

Forbrugerombudsmanden

BERETNING 1987

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bredgade 31, 1., 1260 København K

Tlf. 01 13 87 11

Tlf. henvendelse: 10 - 12 & 13 - 15

Telefax 01 93 96 98



Beretningen kan købes for kr. 50,- inkl. 22% moms i boghandelen

ISBN 87-503-7341-2

ISSN 0106-2328

Ha 48-6

JJ trykteknik a-s, København - 0072

Forside: *Per Arnoldi*

Indholdsfortegnelse

Forord	7
1. Statistiske oplysninger	9
1.1. Sagsstatistik	9
1.2. Budget og personale	10
1.3. Informationsvirksomhed	11
1.4. Udvalgsarbejde m.v.	11
2. Lov om markedsføring	13
2.1. Naturgasselskabernes markedsføring.	13
2.2. Aftale mellem X-fagforbund som forsikringstager og Y- forsikringsselskab som forsikringsgiver om gruppeulykkesforsikring	15
2.3. Begrænsning i salg til forbruger	16
2.4. Biografreklame – kønsdiskrimination	17
2.5. Brug af portrætbilleder i markedsføringen	18
Retningslinier for anvendelse af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn i markedsføringen	19
2.6. Alkoholreklamer	19
Retningslinier vedrørende reklame for øl, vin, spiritus og an- dre alkoholholdige drikkevarer (excl. produkter under 2,25 vægtprocent alkohol)	20
2.7. Diverse annonceringsformer inden for ejendomshandel	21
2.8. Ophørsudsalg	23
2.9. Markedsføringslovens § 3	24
2.10. Produktsikkerhed	24
2.11. Garanti	27
Retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår	27
2.12. Tilgift	30
2.13. Markedsføringslovens § 7	34
2.14. Lodtrækning og præmiekonkurrencer	35
2.15. Pengeinstitutters markedsføring	38
2.16. Verserende retssager	41
3. Lov om betalingskort	43
3.1. FO's betalingskortregister	43

3.2.	Kortudstedernes gebyr for 1987 til dækning af FO's administration af betalingskortloven	43
3.3.	Revision af betalingskortloven	44
3.4.	Favorisering af kortindehavere	45
3.5.	Kontooplysninger	45
3.6.	Ændringer i kontoaftaler	46
3.7.	Ydelse af rabat	47
3.8.	De internationale betalingskortselskaber	48
3.9.	Uberettiget brug af betalingskort – betalingskortlovens § 21 ..	51
3.10.	Kortudstederes ret til at give kreditoplysningsbureauer oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsforpligtelser	52
3.11.	Fremsendelse af betalingskort	53
4.	Kartoffelkuren	55
5.	Bilag	59
I	FO's skrivelse af 23. juli 1987 til eksterne rustbeskyttelsesfirmaer	61
II	FO's skrivelse af 23. juli 1987 til bilimportørerne	67
III	Lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987 om markedsføring	72
IV	Bekendtgørelse nr. 496 af 25. september 1981 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed	76
V	Rigsadvokatens meddelelse nr. 7/75 af 8. juli 1975 vedrørende sager om overtrædelse af lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring.	78
	Rigsadvokatens meddelelse nr. 2/82 af 16. februar 1982 vedrørende markedsføringssager	80
VI	Lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v.	81
VII	Redegørelse om omkostningsfordelingen efter betalingskortlovens § 20, stk. 1	87
VIII	Bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven	92
IX	Bekendtgørelse nr. 635 af 18. december 1984 om anmeldelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort	94

X	Forbrugerombudsmandens bekendtgørelse af 4. april 1986 om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister	95
XI	Forretningsorden for betalingskortudvalget	96
XII	Lov nr. 687 af 17. oktober 1986 om ændring af lov om køb på kredit.....	99
	Retningslinier for skolefotografering	(september 1976).... 101
	Retningslinier for annoncetegning ved telefonakkvisition.....	(februar 1977) 102
	Retningslinier for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende.....	(april 1977) 103
	Retningslinier for priseksemples inden for automobilforsikring.....	(januar 1978)..... 105
	Vejledende retningslinier om forståelsen af begrebet »vildledning« med hensyn til oprindelsesland ved salg af beklædningsgenstande.....	(november 1978) 106
	Vejledende retningslinier for markedsføring af tinvarer og tinlignende varer....	(marts 1979) 109
	Vejledende retningslinier for kontaktbureauers virksomhed.....	(juni 1979) 111
	Retningslinier for salg af kemisæt til børn	(juli 1979) 113
	Vejledende retningslinier for annoncering med køb af ædle metaller	(marts 1981)..... 114
	Prisreklame.....	(juli 1983) 115
	Vejledende retningslinier for markedsføring af UV-bestrålingsapparater (UV-sole og -solarier)	(marts 1984) 117
	Retningslinier for markedsføring af selskabsrejser	(januar 1986)..... 120

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

Forord

Beretningsåret 1987 har været præget af et stigende antal henvendelser, især fra erhvervsdrivende og erhvervsorganisationer. Der har endvidere været en fortsat stigning i antallet af sager, som jeg har taget op på eget initiativ.

Under de gældende, skærpede, konkurrencevilkår er det ikke ganske uventet, at der er behov for at bistå erhvervslivet i de indbyrdes uoverensstemmelser om forståelse af markedsføringsloven. Der har således været en tendens – inden for specielle brancher – til at se stort på markedsføringsloven og f. eks. kreditkøbsloven som genvej til at opnå konkurrencefordele. Det har derfor været nødvendigt for mig at igangsætte ofte arbejdskrævende initiativer for at få bragt disse overtrædelser til ophør. Forhandlingsvejen er fortsat det middel, hvormed jeg søger at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med markedsføringsloven.

I almindelighed er der forståelse herfor og vilje til at rette sig herefter, hvorfor yderligere tiltag fra min side normalt ikke er påkrævet. Ved gentagne overtrædelser af loven må jeg derimod overveje at rejse tiltale ved domstolene, og det må efter min opfattelse som hovedregel ske, såfremt væsentlige forbrugerinteresser også er involveret.

Jeg har imidlertid hidtil indtaget det standpunkt, at vedrører spørgsmålet om tilsidesættelse af markedsføringsloven fortrinsvis erhvervsdrivende indbyrdes, vil det typisk ikke føre til tiltalerejsning på min foranledning, såfremt forhandlingerne måtte ende uden resultat. Jeg henviser her de implicerede til selv at søge sagen løst ved at indbringe den for domstolene. Jeg er nødsaget til at prioritere tilsynet i overensstemmelse med § 2, stk. 1 i Industriministeriets bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed. I modsat fald må andre initiativer udskydes, ligesom jeg ikke kan sikre en rimelig sagsbehandlingstid for min samlede tilsynsvirksomhed.

Under omtalen af udvalgte sagsområder under markedsføringsloven er bl.a. peget på det fortsat store antal overtrædelser af §§ 6 og 8 om henholdsvis ulovlig tilgift og forbud mod fordeling af gevinster ved lodtrækning m.v. Omtalen i beretningen afspejler ikke den ganske betydelige arbejdsindsats, som det kræver for at søge disse specialforbud håndhævet.

Under omtalen af loven om betalingskort er nævnt forhandlingerne med de internationale kortselskaber om rammerne for gebyrstrukturen, og det er endvidere omtalt, at revisionen af loven er udskudt til folketingsåret 1990/91. I øvrigt er en række udvalgte sagsområder og enkeltsager omtalt.

Endelig omtaler jeg kort det fortsatte arbejde med 'kartoffelkuren'. Der har i beretningsåret været en omfattende markedsføring i strid med markedsføringsloven og kreditkøbsloven.

Frede Christensen

1. Statistiske oplysninger m.v.

1.1. Sagsstatistik

1. januar 1987 – 31. december 1987:

A. Sager optaget til behandling:

Efter henvendelse fra:	Nye sager:	Yderligere henvendelser i verserende sager:
Privatpersoner	660	31
Forbrugergrupper	77	3
Forbrugerorganisationer	19	
Interesseorganisationer	42	
Erhvervsdrivende	498	33
Erhvervsorganisationer	104	7
Offentlige myndigheder	68	3
Anonyme	18	1
FO's eget initiativ	163	19
I alt	1.649	97

Afsluttede sager:

Afsluttet efter forhandling, orientering om markedføringsloven, betalingskortloven eller i øvrigt afsluttet uden iværksættelse af retsskridt	1.160
Afsluttet ved domstolsbehandling eller ved udenretlig bødevedtagelse*)	18
Oversendt til anden myndighed	138
Afvist	84
I alt	1.400

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

B. FO's betalingskortregister:

Registrerede betalingssystemer pr. 31.12.1986	67
Registrerede betalingssystemer i 1987	4

Registrerede ændringer i 1987	75
Registrerede ophør i 1987	8
Registrerede betalingssystemer pr. 31.12.1987	63

C. Notifikationssystemerne:

I alt er via de under EF, OECD og NEK etablerede notifikationssystemer modtaget 84 notifikationer, som fordeler sig på følgende kategorier:

Farlige produkter (forbud)	57
Produktsikkerhedsbestemmelser	10
Forskning m.m.	17

Danmark har i beretningsperioden afsendt 1 notifikation til EF-Kommissionen i kategorien »farlige produkter«.

De 84 notifikationer er ekspederet således:

Optaget til behandling hos FO i medfør af markedsføringsloven.	36
Oversendt til speciallovmyndigheder til orientering/eller videre foranstaltning	48

D. øvrige sager: 291

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

1.2. Budget og personale

Budget – 1. januar 1987 – 31. december 1987:

(Finanslov + tillægsbevillingslov)

Driftsudgifter:kr. 8.586.000

Indtægter:

Gebyrer i henhold til betalingskortlovenkr. 3.622.000

Salg af publikationerkr. 9.000

Medarbejdere pr. 31. december 1987:

Forbrugerombudsmand, cand.jur. Frede Christensen

Kontorchef, cand.jur. Ole Brocks

Kontorchef, cand.jur. Susanne Kortsen

Fuldmægtig, cand.jur. Elisabeth Brinch

Fuldmægtig, cand.jur. Lise Brusendorff

Fuldmægtig, cand.jur. Hanne Eklund, deltid

Fuldmægtig, cand.jur. Helle Röd Eriksen
Fuldmægtig, cand.jur. Søren Iversen
Fuldmægtig, cand.jur. Lone Wulff Jensen
Fuldmægtig, cand.jur. Asbjørn Kolpen
Fuldmægtig, cand.jur. Tone Mjøen
Fuldmægtig, cand.jur. Anne Zerman Nielsen
Fuldmægtig, cand.jur. Henning Rasmussen
Fuldmægtig, cand.jur. Hanne Saucant
Fuldmægtig, cand.jur. Trine Krohn Schaldemose
Fuldmægtig, cand.jur. Birgitte Wested, deltid
Overassistent Birte Hansen
Overassistent Anna Jacobsen
Overassistent Anna Madsen
Assistent Annette Bo, deltid
Assistent Sonja Bruun, deltid
Assistent Lisbeth Jansen
Assistent Grete Jensen
Assistent Lillian Knudsen, deltid
Assistent Hanne Larsen, deltid
Assistent Jørgen Kegel Larsen
Assistent Jan Ole Nielsen, deltid
Assistent Gitte Albrecht Pedersen, deltid
Kontorbetjent Jens Wellejus
Elev Gitte Pedersen

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.

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 i det rådgivende udvalg nedsat i henhold til rådsbeslutning om et informationssystem vedrørende farlige produkter, samt i OECD's arbejdsgruppe vedrørende produktsikkerhed og arbejdsgruppen vedrørende »Consumers and Banking«.

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.

Den af FO nedsatte arbejdsgruppe vedrørende pengeinstitutters standardvilkår over for forbrugere har endvidere fortsat sit arbejde.

FO har deltaget i arbejdet med at tilvejebringe grundlag for etablering af en ny struktur for Industriministeriet, herunder etablering af en forbrugerstyrelse. Aktiviteter af denne type er meget tidskrævende og har da også lagt beslag på væsentlige ressourcer i FO's sekretariat.

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

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. Naturgasselskabernes markedsføring

FO har i den forløbne beretningsperiode fortsat fulgt markedsføringen på energiområdet med skærpet opmærksomhed.

På denne baggrund har FO optaget en række konkrete sager med henblik på en nærmere vurdering i medfør af markedsføringsloven.

1. I FO's beretning for 1986 var omtalt en sag vedrørende Naturgasselskabernes annoncering under overskriften »Naturgas eller sur regn? Frit valg! Vi har drillet naturen så meget, at regnen er blevet sur, og nu får vi alt vores svovl og sod tilbage i hovedet. Naturgassen er med til at rette op på balancen, hver gang den erstatter olie«, samt »Rigtige snemænd går ind for naturgas. Flere og flere stopper oliefyret og tilslutter sig naturgassen. Det er der mange snemænd, der bliver glade for. Så slipper de for at være grå og triste på grund af svovl og sod«, og »naturgas forurener ikke«.

Ved 1986-periodens udløb var sagen endnu ikke afsluttet, men i løbet af 1986 havde FO til brug for sagens behandling bl.a. indhentet en udtalelse fra Miljøstyrelsens Energikontor, der udtalte, at påstanden »naturgas forurener ikke« efter Miljøstyrelsens opfattelse ikke kunne anses for korrekt, idet naturgas bl.a. bidrager til forurening ved udslip af kvælstofoxider (NO_x).

På denne baggrund udtalte FO, at udsagnet måtte anses for at være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, og naturgasselskaberne bekræftede at ville ophøre med at anvende udsagnet.

2. Et naturgasselskab annoncerede under overskriften således: »Nu skal der nyt vand i Bagsværd Sø«. Endvidere var det i annoncen anført »Alle taler om regnen. Her i Gladsaxe gør vi noget ved det« samt »det betyder, at vi sammen med 3.500 private brugere af naturgas skåner miljøet for mere end 100.000 liter svovlsyre – plus en masse sod og skidt. Hvert år. Derfor bliver det ikke mere så surt, når det regner i Gladsaxe. Og alle vores søer og vandløb får renere vand«. Og endvidere »Og alene vores fyr formindsker syreregnen med 20 liter. Hvert år«.

Med henblik på en vurdering af annoncen anmodede FO Energiministeriet og Miljøministeriet (Miljøstyrelsen) om en udtalelse, herunder om de omhandlede udtalelser og påstande om virkningerne ved brug af naturgas vil kunne dokumenteres.

Energiministeriet udtalte bl.a., at anvendelsen af naturgas i stedet for gasolie i et parcelhus med et relativt stort gasolieforbrug meget vel kunne reducere udledningen af svovlsyre med de i annoncen oplyste 20 liter om året, samt at Energiministeriet ikke kunne anfægte naturgasselskabernes vurdering, at svovlsyreemissionen reduceres med mere end 100.000 liter i Gladsaxe Kommune.

Miljøstyrelsens udtalelse konkluderede, at styrelsen ikke fandt, at der forekom urigtige oplysninger i naturgasselskabets annonce.

På denne baggrund fandt FO ikke anledning til at foretage yderligere og afsluttede sagen.

3. I en række tilfælde havde et naturgasselskab udsendt reklamebreve adresseret »til ejeren« og med modtagerens adresse. I brevet var anført: »Går Deres oliefyr i stå, sørger X-gasselskab for hurtig nødhjælp fra et servicefirma. Og er fyret brudt helt sammen, låner vi Dem gerne udstyr til at holde varmen. Beslutter De Dem herefter for at skifte til naturgas inden 8 dage, koster nødhjælpen Dem ikke noget. Ønsker De længere betænkningstid, betaler De blot den normale takst for udkald og eventuel reparation – men får pengene refunderet, hvis De inden 3 måneder beslutter Dem for at skifte til naturgas«.

FO fandt, at der forelå en overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, om ulovlig tilgift og påtalte dette over for selskabet.

Selskabet bekræftede herefter, at »den omhandlede markedsføring« var indstillet med øjeblikkelig virkning.

Imidlertid viste det sig, at selskabet alene havde indstillet reklameringen, idet selskabet fortsat agtede at indgå de omhandlede kontrakter, da begrebet »markedsføring« efter selskabets opfattelse naturligt kunne opfattes som ensbetydende med begrebet »reklamering«.

FO tilkendegav heroverfor, at markedsføring i markedsføringslovens forstand omfatter enhver handling foretaget i erhvervsøjemed. Markedsføring i strid med lovens § 6, stk. 1, om ulovlig tilgift omfatter såvel ydelse af tilgift, jfr. § 6, stk. 1, 1. punktum som reklamering hermed, jfr. § 6, stk. 1, 2. punktum.

Selskabet bekræftede herefter, at den omhandlede markedsføringskampagne, som omfattede både ydelse af og reklamering med ulovlig tilgift, var indstillet. På denne baggrund fandt FO ikke anledning til at foretage yderligere i sagen.

2.2. Aftale mellem X-fagforbund som forsikringstager og Y-forsikringsselskab som forsikringsgiver om gruppeulykkesforsikring

FO modtog en række klager fra medlemmer af X-fagforbund over den fremgangsmåde, forbundet havde anvendt i forbindelse med tegning af gruppeulykkesforsikring i forsikringsselskabet Y.

Ifølge det oplyste var X-forbundets beslutning om tegning af gruppeulykkesforsikring taget i overensstemmelse med forbundets interne regler.

Ved brev udsendt til samtlige medlemmer meddelte X-forbundet, at medlemmet automatisk var omfattet af en heltids ulykkesforsikring pr. en nærmere angiven dato, medmindre medlemmet valgte at sige nej ved at indsende en medfølgende frankeret svarkupon.

Af en vedlagt brochure fremgik, at medlemmet var dækket med 200.000 kr. ved dødsfald og 400.000 kr. ved invaliditet. Forsikringspræmien på 13,50 kr. om måneden ville blive opkrævet sammen med medlemmets fagforeningskontingent.

De nøjagtige forsikringsbetingelser fremgik af medlemsbladet.

Samtidig med at FO modtog klager fra X-forbundets medlemmer, forelagde Forsikringstilsynet spørgsmålet om lovligheden af den anvendte fremgangsmåde for Forsikringsrådet.

Rådet lagde i sin behandling af sagen vægt på Højesteretsdom af 8. maj 1973 (UFR 1973/487 H) om retsforholdet mellem en faglig organisation og dens medlemmer. Ved dommen blev det statueret, at en faglig organisation kunne fastholde et medlem ved en obligatorisk gruppelivsforsikring, som vedkommende medlem havde stemt imod, og hvor der ikke var nogen udtrædelsesmulighed.

Højesteret lagde især vægt på følgende:

1. Der var tale om en forsikringsordning, hvis formål var at sikre medlemmernes efterladte i tilfælde af død.
2. Ved at gøre ordningen obligatorisk for medlemsgruppen kunne der opnås betydelige økonomiske fordele.

