sagerne har hovedsagelig vedrørt klager over rejsebureauer eller rejsearrangørers vildledende prisannoncering eller andre vildledende angivelser i markedsføringen.

Et rejsebureau annoncerede f.eks. i dagspressen i højsæsonen med priser på rejser, uden samtidig at oplyse, at de annoncerede priser kun var gældende i lavsæsonen.

En del sager har vedrørt det problem, at forbrugerne er blevet mødt med tillæg eller andre uventede udgifter, der ikke var oplyst om i annoncer eller brochurer.

Derudover har der været tilfælde, hvor det ikke er blevet angivet i markedsføringen, at der var begrænsning på det antal børn, der kunne tages med på rejsen til favørpris.

I andre sager har oplysningerne i brochurematerialet om rejsedestinationen ikke svaret til virkeligheden på stedet.

Endelig har FO skredet ind over for en række annoncer, hvor rejsebureauet eller rejsearrangøren har benyttet angivelsen »medlem af Rejsegarantifonden« i markedsføringen.

Ifølge § 6 i lov nr. 150 af 10. april 1979 om en rejsegarantifond skal alle danske arrangører af selskabsrejser og alle bureauer, der for udenlandske arrangører formidler salg af selskabsrejser, være registreret i Rejsegarantifonden og stille økonomisk garanti over for fonden. Da kun rejser, der opfylder særlige i loven fastsatte kriterier er omfattet af loven, er den anførte angivelse efter FO's opfattelse under de foreliggende omstændigheder stridende mod god markedsførings-skik.

FO har i sin vurdering lagt vægt på, at angivelsen, der er af betydning for udbud og efterspørgsel over for forbrugere, kan have en vildledende effekt samt være til skade for andre erhvervsdrivende i rejsebranchen.

2.15. Orientering om verserende retssager.

1. En større leverandørforening orienterede primo 1985 FO om sine planer om at indføre et værdikuponsystem for dagligvarer i Danmark i lighed med de systemer, der anvendes bl.a. i U.S.A., England, Italien og Sverige.

Efter det oplyste gik det planlagte værdikuponsystem ud på følgende: Leverandøren træffer valg om størrelsen af beløbet på værdikuponerne, samt hvilket medie, der ønskes anvendt for udbredelsen af kuponen. Det er hensigten, at der kun skal ske annoncering i dagspressen og ugebladene, og at leverandørerne skal stå som annoncører.

Forbrugerne afleverer den i annoncen optrykte kupon til detailhandleren og modtager ved købet af en bestemt vare et prisafslag svarende til det i kuponen angivne, hvorefter detailhandleren samler og indsender alle indkomne kuponer fra forskellige leverandører til et »clearing-house«.

Forinden planerne blev endeligt fastlagt anmodede foreningen Monopoltilsynet om stillingtagen til sagen i lyset af prismærkningslovens bestemmelser. Monopolorådet traf afgørelse om, at det planlagte system ikke er omfattet af prismærkningslovens bestemmelser. Prismærkningslovens § 1 foreskriver, at den, der erhvervsmæssigt udbyder varer i detailsalg, skal skilte eller mærke med nettokontantprisen incl. moms og andre afgifter. Baggrunden for, at det skitserede system ikke er omfattet af prismærkningslovens bestemmelser, er, at foreningens medlemmer ikke udbyder varer i detailsalg.

Monopoltilsynet orienterede herefter FO om sagen med henblik på dennes vurdering af, om systemet er i overensstemmelse med markedsføringsloven.

Efter en gennemgang af det planlagte kuponsystem har FO fundet, at systemet vil være i strid med § 1 i markedsføringsloven, fordi systemet i vidt omfang vil gøre de deltagende forretningers prisskiltning illusorisk, hvilket indebærer en tilside-sættelse af det åbne prismærkningsprincip, som er knæsat ved prismærkningsloven.

Endvidere fandt FO, at systemet kunne være egnet til at vildlede forbrugerne i strid med § 2, stk. 1, i markedsføringsloven, i det omfang en ikke uvæsentlig del af detailhandelen ikke agter at indløse værdikuponerne.

Foreningen har herefter ved Sø- og Handelsretten rejst sag mod FO med påstand om, at FO tilpligtes at anerkende, at det af foreningen planlagte værdikuponsystem ikke er i strid med markedsføringsloven. FO har nedlagt påstand om afvisning eller frifindelse med henvisning til § 2, stk. 2 i Industriministeriets bekendtgørelse om FO's virksomhed, hvorefter FO ikke kan tage endelig stilling til spørgsmål om lovligheden af påtænkte foranstaltninger inden for markedsføring, som måtte blive ham forelagt.