3. Præmierne var beskedne.

4. Der var tale om en summaforsikring på personforsikringsområdet. Det betød, at der ikke kunne blive tale om dobbeltforsikring, idet et medlem med to livsforsikringer kunne få udbetalt dem begge fuldt ud.

Den gruppeulykkesforsikring, som Y-selskab og X-forbund har indgået aftale om, falder ikke i henseende til noget af de nævnte 4 punkter uden for, hvad Højesteret lagde vægt på i 1973. Da der ikke er nyere lovgivning eller retspraksis på området, lagde Forsikringsrådet til grund, at retsstillingen i dag er som i 1973.

Herefter udtalte Forsikringsrådet, at den mellem selskabet og forbundet indgåede gruppeulykkesforsikringsaftale ikke er i strid med lov om forsikringsvirksomhed.

Samtidig understregede Forsikringsrådet, at rådets stillingtagen til den konkrete aftale mellem selskabet og forbundet ikke betyder, at rådet i almindelighed har godkendt forsikringstegning, hvorved der etableres forsikringsdækning for personer, der ikke selv har anmodet herom.

På grundlag af Forsikringsrådets afgørelse, fandt FO ikke anledning til i medfør af markedsføringslovens bestemmelser at skride ind over for den af selskabet anvendte fremgangsmåde.

Spørgsmålet, om det enkelte medlem af forbundet er bundet af den pågældende aftale og dermed forpligtet til at betale præmien, hører under domstolens afgørelse og er ikke omfattet af markedsføringslovens bestemmelser.

2.3. Begrænsning i salg til forbruger

I beretningsåret blev der af Det Danske Handelskammer til Folketingets Erhvervsudvalg fremsendt forslag til ændring af markedsføringsloven.

Forslaget, der skulle modvirke salg til under indkøbspris var formuleret således:

»Ved salg, udbud eller annoncering af varer som specialtilbud må tilbuddet ikke begrænses hverken mængdemæssigt pr. aftager eller til kun at omfatte særlige aftagere.

Disse begrænsninger er ikke gældende, hvis salget, udbudet eller annonceringen udelukkende er rettet mod aftagere, der anvender varerne i deres erhvervsmæssige virke«.

Til brug for ministerens besvarelse over for Erhvervsudvalget udtalte FO, at der siden markedsføringslovens ikrafttræden den 1. maj 1975 er modtaget adskillige forespørgsler, om en forretning i en annonce eller ved et opslag i butikken er berettiget til at meddele, at man *kun sælger et begrænset antal* eller mængde af en bestemt vare til hver kunde.

Disse henvendelser er blevet besvaret med, at det ikke er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik eller med andre bestemmelser i loven at meddele, at de enkelte kunder kun har adgang til at købe en vis mængde af en eller flere bestemte varer.

Som begrundelse for dette standpunkt har FO for det første anført, at det må stå den enkelte erhvervsdrivende frit for at bestemme, hvor meget han vil sælge til sine kunder, men at det som regel må være en forudsætning, at begrænsningen er klart tilkendegivet ved annoncering eller skiltning.

Dernæst har FO fremhævet, at den erhvervsdrivendes interesse i at begrænse salget kan ligge i, at han ønsker, at et særlig favorabelt tilbud skal stå åbent for så stor en del af kundekredsen som muligt, således at f.eks. kunder, der på grund af deres arbejde først kan købe ind sent på dagen, skal kunne benytte sig af tilbudet.

Endvidere er det FO's opfattelse, at en begrænsning i det antal eksemplarer af den udbudte vare, som hver forbruger kan købe, udtrykkeligt må oplyses, såfremt det kan forventes, at en sådan begrænsning vil få betydning for almindelige forbrugere.

I tilslutning hertil kan det oplyses, at FO tidligere har givet udtryk for, at det ikke kan anses for at være i strid med god markedsføringsskik, såfremt en forretning uden at have annonceret eller skiltet med begrænset antal pr. kunde, nægter at sælge en vare i et antal, der ligger ud over, hvad forbrugere i almindelighed kan forventes at ville købe til eget brug.

Efter FO's opfattelse vil det heller ikke være i strid med god markedsføringsskik at nægte tilbagevendende kunder, som forretningen ved har købt den samme vare, at købe mere end de begrænsninger, forretningen har sat i overensstemmelse med det anførte.

2.4. Biografreklame – kønsdiskrimination

FO modtog i efteråret 1987 en klage fra et reklamebureau over en biografreklame, som bureauet fandt var kønsdiskriminerende.

FO anmodede derfor om at få forevist filmen hos det reklamefilmselskab, der distribuerede den pågældende reklamefilm.

Filmen viste i romantiske, slørede billeder en malkende pige i et landligt miljø og en stemme fortalte om mælkechokolade. Til sidst i filmen focuserer kameraet på en mælkespand fyldt med chokolade, som pigen holder under armen og ind mod brystet og stemmen tilføjer ordene »... med nødder«.

FO fandt ikke, at den malkende pige var anvendt som et blikfang ganske uden naturlig sammenhæng med produktet, ligesom han ikke fandt, at hun var fremstillet som et kønsobjekt, der er sidestillet med en vare eller genstand på en måde, der er tilstrækkelig grov til at forholdet var omfattet af markedsføringsloven.

FO lagde i sin bedømmelse af sagen til grund, at associationen fra nødder til bryster for så vidt var tilsigtet, men det var efter FO's opfattelse også klart, at filmen spillede på det humoristiske og overraskelsesmomentet i associationen.

FO skred derfor ikke ind over for den konkrete sag, men oplyste til det reklamebureau, der havde indklaget sagen, at opmærksomheden fremover ville være rettet mod den udvikling, der sker – særligt inden for biografreklame.

2.5. Brug af portrætbilleder i markedsføringen

Et forlag indrykkede i forbindelse med udgivelsen af et humoristisk årshæfte en række annoncer, hvor der var anvendt portrætbilleder af kendte personer, herunder Hendes Majestæt Dronningen og statsminister Poul Schlüter.

Samtidig var teksten i annoncerne formuleret som en personlig anprisning fra de afbildede af det pågældende årshæfte.

På forespørgsel blev det over for FO oplyst, at hverken Hendes Majestæt Dronningen eller statsminister Poul Schlüter havde givet tilladelse til benyttelsen af portrætbilleder og tekst.

Det var derfor FO's opfattelse, at den pågældende markedsføring var i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1 samt Internationalt Kodeks for Reklamepraksis, artikel 8.

Forlaget meddelte herefter FO, at annonceringen var standset, og at den ikke ville blive gentaget.

Foranlediget af bl.a. denne sag fandt FO, at der var behov for at præcisere, hvilke synspunkter der efter FO's opfattelse bør lægges til grund ved brug af portrætbilleder m.v. i markedsføringen.

FO meddelte herefter over for branchen, at følgende retningslinier vil indgå ved FO's vurdering efter markedsføringsloven i sager vedrørende anvendelse af portrætbilleder m.v.

Retningslinier for anvendelse af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn i markedsføringen.

På given foranledning har jeg udarbejdet nedenstående vejledende retningslinier for anvendelse af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn i markedsføringen:

1. Anvendelse af portrætbilleder af personer, det være sig i disses private eller offentlige egenskaber, må ikke finde sted i reklamer uden forudgående tilladelse fra de afbildede personer.

Dette gælder reklame af enhver art, herunder i dagblade, ugeblade o.lign. samt i andre medier.

Det vil dog være tilladt i reklamer for dagblade, ugeblade o.lign. samt i andre medier at bringe portrætbilleder af personer, omtalt i det redaktionelle indhold *såfremt* de afbildede personer har givet tilladelse til, at det redaktionelle indhold ledsages af portrætbilleder.

2. Der må ikke uden forudgående tilladelse fra de pågældende personer afbildes eller refereres til personlige kendetegn, herunder navne, på en måde, der er egnet til at give indtryk af en personlig anbefaling.
3. Portrætbilleder af offentlige eller private personer, eller personlige kendetegn på disse personer må ikke anvendes i præmiekonkurrencer eller lignende, på emballage og på varer, herunder gaveartikler uden forudgående tilladelse fra de pågældende personer.
4. Såfremt der anvendes portrætbilleder af eller refereres til personlige kendetegn på en person, der er mindreårig eller umyndiggjort, skal der indhentes samtykke til anvendelsen hos den pågældende persons værge.

2.6. Alkoholreklamer

I den foregående årsberetning omtaltes forhandlingerne mellem øl-, vin- og spiritusbranchen og FO med henblik på at skærpe de eksisterende regler for reklamering for alkoholholdige drikke. De hidtil gældende regler har foreligget i form af en brancheaftale, som primært er blevet håndhævet af branchesammenslutningerne.

Efter afholdelse af en række møder i foråret 1987 er de hidtil gældende regler blevet afløst af nedenstående regelsæt, der er trådt i kraft den 1. januar 1988:

Retningslinier vedrørende reklame for øl, vin, spiritus og andre alkoholholdige drikkevarer (excl. produkter under 2,25 vægtprocent alkohol)

1. Område:

De nedenfor anførte regler gælder for reklame for øl, vin, spiritus og andre alkoholholdige drikkevarer med 2,25 vægtprocent alkohol og derover.

2. Definition:

Ved reklame forstås i denne forbindelse enhver salgsfremmende aktivitet i form af annoncering, tryksager, plakater, billeder, emballage, film, lysbilleder, video, butiksreklame, reklame i restauranter, uddeling af vareprøver og reklamegenstande samt sponsoring.

3. Grundregel:

Ved reklame for omhandlede produkter skal generelt udvises særlig agtpågivenhed med hensyn til valg af såvel reklamemiddel som reklamens indhold og udformning. Reklamen må ikke – direkte eller indirekte – fremtræde eller virke påtrængende eller provokerende i tekst/sprog eller billedvalg, jfr. nedenfor.

4. Reklamens form og indhold:

Reklame må *ikke* finde sted

1. i skoler, i offentlige institutioner (forstået som offentlige kontorer), på sygehuse, på højere læreanstalter og på arbejdspladser, rettet mod arbejdspladsens ansatte (dog undtaget salgs- eller udskænkingssteder),
2. ved annoncering på de sider i dagbladene – herunder søndags- og weekendudgaver, lokalbladene eller distriktsbladene – som specielt er viet til stof vedrørende sport og ungdom, og generelt må annoncer i omfang ikke overstige, hvad der svarer til en helside,
3. ved annoncering i publikationer, som særlig henvender sig til børn og unge, herunder sports- og idrætstidsskrifter.

Produktreklame må derudover *ikke*

- a) anvende gengivelse af personer, der er under 25 år,
- b) fremtræde som særlig henvendt til de unge aldersgrupper,

- c) anvende eller gengive personer – virkelige eller fiktive, navngivne eller genkendelige – der gennem deres præstationer, erhverv eller lignende fremstår som idoler specielt for ungdommen,
- d) anvende eller gengive personer, der fremtræder som læger, tandlæger, sygeplejersker, jordemødre eller som tilhørende andre personalekategorier inden for syge-, sundheds- eller socialsektoren,
- e) illustrere eller omtale succes som begrundet med alkoholindtagelse,
- f) anvende produktnavne for alkoholholdige produkter på sportsbeklædning,
- g) anvende billeder af flasker eller anden form for emballage til alkoholholdige produkter som reklame for bestemte mærkevarer på sportsbeklædning,
- h) illustrere eller omtale, at alkohol er sundt eller uden risiko,
- i) opfordre til alkoholnydelse i forbindelse med kørsel med motordrevet køretøj eller på arbejdspladser,
- j) præsentere eller omtale alkohol som et middel til lindring eller overvindelse af sociale eller psykiske problemer,
- k) særlig fremhæve et større, stort eller stærkt indhold af alkohol.

5. Ikrafttræden:

Foranstående retningslinier træder i kraft den 1.1.1988 og erstatter de hidtil gældende regler.

Som eksempel på behandlingen af en enkeltsag inden for området kan nævnes en biografreklamefilm for en bestemt øltype, der blev indklaget for FO af en konkurrent.

Efter gennemsyn af den pågældende film måtte FO konstatere, at reklamefilmen på flere punkter var i strid med de regler, der gjaldt før 1. januar 1988, og biografreklamen blev standset. – Senere har FO fået forevist en ny reklamefilm for produktet, og denne fandt FO var i overensstemmelse med retningslinierne.

2.7. Diverse annonceringsformer inden for ejendomshandel

Inden for ejendomsmægler/handlerbranchen har FO i årets løb modtaget diverse klager omhandlende annoncering i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

1. En af disse var en klage over et ejendomskontors annoncering med overskriften »De får 2.000 kr. rabat i salæret, hvis vi ikke har solgt Deres ejendom i løbet af max. 8 uger«.

FO tilskrev efter gennemgang af sagen ejendomsfirmaet med bemærkning om, at det ikke af annonceteksten fremgik, hvorledes ejendomsfirmaets sædvanlige honorar blev beregnet. Det var derfor ikke muligt for den almindelige forbruger umiddelbart at vurdere værdien af den oplyste rabat, ligesom det ikke var muligt at sammenholde firmaets honorarfastsættelse med honorarfastsættelse i almindelighed for tilsvarende ydelser.

Annoncen måtte derfor opfattes som urimeligt mangelfuld, og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, der lyder:

»Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser«.

Dette blev meddelt ejendomsfirmaet.

Efter forhandling med firmaet indrettede sidstnævnte sin annoncering således, at det af annonceteksten fremgik, dels hvad salærprocentsatsen var for villaer og rækkehuse, samt for ejerlejligheder, dels at salæret blev beregnet af salgsprisen og endelig, at salæret blev tillagt omkostninger til annoncer, attester, kørsel og moms.

2. I en anden sag vedrørende annoncering med salærberegning annoncerede en mægler under overskriften »Ved henvendelse til os vedrørende et salg af Deres villa eller lejlighed inden den 15. juli yder vi Dem 2.500 kr. i rabat på vort salær«.

Også her fandt FO, at annoncen måtte anses for at være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet det ikke af annonceteksten fremgik, hvorledes mæglerens sædvanlige honorar blev beregnet. Det var derfor ikke muligt for den almindelige forbruger umiddelbart at vurdere værdien af den oplyste rabat, ligesom det ikke var muligt at sammenholde mæglerens honorarfastsættelse i almindelighed for tilsvarende ydelser.

På denne baggrund anmodede FO mægleren om fremover at undlade at foretage tilsvarende annoncering.

3. Et mæglerfirma annoncerede i slutningen af året med en overskrift med følgende udsagn: »Vi garanterer salg senest skuddagen 1988 – salgsgaranti«. Ved en umiddelbar gennemgang af annoncen fik læseren det indtryk, at der var tale om en egentlig garanti for, at salg under alle omstæn-

digheder fandt sted. Dette var imidlertid ikke tilfældet, idet det i annonceteksten selvmodsigende blev oplyst, at der på den ene side blev givet salgsgaranti, mens forbrugeren på den anden side ikke skulle betale arbejdsvederlag i henhold til ejendomsbekendtgørelsen, hvis ejendommen ikke blev solgt inden skuddag 1988.

FO fandt denne form for annoncering urigtig, vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Endvidere fandt FO det i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1 at reklamere med og tilbyde en egentlig salgsgaranti ved formidling af salg af fast ejendom, idet der herved skete en sammenblanding af ejendomsformidlerens egne økonomiske interesser og dennes forpligtelse til at yde forbrugeren sagkyndig og uvildig rådgivning om salgspris og betingelser m.v.

FO anmodede mæglerfirmaet om bekræftelse på, at man straks ophørte med at tilbyde den i annoncen nævnte »salgsgaranti«, men havde ved beretningsperiodens udløb endnu ikke modtaget denne.

2.8. Ophørsudsalg

FO har modtaget en del henvendelser om et selskab, der afholder ophørsudsalg for detailforretninger rundt om i landet.

De pågældende henvendelser er blevet besvaret med, at FO ikke har bemærkninger i medfør af markedsføringsloven til, at det pågældende selskab forestår afholdelse af ophørsudsalg i forskellige detailforretninger. FO lagde i denne forbindelse vægt på, at der i annoncerne var givet tydelig oplysning om det nævnte forhold, ligesom ophørsudsalget rent faktisk fandt sted i de pågældende forretnings lokaler.

Selv om tilførsel af nye varer til et forestående eller igangværende ophørsudsalg som udgangspunkt er i strid med § 2, stk. 3, jfr. stk. 1 i markedsføringsloven, var der imidlertid det særlige i det foreliggende tilfælde, at der i annoncerne udtrykkeligt var gjort opmærksom på, at der blev tilført varer til ophørsudsalget, og at disse varer hidrørte fra andre ophørte forretninger. Endelig var det i annoncerne anført, at varerne blev holdt adskilt fra den ophørende forretnings normale varesortiment.

Endelig udtalte FO, at sagen efter hans opfattelse i første række vedrørte spørgsmålet om konkurrencen mellem de erhvervsdrivende indbyrdes som måtte blive berørt af selskabets markedsføringstiltag, mens forbrugerhensyn kun i ringe grad var involveret.

2.9. Markedsføringslovens § 3

FO har modtaget adskillige henvendelser, om brugsanvisninger og lignende kan kræves affattet på dansk.

FO har tidligere givet udtryk for den opfattelse, at i alle tilfælde, hvor en advarsel, brugsanvisning, brugsvejledning eller lignende må anses for påkrævet og hvor salg sker til almindelige forbrugere, skal den være affattet på dansk eller på et sprog, der kun på ubetydelig måde adskiller sig fra dansk.

Det stigende antal henvendelser fra forbrugerne har vist, at der er et betydeligt behov for at skærpe sælgerens oplysningspligt over for køberen i forbindelse med sådanne erklæringer.

FO har derfor givet udtryk for, at i de tilfælde, hvor salg sker til almindelige forbrugere, skal en advarsel, brugsanvisning, brugsvejledning, varedeklaration eller lignende være affattet på dansk.

2.10. Produktsikkerhed

1. Notifikationer

I de foregående årsberetninger fra 1984, 1985 og 1986 er der gjort udførligt rede for såvel den nationale som den internationale side af administrationen af EF-, OECD- samt NEK-notifikationssystemerne.

I nærværende beretning vil der blive bragt en oversigt over, hvilke produktområder de indkomne notifikationer har vedrørt i 1987.

Som det vil fremgå af beretningens statistikafsnit har FO i 1987 modtaget i alt 84 notifikationer.

Kategoriseringen i nedennævnte produktområder er foretaget fortløbende og indeholder, da ordningen er nyligt indført, visse unøjagtigheder. Oversigten kan endvidere indeholde »gengangere«, idet samme notifikation i visse tilfælde fremsendes gennem flere systemer. Oversigten giver imidlertid et godt billede af de områder, hvor sikkerhedsrisici særligt forekommer eller særligt er i søgelyset.

Oversigt over modtagne notifikationer, fordelt på emneområder:

Brugsting/Møbler	13
El/Gas-installationer	20
Husholdning/Arbejdsredskaber	4

Kosmetik	5
Legetøj	18
Småbørnsudstyr	7
Sport/Transport	4
Tekstiler	2
Våben	2
Forskning	3
Standarder m.v.	2
Diverse	4

2. Eksempler på behandlede sager

Der er i 1987 oprettet og undersøgt i alt 58 sager om produktsikkerhed. Heraf stammer de 36 fra indkomne notifikationer, der ikke henhører under andre danske produktsikkerhedsmyndigheder og derfor undersøges af FO i medfør af markedsføringsloven.

Som tilfældet har været andre år har der i de fleste tilfælde efter en indledende undersøgelse enten ikke været grundlag for en videre forfølgning af problemerne, eller de omhandlede produkter (ifølge notifikationer) har ikke været markedsført herhjemme.

Bristede livliner

Foranlediget af hændelsen i Middelhavet, hvor to danske sejlere druknede på grund af bristede livliner, indkaldte FO en række myndigheder og organisationer til en drøftelse af problemet vedrørende dels de konkret anvendte livliner, dels livliner i almindelighed.

Mødet resulterede i en tilkendegivelse fra Søsportens Brancheforening om, at man i fremtiden vil arbejde på, at der så vidt muligt kun markedsføres godkendte livliner i Danmark.

På mødet deltog foruden Søsportens Brancheforening også Søsportens Sikkerhedsråd, Dansk Varefakta Nævn og Statens Skibstilsyn.

Det omhandlede møde gav anledning til afholdelse af endnu et par møder om sikkerhedsudstyr i almindelighed.

Der viste sig under drøftelserne et behov for, at en arbejdsgruppe bestående af repræsentanter for de tilstedeværende myndigheder og organisationer gennemgår de enkelte grupper af sikkerhedsudstyr med henblik på at finde frem til specifikationskrav som grundlag for en varefaktaordning eller godkendelse på andet grundlag. Med basis i sådanne ordninger vil der herefter

være mulighed for en forøget indsats fra de pågældende myndigheder og organisationers side for oplysnings- og markedsføringsmæssigt at styrke fritidssejlerens sikkerhedsmæssige situation.

FO har derfor med støtte fra de øvrige mødedeltagere henstillet til Søfartsstyrelsen, at der i denne styrelses regi nedsættes en sådan arbejdsgruppe.

Sammenklappet barnevogn

I august 1987 blev der i dagspressen omtalt en ulykke, hvor et 15 måneder gammelt barn omkom, da en barnevogn klappede sammen. Den sikkerhedsanordning, der skulle forhindre, at barnevognen klappede sammen, virkede ikke efter hensigten.

FO tog samme dag kontakt til importøren af barnevognen med henblik på at sikre, at vognen omgående blev trukket tilbage fra markedet. – Det viste sig, at firmaet på eget initiativ havde standset salget af det pågældende barnevognsmærke og havde udsendt advarsel om produktet via lokal TV og -radio. Endvidere havde firmaet anmodet Jysk Teknologisk Institut om at vurdere sagen specielt med henblik på at udarbejde et forslag til ændret og forbedret sikkerhedslås på barnevognen. Efter dette var sket, tilbød firmaet, at alle, der havde købt en barnevogn af det aktuelle mærke, vederlagsfrit kunne få monteret den nye sikkerhedslås hos forhandleren. Endvidere fik man den tyske stelproducent til at montere sikkerhedslåsen i forbindelse med fremstillingen af stellet. – Endelig bør det nævnes, at undersøgelsen hos Jysk Teknologisk Institut konkluderede, at låsemekanismen på ulykkesbarnevognen var beskadiget forud for ulykken af en udefra kommende årsag.

På den baggrund meddelte FO firmaet, at der ikke fra hans side var anledning til at foretage yderligere i den konkrete sag. FO følger dog løbende det arbejde, der i anledning af ulykken blev påbegyndt med henblik på at udarbejde en dansk standard for barnevogne.

Rutschebane til sengesystem

Gennem EF-notifikationssystemet blev FO gjort bekendt med, at en rutschebane til et dansk sengesystem (med seng i etagesengs højde) ikke opfyldte de tyske DIN-normer. Rutschebanen var ikke tilstrækkeligt beskyttet i siderne foroven, således at der var risiko for at glide ud over kanten. På baggrund af sagen konstruerede fabrikanten en ny rutschebane, der opnåede godkendelse i henhold til de tyske normer. Fabrikanten udskiftede herefter alle solgte rutschebaner, også til de sengesystemer, der var solgt i Danmark.

2.11. Garanti

Efter forhandling med erhvervslivets og forbrugernes organisationer har FO i 1987 udarbejdet følgende nye retningslinier for garanti på varer og tjenesteydelser:

Retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår

Efter forhandling med Dansk Organisation af Detailhandelskæder, Butikshandelens Fællesråd, Det Danske Handelskammer, Industrirådet, Landsforeningen Loyal Handel, Statens Husholdningsråd, Forbrugerklagenævnet og Forbrugerrådet har jeg udarbejdet nedenstående retningslinier. Ved udarbejdelsen af retningslinierne har jeg tillige lagt vægt på en under NEK (Nordisk Ministerråds Embedsmandskomite) udarbejdet rapport om garantier benævnt »GARANTIER – FORBRUGERBESKYTTELSE OG FORBRUGERPROBLEMER I DE NORDISKE LANDE«.

Ifølge § 4 i markedsføringsloven må erklæring om ydelse af garanti eller lignende kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en bedre retsstilling end den, han har efter lovgivningen.

Endvidere kan garantiudsagn, der indeholder bestemmelser, der må antages at være urimelige, forbydes i medfør af § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik.

Reklamer med garanti skal i øvrigt vurderes i lyset af § 2, stk. 1 i markedsføringsloven, hvorefter erhvervsdrivende ikke må anvende urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser af betydning for udbud og efterspørgsel.

Det fremgår af forarbejderne til markedsføringsloven (Forbrugerkommissionens betænkning II nr. 681/1973, side 22), at garantierklæringer skal indebære virkelig reelle forbedringer for modtageren, og at der skal tages hensyn til erklæringen som helhed ved vurderingen af, om garantierklæringen giver modtageren en bedre retsstilling end efter gældende lovgivning.

Retningslinierne, der efter FO's opfattelse indeholder de krav, der som hovedregel kan stilles til indholdet af garantiudsagn, finder anvendelse på garantier i forbindelse med løsøre køb og aftaler om tjenesteydelser, herunder producent- og leverandørgarantier.

Endvidere gælder retningslinierne som udgangspunkt både for salg af nye og brugte varer. Ved ydelse af garanti på *nye varer* skal garantitiden som hovedregel strække sig væsentligt ud over købelovens 1-årige reklamationsfrist. Er der derimod tale om garanti på *brugte varer*, kan en garanti, der

er begrænset til et tidsrum, der svarer til eller er kortere end købelovens 1-årige reklamationsfrist, anses for at være en reel forbedring af køberens retsstilling under forudsætning af, at det klart fremgår af garantien, at mangler efter købeloven herudover kan gøres gældende inden for købelovens 1-årsfrist.

Efter FO's opfattelse vil det som altovervejende hovedregel ikke være foreneligt med § 4 i markedsføringsloven, at en garanti begrænser de rettigheder, der tilkommer køberen efter almindelige regler, herunder den gældende lovgivning.

Reklamering med garanti

1. Hvis ordet »garanti« anvendes om andet end ydelsens kvalitet i form af funktionsdygtighed (brugbarhed, driftssikkerhed/holdbarhed), skal der på tydelig måde oplyses herom i umiddelbar forbindelse med ordet »garanti«. Dette kan f.eks. ske ved anvendelse af et sammensat ord, hvis andet led klart beskriver garantien.
2. Garantitidens længde skal oplyses allerede i reklameringen.
3. Hvis garantien indeholder særlige begrænsninger, som forbrugerne ikke umiddelbart forventer, skal der også oplyses herom.

Minimumskrav til garantiers indhold

- I. Det skal fremgå af garantibeviset:
 - a. Hvad garantien går ud på.
 - b. Hvem der yder garantien.
 - c. I hvilket tidsrum garantien gælder.
 - d. Hvorledes køberen skal forholde sig, såfremt garantien ønskes påberåbt.
 - e. At garantien løber fra tidspunktet for leveringen.
- II. Det skal fremgå af garantibeviset, at køberen i forbindelse med købet udover garantien bevarer sine rettigheder efter almindelige regler, herunder den gældende lovgivning.

Endvidere skal garantibeviset være affattet på dansk.
- III. Garantien skal omfatte alle udgifter til reservedele og arbejds løn samt eventuelle rejseomkostninger for montør inden for landets grænser,

såfremt garantigiveren skønner det påkrævet, at reparation sker på køberens bopæl.

Såfremt garantigiveren skønner, at det er nødvendigt, at genstanden skal sendes til fabrik eller værksted til reparation, skal han betale alle omkostninger ved forsendelsen.

Uden for købelovens 1-årige reklamationsfrist kan der dog ske begrænsning i garantigivers ansvar efter garantien for så vidt angår reservedele, arbejds løn, rejseomkostninger eller forsendelse.

- IV. Dersom reparation foretages i henhold til garantien, skal garantiperioden forlænges med et tidsrum svarende til den tid, der forløber fra kravets fremsættelse til dets opfyldelse.
- V. For dele, der er udskiftet eller repareret ifølge garantien, skal der ydes garanti på samme vilkår og i et tilsvarende tidsrum, som var gældende for produktet i dets helhed.
- VI. Såfremt et krav i henhold til garantien er betinget af, at køberen reklamerer over for f.eks. detailhandleren i garantiperioden, skal en reklamation, der iværksættes over for garantigiveren inden for dette tidsrum, anses for at være rettidig i forhold til detailhandleren.
- VII. Garantien må ikke bortfalde i tilfælde af genstandens overdragelse til andre.
- VIII. Såfremt der tages forbehold om, at garantien ikke gælder for fejl forårsaget af manglende eller utilstrækkelig vedligeholdelse, er det en forudsætning, at køberen, om fornødent ved en skriftlig vejledning (brugsanvisning) affattet på dansk, er blevet gjort bekendt med, hvorledes produktet skal vedligeholdes.
- IX. Hvis der er taget forbehold om, at garantien sættes ud af kraft eller eventuelt bortfalder, såfremt køberen ikke overholder sine betalingsforpligtelser, kan dette ikke gøres gældende i tilfælde, hvor køberen nægter at betale med den begrundelse, at varen eller ydelsen er mangelfuld.

I øvrigt kan garantien først bortfalde, efter at der er rejst påkrav og dermed sikret køberen mulighed for at betale.
- X. Følgende forbehold, der ikke er udtømmende angivet, vil ikke blive anset for at være rimelige:
 - 1. At garantiens ikrafttræden er betinget af, at et garantibevis eller lignende udfyldes og sendes til sælgeren eller fabrikanten.

2. At det er en betingelse for at gøre garantien gældende, at køberen kan forevise et garantibevis eller oplyse fabrikationsnummer eller lignende.
Det bemærkes i denne forbindelse, at det i almindelighed påhviler køberen at bevise, hvor varen eller ydelsen er købt, hvornår den er købt, og at der er givet garanti.
3. At garantien er betinget af, at garantigiveren er dækket af sin leverandørs garanti eller lignende.
4. At sælgerens eller garantigiverens afgørelse af, om der foreligger en mangel, er endelig og ikke kan indbringes for domstolene.
5. At købelovens almindelige regler om risikoens overgang fraviges til skade for køberen.
6. At værnetinget i tilfælde af en retssag skal være sælgerens eller garantigiverens hjemting.

Retningslinierne afløser det tidligere gældende notat om garantibevisers udformning af juli 1978.

2.12. Tilgift

FO har også i 1987 haft mange sager til behandling om ulovlig tilgift, jfr. markedsføringslovens § 6.

1. Således har f.eks. *rejsebranchen* forsøgt sig med markedsføring med ulovlig tilgift.

2 rejsebureauer annoncerede med, at rejsekunderne ved køb af bestemte flyrejser under rejsen ville få gratis toldfri varer for et nærmere fastsat beløb.

FO meddelte rejsebureauerne, at den pågældende form for markedsføring efter hans opfattelse var i strid med markedsføringslovens § 6, hvorefter ydelse af og reklamering med ulovlig tilgift er forbudt.

På den baggrund standsede det ene rejsebureau sin markedsføring med de gratis toldfri varer, og sagen blev herefter afsluttet fra FO's side.

Det andet rejsebureau er imidlertid på trods af FO's henstilling om at standse markedsføringen fortsat med at tilbyde sine rejsekunder vederlagsfri, toldfri varer.

Sagen er herefter af FO blevet oversendt til politiet med anmodning om, at der rejses tiltale mod rejsebureauet.

Det forventes, at der falder dom i denne sag i 1988.

2. Også *formidlere af fast ejendom* har forsøgt sig med ulovlig tilgift og annonceret med tilbud om f.eks. gratis vaskemaskiner, solarier og farvefjernsyn ved hurtigt køb af fast ejendom.

FO henstillede, at den pågældende form for markedsføring blev standset, hvilket herefter skete.

3. På trods af det forebyggende orienteringsprogram, som FO gennemførte i 1986 over for *postordrebranchen*, specielt om markedsføringslovens forbud om ulovlig tilgift, har det også i 1987 været nødvendigt at rejse tiltale i en række sager.

Et forlag havde på baggrund af husstandsomdelt reklamemateriale i forbindelse med, at forbrugerne tegnede abonnement på en række af forlagets håndbogsserier som belønning for »hurtigt svar« ydet tilgift i form af henholdsvis 4 dækkeservietter, en havesaks, en blomstersaks samt en billampe.

FO fandt, at den tilbudte ydelse var i strid med markedsføringslovens § 6 om tilgift, idet ekstraindelserne ikke kunne siges at være en del af hovedydelsen, der var abonnementet på håndbøgerne. Gavernes art bevirkede, at de ikke kunne anses som omfattet af markedsføringslovens § 6, stk. 2, der undtager ydelse af ganske samme art som hovedydelsen fra tilgiftsbegrebet.

Der blev rejst tiltale og retssagen sluttede med en bødevedtagelse på kr. 45.000.

Et andet forlag tilbød bl.a. i en landsdækkende, adresseløs omdelt reklamebrochure forbrugerne en gratis madopskriftsbog som hurtig-svar-gave ved abonnementstegning på en leksikonserie.

Efter FO's opfattelse var dette i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet den omtalte bog med madopskrifter ikke kunne anses som en del af hovedydelsen, der var en leksikonserie. Undtagelsesreglen i markedsføringslovens § 6, stk. 2 kunne derfor ikke bringes i anvendelse.

Der blev rejst tiltale mod forlaget, der i retten vedtog en bøde på kr. 30.000.

Herudover har FO fået dom i en principiel sag mod et forlag, der reklamerede i forskellige ugeblade samt i et husstandsomdelt reklameblad for

et nyt månedsmagasin med bl.a. følgende: »Få første nummer for kun 10 kr. EKSTRA: Du får en flaske Eau de Toilette, når du bestiller inden 14 dage«.

Da FO fandt, at der forelå en overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, anmodede han anklagemyndigheden om at rejse tiltale mod forlaget ved Sø- og Handelsretten.

I reklamematerialet blev tilbudet bl.a. beskrevet på følgende måde:

SÅDAN FUNGERER DIT UFORPLIGTENDE ABONNEMENT

Du får første nummer og en flaske Eau de Toilette for 10 kr. Når du svarer inden 14 dage, får du det store, nye modenummer og en flaske Eau de Toilette hjem med posten for kun 10 kr. Du skal ingenting betale nu. Vent til du har fået dit introduktionsnummer. Synes du da også, at bladet er det mest inspirerende og smukkeste, du har set, betaler du 10 kr. med vedlagte girokort.

Du får bladet så længe du vil.

Hver måned får du herefter et nyt aktuelt nummer om mode ... m.m.

Hvert blad koster dig kun 29,75 kr. Med hvert nummer følger et girokort.

Du binder dig ikke til mere end et blad ad gangen.

Skulle du ønske at opsige dit abonnement, behøver du bare at ringe eller skrive før den 10. i måneden, så sender vi ikke flere blade.

De kunder, der indsendte svarkort, fik tilsendt blad, Eau de Toilette samt et giroindbetalingskort med angivelse af abonnementsnummer og udgiverens edb-brev bl.a. om, at man imødeså indbetalingen af 10 kr., således at kunden også kunne glæde sig til at modtage blad nr. 2.

Forlaget anvendte endvidere følgende edb-breve:

»Hermed blad nr. 2 – vi har endnu ikke kunnet registrere din indbetaling på 10 kr. ... hvis du skulle have glemt at betale, beder vi dig venligst betale beløbet sammen med nr. 2 ...« og

»Glæd dig over blad nr. 3 – Vi har desværre ikke registreret dine indbetalinger ... henstille til dig ... at indbetale det skyldige beløb kr. 10 + 29,75 sammen med nærværende girokort. I modsat fald ser vi os nødsaget til at standse dit abonnement ...«.

Forlaget, der påstod frifindelse, gjorde gældende, at der reelt var tale om en gave, at det udtrykkeligt af reklamematerialet fremgik, at kunden kun skulle betale 10 kr., hvis abonnementet ønskedes fortsat, og at kunden ikke blev påført hverken ulejlighed, f.eks. med returnering eller risiko for et indbetalt beløb.

Endvidere beroede det på en computerfejl, at forlaget havde sendt blad nr. 2 og 3 ud til kunder, der havde reflekteret, men ikke betalt de 10 kr.

I sagen var oplyst, at der var udleveret i alt 95.000 Eau de Toilette flasker til en værdi af ca. 25 kr.

I dom af 2. juni 1987 udtalte Sø- og Handelsretten: »Ved sagens afgørelse lægger retten til grund, at forbrugerens helhedsindtryk af tiltaltes reklamering både i reklamebladet og i ugebladsannoncerne er, at der skal betales 10 kr. for første nummer af bladet, og at der gives en gratis flaske Eau de Toilette ved købet. Indtrykket bestyrkes af tiltaltes senere opkrævningsbreve, hvis tekst viser, at det har været hensigten at henvende sig også til kunder, der ikke har betalt de 10 kr.«.

Herefter blev forlaget idømt en bøde på 20.000 kr. for at have reklameret med og ydet tilgift.

Endelig er der blevet rejst tiltale mod endnu en erhvervsdrivende i postordrebranchen i en sag, hvor forbrugeren tilbydes gratis sølvbordkortholdere ved bestilling af et porcelænsstel.

I denne sag forventer FO, at der falder dom i løbet af 1988.

4. Foranlediget af en markant stigning af »serviceydelser« tilbudt i forbindelse med *fotografering* i vuggestuer, børnehaver og skoler afholdt FO i forsommeren 1987 et møde med deltagelse af repræsentanter for institution- og skolefotobranschen.