Sø- og Handelsretten har imidlertid afsagt kendelse, hvorefter sagen skal fremmes til realitetsbehandling, hvilken kendelse FO har kæret til Højesteret.

2. Et selskab, der arrangerer salg- og demonstrationsture, hvor der bl.a. sælges husholdningsapparater, puder og dynetæpper gav anledning til et meget stort antal klager, og FO rejste tiltale mod selskabet for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 om vildledning og § 6, stk. 1 om ulovlig tilgift.

Baggrunden herfor var, at forbrugerne i deres klage anførte, at selskabet under salgsdemonstrationerne oplyste, at de solgte hovedpuder bestod af naturprodukter, selv om pudernes fyld i virkeligheden var polyester.

I tillid til at puderne som et naturprodukt kunne have en gavnlig indvirkning på helbredet, købte et stort antal forbrugere disse hovedpuder.

Sø- og Handelsretten fandt, at selskabet også i relation til spørgsmålet om straf for overtrædelse af markedsføringsloven måtte bære ansvaret for, hvad salgskonsulenterne havde udtalt på salgs- og demonstrationsturene, hvor ordre på salg af hovedpuderne blev optaget. Efter det store antal til dels sammenfaldende forklaringer fra forbrugerne om angivelserne vedrørende fyldet i hovedpuderne, fandt retten det ubetænkeligt at lægge til grund, at det i forbindelse med bestillingerne var oplyst, at pudefyldet var en slags naturprodukt. Da det var en urigtig og vildledende angivelse, der var egnet til at påvirke efterspørgslen, fandtes selskabet skyldig i overtrædelse af § 2, stk. 1 i markedsføringsloven.

Under retssagen var der endvidere medtaget et forhold vedrørende en række

klager fra forbrugere over, at selskabet i nogle brochurer reklamerede med en shoppingtur til Helsingborg. På disse ture, som foregik om lørdagen, indgik der en salgsdemonstration af en sådan varighed, at forretningerne i Helsingborg havde lukket, inden deltagerne ankom.

Retten fandt, at tiltaltes brochurer for en tur, der angav sit hovedformål som indkøb i Helsingborg, indeholdt vildledende angivelser egnet til at påvirke efterspørgslen i strid med § 2, stk. 1 i markedsføringsloven, når det rent faktisk ikke var muligt at foretage indkøb i Helsingborg. Dette gjaldt, selv om der på den ene brochures bagside ved en stjernemarkering var givet oplysning om, at forretningerne var lukket om lørdagen.

Endelig var der i sagen medtaget et forhold vedrørende overtrædelse af § 6, stk. 1 i markedsføringsloven om tilgift. Denne del af sagen drejede sig om selskabets brochurer, hvori der var reklameret med en række forskellige tillægsydelser i form af, f.eks. en flaske vin og 2 kg sukker, en dameparaply, en indkøbstaske og et værktøjssæt i 16 dele, som forbrugerne kunne erhverve ved køb af de pågældende busture, uden at det på tydelig måde fremgik, at der var tale om en salgs- eller demonstrationstur vedrørende selskabets varer.

Retten var af den opfattelse, at brochurerne, der bl.a. vedrørte ture til Gavnø Slotspark, Egeskov Slot, Helsingborg og Lübeck, først og fremmest tilbød en udflugtstur. Da det var en betingelse for at få de nævnte tillægsydelser, at forbrugeren købte udflugtsturen, fandt retten selskabet skyldig i overtrædelse af tilgiftsbestemmelsen i § 6, stk. 1 i markedsføringsloven, idet der både var reklameret med og ydet ulovlig tilgift.

For de nævnte overtrædelser af markedsføringsloven blev selskabet idømt en bøde på 25.000 kr.

Selskabet har ved redaktionens slutning meddelt, at det agter at anke dommen til Højesteret.

3. Lov om betalingskort.

Omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager.

3.1. Betalingskortudvalget.

Betalingskortudvalget er et rådgivende udvalg, der skal bistå FO ved administrationen af betalingskortloven.

Udvalget er nedsat i henhold til lovens § 12 og består af en formand, en næstformand og 7 andre medlemmer, som udnævnes af Industriministeren for indtil 3 år ad gangen. Formanden, næstformanden og et af medlemmerne skal repræsentere juridisk, økonomisk og teknisk sagkundskab og være uafhængige af betalingsformidlingsinteresser. Af de øvrige 6 medlemmer er et medlem udnævnt efter indstilling fra Forbrugerrådet, et medlem efter indstilling fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, et medlem efter indstilling fra Danmarks Sparekasseforening og Den Danske Bankforening, et medlem til repræsentation af betalingskortinteresser, et medlem efter indstilling fra Butikshandelens Fællesråd og et medlem fra Det Kriminalpræventive Råd.