På nævnte møde præciserede FO hvilke ydelser han fandt, branchen kunne tilbyde inden for rammerne af markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

Til eksempel blev det fra FO's side fremhævet, at det ikke kunne accepteres, at billederne f.eks. blev afleveret i rammer, mapper, kalendere eller lignende.

Derimod var FO indforstået med, at man fra fotografens side tilbød at levere kartoteks/gardereobilleder uden beregning, idet billederne uanset udvælgelse og fremkaldelsesmåde måtte anses for at være af ubetydelig værdi. Hertil kom, at alle fotografer ydede denne service, idet institutionerne faktisk forventede at få disse billeder.

På denne baggrund fandt FO, at denne ydelse ikke var egnet til at påvirke den loyale konkurrence.

På mødet blev der opnået tilslutning til, at kun følgende ydelser kunne tilbydes uden beregning:

- 1) kartoteks/garderobebilleder – passtørrelse – max. 35 x 45 mm – udklippet og påsat selvklæbende tape og afleveret i kuvert.
- 2) 1 stk. lærergruppebillede til skolen – max. 20 x 30 cm
- 3) 1 gruppebillede af klassen, svarende i størrelse til det, eleverne i øvrigt modtager.

Såfremt andet blev tilbudt, måtte dette ske på grundlag af den reelle kostpris.

2.13. Markedsføringslovens § 7

Rabatmærker

I den forløbne beretningsperiode synes der at være en tendens til, at de erhvervsdrivende i større omfang anvender rabatomærker eller lignende til senere indløsning. I nogle tilfælde anvendes ordninger med rabatkort, hvorpå de foretagne køb noteres og i andre tilfælde anvendes ordninger med rabatomærker til indsættelse i kuponhæfter og lignende.

De behandlede rabatordninger har ofte været i strid med markedsføringslovens § 7, da rabatten kun har kunnet indløses i varer eller ydelser.

I nogle tilfælde har forbrugeren også haft mulighed for alternativt at vælge at få udbetalt et beløb kontant i stedet for at få rabatten i form af varer eller ydelser. I det omfang værdien af den pågældende vare eller ydelse i almindeligt udsalg til forbrugeren overstiger den værdi, som den kontante alternative indløsningsmulighed udgør, kan der foreligge tilgift i strid med § 6, stk. 1 i markedsføringsloven eller forhandlerpræmiering i strid med god markedsføringsskik.

Baggrunden for bestemmelsen i markedsføringslovens § 7 var et ønske om at modvirke, at indløsning af rabatomærker alene finder sted i varer. Dette synspunkt bør efter FO's opfattelse også have i erindring ved selve markedsføringen således, at der ikke ensidigt fokuseres på muligheden for vareindløsning.

Bonusmærker ved køb af smøreolie

FO modtog en klage over et olieselskab, der havde iværksat en kampagne under overskriften »saml 'bonus-point' med smøreolie – og få disse skønne gaver ...«.

Af brochuren for kampagnen fremgik det, at der ved køb af smøreolie medfulgte bonus-pointmærker til en værdi af 2,50 kr. pr. point. Mærkerne kunne ombyttes til kontanter eller varer, men varerne havde dog en større værdi end det beløb, der kunne udbetales kontant.

Efter FO's opfattelse var rabatordningen omfattet af § 7 i markedsføringsloven og Industriministeriets bekendtgørelse om indløsning af rabatmærker, hvorefter rabatmærkeudstederne er pligtig til at indløse mærkerne her i landet til deres pålydende værdi, når mærker til et beløb af mindst 5 kr., kræves indløst.

Dette indebærer, at der i markedsføringsmaterialet skal oplyses om kravet på kontant indløsning i overensstemmelse med loven og bekendtgørelsen.

Endvidere foreligger der tilgift i strid med § 6, stk. 1 i markedsføringsloven i det omfang værdien af varen overstiger det beløb, der alternativt kan vælges kontant.

Endelig gav FO udtryk for, at den mulighed der er for alternativt at vælge et kontant beløb, skal markedsføres på samme måde som muligheden for indløsning i varer. Det bør derfor allerede i annoncer og reklamers overskrift oplyses med samme typer, at forbrugeren kan vælge at få udleveret varer eller udbetalt det tilsvarende beløb kontant, jfr. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik og lovens § 2, stk. 1.

2.14. Lodtrækning og præmiekonkurrencer

Der er i beretningsåret oprettet 97 sager vedrørende fordeling af gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden tilfældighedspræget foranstaltning som er omfattet af markedsføringslovens § 8.

Desuden modtog FO i lighed med tidligere år mange telefoniske henvendelser vedrørende markedsføringslovens § 8. Reklamebureauer og erhvervsdrivende benytter sig ofte af muligheden af at kunne rådføre sig på forhånd hos FO om lovligheden af en påtænkt lodtrækning, konkurrence og lignende.

Langt størstedelen af de oprettede sager på området er afsluttet ved, at FO har orienteret om markedsføringslovens § 8 med den virkning, at en plan-

lagt gevinstfordeling ikke har fundet sted. Såfremt gevinstfordelingen allerede er sket, er sagen blevet afsluttet med en erklæring fra arrangøren om i fremtiden at ville undlade at foretage gevinstfordeling i strid med markedsføringslovens § 8.

§ 8, stk. 1

Ifølge § 8, stk. 1 må erhvervsdrivende ikke fordele gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

Mange af de i årets løb forelagte sager har været gengangere i forhold til tidligere års sager.

En del arrangører har forsøgt sig med præstationskonkurrencer. En præstationskonkurrence er lovlig, såfremt deltagerne skal yde en indsats i form af en tegning, et slogan eller lignende, som bliver bedømt f.eks. af en dommerkomité. De bedste præstationer vinder i konkurrencen. Det er således en betingelse for konkurrencens lovlighed, at der foretages en egentlig udvælgelse, hvorved gevinstfordelingen ikke beror på tilfældet.

1. Et aktieselskab havde i anledning af sit 10-års jubilæum foranstaltet en konkurrence i forbindelse med hvilken, der skulle trækkes lod om nærmere angivne gevinster, der var angivet til at have en værdi på ca. 700.000 kr. Lodtrækningen skulle ske på 4 forskellige dage.

Selskabet modtog efter anden lodtrækning meddelelse fra FO om, at konkurrencen var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1, og FO anmodede selskabet om at undlade at foretage de resterende trækninger.

På foranledning af denne henvendelse ændrede selskabet betingelserne for gevinstfordeling for 3. og 4. trækning, idet det nu blev en betingelse, at vinderen havde anbragt en selvklæbende mærkat med selskabets maskot i sin bil i en nærmere angiven periode. Selskabet mente herved at have lovliggjort konkurrencen, ved at der skulle ydes en præstation, og selskabet gennemførte 3. og 4. trækning.

Det fremgik af sagen, at alle deltagere kunne forvente gevinst, men at der var betydelig værdiforskel mellem mindste og største præmie.

Der blev rejst tiltale mod selskabet for overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Selskabet idømtes en bøde på 50.000 kr.

Ved afgørelsen lagde retten til grund, at såvel selve gevinstfordelingen i

alle 4 trækninger som antallet og arten af de værdimæssigt væsentligt forskellige gevinster hvilede på tilfældighedsmomentet i lodtrækningen.

2. Et andet selskab havde i et husomdelt blad indlagt en annonce vedrørende markedsføring af et maskinopvaskemiddel.

Bagsiden af annoncen var udformet som et spørgeskema og det fremgik, at selskabet til afsenderne af de første 10.000 udtagne svarkort ville sende en check på 10 kr. sammen med et vurderingsskema og oplysning om, hvordan den pågældende kunne deltage i en præmiekonkurrence.

FO oplyste overfor selskabet, at fremsendelsen af kr. 10 til et begrænset antal indsendere, efter FO's opfattelse var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1, idet der ville være tale om en gevinstfordeling på tilfældigt grundlag. FO opfordrede selskabet til at ændre markedsføringen således, at alle indsendere af svarkort ville modtage kr. 10 eller til helt at undlade udbetaling.

Selskabet svarede FO, at fremsendelse af kr. 10 til de første 10.000 indsendere af spørgeskemaer skete som led i en markedsundersøgelse, og at fremsendelsen skulle betragtes som betaling for ulejligheden ved at indsende svarkortet, hvorfor selskabet mente, at der ikke var tale om en gevinstfordeling i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1.

FO svarede hertil, at den omstændighed, at antallet af eventuelle modtagere af kr. 10 er begrænset på forhånd, bevirkede, at der snarere var tale om gevinstfordeling end en almindelig vederlæggelse. I den situation hvor flere end 10.000 indsender skemaet, og hvor kun de første 10.000 modtagne besvarelser vil blive honoreret vil der ske en fordeling på tilfældigt grundlag, idet det vil være uberegneligt og helt tilfældigt, hvilke besvarelser der først modtages.

FO var således fortsat af den opfattelse, at arrangementet kunne være i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Da det imidlertid oplystes, at alle indsendere af svarkort havde modtaget kr. 10, fandt FO ikke anledning til at foretage yderligere.

Den omtalte præmiekonkurrence fandt FO var lovlig, idet der var tale om fordeling af 3 gevinster til en værdi af 20.000 kr. i forbindelse med en slogankonkurrence.

§ 8, stk. 2

Ifølge § 8, stk. 2 kan udgiveren af et periodisk skrift uanset bestemmelsen

i § 8, stk. 1 foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

Spørgsmålet om forståelsen af begrebet »periodisk skrift« er der tidligere taget stilling til, og der henvises til f.eks. FO's årsberetning fra 1986.

FO blev i beretningsperioden opmærksom på en konkurrence om 10 rejser i et månedsblad.

For at deltage i konkurrencen skulle læserne besvare 5 spørgsmål, og der ville derefter blive trukket lod om rejserne blandt de rigtige svar.

I forbindelse med konkurrencen var der udfærdiget en 2-sider artikel, hvor medarbejderne fra et rejsebureau præsenterede rejserne. Præsentationerne indeholdt ikke andet end, hvad der ofte vil fremgå af en rejsebrochure, reklame, annonce m.v. for et rejsemål. Desuden var rejsebureauet anført i teksten adskillige steder.

Da konkurrencen efter FO's opfattelse fremtrådte som reklamering for det omtalte rejsebureau og ikke som redaktionelt indhold i bladet, forelå der en overtrædelse af § 8, stk. 1 i markedsføringsloven, og konkurrencen fandtes således ikke at opfylde betingelserne for at være omfattet af § 8, stk. 2.

2.15. Pengeinstitutters markedsføring

FO er blevet opmærksom på, at nogle pengeinstitutter har annonceret med særlige fordele knyttet til kontotyper bestemt for unge på forskellige alderstrin bestående i tilbud om deltagelse i forskellige arrangementer eller kurser. En del af disse tilbud blev på en iøjnefaldende måde annonceret som gratis eller til en reduceret pris i aviser og blade, således at der ikke var tvivl om, at man skulle have den pågældende konto for at få de annoncerede fordele.

Efter markedsføringslovens § 6 er det forbudt at reklamere med (og yde) tilgift i form af en biydelse ved salg af varer eller udførelse af tjenesteydelser, medmindre tilgiften har en ganske ubetydelig værdi.

FO udtalte over for de pågældende pengeinstitutter, at reklamering med gratis billetter til fodbold, koncerter eller lignende eller en særlig rabat ved deltagelse i kurser eller undervisning i forbindelse med oprettelsen af en konto eller under dette løbende kontraktmellemværendes bestående, må betragtes som omfattet af reklameringsforbudet i tilgiftsbestemmelsen. De reklamerede tilbud vil naturligt af nuværende eller potentielle kontohavere blive opfattet som »ekstra« fordele betinget af oprettelsen eller indehavelsen af en konto.

Det indgik i FO's overvejelser, at tilbudene rettede sig mod børn og unge, som i almindelighed må antages at være lettere påvirkelige af iøjnefaldende biydelser og ikke kan forventes at have tilstrækkelig opmærksomhed på selve hovedydelsen, nemlig kontomellemværendet og vilkårene for dette.

Arrangerer pengeinstituttet selv møder eller kurser, hvor der oplyses om f.eks. studiefinansiering, familieøkonomi eller lignende, må dette betragtes som liggende i naturlig forlængelse af kundeforholdet, og vil ikke kunne betragtes som tilgift.

Renter – på en anden måde

Et pengeinstitut annoncerede med »høj rente + plus chance for at vinde 1 million kr.« ved køb af et præmiebevis.

Pengeinstituttet beskrev selv sin præmiebevisordning som »på overfladen en ganske almindelig bankbog i en god solid bank.

Men så hører det almindelige også op.

Et præmiebevis koster 5.000,- kr., men i stedet for renter modtager du hvert år tre stk. præmieobligationer til en værdi af ca. 500,- kr.

Men ikke nok med det.

Fra den dag du modtager X-bankens præmiebevis, er gevinstchancen din. Præmiebeviserne løber over tre år, men du kan hæve dine penge, når du vil og i stedet få 10% p.a. kontant.«

FO blev af Tilsynet med Banker og Sparekasser bedt om at tage stilling til ordningens overensstemmelse med god markedsføringsskik, da en klager var utilfreds med, at banken som renter for præmiebeviset kun havde tildelt klageren 2 præmieobligationer og ikke som annonceret tre, samt at renten ved ophævelse i utide var nedsat fra 10% p.a. til 8% p.a.

Banken oplyste til sagen, at ændringen i antallet af tildelte præmieobligationer var sket, da gevinststørrelserne på præmieobligationer af 100 kr. var fundet mere attraktive end gevinststørrelserne på præmieobligationer af 50 kr. For så vidt angår renteændringen begrundede banken den lave rente med det efter ordningens oprettelse stedfundne rentefald, hvilket havde medført, at flere præmiebevisere foretrak at ophæve kontoen mod 10% p.a. i rente frem for at modtage rente i form af præmieobligationer til ringere kursværdi. På baggrund heraf havde banken fastsat renten for ophævelse i de følgende år til 8% p.a., mens sammensætningen af 2. års præmieobligationer blev fastsat til en samlet kursværdi svarende til 8,66%. Endelig henviste

banken til, at renten efter præmiebevisernes punkt 7 var angivet som »p.t.« 10% p.a.

FO udtalte bl.a., at man tidligere havde fundet en identisk ordning for så uklar og mangelfuld, at den ikke kunne siges at opfylde markedsføringslovens krav til kontraktens klarhed og entydighed.

For at være i overensstemmelse med god markedsføringsskik kræver en ensidig ændring eller tilsidesættelse af en kontrakt en klar og utvetydig hjemmel. Risikoen for uklarheder i kontraktgrundlaget bør efter almindelige anerkendte aftaleretlige fortolkningsprincipper i vidt omfang lægges på den, der har forfattet kontrakten, således at denne fortolkes mod koncipisten.

På baggrund heraf fandt FO, at banken havde handlet i strid med markedsføringslovens regler, jfr. § 2, stk. 3 og § 1 ved at foretage en uønsket ændring i antallet af præmieobligationer og en tildeling af præmieobligationer til en lavere kursværdi end ca. kr. 500,- samt en nedsættelse af renten i ophævelsessituationen.

Herefter meddelte Tilsynet med Banker og Sparekasser det pågældende pengeinstitut, at banken måtte siges at have handlet i strid med bank- og sparekasselovens § 1, stk. 6, hvorefter pengeinstitutter skal drives i overensstemmelse med redelig forretningsskik og god pengeinstitutpraksis.

Ligeledes gennem Tilsynet med Banker og Sparekasser blev FO anmodet om at bedømme et pengeinstituts påtænkte indlånsprodukt med lotterielement.

Om den påtænkte ordning var det oplyst, at indskuddet ville blive forrentet med højeste indlånsrente, men at en del af forrentningen ikke ville blive tilskrevet de enkelte konti, da denne ville indgå i en pulje, som regelmæssigt ville blive udloddet til indskyderne. Udlodningen ville blive opdelt i forskellige ordninger, således at den enkelte indskyders mulighed for at få andel af udlodningen dels ville blive afhængig og dels uafhængig af indskydernes relative saldi på indlånskontiene. Indskud på en sådan konto ville kunne hæves på anfordring mod en nærmere fastsat rentedekort. Udlodningen tænkte foretaget af en statsautoriseret revisor.

Efter markedsføringslovens § 8, stk. 1 må erhvervsdrivende ikke fordele gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

FO udtalte som sin opfattelse, at en tilskrivning af rente på basis af en lodtrækning ville være i strid med denne bestemmelse. Det måtte i denne for-

bindelse betragtes som afgørende, at den ekstra rentetilskrivning ville blive fordelt på tilfældig måde. Ligeledes udtaltes det, at det kan være uheldigt og efter omstændighederne vildledende, jfr. markedsføringslovens § 2, stk. 1, at beregne en sådan kontos rentevilkår som højeste indlånsrente, når højeste indlånsrente ikke automatisk tilskrives, samt at betegne kontoen som konto på anfordringsvilkår, når der ikke kan hæves på kontoen uden rentedekort.

Pengeinstitutternes reklamering med pensionsordninger

FO har tidligere især over for pengeinstitutterne ved disses annoncering med pensionsordninger understreget, hvilke retningslinier der må følges herved.

Der har således bl.a. været udtalt, at det hører med til pengeinstitutternes almindelige oplysningspligt at oplyse, at man ikke i et pengeinstitut kan få den invaliditets- og dødsrisikodækning, der kan ydes af forsikringsselskaber og pensionskasser, medmindre sådan forsikring særskilt tegnes i et forsikringsselskab eller en pensionskasse.

I forbindelse med behandlingen af en konkret sag vedrørende et pengeinstituts markedsføring af et pensionssystem, bestående af en opsparingsdel og en forsikringsdel forespurgte Forsikringstilsynet FO, om navnet på forsikringsselskabet efter markedsføringsloven bør fremgå af annonceringen.

FO udtalte i denne forbindelse, at det efter hans opfattelse ikke vil kunne anses for stridende mod god markedsføringsskik eller i øvrigt anses for vildledende eller mangelfuldt, såfremt navnet på livsforsikringsselskabet ikke direkte fremgår af pengeinstituttets almindelige markedsføring af sin pensionsordning. Derimod må det ved individuelle henvendelser og indgåelse af konkrete (forsikrings-) aftaler oplyses, i hvilket forsikringsselskab risikoen afdækkes. Ligeledes udtalte FO, at det findes bedst stemmende med god markedsføringsskik, at pengeinstitutter ved deres almindelige markedsføring af tilsvarende ordninger oplyser, at forsikringsdelen afdækkes i et forsikringsselskab.

2.16. Verserende retssager

1. Af uafsluttede retssager ved beretningsperiodens udløb skal nævnes en ved Sø- og Handelsretten rejst sag for overtrædelse af markedsføringslovens § 19, stk. 3, jfr. stk. 6, jfr. § 8, stk. 1, der lyder:

»Erhvervsdrivende må ikke fordele gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet«.