Udvalgets sekretariatsopgaver varetages af FO. FO selv eller dennes stedfortræder deltager i udvalgets møder med taleret.

Det fremgår af den forretningsorden, Industriministeren har fastsat for udvalget, at dette på FO's foranledning især skal afgive udtalelser til FO om principielle spørgsmål, og når FO skal træffe afgørelser på grundlag af skøn, der ikke nærmere er fastlagt ved domstols- eller administrativ praksis.

Udvalget har i beretningsperioden afgivet 4 udtalelser til FO.

En udtalelse angik betalingskortlovens § 24, stk. 2's betydning for den hidtil anvendte praksis med hensyn til videregivelse af oplysninger om kortindehaveres soliditet (dårlige betalere) til kreditoplysningsbureauer. Denne sag er omtalt under afsnit. 3.7.

I forbindelse med FO's behandling af en række spørgsmål vedrørende pengeinstitutternes Dankort-betalingsystem blev udvalget anmodet om at tage stilling til, i hvilket omfang den konto, hvortil der er knyttet Dankort, er undergivet reglerne i betalingskortloven.

Et flertal i udvalget fandt, at konteringer, der har tilknytning til brugen af Dankort, er omfattet af betalingskortloven. Derimod fandt flertallet ikke, at forhold

i forbindelse med kontomellemværender i øvrigt kan anses for omfattet af loven, medmindre det drejer sig om kontovilkår m.v., der specifikt er knyttet til udstedelse af Dankortet.

Udvalget blev endvidere anmodet om at vurdere, hvorvidt brugen af Dankortet i pengeinstitutter er omfattet af betalingskortloven.

Det var flertallets opfattelse, at hævnning af kontanter i såvel det kortudstedende pengeinstitut som i andre pengeinstitutter måtte anses for undtaget fra betalingskortlovens regulering. Tilsvarende måtte køb af ydelser i et pengeinstitut (f.eks. valuta, betaling af giro), uanset om instituttet er det kortudstedende, anses for undtaget, såfremt kortindehaver har valgfrihed mellem at tage de hævede kontanter med sig eller anvende disse på stedet.

FO lagde disse synspunkter til grund i de videre forhandlinger med pengeinstitutforeningerne. Der henvises herom til afsnit 3.8.

I perioden har FO fået kendskab til flere tilfælde af favorisering af kortkunder.

I løbet af foråret 1985 lancerede kontoringe og stormagasiner kontoordninger med vilkår om længerevarende rente- og gebyrfrihed. Udvalget blev anmodet om at vurdere foreneligheden af disse ordninger med kravet om frivillighed for brugerne i lovens § 10, stk. 2. Udvalget fandt, at et vilkår om fuldstændig rente- og gebyrfrihed i kortere eller længere tid, der udelukkende tilbydes brugere af betalingskort, må anses for en økonomisk fordel af en sådan karakter, at det pågældende vilkår er uforeneligt med frivillighedsprincippet i betalingskortlovens § 10, stk. 2. Udvalget lagde vægt på, at lovens frivillighedsprincip indebærer en beskyttelse af forbrugerens valgmulighed mellem anvendelse af betalingskort og andre betalingsformer. Selv om en sådan valgmulighed formelt set består, vil den i realiteten kunne gøres illusorisk, såfremt der til anvendelsen af betalingskort knytter sig så betydelige særfordele, at det for forbrugeren bliver klart ugunstigt at undlade at benytte sig af denne betalingsform.

FO udstedte påbud til 2 kontoringe om at ophøre med ordningerne. Der henvises til afsnit 3.5.

Nogle internationale betalingskortselskaber tilbød kortindehaverne en rejseforsikringsordning, som omfattede bl.a. bagageforsinkelse, flyforsinkelse og rejseulykke opstået under transport. Ordningen var en integreret del af den ydelse, som kortindehaverne modtog og betalte for via det årlige gebyr. Det var en forudsætning for forsikringsdækningen, at forsikringsbegivenheden indtrådte på en rejse, der var betalt ved brug af betalingskortet. Udvalget blev anmodet om at tage stilling til, om den særfordel eller tillægsydelse, som en kortindehaver opnår ved, at der tilknyttes rejseforsikringer til betalingskort, er i overensstemmelse med betalingskortlovens bestemmelser.