Tiltalen er rejst mod et af de på markedet værende større dagblade, som i sommeren 1987 i forbindelse med en abonnenthvervningskampagne havde fordelt gevinster for et beløb på minimum kr. 760.000 ved lodtrækning blandt abonnenter.

Før tiltale blev rejst ved Sø- og Handelsretten, havde FO ført forhandlinger med dagbladet og dets advokat, hvorunder FO henstillede, at gevinstfordelingen ikke fandt sted.

Præmiekonkurrencen var introduceret i en husstandsomdelt reklame-tryksag og indgik således ikke i dagbladets redaktionelle stof. FO fandt derfor ikke gevinstfordelingen omfattet af undtagelsesbestemmelsen i markedsføringslovens § 8, stk. 2. Da dagbladet trods henstillingen udloddede gevinsterne, blev sagen oversendt til politiet med anmodning om tiltalerejsning.

2. 2 verserende sager vedrørende markedsføringslovens § 6 om ulovlig tilgift er kort omtalt under afsnittet om tilgift.

3. Lov om betalingskort

Omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager

3.1. FO's betalingskortregister

Pr. 1.1.1987 var der i FO's betalingskortregister registreret 67 betalingssystemer. I løbet af 1987 er 4 nyoprettede betalingssystemer anmeldt og registreret i registeret, medens 8 betalingssystemer er ophørt, heraf et landsdækkende betalingssystem. Ved beretningsperiodens udløb indeholdt FO's betalingskortregister således 63 betalingssystemer.

I samme periode har der været registreret 75 ændringsanmeldelser. Endelig har der i 1987 været udleveret 597 fotokopier fra registeret efter anmodning om at få udskrift eller kopi af oplysninger fra registeret i henhold til § 1 i bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven.

3.2. Kortudstedernes gebyr for 1987 til dækning af FO's administration af betalingskortloven

De registrerede kortudstedere betalte i 1987 tilsammen 3.645.000 kr. i gebyr til FO til dækning af omkostningerne ved FO's administration af betalingskortloven.

Den enkelte kortudsteders gebyr for 1987 er beregnet i forhold til betalingssystemets omsætning, antal korttransaktioner og antal kortindehavere i 1986.

De registrerede betalingssystemer havde i 1986 en samlet omsætning på 11.303.588.740 kr. (omsætning i 1985: 9.385.402.373 kr.). Endvidere blev der for 1986 indberettet 35.387.892 transaktioner med betalingskort. (Til sammenligning blev betalingskort brugt 34.197.617 gange i 1985).

Det samlede indberettede kortindehavertal pr. 31.12.1986 udgjorde 1.893.910. (Pr. 31.12.1985 blev der indberettet 1.806.153 kortindehavere).

Af disse tal kan man udlede, at betalingskortbaseret omsætning er øget med ca. 2 mia. kr. årligt i de tre år, FO har modtaget indberetninger herom. (I 1984 blev der omsat for ca. 7,5 mia. kr. med betalingskort).

Antal korttransaktioner viser imidlertid en stagnerende tendens, idet der i perioden 1985-86 er sket en stigning på godt 1,2 mio. transaktioner i modsætning til perioden 1984-85, hvor stigningen udgjorde ca. 4,7 mio. korttransaktioner.

For antal kortindehavere er stagnationen endnu mere markant. Fra 1985 til 1986 øgede kortindehaverantallet kun med knapt 90.000. Til sammenligning var der i perioden 1984-85 en tilgang på ca. 300.000 kortindehavere.

Følgende oversigt viser, hvor stor procentvis del af gebyret til FO, der betales af de forskellige typer af betalingssystemer:

	1987	(1986)
Benzinselskaberne:	40,1%	(39,6%)
De landsdækkende betalingssystemer (incl. Dankortet):	20,6%	(15,7%)
De internationale betalingssystemer:	16,7%	(15,2%)
Stormagasinerne:	10,7%	(16,8%)
De interne betalingssystemer, herunder kædeforretninger m.v.:	6,6%	(6,1%)
De lokale kontoringe:	<u>5,3%</u>	(6,6%)
I alt	100,0%	

3.3. Revision af betalingskortloven

I lov om betalingskort, § 37, er fastsat, at forslag om revision af loven fremsættes for Folketinget i folketingsåret 1987/88.

Til brug for overvejelserne omkring lovens revision bad Industriministeriet i foråret 1987 FO om en redegørelse for de hidtidige erfaringer med loven.

Med baggrund i redegørelsen konkluderede FO, at der siden lovens ikrafttræden er sket en afdækning af de enkelte betalingssystemer, som har betydet en sikring af forbrugerens stilling gennem en hindring af urimelige kontraktvilkår og sikring af overskuelighed for forbrugeren.

Som led i den løbende administration er nye områder stadig taget op inden for lovens rammer, men når henses til den korte tid, loven har virket, og til, at en del spørgsmål endnu ikke er afklaret, fandt FO, at erfaringsmaterialet var spinkelt som grundlag for en lovrevision.

Industriministeren fremsatte i oktober et forslag til lov om ændring af lov om betalingskort m.v., hvorefter revisionen af loven udskydes til folketingsåret 1990/91.

Forslaget var dels begrundet i FO's vurdering, dels i, at EF-kommissionen har taget initiativ til et direktivforslag på betalingskortområdet. Direktivforslaget, der vil berøre den danske betalingskortlov, forventes færdigbehandlet inden 1990-91.

Ændringsforslaget blev vedtaget i Folketinget og stadfæstet den 23. marts 1988.

3.4. Favorisering af kortindehavere

En bank rettede henvendelse til FO vedrørende en påtænkt markedsføring af bankens Dankort.

Banken ønskede at udsende et brev til en udvalgt kreds af bankens kunder, som måtte antages at være interesseret i Dankortet. Af det foreliggende udkast til et kundebrev fremgik det, at den kunde, der inden en bestemt dato rekvirerede et Dankort, ville få »et gratis, praktisk læderetui til dit Dankort, som tak for din hurtige beslutning«. I kundebrevet var det endvidere med kraftige typer fremhævet: »Byt dit »prøvekort« til et rigtigt Dankort – og få en gratis gave«. Værdien af læderetuiet havde en angivet kostpris på ca. 13 kr.

På baggrund heraf udtalte FO, at således som bankens Dankort påtænkte markedsført, ville den særlige fremhævelse af det gratis læderetui umiddelbart give forbrugeren indtryk af en særlig attraktiv ydelse, som er knyttet til indehavelsen af Dankortet. Den skitserede markedsføringsforanstaltning fandtes herefter ikke i overensstemmelse med frivillighedsprincippet i betalingskortlovens § 10, stk. 2. Læderetuets værdi måtte i denne forbindelse anses for mindre væsentlig.

På det foreliggende grundlag fandt FO ikke anledning til at gå ind i en nærmere vurdering af forholdets forenelighed med markedsføringslovens § 6 om tilgift.

Pengeinstituttet meddelte herefter, at Dankortet ikke ville blive markedsført som skitseret.

3.5. Kontooplysninger

Efter færdiggørelsen af gennemgang af samtlige kontooplysninger i sidste beretningsperiode har disse fungeret stort set uden problemer.

Som omtalt i sidste års beretning medførte lovindgrebet i efteråret 1986 – den såkaldte »kartoffelkur« – at kortudstedernes oplysningspligt efter betalingskortlovens § 13 på ny måtte vurderes.

Udover at betalingsvilkårene ifølge kreditkøbslovens § 35c blev strammet væsentligt, blev der endvidere indført stempelpligt ifølge stempelovens § 45b. Ifølge rentekontrolordningen er der nu pligt til at oplyse cpr.nr., idet renter på kontoen – herunder morarenter – skal indberettes til Statsskattedirektoratet.

Navnlig afkrævning af cpr.nr. samt videregivelse af renteoplysninger til Statsskattedirektoratet har givet problemer for kortudstederne.

Især inden for olie- og benzinbranchen har kortudstederne været utilfredse med ordningen. Derfor ansøgte oliebranchen Statsskattedirektoratet om dispensation for reglen, men fik afslag.

3.6. Ændringer i kontoaftaler

I sidste beretningsperiode refereredes kort under afsnit 3.3. Fusion/anden overdragelse eller ophør af betalingssystemer, at FO over for erhververen af et betalingssystem havde påtalt, at denne i forbindelse med overdragelsen ensidigt og med ganske kort varsel havde ændret de allerede indgåede aftaler til ugunst for kortindehaverne.

En lignende påtale har det været nødvendigt i indeværende periode at give et større landsdækkende kontoselskab.

Som følge af, at konto- og kortselskaber i 1987 for første gang har haft pligt til at indberette kontokunders tilskrevne renter til skattemyndighederne, debiterede selskabet automatisk alle kundekonti et gebyr på 200,- kr. ved årets udgang. Gebyret skulle tjene til dækning af selskabets omkostninger ved indberetningen til skattevæsenet.

Dette gebyr fik ikke blot et meget stort antal kunder til at reagere voldsomt, men foranledigede samtidig FO til at indkalde det pågældende kontoselskab til et møde og redegøre for baggrunden for denne fremgangsmåde.

Da FO ikke fandt, at de eksisterende aftaler på en tilstrækkelig klar måde gav kontoselskabet ret til automatisk at debitere alle kontohavere det pågældende gebyr, betegnedes selskabets fremgangsmåde som stridende mod god markedsføringsskik og utilbørlig over for forbrugerne, jfr. markedsføringslovens § 1 og § 2, stk. 3.

En forhøjelse af et gebyr eller indførelse af nye omkostninger for den ene part i en gensidigt bebyrdende aftale, skal som udgangspunkt – for at være i overensstemmelse med gældende aftaleret og god markedsføringsskik – have hjemmel i den allerede indgåede aftale. Normalt må det endvidere kræves, at ændringen først træder i kraft efter et vist varsel.

I de tilfælde, hvor aftalen ikke umiddelbart åbner adgang for at forhøje eller indføre nye gebyrer eller lignende, må de indgåede aftaler om fornødent opsiges med et passende varsel, og nye aftaler indgås på ændrede vilkår. Såfremt et kort herefter anvendes, må dette, hvis det forinden har været meddelt kortindehaveren, kunne betragtes som en tiltræden af de nye vilkår. Kontohavere, som ikke ønsker at indgå en ny aftale, må afvikle den bestående gæld efter det hidtidige gældende vilkår.

På baggrund af FO's forhandlinger med kontoselskabet meddelte dette herefter sine kontokunder, at gebyret straks ville blive tilbagebetalt ved en opsigelse af kontoen, og at en tilbageførsel automatisk ville ske (med renter), såfremt kontoen ikke var benyttet inden en vis frist. For de konti, hvor det eneste mellemværende var det pågældende gebyr, ville dette straks blive tilbageført.

I et andet tilfælde henvendte en kortindehaver sig til FO, da vedkommende ca. 14 dage efter, at han var blevet kortindehaver, modtog en skrivelse fra kortudstederen om, at kortet ikke længere kunne benyttes her i landet. Da klageren, der alene havde behov for at benytte betalingskortet her i landet, fandt, at den indgåede kortaftale var ændret væsentligt og til ugunst for ham, ønskede han at hæve aftalen og få den erlagte årsafgift på i alt 700,- kr. tilbagebetalt.

FO meddelte kortudstederen, at han som sin umiddelbare opfattelse fandt det bedst stemmende med god markedsføringsskik og reglerne i betalingskortloven, at en kortudsteder i et tilfælde, hvor der i forbindelse med erhvervelsen/indehavelsen af et betalingskort er erlagt et kontingent eller et gebyr for en vis periode, og betingelserne for kortets anvendelse herefter væsentligt ændres til ugunst for kortindehaveren, tilbagebetaler denne en forholdsmæssig andel af det erlagte kontingent eller gebyr.

3.7. Ydelse af rabat

Trods mange påtaler over for kortudstedere om ikke i strid med betalingskortlovens § 17 at yde rabat alene til kortindehavere, steg antallet af klagesager over ydelse af rabat til kortindehavere i sidste beretningsperiode.

Med undtagelse af et par klager var samtlige andre rettet mod benzinselskaber.

På baggrund af klagernes store antal besluttede FO at indkalde medlemmerne af Oliebranchens Fællesrepræsentation og medlemmerne af Centralforeningen af Benzinformidlere i Danmark til et orienteringsmøde. Endvidere var et benzinselskab, som ikke er organiseret i en brancheforening, lige-

ledes indkaldt, således at alle benzinselskaber, der udsteder betalingskort, var repræsenteret.

På mødet redegjorde FO for reglerne om ydelse af rabat, idet han fremhævede, at der ikke må knyttes særfordele til indehavelse af et kontokort, som ikke har nogen tilknytning til kortets funktion som betalingsmiddel. Det må ikke være mere fordelagtigt at anvende et betalingskort end at betale kontant, idet generalklausulen i betalingskortlovens § 10, stk. 2 skal sikre brugerne frivillighed – bl.a. i valget af betalingsmåde.

FO har tidligere fremført, at såfremt et betalingskortselskab ønsker at yde rabat til kortindehavere, må selskabet ligeledes yde rabat til kontantbetalende.

Desuden må reklameringen om rabat ske i overensstemmelse med markedsføringslovens § 1 og § 2, stk. 1 på loyal måde.

Det må ved reklamering og annoncering fremgå på ligeværdig måde, at rabat kan opnås af både kontantbetalende kunder og kortindehavere.

Benzinselskabernes markedsføring har herefter været genstand for særlig opmærksomhed fra FO's side, der kun i enkelte tilfælde har måttet gribe ind.

3.8. De internationale betalingskortselskaber

Provision og gebyr

De internationale betalingskortselskaber, American Express, Diners' Club og Eurocard, har siden betalingskortlovens ikrafttræden haft dispensation fra betalingskortlovens § 20, stk. 1, hvorefter en kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet ikke kan pålægges betalingsmodtager.

Dette har betydet, at selskaberne siden lovens ikrafttræden har kunnet fortsætte med at opkræve gebyr og provision hos de tilsluttede butikker og forretninger. Adgangen til at dispensere fra loven tilkommer Industriministeren.

Denne dispensation udløb den 31. december 1986, men blev af ministeren i oktober 1986 forlænget til udgangen af februar 1987. Fra dette tidspunkt omfatter dispensationen udelukkende valutaudlændinges brug af kortet i Danmark.

Som nævnt i sidste års beretning påbegyndte FO omkring årsskiftet 1987 på foranledning af de tre internationale kortselskaber forhandlinger med

henblik på en indretning af selskabernes gebyrstruktur i overensstemmelse med loven og dispensationen.

Målet for disse drøftelser var at udstikke nogle overordnede rammer for selskabernes gebyrstruktur og i denne forbindelse foretage en vurdering af, hvilke ydelser (udgifter) fra kortselskabernes side der kunne karakteriseres som hørende til betalingssystemets drift, og hvilke der kunne anses at vedrøre accessoriske ydelser til forretninger og butikker.

American Express meddelte medio marts 1987, at man havde indskrænket danske kortindehaveres brug af betalingskortet til kun at kunne finde sted i udlandet samtidig med, at man havde indskrænket antallet af tilknyttede forretninger og butikker i Danmark meget væsentligt.

Ved drøftelserne mellem FO, Diners' Club og Eurocard blev det fra FO's side understreget, at der på forlangende må kunne fremlægges dokumentation for de pågældende udgifter, og at fastsættelsen af gebyrer m.v. – i det omfang disse dækker ydelser, der ikke kan henregnes til driften af betalingssystemet – må ske efter almindelige forretningsmæssige principper, således at opkrævede beløb i det væsentlige modsvarer værdien af ydelserne til betalingsmodtagerne.

Det har været de to selskabers egen opfattelse, at de i meget vidt omfang leverer accessoriske ydelser, som der vil kunne opkræves gebyrer for.

Under disse forhandlinger har der ikke været foretaget en vurdering af størrelsen af påtænkte gebyrer og satser.

Ved afslutningen af forhandlingerne i foråret 1987 har FO forudsat, at selskaberne indrettede sig i overensstemmelse med FO's tilkendegivelser – også for så vidt angår allerede indgåede aftaler.

Da FO modtog en række henvendelser fra erhvervsdrivende, som klagede over, at selskabernes ændrede kontraktvilkår i mange tilfælde førte til forøgede omkostninger for de pågældende i forhold til tidligere år, har FO anmodet Diners' Club og Eurocard om at fremsende nærmere redegørelser for selskabets indtægter for at foretage en nærmere undersøgelse af størrelsen af de efter 1. marts 1987 opkrævede gebyrer og afgifter.

FO har anmodet Monopoltilsynet om at bistå sig ved disse undersøgelser, og disse er på nuværende tidspunkt ikke tilendebragt.

Illoyal markedsføring

Der opstod selvsagt en del usikkerhed i forbindelse med dispensationernes ændring og FO's forhandlinger med de internationale betalingskortselskaber.

Da konkurrencesituationen på dette marked endvidere er særdeles intens, foranledigedes FO til at påtale en konkurrents uheldige udnyttelse af denne situation.

Konkurrenten tilbød således American Express' kunder sit eget betalingskort uden sædvanligt indmeldelsesgebyr og leveret ekstra hurtigt.

FO fandt denne fremgangsmåde, under de daværende omstændigheder og i en situation, hvor konkurrentens egne forhold til betalingskortloven endnu ikke var endeligt afklarede, for stridende mod god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1, ligesom forholdet måtte anses for stridende mod betalingskortlovens regler.

Konkurrenten oplyste, at der var tale om et enkeltstående forhold, og at man var indforstået med at ophøre med denne fremgangsmåde.

Solidarisk hæftelse

FO har ved sin gennemgang af de internationale betalingskortselskabers kortbestemmelser (»§ 13-oplysninger«) navnlig været opmærksom på bestemmelserne om solidarisk hæftelse.

De tre betalingskortselskaber har alle tidligere efter deres kortbestemmelser ladet ansatte med firmakort hæfte solidarisk med arbejdsgiveren for betalinger.

Dette er nogle bestemmelser, som regelmæssigt har givet anledning til retssager.

Efter betalingskortlovens § 10, stk. 2 skal FO påse, at betalingskortsystemer indrettes og virker således, at der sikres brugerne overskuelighed, frivillighed og beskyttelse mod misbrug, og herunder, at en kortudsteders forretningsbetingelser ikke ensidigt tilgodeser den ene af parterne. Som en følge af disse forhandlinger har de tre betalingskortselskaber ændret deres bestemmelser om solidarisk hæftelse.

Udgangspunktet er herefter, at det er firmaet, der hæfter for brugen af firmakort. Kun i ganske få tilfælde kan den ansatte komme til at hæfte for betalinger. Dette er navnlig tilfældet ved den ansattes private brug af kortet og ved firmaets konkurs, hvis den ansatte må anses for at have været bekendt med virksomhedens overordnede økonomiske forhold.