Et flertal i udvalget fandt ikke, at de forelagte forsikringsordninger kunne anses for stridende mod betalingskortlovens § 10, stk. 2. Udvalgets øvrige medlem-

mer fandt med forskellig begrundelse, at ordningerne måtte anses for stridende mod betalingskortloven.

FO meddelte selskaberne, at efter hans opfattelse indebærer de etablerede forsikringsordninger en tilsidesættelse af kravene om overskuelighed og frivillighed i betalingskortlovens § 10, stk. 2, og henstillede, at selskaberne ophørte med at tilbyde de omhandlede forsikringsordninger som sket. Der henvises til omtalen af sagerne under afsnit 3.5.

3.2. FO's betalingskortregister.

Kapitel 2 i betalingskortloven indeholder regler om anmeldelse og registrering af betalingssystemer med betalingskort. Efter disse regler skal kortudstederne indgive anmeldelse om betalingssystemerne til FO, som indfører anmeldelserne i et offentligt tilgængeligt register, FO's betalingskortregister.

Anmeldelsen skal indeholde kortudsteders navn, forretningssted og organisation. Endvidere skal anmeldelsen indeholde en række oplysninger om betalingssystemets virkemåde og om de forretningsvilkår, der gælder over for brugerne af betalingssystemet, d.v.s. kortindehaverne og betalingsmodtagerne.

Nye betalingssystemer må ikke tages i brug, før de er registreret hos FO.

Betalingssystemer, der var taget i brug inden 1. april 1985, skulle være anmeldt til FO senest denne dato. Ved slutningen af første kvartal 1985 havde FO modtaget anmeldelse fra ca. 40 betalingssystemer. Ved årsskiftet 1985/86 var antallet efter en betydelig opsøgende virksomhed steget til 71. Det bemærkes, at der om Dankort-betalingssystemet af praktiske grunde er indgivet én fælles anmeldelse. 153 pengeinstitutter er tilknyttet dette system som kortudstedere.

Betalingssystemernes anmeldelser var ved årets udgang endnu ikke i fuldt omfang indført i FO's betalingskortregister. Dette skyldes flere forhold, først og fremmest at de indsendte anmeldelser næsten uden undtagelse har været meget summarisk udfyldt. I det forløbne år har FO haft et omfattende arbejde med at gennemgå anmeldelserne med henblik på at få indhentet supplerende beskrivelser til anmeldelsernes enkelte punkter.

De ufuldstændige beskrivelser har i nogle tilfælde været begrundet i en frygt for, at offentligheden skal få adgang til oplysninger om erhvervshemmeligheder eller om forhold af betydning for betalingssystemets sikkerhed.

Ved indførelse af anmeldelserne i registret har FO i overensstemmelse med Industriministerens bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 kun gengivet principperne i betalingssystemernes datasikkerhed m.v., netop for at forhindre misbrug. I øvrigt er det forudsat i loven, at det anmeldte er offentligt tilgængeligt. Til trods herfor har der i visse tilfælde måttet føres omfattende forhandlinger med

kortudstederne og deres servicebureauer, før kortudstederne har accepteret den beskrivelse af systemerne, der er indført i registret.

For udskrifter eller kopier af oplysninger fra FO's betalingskortregister skal der betales et gebyr på kr. 5,- for hver side, dog mindst kr. 25,-. Gebyrets størrelse er fastsat af FO i medfør af Industriministerens bekendtgørelse.

3.3. Kortudstedernes gebyr til dækning af FO's administration af betalingskortloven.

FO's omkostninger til administration af betalingskortloven fastsættes årligt af Folketinget ved finansloven og indgår i FO's samlede udgiftsbudget. I betalingskortlovens § 35 er bestemt, at udgifterne til administration af betalingskortloven skal dækkes af de registrerede kortudstedere gennem betaling af et årligt gebyr til FO.

Industriministeren har i § 6 i bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 givet nærmere regler om gebyrets fastsættelse og om FO's gebyropkrævning. FO's udgifter skal fordeles forholdsmæssigt mellem kortudstederne, således at $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet fordeles i forhold til betalingssystemernes omsætning, $\frac{1}{3}$ fordeles i forhold til antal betalingskorttransaktioner via hvert enkelt betalingssystem, og $\frac{1}{3}$ fordeles i forhold til antal kortindehavere tilknyttet det enkelte betalingssystem.

De pålagte gebyrer for den enkelte kortudsteder har varieret fra det fastsatte mindstegebyr på kr. 500,- og op til knap kr. 390.000,-.

Det samlede gebyr for 1985 andrager kr. 2.877.722,-.

3.4. Oplysningspligten efter betalingskortlovens § 13.

Betalingskortlovens § 13 pålægger kortudsteder en skriftlig informationspligt om vilkår for indehavelse og brug af betalingskort og de dermed forbundne omkostninger.

Hensigten med bestemmelsen er, at mulige kortindehavere skal informeres fyldestgørende, således at disse i udbudsfasen dels har mulighed for at vurdere fordele og ulemper ved det enkelte betalingskortsystem, dels har mulighed for at få et sammenligningsgrundlag mellem forskellige betalingskortsystemer.

For at sikre overskueligheden og sammenligningsgrundlaget i oplysningerne, har FO i bekendtgørelse nr. 635 af 18. december 1984 stillet en række formkrav med hensyn til, hvorledes oplysningerne skal gives. Oplysningerne skal gives i en

bestemt rækkefølge, være samlet og tydeligt adskilt fra eventuelle andre oplysninger.

Hvis oplysningerne gives i forbindelse med et ansøgningsskema, skal ansøgeren kunne beholde den del af det skriftlige materiale, hvori oplysningerne er givet.

I forbindelse med den lovpligtige anmeldelse til registret over betalingskortsystemer, har FO gennemgået kortudstedernes § 13-oplysninger.

Arbejdet med at udøve tilsynet på dette punkt har været ret omfattende, idet kun et fåtal af kortudstedernes § 13-oplysninger opfyldte de stillede krav. FO har derfor udarbejdet en vejledning, som er fremsendt til kortudstederne i forbindelse med en anmodning om at fremsende udkast til nye § 13-oplysninger.

3.5. Favorisering af kortindehavere.

Ifølge generalklausulen i betalingskortlovens § 10, stk. 2, skal der bl.a. sikres brugerne frivillighed. Kravet om frivillighed kan tilsidesættes på mange måder, bl.a. ved at knytte fordele til betalingskort, der ikke har noget at gøre med kortets funktion som betalingsmiddel. Sådanne fordele kan bevirke, at det bliver ufordelagtigt at betjene sig af kontanter eller andre betalingsformer, således at det ikke reelt er frivilligt at undlade brug af betalingskort.

Generalklausulens krav om frivillighed er konkret udmøntet i en række af betalingskortlovens specialbestemmelser. For så vidt angår favorisering af kortindehavere kan henvises til § 17 om forbud mod særrabat på varer og tjenesteydelser ved brug af betalingskort, § 18 om betalingsmodtagers forpligtelse til at modtage kontant betaling inden for normal forretningsstid, § 19, stk. 1, om forbud mod krav om anvendelse af betalingskort som betalingsmiddel i andre sammenhænge end betalingstransaktioner, og som hævekort.

FO har i beretningsperioden behandlet en række sager om favorisering af kortindehavere, særlig i økonomisk henseende.

Blandt disse kan nævnes rabatordninger, som har været praktiseret inden for oliebranchen. Disse rabatordninger gælder udvalgte kundegrupper, men forudsætningen for opnåelse af rabatten var tidligere, at de pågældende udover at tilhøre den rabatberettigede gruppe skulle foretage køb ved brug af betalingskort. Disse ordninger er nu efter forhandling med selskaberne og en general orientering af branchen omlagt således, at rabat kan opnås, hvad enten der købes ved brug af kort eller mod kontant.

Det har dog i visse tilfælde herefter været nødvendigt at indskærpe kravene til reklamering med disse rabatordninger. Det er i denne forbindelse udtalt, at det må anses for stridende mod såvel markedsføringslovens § 2, stk. 1, om vildledende og urimeligt mangelfulde angivelser, som betalingskortlovens generalklausul, så-

fremt en rabatordning markedsføres således, at forbrugerne får indtryk af, at rabatordningen forudsætter brug af betalingskort, selv om dette ikke er tilfældet.

En anden form for økonomisk særfavorisering er ydelse af rentefri kredit til kunder, der bruger betalingskort. FO har i beretningsperioden behandlet en række sager herom, og herunder indhentet en udtalelse fra betalingskortudvalget. Efter FO's udstedelse af påbud i to sager blev disse forelagt Sø- og Handelsretten, fordi de pågældende kortudstedere gjorde indsigelse mod påbudet. I Sø- og Handelsrettens domme, der er afsagt umiddelbart efter beretningsperiodens udløb, udtales, at frivillighed i betalingskortlovens generalklausul omfatter den reelle frivillighed, der består i, at en kunde kan opnå det samme gode uden at være nødt til at gøre sig til indehaver af et betalingskort.