FO har i alle undtagelsestilfælde understreget, at det må være firmaet eller betalingskortselskabet, der må bevise, at der foreligger omstændigheder, der gør, at den ansatte må hæfte.

FO vil fortsat følge retspraksis på dette område for at vurdere, om der er anledning til at foretage justeringer.

3.9. Uberettiget brug af betalingskort – betalingskortlovens § 21

Efter betalingskortlovens § 21 er en kortindehaver kun ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort, *hvis* kortet mistes ved grov uagtsomhed, *hvis* kortindehaveren ikke underretter betalingskortselskabet snarest muligt efter, at han eller hun er bekendt med kortets bortkomst eller inden rimelig tid efter bortkomsten, eller *hvis* kortet misbruges af nogen, som kortindehaveren har overladt det til. I de nævnte tilfælde kan kortindehaverens tab ikke overstige 1.000,- kr. eller 5.000,- kr. ved henholdsvis simpel og grov uagtsomhed.

En kortindehaver kan ikke blive ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af kortet efter, at betalingskortselskabet har fået underretning om kortets bortkomst, jfr. betalingskortlovens § 21, stk. 5.

I alle andre tilfælde må enten betalingskortselskabet eller forretningen bære tabet.

FO har siden betalingskortlovens ikrafttræden modtaget en del henvendelser om tab som følge af bortkomne eller stjålne betalingskort. Såfremt sådanne henvendelser ikke giver FO anledning til ud fra andre bestemmelser i loven at foretage selvstændige undersøgelser, kan FO ikke behandle sagen, da FO efter reglerne i betalingskortloven ikke kan tage stilling til, hvem der skal bære et eventuelt tab.

Disse sager kan imidlertid indbringes for Forbrugerklagenævnet. Dog vil Forbrugerklagenævnet ikke kunne behandle sager vedrørende Dankortet (»pengeinstitutvirksomhed«), men disse vil formentlig kunne afgøres af det kommende Ankenævn for Pengeinstitutkunder.

Henvendelser til FO kan give anledning til, at FO henleder en kortudsteders opmærksomhed på reglen om erstatningsmaksimering eller reglen i betalingskortlovens § 21, stk. 5, hvorefter sagen ofte vil kunne finde en løsning.

I andre tilfælde kan en henvendelse resultere i, at FO må vurdere, om betalingssystemet er indrettet og virker således, at der sikres brugerne beskyttelse mod misbrug, og om der er truffet de fornødne kontrol-, sikkerheds- og korrektionsprocedurer.

Konkret har FO i en sag udtalt, at det følger af såvel god markedsførings-skik som reglerne i betalingskortloven, at en kortudsteder, såfremt denne

under henvisning til betalingskortlovens § 21 anser en kortindehaver som ansvarlig for et tab, må underrette denne herom samtidig med, at der gives en begrundelse. På forlangende må begrundelsen gives skriftligt.

3.10. Kortudstederes ret til at give kreditoplysningsbureauer oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsforpligtelser

Betalingskortlovens § 24, stk. 2

FO udstedte i 1986 et påbud til et benzinselskab om at ophøre med at videregive oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsforpligtelser til Ribers Kreditinformation A/S eller andre kreditoplysningsbureauer.

Da benzinselskabet gjorde indsigelser mod påbudet, indbragte FO sagen for Sø- og Handelsretten med påstand om, at påbudet stadfæstedes.

Forinden påbudet blev udstedt, havde FO ført forhandlinger med et kreditoplysningsbureau om abonnenternes (kortudstedernes) ret til at give bureauet oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsforpligtelser. Videregivelse af sådanne oplysninger om »dårlige betalere« har fundet sted igennem flere år i overensstemmelse med lov om private registre m.v. Spørgsmålet var, om denne indberetning kunne fortsætte efter betalingskortlovens ikrafttræden den 1. januar 1985.

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.

Under forhandlingerne var der enighed mellem FO og kreditoplysningsbureauet om, at oplysninger om »dårlige betalere« ikke kunne anses for misbrugstilfælde. Uenigheden bestod derfor alene i, om videregivelsen af disse oplysninger var omfattet af de tilladte formål efter § 24. Efter at have indhentet udtalelse fra Betalingskortudvalget og Registertilsynet meddelte FO kreditoplysningsbureauet, at han fandt, at kortudstedernes videregivelse af oplysninger om kortindehavernes misligholdelse af betalingsforpligtelserne til bureauet og eventuel tilsvarende bureauer var i strid med betalingskortlovens § 24, stk. 2.

FO orienterede herefter samtlige registrerede kortudstedere om sine synspunkter og anmodede samtlige kortudstedere om at bekræfte, at de for fremtiden ville undlade at videregive de nævnte oplysninger til kreditoplys-

ningsbureauer. Da flere kortudstedere tilkendegav, at de ville fortsætte med indberetningerne, udstedte FO en række påbud i medfør af betalingskortlovens § 10, stk. 3.

Det førnævnte benzinselskab gjorde indsigelse mod påbudet, som herefter af FO blev indbragt for Sø- og Handelsretten, der bestemte, at indbringelsen skulle have opsættende virkning, indtil endelig dom forelå i sagen.

Det sagsøgte selskab anvender følgende fremgangsmåde i forbindelse med indberetning: Når en kortindehaver har misligholdt de aftalte betalingsbetingelser, og det skyldige beløb overgives til retslig incasso, giver selskabet meddelelse herom til Ribers Kreditinformation. I meddelelsen angives kortindehavers navn, adresse og det skyldige beløb.

Ved Sø- og Handelsrettens dom af 12. juni 1987 blev påbudet ophævet, og i dommen anfører et flertal af dommere følgende:

»Ved sagens afgørelse finder 3 dommere at kunne lægge til grund, at betalingskortlovens § 24, stk. 2, ikke sprogligt utvetydigt fastslår, hvilke oplysninger bestemmelsen omfatter. Som anført af Forbrugerombudsmanden må der i hvert fald ske en indskrænkning til oplysninger, som kortudsteder har fået i kraft af aftalen om betalingskort. Uden en klar tilkendegivelse i forbindelse med lovbestemmelsens tilblivelse finder disse dommere det betænkeligt at anlægge en fortolkning, der medfører, at de indberetninger til kreditoplysningsbureauer, der hidtil har været lovlige og specielt omtalt i et kapitel af registerloven, nu skulle være strafbare for den gruppe varekreditorer, der benytter betalingskort i kundeforholdet.«

Dommen er ikke anket.

FO har herefter over for betalingskortudstederne tilkendegivet, at kortudstederne nu inden for rammerne af lov om private registre m.v. kan videregive oplysninger om kortindehaverens misligholdelse af betalingsforpligtelser til kreditoplysningsbureauer.

3.11. Fremsendelse af betalingskort

I beretningen for 1986 er skitseret nogle af de problemer, der kan opstå i forhold til betalingskortloven ved en overdragelse af eller ophør af betalingssystemer (jfr. afsnit 3.3.).

I indeværende beretningsperiode er der sket en del overdragelser eller sammenlægninger af betalingskortsystemer. Ligeledes er en del kontoselskaber gået over til at benytte en anden teknologi, navnlig anvendelse af kort med

magnetstriben, som kan benyttes i elektroniske kasseterminaler. Dette har medført, at et stort antal forbrugere umiddelbart ikke har ment at have nogen konto, enten fordi en tidligere konto forlængst var betalt ud, eller fordi man aldrig tidligere har været i kontakt med det pågældende kontoselskab. Disse udsendelser fra kortudstedernes side har derfor givet anledning til en række henvendelser til FO.

Ifølge betalingskortlovens § 24, stk. 2 må oplysninger om kortindehaver kun anvendes og videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalingstransaktioner, korrektioner og retshåndhævelse, eller når dette er hjemlet ved lov.

Da FO ikke tidligere har taget stilling til, i hvilket omfang og i hvilke tilfælde oplysninger om kortindehavere må benyttes til fremsendelse af nye kort, når kontoen/betalingskortet ikke har været benyttet i en periode, har FO spurgt en række kortudstedere om deres praksis på dette område. Fortolkningen af ovennævnte bestemmelse skal ses i lyset af, at betalingskort kun må udleveres efter anmodning, jfr. lovens § 14.

Endvidere har FO i forbindelse med en påbegyndt gennemgang af sikkerhedsproblematikken ved betalingskort anmodet samtlige kortudstedere om at redegøre for deres praksis i forbindelse med udlevering/fremsendelse af betalingskort til kortindehavere. FO har herunder bl.a. bedt kortudstederne oplyse om, hvilke erfaringer de har gjort sig vedrørende misbrug i forbindelse med udlevering/fremsendelse af kort.

Undersøgelsen og vurderingen af disse spørgsmål forventes tilendebragt i løbet af 1988.

4. Kartoffelkuren

I sidste ÅB blev forskellige aspekter af den såkaldte kartoffelkur udførligt omtalt, herunder området for bilfinansiering og annoncering med bilsalg.

De erhvervsdrivende har især annonceret med begreber som »uden udbetaling« og lignende med låneløbetider ud over de 36 måneder, der er angivet som maksimum i kreditkøbslovens § 35 a.

Inden for det skitserede område har der været et meget stort antal enkeltsager. Hvad angår bilbranchen har FO foreløbig måttet overgive en sag til politiet med henblik på tiltalerejsning, idet det ikke i dette tilfælde lykkedes at opnå en forhandlingsløsning.

I løbet af beretningsperioden har der været et stigende antal sager af samme art inden for brancherne radio-TV, solarier og hårde hvidevarer, og der blev taget et initiativ over for de forskellige branchesammenslutninger med henblik på en generel orientering om disse regler. Dette er fortsat også efter beretningsperiodens udløb. Nedenstående eksempler har dannet udgangspunkt for FO's orientering.

Eksempel 1

Ved alle varer, hvor kontantprisen er over 2.000 kr., gælder:

»Køb uden udbetaling«

»Udbetaling 0 kr.« og lignende

er i strid med markedsføringsloven, fordi brugen af begrebet »udbetaling« signalerer, at der er tale om kreditkøb, hvad der jo i henhold til »kartoffelkuren« ikke må være på de vilkår. Et køb, finansieret af et fritstående lån, er et *kontantkøb*, og derfor er brugen af udtryk som »uden udbetaling« en vildledende angivelse.

Eksempel 2

Angivelser af låneløbetider alene som f.eks. »over 48 måneder« er i strid med kreditkøbsloven, der siger, at sælgeren kun må indgå en aftale, hvorefter kreditkøbsprisen skal betales inden 3 år fra aftalens indgåelse, og er således også i strid med markedsføringsloven.

Ydelse af Ekspreslån i detailforretninger

Et finansieringsselskab lejede sig for året 1987 ind med bemandede og ubemandede stande i en række større varehuse og lancerede samtidig finansieringsformen Ekspreslån, hvorefter man kunne låne penge til køb af kapitalvarer uden at skulle opfylde kartoffelkurens krav om 30% i udbetaling og afvikling af kreditten over max. 3 år.

Kreditgivningen fungerede på følgende måde:

I forretninger med bemandede stande foregik låneansøgning, kreditværdighedsvurdering og bevilling/afslag på låneansøgning udelukkende med bistand fra finansieringsselskabets personale.

I forretninger med ubemandede stande videregav ekspedienten telefonisk oplysningerne fra låneansøgningen til finansieringsselskabet og modtog ligeledes telefonisk svar fra finansieringsselskabet om, hvorvidt Ekspreslånet kunne bevilges. Hvis lånet blev bevilget, udfyldte ekspedienten låneaftalen og sikrede, at den blev underskrevet af låntager.

Det bevilgede lån blev ikke udbetalt kontant i forretningen. Hvis kunden straks ønskede at udnytte lånet til køb i den pågældende forretning, gav han ved afkrydsning på låneaftalen i finansieringsselskabet fuldmagt til at overføre lånet til forretningen. Herefter afleverede kunden en »kassetalon« i kassen, hvorpå lånebeløbet var påført. »Kassetalonen«, som kunne afrites fra låneaftaledokumentet, kunne kun bruges til køb af varer i den pågældende forretning. En eventuel difference mellem det bevilgede lånebeløb og prisen for den aktuelle vare ville dog blive udbetalt kontant fra kassen.

Hvis kunden ikke ønskede at udnytte lånet til køb med det samme, kunne han ligeledes ved afkrydsning på låneaftalen vælge mellem at få beløbet overført til sin bankkonto eller at få det tilsendt pr. check.

I låneansøgningsbrochuren fra finansieringsselskabet var der kun fokuseret på muligheden for at bruge det bevilgede Ekspreslån til »Straks-køb« i den pågældende forretning, jfr. eksempelvis brochureformuleringerne »Ekspreslån mens De venter. Køb kontant«, »Køb i dag med Ekspreslån« og »De køber kontant og kan straks få Deres vare med hjem«. Hverken brochuretekst eller låneansøgning indeholdt oplysning om, at lånet kunne blive overført til ens bankkonto eller blive tilsendt pr. check.

FO henviste til lov om køb på kredit § 1, stk. 2, nr. 2, og udtalte: »De Ekspreslån, som indsættes på låntagers konto, eller som tilsendes låntageren pr. check, må efter min opfattelse betragtes som såkaldte »fritstående lån«, som falder uden for kreditkøbslovens regulering.

De Ekspreslån, som straks ved hjælp af »kassetalonerne« kun kan udnyttes til køb i de pågældende detailforretninger, er imidlertid efter min opfattelse omfattet af kreditkøbslovens § 1, stk. 2, nr. 2. Købesummen er tilvejebragt ved Ekspreslån til køberen fra finansieringsselskabet, med hvem detailforretningen har truffet aftale om finansiering af købet.

Sidstnævnte aftaleforhold anses etableret ved, at forretningen udleverer det købte alene på grundlag af »kassetaloner«, som kun kan bruges til køb af varer i de samme forretninger. Jeg tillægger endvidere den skete annoncereing vægt, ligesom jeg for de »ubemandede« forretningers vedkommende henviser til, at låneforholdet kun kan etableres ved ekspedientens medvirken.

I det omfang, Ekspreslån er omfattet af kreditkøbsloven, skal de lovregler, der er vedtaget i henhold til »kartoffelkuren«, overholdes.

Vilkåret om, at Ekspreslån kan afvikles over op til 60 måneder, er således i strid med kreditkøbslovens § 35a. Efter denne bestemmelse skal kreditkøbsprisen for varer, hvis kontantpris overstiger kr. 2.000, betales inden 3 år (36 måneder) fra aftalens indgåelse.

Endvidere er det i strid med kreditkøbslovens § 35a ikke at kræve 30% i udbetaling for sagsgenstande, der koster mere end kr. 2.000 pr. enhed.

Endelig er der i brochuren om Ekspreslån efter min opfattelse givet vildledende og urimeligt mangelfulde oplysninger om forannævnte krav, der stilles i medfør af kreditkøbsloven, jfr. § 1 og § 2, stk. 1 i markedsføringsloven«.

Efter drøftelse med FO blev finansieringsformen ændret. Herefter ville ydede lån ikke blive udbetalt ved hjælp af »kassetaloner«, men

- 1) ved udstedelse af bankcheck til låntager i forretningen,
- 2) ved tilsendelse af bankcheck til låntager pr. post eller
- 3) ved indsættelse på låntagers bankkonto.

FO udtalte, at finansieringen, således som den nu blev gennemført, måtte anses som såkaldte fritstående lån, som ikke er omfattet af kreditkøbslovens bestemmelser.

Bilag

Bilag I

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bredgade 31, 1., 1260 København K
Tlf. 01 13 87 11
Tlf. henvendelse: 10 - 12 & 13 - 15

Dato: 23. juli 1987
Journal nr.: 1987-123-3
Ref.: AK/LK

Skrivelse sendt til eksterne rustbeskyttelsesfirmaer

Idet jeg henviser til tidligere brevveksling om de garantier eller reklamlationsbestemmelser, der anvendes i forbindelse med rustbeskyttelse af biler, skal jeg hermed vende tilbage til sagen.

Jeg har nu haft lejlighed til at gennemgå de indsendte garantierklæringer og reklamlationsbestemmelser med henblik på en vurdering af vilkårenes forenelighed med markedsføringsloven og er i den forbindelse stødt på en række vilkår, som jeg har drøftet med Brancheforeningen for danske bilbeskyttere, FDM og Forbrugerrådet.

Herefter finder jeg anledning til at præcisere, hvilke krav der efter min opfattelse kan stilles til de vilkår, som jeg har ønsket at drøfte med organisationerne.

For god ordens skyld skal det bemærkes, at der ikke hermed fra min side udtømmende er taget stilling til, hvilke krav der i øvrigt kan stilles til de nævnte garantier.

På den baggrund skal jeg henstille, at Deres firma eller virksomhed indretter sine garanti- og reklamlationsbestemmelser i overensstemmelse med følgende retningslinier i det omfang bestemmelserne berøres af de anførte vilkår:

Vilkår 1. "I tilfælde af opstået tvivl eller strid om en skade er dækket, afgøres sagen ved en uvildig instans eller voldgift."

- 2 -

Vilkåret bør suppleres med oplysning om, at forbrugeren også kan gå til domstolene i tilfælde af konflikt.

Vilkår 2. "En rustskade skal anmeldes umiddelbart eller senest 30 dage efter dens opståen."

Vilkåret bør ændres således, at en rustskade skal anmeldes senest 30 dage efter, at rustskaden er konstateret eller burde være konstateret.

I denne forbindelse skal jeg præcisere, at anmeldelse af en rustskade bør have virkning, uanset hvem af garantigivers repræsentanter den er indgivet til, jfr. princippet i købelovens § 84.

Vilkår 3. "Det er en forudsætning for garantien, at bilejeren har sørget for regelmæssig vedligeholdelse."

Det bør præciseres i garantibestemmelserne, at det påhviler garantigiveren at give bilejeren information om vedligeholdelse og pleje af bilen.

Vilkår 4. "Maksimumsbeløbet for erstatning ved opfyldelse af garantien udgør i flere tilfælde enten 10.000 kr. eller 15.000 kr. incl. moms i hele garantiperioden."

Når der gives garanti på rustbeskyttelse af biler, er det efter min opfattelse ikke rimeligt, jfr. markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik at fastsætte en maksimumsgrænse beløbsmæssigt for garantierstatningen.

Vilkår 5. "Et absolut krav om at dokumentation for inspektion eller kontrol af rustbeskyttelsen skal fremgå af et inspektionskort eller et garantihæfte."

.. /3

- 3 -

Hvis dokumentation kan ske på anden måde, er det tilstrækkeligt. Vilkåret bør derfor ændres i overensstemmelse hermed.

Vilkår 6. "Et absolut krav om at bilejeren skal indsende et servicekort med dokumentation for foretagne rustbeskyttelsesbehandlinger."