Ved de kontoordninger med rentefrihed i op til henholdsvis 4½ og 14 måneder, som sagerne angik, fandt retten, at kortindehavere havde mulighed for at opnå en betydelig fordel i forhold til kontantkunder, hvorfor FO's påbud blev stadfæstet.

Sø- og Handelsrettens domme er af kortudstederne indanket for Højesteret.

Som et tredje eksempel på favorisering af kortindehavere kan nævnes rejseforsikringsordninger knyttet til internationale betalingskort. Forudsætningen for opnåelse af forsikringsdækning var, at kortet blev brugt ved køb af den rejse, på hvilken forsikringsbegivenheden indtrådte. FO har også fundet disse ordninger stridende mod frivillighedsprincippet, bl.a. fordi forsikringsordningen, der ikke har noget med betalingskortets funktion som betalingsmiddel at gøre, alene blev tilbudt kortindehavere. I sagerne er indhentet en udtalelse fra betalingskortudvalget.

Ved beretningsperiodens udløb var FO's forhandlinger med de pågældende kortudstedere, om hvorledes ordningerne fremover kan praktiseres uden at komme i strid med betalingskortloven, endnu ikke afsluttet.

3.6. Kortudstедers pligt til at begrunde afslag på en ansøgning om betalingskort.

Ifølge betalingskortlovens § 14, stk. 2, skal kortudsteder på opfordring give begrundelse for afslag på en anmodning om betalingskort. Begrundelsen skal angive, om afslaget skyldes personlige oplysninger, som kortansøgeren har afgivet, eller oplysninger, som kortudstederen selv har indhentet i forbindelse med kreditværdighedsvurderingen, og i bekræftende fald hvilke oplysninger.

Af forarbejderne til bestemmelsen fremgår, at den skal sikre, at ansøgere om betalingskort kan få oplyst, hvilke personlige forhold, der begrunder afslaget. Kortansøgere får dermed adgang til at kontrollere, om oplysningerne er korrekte og til eventuelt at korrigere disse.

FO har i beretningsperioden modtaget 8 henvendelser om afslag, som ikke fandtes tilfredsstillende begrundet.

I de behandlede sager er der taget stilling til bestemmelsens nærmere indhold. Det er herunder fastslået, at begrundelsespligten ikke kan opfyldes ved angivelse af, at afslaget skyldes en samlet vurdering af de af kortansøgeren afgivne oplysninger eller lignende. De forhold, der – især – har været udslagsgivende, må angives, f.eks. »den oplyste årsindkomst kr. 105.000«, således at kortansøgeren får adgang til at kontrollere, om oplysningen er korrekt.

I en af sagerne har der været anledning til at påpege, at en telefonisk henvendelse fra kortansøgeren om årsagen til afslaget er tilstrækkelig opfordring til at kræve en begrundelse. Ved en telefonisk anmodning om begrundelse kan der dog være grund til, at kortudstederen sender begrundelsen til kortansøgeren eller på anden måde sikrer, at begrundelsen gives til rette vedkommende.

I visse tilfælde har FO fået oplyst, at oplysninger i forbindelse med en ansøgning destrueres, så snart afslag er givet. Hurtig destruktion af oplysninger om kortansøgere må normalt anbefales under hensyn til registerbestemmelserne i betalingskortlovens kapitel 6, men kravet om begrundelse af afslag indebærer, at oplysninger i sådanne situationer bør opbevares i et kortere tidsrum efter afslaget.

3.7. Kortudstederes videregivelse af oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsforpligtelser (»dårlige betalere«) til kreditoplysningsbureauer.

FO har i beretningsperioden ført forhandlinger med et kreditoplysningsbureau, som størstedelen af kortudstederne har tegnet abonnement hos. I henhold til de abonnementsaftaler, der indgås mellem kreditoplysningsbureauet og kortudstederne, modtager disse månedsvist en oversigt over firmaer og personer, hvis manglende betalingsevne er registreret hos bureauet. Som et led i dette kontraktsforhold forpligter kortudstederne sig til at indberette til bureauet de kortindehavere, der ikke overholder betalingsbetingelserne. Videregivelse af sådanne oplysninger om »dårlige betalere« har fundet sted igennem flere år i overensstemmelse med lov om private registre m.v.

Sagen har været forelagt Betalingskortudvalget til udtalelse. Endvidere har FO indhentet Registertilsynets bemærkninger til sagen.

Ifølge betalingskortlovens § 24, stk. 2, må oplysninger om kortindehavere kun anvendes og videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalingstransaktioner, korrektioner og retshåndhævelse, eller når dette er hjemlet ved lov. Oplysninger om misbrug må kun videregives i det omfang, det er nødvendigt for at undgå misbrug.