Hvis bilejeren på anden måde kan dokumentere, at efterbehandling er foretaget, er dette tilstrækkeligt. Vilkåret bør derfor ændres i overensstemmelse hermed.

Vilkår 7. "Garantien eller reklamlationsbestemmelserne er kun gyldige, hvis der er ikklæbet en udstedt behandlingskupon."

Hvis bilejeren på anden måde kan dokumentere, at den pågældende ordning er trådt i kraft eller betalt, er det tilstrækkeligt. Vilkåret bør derfor ændres i overensstemmelse hermed.

Vilkår 8. "Gebyr for ejerskifte."

Efter min opfattelse er det ikke rimeligt, jfr. markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik at kræve gebyr for ejerskifte, idet garantien må følge bilen og ikke ejeren.

Vilkår 9. "Opkrævning af betaling for kontroleftersyn i tilfælde, hvor der ikke foretages efterbehandling af bilen."

Efter min opfattelse er det ikke rimeligt, jfr. markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik at kræve betaling af bilejeren for kontroleftersyn.

Vilkår 10. "Hvilke rustbeskyttelsesmidler kan bilejeren bruge, hvis han ønsker at supplere med yderligere rustbeskyttelse?"

../4

- 4 -

Efter min opfattelse må forbrugeren have krav på at få oplyst, hvilke rustbeskyttelsesmidler han kan anvende, hvis han ønsker at supplere med yderligere rustbeskyttelse.

Vilkår 11. "Manglende oplysning om garantimærket og prisen herfor i selve garantien eller reklamationsbestemmelserne."

"Manglende oplysning om eventuel regulering af prisen for garantimærke.

"Manglende oplysning om, at der ikke kan kræves yderligere i betaling efter erlæggelse af et engangsgebyr."

Efter min opfattelse bør garanti- og reklamationsbestemmelser indeholde hjemmel for opkrævning af gebyr, betaling for garantimærke samt regulering af de nævnte ydelser. Endvidere bør bestemmelserne indeholde oplysninger om, at der ikke kræves yderligere ved erlæggelse af et engangsgebyr.

Vilkår 12. "I tilfælde af trafikskader bortfalder rustbeskyttelsesgarantien ofte i det hele, når der ikke efterfølgende er rustbeskyttet på den del af bilen, som blev skadet."

Efter min opfattelse bør garantien kun bortfalde, hvis der er årsagssammenhæng mellem den manglende rustbeskyttelse og den opståede rust på de områder, som garantien omfatter.

Vilkår 13. "Garantifond".

Efter min opfattelse bør en oprettet garantifond holdes adskilt fra firmaets eller selskabets øvrige formue eller midler.

../5

- 5 -

Vilkår 14. "I de tilfælde, hvor et rustbeskyttelsesfirma har relation til udenlandske firmaer, bør garantien altid indeholde oplysning om værneting og sted for henvendelse i Danmark".

Vilkår 15. "Henvi sning i garantien til sprøjteskemaet."

Når der i garantien henvises til sprøjteskemaet, bør bilejeren have mulighed for at rekvirere sprøjteskemaet.

Vilkår 16. "Garantien bortfalder, hvis rustbeskyttelsesbehandlingen er udført efter udløbet af 12-måneders fristen fra første registrering."

Efter min opfattelse er det ikke rimeligt, at bilejeren skal undgælde for, at rustbeskyttelsen er foretaget efter fristens udløb.

Vilkår 17. "Garantiordningen omfatter gennemtæring- eller gennemrustningsskader."

Efter min opfattelse bør garantiordningerne også dække begyndende rustskader, der naturligvis skal repareres for at undgå, at skaderne udvikler sig til gennemtæring. Vilkåret bør derfor ændres således, at garantien omfatter erstatning for rustskader, herunder gennemtæring.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Journal nr.: 1987-123-3

Ref.: AK/LK

- 6 -

Til orientering vedlægger jeg et af mig udarbejdet notat om garantibevisers udformning, idet jeg dog skal bemærke, at notatet for tiden er under revision med henblik på udsendelse af nye retningslinier, der udover garantivilkår også skal indeholde bestemmelser om reklamering med garantiudsagn.

Med venlig hilsen

Forbrugerombudsmanden

Bilag II

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bredgade 31, 1., 1260 København K
Tlf. 01 13 87 11
Tlf. henvendelse: 10 - 12 & 13 - 15

Dato: 23. juli 1987

Journal nr.: 1987-123-3

Ref.: AK/LK

Skrivelse sendt til bilimportørerne

Idet jeg henviser til tidligere brevveksling om de garantier mod rusttæring, herunder rustgennemtæring, som importørerne anvender ved salg af nye biler, skal jeg herved vende vende tilbage til sagen.

Jeg har nu haft lejlighed til at gennemgå de indsendte garantierklæringer med henblik på en vurdering af vilkårenes forenelighed med markedsføringsloven og er i den forbindelse stødt på nogle vilkår, som jeg har drøftet med Automobil-Importørernes Sammenslutning, FDM, Forbrugerrådet, Håndværksrådet og Forbrugerklagenævnet.

Herefter finder jeg anledning til at præcisere, hvilke krav der efter min opfattelse kan stilles til de vilkår, som jeg har ønsket at drøfte med organisationerne.

For god ordens skyld skal jeg bemærke, at der ikke hermed fra min side udtømmende er taget stilling til, hvilke krav der i øvrigt kan stilles til de nævnte garantier.

Ved min vurdering af garantivilkårene har jeg endvidere lagt vægt på de bestemmelser, der af en række myndigheder og organisationer i Norden er fastsat i Nordisk Antirustkodeks for personbiler. Et eksemplar heraf vedlægges.

På den baggrund skal jeg henstille, at Deres virksomhed indretter sine garantibestemmelser i overensstemmelse med følgende retningslinier, i det omfang bestemmelserne berøres af de anførte vilkår:

../2

- 2 -

Vilkår 1. "Reparationer udført under garantien indebærer ikke nogen forlængelse af garantiperioden."

Efter min opfattelse er et sådant vilkår som standardvilkår for absolut, idet man kan tænke sig, at en domstol eventuelt vil tilsidesætte vilkåret og forlænge garantiperioden, hvis garantigiver har været uforholdsmæssig lang tid om at foretage reparationen.

Jeg finder derfor, at et sådant vilkår bør udgå af garantibestemmelserne, jfr. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik.

I denne forbindelse kan jeg endvidere henvise til punkt V i notat om garantibevisers udformning, hvorefter garantiperioden skal forlænges med et tidsrum svarende til den tid, der forløber fra kravets fremsættelse til dets opfyldelse, dersom den købte genstand bliver repareret i henhold til garantien.

For god ordens skyld skal jeg dog samtidig bemærke, at det følger af punkt 7 i Nordisk Antirustkodeks for personbiler, at garantien løber uforandret i tilfælde af reparationer.

Vilkår 2. "Det er en forudsætning for garantien, at bilen vedligeholdes med de i service- og garantihæftet foreskrevne intervaller på et autoriseret værksted."

Efter min opfattelse er det ikke rimeligt, jfr. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik, at garantien bortfalder, hvis bilen ikke er vedligeholdt med de i service- og garantihæftet foreskrevne intervaller på et autoriseret værksted. Ifølge Nordisk Antirustkodeks punkt 6 b må et sådant krav ikke stilles fra garantigiverens side.

../3

- 3 -

Samtidig skal jeg bemærke, at garantigiver naturligvis ikke kan være ansvarlig for en opstået rustskade, som skyldes manglende vedligeholdelse og service.

Vilkår 3. "Det er en forudsætning for garantien, at bilejeren har sørget for regelmæssig vedligeholdelse."

Såfremt der tages forbehold om, at garantien ikke gælder for rustskader forårsaget af manglende eller utilstrækkelig vedligeholdelse, er det en forudsætning, at forbrugeren i fornødent omfang oplyses om, hvorledes bilen skal vedligeholdes, jfr. punkt IX i notat om garantibevisers udformning.

I øvrigt skal jeg henvisе til det ovenfor anførte under vilkår 2.

Vilkår 4. "Et absolut krav om at dokumentation for garantikontrol skal fremgå af garantihæftet."

Efter min opfattelse kan det ikke stilles som en absolut betingelse for garantien, at garantikontrollen fremgår af garantihæftet, hvis forbrugeren på anden måde kan dokumentere, at kontrol er foretaget.

Det bør derfor alene anføres, at dokumentation kan ske ved, at garantikontrollen fremgår af garantihæftet.

Vilkår 5. "Betaling for kontroleftersyn."

Efter min opfattelse kan det ikke anses for rimeligt, jfr. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik at kræve betaling for kontroleftersyn.

.. / 4

- 4 -

Jeg kan i denne forbindelse henvise til punkt 6 a i Nordisk Antirustkodeks for personbiler, hvorefter eftersynet skal være gratis for bilejeren.

Vilkår 6. "Et absolut krav om, at forbrugeren indsender garantihæftet eller kontrolkortet til importøren."

Efter min opfattelse er det ikke rimeligt, jfr. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik, at garantien er betinget af, at garantihæftet eller kontrolkortet indsendes.

Jeg kan i denne forbindelse henvise til notat om garantibevisers udformning punkt XI 1.

Vilkår 7. "Det er en betingelse for garantien, at rustbeskyttelsesbehandlingen er foretaget korrekt."

Efter min opfattelse må garantigiveren være ansvarlig for, at rustbeskyttelsesbehandlingen er foretaget korrekt.

Et sådant vilkår må således anses for at være i strid med god markedsføringsskik, jfr. § 1 i markedsføringsloven.

Vilkår 8. "Kun en udenlandsk virksomhed hæfter for garantien."

Efter min opfattelse bør også den eller de danske virksomheder, der er involveret i garantien, hæfte over for bilejeren.

Vilkår 9. "I tilfælde af uenighed mellem garantigiver og bilejer om garantien afgøres spørgsmålet ved voldgift."

../5

- 5 -

Efter min opfattelse bør det fremgå af garantibeviset, at forbrugeren under alle omstændigheder har ret til at gå til domstolene.

Vilkår 10. "Hvilke rustbeskyttelsesmidler kan bilejeren bruge, hvis han ønsker at supplere med yderligere rustbeskyttelse?"

Efter min opfattelse bør bilejeren så vidt det overhovedet er muligt have ret til at få oplysning fra garantigiveren om, hvilke rustbeskyttelsesmidler der kan suppleres med.

I denne forbindelse kan jeg henvise til punkt 8 i Nordisk Antirust-kodeks for personbiler.

Til orientering vedlægger jeg notat om garantibevisers udformning, idet jeg skal bemærke, at notatet for tiden er under revision med henblik på udsendelse af nye retningslinier, der udover garantivilkår også skal indeholde bestemmelser om reklamering med garantiudsagn.

Med venlig hilsen

Forbrugerombudsmanden

Bekendtgørelse af lov om markedsføring

Herved bekendtgøres lov om markedsføring, jfr. lovekendtgørelse nr. 142 af 19. marts 1986, med de ændringer, der følger af lov nr. 688 af 17. oktober 1986.

Kapitel 1

Almindelige bestemmelser

§ 1. Loven gælder i privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed. Der må i sådan virksomhed ikke foretages handlinger, som strider mod god markedsføringsskik.

§ 2. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 3. Der må ikke anvendes vildledende fremgangsmåder af lignende betydning for efterspørgsel og udbud som angivet i stk. 1 eller fremgangsmåder af tilsvarende betydning, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 4. Bestemmelserne i stk. 1-3 finder også anvendelse på foreninger og sammenslutninger, der varetager erhvervsdrivendes eller forbrugeres interesser, samt på institutioner, der har til særlig opgave at foretage forbrugerundersøgelser af varer med henblik

på offentliggørelse af undersøgelsesresultaterne.

§ 3. Ved tilbuds afgivelse, ved indgåelse af aftale eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet skal der gives en efter formuegodets eller ydelsens art forsvarlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af godets eller ydelsens karakter eller egenskaber, herunder især brugsegenskaber, holdbarhed, farlighed og vedligeholdelsesmulighed.

§ 4. Erklæring om ydelse af garanti eller lignende må kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en bedre retsstilling end den, han har efter lovgivningen.

§ 5. Erhvervsdrivende må ikke benytte forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andres.

Kapitel 2

Markedsføringsforbud

§ 6. Erhvervsdrivende må ikke ved salg af varer eller fast ejendom til forbruger eller ved udførelse af arbejds- eller tjenesteydelser for forbruger yde tilgift, eller hvad der må sidestilles hermed, medmindre tilgiften er af ganske ubetydelig værdi. Reklamering med ulovlig tilgift er ligeledes forbudt.

Stk. 2. En ydelse, der er af ganske samme art som hovedydelsen, anses ikke som tilgift.

§ 7. Erhvervsdrivende må ikke ved salg af varer eller ved udførelse af arbejds- og tjenesteydelser give rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer eller lignende til senere indløsning, medmindre hvert enkelt mærke på tydelig måde er forsynet med udstederens navn eller firma og med angivelse af en værdi i dansk mønt. Rabatmærkeudstederen skal indløse mærkerne her i landet til den pålydende værdi, når mærker til et beløb, hvis størrelse fastsættes af industriministeren, kræves indløst.

§ 8. Erhvervsdrivende må ikke fordele gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

Stk. 2. Udgifteren af et periodisk skrift kan dog foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

§ 8 a. Erhvervsdrivende må ikke over for en forbruger yde eller reklamere med rentefri kredit eller anden lignende ordning, hvis kredittens løbetid overstiger den løbende og efterfølgende måned.

Stk. 2. Overstiger kredittens løbetid den periode, der er nævnt i stk. 1, skal den erhvervsdrivende opkræve en årlig rente, der mindst svarer til den til enhver tid fastsatte officielle diskonto med et tillæg på 4 pct.

Stk. 3. Stk. 1–2 gælder ikke for finansieringsinstitutter, der er undergivet andet offentligt tilsyn.

Kapitel 3

Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger

§ 9. Den, der er i tjeneste- eller samarbejdsforhold til en virksomhed eller udfører et hverv for denne, må ikke på utilbørlig måde skaffe sig eller forsøge at skaffe sig kendskab til eller rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder.

Stk. 2. Er den pågældende kommet til kendskab om – eller har han fået rådighed over – virksomhedens erhvervshemmeligheder på retmæssig måde, må han ikke ubeføjet viderebringe eller benytte sådanne hemmelig-

heder. Forbudet vedvarer i 3 år efter tjenesteforholdets, samarbejdsforholdets eller hvervets ophør.

Stk. 3. Den, der i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervssøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller eller lignende, må ikke ubeføjet benytte sådant materiale eller sætte andre i stand hertil.

Stk. 4. Erhvervsdrivende må ikke benytte en erhvervshemmelighed, såfremt kendskab til eller rådighed over den er opnået i strid med de ovenfor nævnte bestemmelser.

Kapitel 4

Mærkning og emballering

§ 10. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for dansk erhvervsliv og forbrugerorganisationerne fastsætte bestemmelser om, at bestemte varer i detailsalg (salg til forbruger) kun må sælges eller udbydes til salg med angivelse af, om varen er dansk eller udenlandsk, eller af dens frembringelses- eller oprindelsessted. Industriministeren kan nærmere fastsætte, på hvilken måde de pågældende angivelser skal anbringes, samt hvad der i hvert enkelt tilfælde skal forstås ved varens frembringelses- eller oprindelsessted.

Stk. 2. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for dansk erhvervsliv og forbrugerorganisationerne fastsætte bestemmelser om:

- 1) at bestemte varebetegnelser eller symboler er forbeholdt eller skal benyttes for varer, der opfylder visse nærmere angivne betingelser, og
- 2) at bestemte varer kun må sælges eller udbydes til salg, såfremt varerne eller deres indpakning på nærmere af ministeren foreskrevet måde er forsynet med oplysning om varernes indhold og sammensætning, holdbarhed, behandlingsmåde og egenskaber i øvrigt.

§ 11. Varer af udenlandsk oprindelse må ikke sælges eller udbydes til salg med en på varen eller dens indpakning anbragt gengivelse af eller betegnelse for det danske flag eller andre nationale kendetegn eller mindesmærker. Det samme gælder varer af udenlandsk oprindelse, på hvilke eller på hvis

indpakning der udstyret er anbragt portræt af medlemmer af den kongelige familie.

§ 12. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for erhvervslivet og forbrugerorganisationerne fastsætte begrænsninger i adgangen til køb og salg samt til benyttelse af sådanne emballagegenstande eller dele heraf, der på nærmere foreskrevet måde enten er mærket med nogen her i landet hjemmehørende virksomheds navn eller forretningskendetegn eller er mærket som bestemt alene til emballage for varer af en bestemt art. Industriministeren kan på tilsvarende måde forbyde, at sådanne genstande forsætligt tilintetgøres eller beskadiges.

Kapitel 5

Om sagernes indbringelse for sø- og handelsretten og om forbrugerombudsmanden

§ 13. Borgerlige sager, for hvis udfald anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning, anlægges ved sø- og handelsretten i København, medmindre parterne vedtager andet.

Stk. 2. Offentlige straffesager om overtrædelse af denne lov behandles ved sø- og handelsretten i København, såfremt nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse. I øvrigt gælder reglerne i retsplejelovens kap. 63.

§ 14. Retten kan ved dom forbyde handlinger, der er i strid med denne lov.

§ 15. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsskik eller af lovens øvrige bestemmelser eller af bestemmelser fastsat af industriministeren i medfør af loven.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal på eget initiativ eller på grundlag af klager eller henvendelser fra andre ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med loven og de af industriministeren i medfør af loven fastsatte bestemmelser.

§ 16. Borgerlige sager om forbud mod handlinger, der er i strid med §§ 1-5 og § 8 a, kan anlægges af forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud som nævnt i stk. 1 vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes, nedlægge foreløbigt forbud. Sag til stadfæstelse af forbudet skal anlægges senest næste hverdag. Reglerne i retsplejelovens §§ 648, stk. 1, 1. pkt. og stk. 2, 649, 650 og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 628, stk. 1, 629, 633, stk. 2¹⁾, 634, stk. 2 og 4²⁾, 636, stk. 1, 639 og 640, stk. 1, finder anvendelse med de fornødne lempelser.

Stk. 3. Såfremt sag til stadfæstelse af et forbud efter stk. 2 ikke kan afgøres ved dom senest 5 hverdage efter sagens anlæg, kan retten under sagens forberedelse inden udløbet af den nævnte frist ved kendelse bestemme, at forbudet fortsat skal stå ved magt. Retten giver, forinden sådan afgørelse træffes, så vidt muligt parterne adgang til at udtale sig. Stadfæstes forbudet ikke inden fristens udløb, er det bortfaldet.