Som det fremgår af 1. punktum i bestemmelsen, er videregivelse af oplysninger om kortindehaver ikke tilladt, medmindre videregivelsen er nødvendig for betalingssystemets funktion. Det er endvidere i bestemmelsen præciseret, til hvilke formål videregivelse kan ske.

Af 2. punktum følger, at oplysninger om misbrug kun må videregives i det omfang, det er nødvendigt for at undgå misbrug. Begrebet misbrug må i henhold til en sproglig fortolkning, formuleringens anvendelse i øvrigt i loven samt eksempler i forarbejderne forstås som en uberettiget brug, d.v.s. en brug i strid med den aftale, der er indgået mellem kortudsteder og kortindehaver om brug af kortet. Der kan f.eks. være tale om overtræk på kontoen eller en fortsat brug, efter at kortet i forbindelse med en misligholdelsessituation er søgt inddraget. Der er enighed mellem FO og kreditoplysningsbureauet om, at oplysninger om »dårlige betalere« ikke kan anses for misbrugstilfælde. Uenigheden består derfor alene i, om videregivelsen af disse oplysninger er omfattet af de tilladte formål i 1. punktum i § 24, stk. 2.

FO er af den opfattelse, at videregivelsen af oplysninger fra kortudstederne til kreditoplysningsbureauer om »dårlige betalere« er i strid med betalingskortlovens § 24, stk. 2, 1. punktum, idet de der nævnte kriterier for videregivelse af oplysninger ikke er opfyldte.

Kreditoplysningsbureauet rejste under sagens behandling det spørgsmål, om betalingskortlovens § 24, stk. 2, kan fraviges ved samtykke fra kortindehaveren.

På baggrund af lovforarbejderne til betalingskortloven og strafferettens almindelige regler om samtykke som straffrihedsgrund har FO tilkendegivet, at et eventuelt afgivet samtykke ikke indebærer, at kortudsteder i tilfælde af videregivelse ikke kan straffes for overtrædelse af betalingskortlovens § 24, stk. 2.

Ved beretningsperiodens udløb var forhandlingerne mellem FO og kreditoplysningsbureauet endnu ikke afsluttet.

3.8. Pengeinstitutternes Dankort-betalingssystem.

Pengeinstitutternes Dankort-betalingssystem adskiller sig på forskellige måder fra de andre betalingssystemer med betalingskort, som betalingskortloven regulerer.

Dankort oprettes i tilknytning til en pengeinstitutkonto, ind- eller udlånskonto, og ved brug af kortet debiteres kontoen for det beløb, som kortindehaveren køber for eller hæver ved brug af kortet. Dankortet er således en serviceydelse på linie med checks, betalingsservice m.v., der kan knyttes til samme konto.

I lovens forstand er de enkelte pengeinstitutter, der er tilsluttet Dankort-betalingsystemet, kortudstedere i forhold til kortindehaverne, men Pengeinstitutternes Købe- og Kreditkort A/S, PKK, er kortudsteder i forhold til betalingsmodtagerne. Pengeinstitutterne ejer aktiekapitalen i PKK, og PKK forestår den praktiske administration af Dankort-betalingsystemet.

Umiddelbart efter ikrafttrædelsen af betalingskortloven tog FO kontakt med Den Danske Bankforening, Danmarks Sparekasseforening og PKK for at drøfte forskellige problemer omkring lovens anvendelse på Dankort-betalingsystemet.

De foreløbige drøftelser rejste to principielle spørgsmål, nemlig

1. spørgsmålet om i hvilket omfang den konto, hvortil Dankortet er knyttet, er undergivet reglerne i betalingskortloven,
2. spørgsmålet om i hvilket omfang brugen af Dankortet i pengeinstitutter har karakter af betalingstransaktioner omfattet af loven.

Efter at disse spørgsmål havde været forelagt for Betalingskortudvalget, tilkendegav FO, at kun selve Dankort-betalingsystemet, herunder brugen af Dankortet som betalingskort, de konteringer, der har tilknytning til brugen af Dankortet, og kontoudskrifter, hvoraf Dankort-transaktioner fremgår, kan anses for reguleret af betalingskortlovens regler. Forhold, der har forbindelse med kontomellemværendet mellem kortindehaveren og pengeinstituttet i øvrigt, findes ikke omfattet af loven, medmindre det drejer sig om kontovilkår m.v., der specifikt er knyttet til udstedelsen og brugen af Dankortet.

Endvidere har FO tilkendegivet, at når Dankortet af en kortindehaver anvendes i et pengeinstitut eller en automat til hævning af kontanter, må denne anvendelse antages at falde uden for lovens regulering.

FO's stillingtagen til disse grundlæggende spørgsmål har været af betydning for den efterfølgende behandling af spørgsmål i forbindelse med anmeldelsespligtens omfang, udformning af kortholderregler (oplysningspligten efter lovens § 13) og finansiering af omkostningerne ved betalingssystemet.

Om anmeldelsespligten har FO udtalt, at alene forhold i forbindelse med selve betalingssystemet skal anmeldes, mens vilkår for de enkelte konti, hvortil Dankort knyttes, ikke skal oplyses.

Kortholderreglerne har været drøftet på en række møder mellem FO og pengeinstitutternes organisationer. Ved beretningsperiodens udløb var der i det væsentlige opnået enighed om oplysningspligtens nærmere indhold og reglernes opstilling og formulering.

Der har under disse drøftelser fra FO's side bl.a. været lagt vægt på, at betalingskortlovens regler om ansvar ved uberettiget brug af Dankortet (lovens § 21)

ikke alene finder anvendelse på uberettiget brug af kortet, når dette anvendes som et købekort, men tillige når kortet bruges af en uberettiget person til at hæve kon-
tanter i et pengeinstitut eller i en pengeautomat. Dette er begrundet med, at selv
om § 21 måtte forstås således, at den kun gælder, når Dankortet anvendes som kø-
bekort, må den beskyttelse, betalingskortloven giver kortindehaveren i tilfælde af
misbrug af betalingskort, ikke udhules ved tilknytning af hævefunktion til samme
kort.

Det er endvidere fastslået, at betalingskortloven fuldt ud finder anvendelse, når
Dankortet bruges til træk af en Dankort-værdibon (betalingsbon) i de butikker,
hvor denne specielle betalingsform er indført.

FO har yderligere tilkendegivet, at hensynet til forbrugernes mulighed for at
overskue og kontrollere bevægelser på den konto, hvortil Dankortet er knyttet,
kræver, at kontoudtog udsendes en gang om måneden, når der har været bevægel-
ser på kontoen. Forbrugeren kan dog ved særlig aftale med sit pengeinstitut få
kontoudtog udsendt med andre intervaller, hvis dette ønskes.

Efter betalingskortlovens § 20, stk. 1, må en kortudsteders omkostninger ved
driften af et betalingssystem ikke pålægges betalingsmodtagerne.

I Dankort-betalingssystemet forestår PKK den nødvendige edb-service for pen-
geinstitutterne i forbindelse med formidling af transaktioner mellem kortindeha-
vernes pengeinstitutter og de tilsluttede forretningers pengeinstitutter. Udgiften
hertil inddækkes via gebyrer fra pengeinstitutterne. Gebyrets størrelse fastsættes
årligt, således at det ud fra en langtidsbetragtning vil dække alle PKK's driftsud-
gifter.

De øvrige udgifter til Dankort-betalingssystemet er ligeledes blevet afholdt af
de til Dankort-systemet tilsluttede pengeinstitutter.

Efter det oplyste kan Dankort i pengeinstitutterne kun anvendes til gennemfø-
relse af hævetransaktioner. Pengeinstitutterne kan derfor ikke i lovens forstand
anses for betalingsmodtagere.

Da betalingskortlovens § 19, stk. 2 forbyder, at betalingskort indeholder
cpr.nr., har FO understreget over for pengeinstitutterne, at Dankort med cpr.nr.
må inddrages og eventuelt ombyttes med kort uden cpr.nr. Pengeinstitutterne har
udsendt meddelelse om, at alle Dankort med cpr.nr. og uden billede af kortinde-
haveren er ugyldige fra 1. juni 1986.

På baggrund af betalingskortlovens § 17, der forbyder ydelse af særrabat til be-
talingskortindehavere og princippet om frivillighed i valget af betalingsmåde i
lovens generalklausul i § 10, stk. 2, har FO grebet ind over for et pengeinstituts til-
bud om en kontant bonus ved brug af Dankortet.

Pengeinstituttet markedsførte en særlig konto med kredit på en måde som gav
indtryk af, at kreditten var betinget af, at der blev knyttet et Dankort til kontoen.

Endvidere blev kunden belønnet med 5 kr., hver gang kortet blev benyttet.

Efter FO's påtale heraf ophørte denne markedsføring.

FO har efterfølgende over for Danmarks Sparekasseforening og Den Danske Bankforening rejst spørgsmålet, om der findes særligt fordelagtige kontoformer, som alene er forbeholdt Dankort-indehavere.

Undersøgelsen heraf er endnu ikke tilendebragt.