Stk. 4. Retten kan efter forbrugerombudsmandens påstand ved dommen eller senere:

- 1) give sådanne pålæg, som anses nødvendige for at sikre, at et forbud overholdes, og
- 2) bestemme, at aftaler, som fremtidig indgås i strid med et nedlagt forbud, er ugyldige, medmindre den, over for hvem forbudet er nedlagt, i det enkelte tilfælde godtgør, at den handling, der forbydes, har været af uvæsentlig betydning for den anden part.

§ 17. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle sådanne oplysninger, som skønnes nødvendige for hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser.

§ 18. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive udnævnt til dommer.

Stk. 2. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 3. Industriministeren fastsætter nærmere regler om forbrugerombudsmandens virksomhed.

Kapitel 6

Straf og påtale

§ 19. Tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller givet pålæg straffes med bøde eller hæfte.

Stk. 2. Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves ham efter § 17, eller som i forhold, der omfattes af loven, meddeler forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 2, §§ 6-8 a og § 11 og forsætlig overtrædelse af § 5 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Overtrædelser af § 2, stk. 2 og 3, der består i skadelig omtale af en anden erhvervsdrivende eller af forhold, der særligt angår ham, er undergivet privat påtale.

Stk. 4. I forskrifter, der udstedes i henhold til §§ 10 og 12, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 5. Overtrædelse af § 9 straffes med bøde, hæfte eller fængsel indtil 2 år. Påtale finder kun sted efter den forurettedes begæring. Sagerne behandles som politisager. Retsmidlerne i retsplejelovens kapitel 68, 69, 71 og 72¹⁾ finder anvendelse i samme omfang som i statsadvokatsager.

Stk. 6. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, andelsselskab, anpartsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bødeansvar.

Kapitel 7

Ikrafttrædelse m.v.

§ 20. Loven træder i kraft den 1. maj 1975, dog § 18, stk. 1 og 3, den 1. april 1975.

§ 21. Lov nr. 98 af 29. marts 1924 om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse, jfr. lovbekendtgørelse nr. 145 af 1. maj 1959, ophæves den 1. maj 1975.

§ 22. Lov nr. 165 af 13. april 1938 om tillæg til lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse ophæves den 1. maj 1975.

Stk. 2. De bestemmelser, der er fastsat i medfør af loven, forbliver i kraft, indtil de afløses af bestemmelser, fastsat i henhold til denne lov. Overtrædelse af bestemmelserne straffes med bøde. § 19, stk. 6, finder tilsvarende anvendelse.

§ 23. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, men kan ved kgl. anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Lov nr. 688 af 17. oktober 1986 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 3. Loven træder i kraft dagen efter bekendtgørelsen i Lovtidende.

Stk. 2. Loven finder anvendelse for kontoaftaler indgået den 7. oktober 1986 eller senere, således at pligten til at svare renter indtræder for gæld, der er opstået efter lovens ikrafttræden⁴⁾.

Industriministeriet, den 28. januar 1987

N. WILHELM

/ Niels Erik D. Jensen

¹⁾ ændret til retsplejelovens § 633, jfr. lov nr. 258 af 26. maj 1976 om ændring af retsplejeloven m.v.

²⁾ ændret til stk. 5, jfr. lov nr. 300 af 8. juni 1977 om ændring af retsplejeloven m.v.

³⁾ ændret til retsplejelovens kapitel 75 b, 73, 69 og 70, jfr. lov nr. 243 af 8. juni 1978 og lov nr. 227 af 6. juni 1985 om ændring af retsplejeloven m.v.

⁴⁾ lov nr. 688 af 17. oktober 1986 angår § 8 a.

Bekendtgørelse om regler for forbrugerombudsmandens virksomhed

I medfør af § 18, stk. 3, i lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring fastsættes herved følgende regler for forbrugerombudsmandens virksomhed:

§ 1. Det påhviler forbrugerombudsmanden at føre tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsskik eller af de øvrige bestemmelser i lov om markedsføring eller af bestemmelser fastsat af industriministeren i medfør af denne lov.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal på eget initiativ eller på grundlag af klager eller henvendelser fra andre ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med markedsføringsloven og de af industriministeren i medfør af denne lov fastsatte bestemmelser.

§ 2. Forbrugerombudsmanden skal særligt føre tilsyn med markedsføringen på områder, hvor overtrædelser af markedsføringsloven kan forudses ofte at forekomme, eller hvor sådanne kan være til særlig skade for forbrugerne, samt hvor der er tale om markedsføringsforanstaltninger af stor praktisk betydning.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan ikke tage endelig stilling til spørgsmål om lovligheden af påtænkte foranstaltninger inden for markedsføring, som måtte blive ham forelagt, men kan kun uforpligtende og kun i det omfang varetagelsen af de ham ved loven påbudte opgaver tillader det, give oplysninger om de synspunkter, han ville anlægge over for sager af den pågældende karakter, som han måtte få til behandling.

§ 3. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag ved retten om forbud mod handlinger, der er i strid med kapitel I i markedsføringsloven og kan herunder nedlægge påstand om, at retten

- 1) giver sådanne pålæg, som må anses nødvendige for at sikre, at forbudet overholdes
- 2) bestemmer, at aftaler, som fremtidig indgås i strid med det nedlagte forbud, er ugyldige.

Stk. 2. Begæring om foranstaltninger, som omhandlet i stk. 1, kan også fremsættes over for retten af forbrugerombudsmanden efter, at der er afsagt dom i sagen.

Stk. 3. Retssagen anlægges ved sø- og handelsretten i København, medmindre forbrugerombudsmanden efter aftale med parten vedtager andet værneting.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden kan indtræde efter retsplejelovens almindelige regler i civile retssager vedrørende markedsføringsloven.

Stk. 5. Er der øjensynlig fare for, at formålet med forbud vil forspildes, hvis sag herom skal afvente rettens afgørelse, kan forbrugerombudsmanden nedlægge foreløbigt forbud. Forbudsnedlæggelsen skal ske skriftligt med angivelse af dato og klokkeslet. Nedlægges forbudet ikke på stedet af forbrugerombudsmanden, forkyndes forbudsdokumentet ved stævningsmand. Under den sag til stadfæstelse af forbudet, der efter bestemmelserne i markedsføringsloven skal anlægges senest næste hverdag, må forbrugerombudsmanden principalt påstå forbudet stadfæstet

ved dom, subsidiært forbudet foreløbigt godkendt ved kendelse. Af hensyn til de korte tidsfrister, bør forbrugerombudsmanden så vidt muligt tidsmæssigt koordinere en forbudsnedlæggelse med retten.

§ 4. Finder forbrugerombudsmanden, at der foreligger overtrædelse af strafsanktionerede og offentlig påtale undergivne bestemmelser i markedsføringsloven eller i forskrifter fastsat af industriministeren i medfør af denne lov, kan han fremsætte anmodning til anklagemyndigheden om, at der rejses tiltale. Det samme gælder, hvis et af retten nedlagt forbud eller givet pålæg tilsidesættes. Med anmodningen til anklagemyndigheden om tiltalerejsning kan forbrugerombudsmanden henstille, at det overdrages ham at udføre tiltalen.

§ 5. Forbrugerombudsmanden skal forhandle med anklagemyndigheden om, for hvilken ret en straffesag vedrørende overtrædelse af markedsføringsloven bør indbringes.

§ 6. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle sådanne oplysninger, som skøn-

nes nødvendige for hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under markedsføringslovens bestemmelser.

§ 7. Forbrugerombudsmanden skal lægge vægt på at orientere offentligheden om de af ham og af domstolene behandlede sager af betydning for forståelsen af markedsføringslovens bestemmelser eller af almen interesse og udarbejder ved finansårets udløb en årsberetning til industriministeren om aktiviteterne i det forløbne år og administrationen i øvrigt.

§ 8. Forbrugerombudsmanden bistås af et sekretariat, hvis daglige leder træder i forbrugerombudsmandens sted, når denne måtte være forhindret, ligesom forbrugerombudsmanden om nødvendigt kan bemyndige andre sekretariatsmedarbejdere til at handle på sine vegne i enkeltsager.

§ 9. Bekendtgørelsen træder i kraft ved offentliggørelsen i Lovtidende. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 169 af 6. maj 1975 om regler for forbrugerombudsmandens virksomhed.

Industriministeriet, den 25. september 1981

ERLING JENSEN

/ Per Lund Thoft

Sager om overtrædelse af lov nr. 297 af
14.6.1974 om markedsføring.

Den 1.5.1975 er markedsføringsloven trådt i kraft. Den afløser konkurrenceloven, jfr. lbkg. nr. 145 af 1.5.1959 med senere ændringer. Bemærkningerne til forslaget til markedsføringsloven findes i FT 1973/74 tillæg A sp. 2241 ff.

I forbindelse med lovens ikrafttræden har Handelsministeriet ved bkg. nr. 169 af 6.5.1975 fastsat regler om forbrugerombudsmandens virksomhed, der i § 4 giver bestemmelser om tiltalebegæring og om udførelsen af tiltalen og i § 5 om værnetinget.

1. Markedsføringsloven gentager ikke forbudet i konkurrencelovens § 4 mod brug af "Røde Kors"-mærket, De Forenede Nationers emblem, stats- og kommunevåben m.v. Retsstridig benyttelse af sådanne kendetegn vil - udenfor området af markedsføringslovens § 11 - fremtidig alene være strafbar efter straffelovens § 132, som ændret ved lov nr. 163 af 31.5.1961.

2. Efter konkurrenceloven var offentlig påtale i en række tilfælde betinget af begæring. Reglerne herom er ikke gentaget i markedsføringslovens § 19, som indeholder bestemmelserne om straf og påtale. Påtale for overtrædelse af markedsføringsloven bør dog ikke rejses, uden at forbrugerombudsmanden har givet tilslutning dertil. Inden en sag om overtrædelse af markedsføringsloven henlægges uden tiltale, indhentes en erklæring fra forbrugerombudsmanden, medmindre afgørelsen findes utvivlsom.

3. De almindelige regler om værneting gælder, men såfremt nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse, behandles sagen ved sø- og handelsretten i København. Afgørelsen herom træffes efter forhandling med forbrugerombudsmanden.

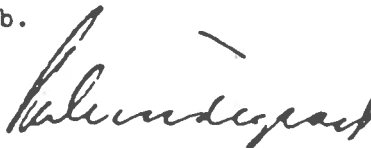
Ved § 5 i bkg. om forbrugerombudsmandens virksomhed er det pålagt forbrugerombudsmanden at træde i forbindelse med tiltalte og eventuelle forurettede med henblik på, at ønsker om sagens indbringelse for sø- og handelsrettens markedsføringsafdeling så vidt muligt imødekommes.

4. Ifølge retsplejelovens § 104, som ændret ved lov nr. 286 af 14.6.1974 kan forbrugerombudsmanden - der har modtaget anklagerbeskikkelse - udføre tiltale for sø- og handelsretten i København og for by- og herredsretterne i sager vedrørende loven om markedsføring. Udførelsen af sager, der indbringes for sø- og handelsretten i København, bør sædvanligvis overlades til forbrugerombudsmanden. I andre tilfælde udføres sagen af vedkommende anklager, medmindre anden aftale i det enkelte tilfælde er truffet med forbrugerombudsmanden.

I sager, hvor forbrugerombudsmanden ikke udfører tiltalen, underrettes han om tidspunkterne for retsmøder.

5. I Forbrugerkommissionens betænkning II nr. 681/73, der ligger til grund for loven, gives der udtryk for, at bøderne efter konkurrenceloven i mange tilfælde har været for små, og at en betydelig skærpelse derfor skønnes nødvendig. Ved anklagemyndighedens bødepåstand tages hensyn til den fortjeneste, som skønnes indvundet ved overtrædelsen, og oplysninger herom søges såvidt muligt tilvejebragt under efterforskningen.

6. Afsagte domme forelægges for forbrugerombudsmanden inden ankefristens udløb.



Per Lindegaard.

R I G S A D V O K A T E N

Meddelelse nr. 2/1982.
Den 16. februar 1982.
J.nr. G 37.

Markedsføringsager

Ved RM 7/75 er meddelt orientering om markedsføringsloven og bkg. 169 6.5.75 om regler for forbrugerombudsmandens virksomhed.

Denne bkg. er nu afløst af bkg. 496 25.9.81. § 5 er ændret således, at forbrugerombudsmanden ikke længere har pligt til at forhandle med tiltalte og eventuelle forurettede om valg af værneting, jfr. herved RM 7/75 pkt. 3. § 5 indeholder nu alene en forskrift om forhandling med anklagemyndigheden.

Forbrugerombudsmanden har oplyst, at der ikke er behov for underretning om tidspunktet for retsmøder i markedsføringssager, hvor forbrugerombudsmanden ikke udfører tiltalen, jfr. meddelelsens pkt. 4. Denne forskrift ophæves hermed.

Det tilføjes ad pkt. 2, at påtale for overtrædelse af markedsføringslovens § 9 (om adgang til og misbrug af erhvervshemmeligheder m.v.) efter § 19, stk. 5 kun finder sted efter forurettedes begæring.



Per Lindegaard.

Lov om betalingskort m.v.

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt:
Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

Kapitel 1

Lovens område

§ 1. Loven gælder for betalingssystemer med betalingskort samt betalingssystemer, der kan sidestilles hermed, som udbydes eller kan benyttes her i landet.

§ 2. Ved betalingskort forstås konto-, kredit- og købekort, der benyttes i betalingsojemed, således at kortindehaver ved brug af kortet hos kortudsteder eller andre kan erhverve varer eller tjenesteydelser eller foranledige overførsel af betaling.

§ 3. Ved kortudsteder forstås:

- 1) den, med hvem kortindehaver indgår aftale om brug af betalingskort, og
- 2) den, med hvem betalingsmodtager indgår aftale om tilslutning til betalingssystemet.

Stk. 2. Kortudsteder skal have forretningssted her i landet, medmindre andet følger af regler fastsat af industriministeren.

§ 4. Ved kortindehaver forstås den, der indgår aftale med kortudsteder om brug af betalingskort.

§ 5. Ved betalingsmodtager forstås:

- 1) den, der med kortudsteder indgår aftale om at modtage betalingsoverførsel ved kortindehavers brug af betalingskort, og
- 2) den, hos hvem kortindehaver ved brug af kortet kan erhverve varer eller tjenesteydelser eller foranledige overførsel af betaling.

Kapitel 2

Anmeldelse og registrering

§ 6. Enhver kortudsteder skal anmeldes til forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Er flere kortudstedere tilsluttet samme betalingssystem, og anvendes i væsentligt omfang samme forretningsbetingelser, kan forbrugerombudsmanden tillade eller påbyde fælles anmeldelse.

§ 7. Anmeldelse skal indeholde:

- 1) Kortudstaders navn, forretningssted og organisation.
- 2) En beskrivelse af betalingssystemet, herunder forretningsgang og betalingsrutiner.
- 3) De oplysninger, der udleveres i henhold til § 13, stk. 1.
- 4) Forretningsbetingelser og aftalevilkår i øvrigt.

Stk. 2. Ændringer i forhold, hvorom anmeldelse er sket, skal anmeldes inden 8 dage efter, at aftale herom er indgået eller ændring er sket.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden fastsætter nærmere bestemmelser om anmeldelse i henhold til stk. 1 og 2.

§ 8. Forbrugerombudsmanden fører et offentligt tilgængeligt register, hvori de indgivne anmeldelser indføres. Registeret er undergivet reglerne i lov om offentlige myndigheders registre.

Stk. 2. Et betalingssystem må ikke tages i brug, forinden registrering efter stk. 1 har fundet sted.

Stk. 3. Registrering skal finde sted senest tre måneder efter, at en anmeldelse, der opfylder betingelserne i § 7, er indgivet, eller, hvis en udtalelse er indhentet efter § 11, stk. 2 eller 3, senest 3 måneder efter, at udtalelse er afgivet.

Stk. 4. Registrering efter stk. 1 indebærer ikke godkendelse af det anmeldte.

§ 9. Industriministeren fastsætter nærmere bestemmelser om:

- 1) Indretningen af registeret.
- 2) I hvilket omfang oplysninger, der vedrører sikkerhedsforanstaltninger mod misbrug af betalingssystemet, er undtaget fra registrering.
- 3) Udskrifter af registeret, herunder om gebyr herfor.

Kapitel 3

Forbrugerombudsmandens beføjelser. Tilsyn. Det rådgivende betalingskortudvalg

§ 10. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af denne lov eller bestemmelser, der er fastsat i medfør heraf.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal påse, at betalingskortsystemer indrettes og virker således, at der sikres brugerne overskuelighed, frivillighed og beskyttelse mod misbrug. Finder forbrugerombudsmanden, at et betalingssystem i de nævnte henseender ikke er betryggende indrettet, herunder

- 1) at fornødne kontrol-, sikkerheds- og korrektionsprocedurer ikke er etableret,
- 2) at en kortudsteders forretningsbetingelser, jfr. herunder § 13, stk. 1, eller en betalingsmodtagers forretningsbetingelser over for kortindehaver ensidigt tilgodeser egne interesser eller i øvrigt er urimelige, eller
- 3) at en kortudsteders eller betalingsmodtagers forretningsbetingelser ensidigt tilgodeser den ene af parterne,

eller at lovens bestemmelser i øvrigt ikke overholdes, skal han ved forhandling søge forholdet ændret.

Stk. 3. Kan en ændring som nævnt i stk. 2 ikke ske ved forhandling, kan forbrugerombudsmanden udstede påbud herom.

§ 11. Forbrugerombudsmanden kan kræve alle oplysninger, som findes nødvendige for

hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under denne lovs bestemmelser.

Stk. 2. Forinden forbrugerombudsmanden træffer afgørelse om forhold som nævnt i § 20, kan en udtalelse indhentes fra monopoltilsynet eller tilsynet med banker og sparekasser.

Stk. 3. Forinden forbrugerombudsmanden træffer afgørelse efter kapitel 6, kan en udtalelse indhentes fra registertilsynet.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt betjene sig af særligt sagkyndige i det omfang, det findes fornødent.

§ 12. Der oprettes et rådgivende udvalg under forbrugerombudsmanden, betalingskortudvalget, der skal bistå forbrugerombudsmanden ved administrationen af denne lov.

Stk. 2. Betalingskortudvalget består af en formand, en næstformand og 7 andre medlemmer, som udnævnes af industriministeren. Formanden, næstformanden og et af medlemmerne skal repræsentere juridisk, økonomisk og teknisk sagkundskab og være uafhængige af betalingsformidlingsinteresser. Af de øvrige 6 medlemmer udnævnes et medlem 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.

Stk. 3. Industriministeren fastsætter betalingskortudvalgets forretningsorden.

Kapitel 4

Almindelige bestemmelser

§ 13. Kortudsteder skal ved individuelle henvendelser til enkeltpersoner og virksomheder og ved besvarelse af forespørgsler om betalingskort udlevere skriftligt materiale indeholdende oplysning om:

- 1) Kortets anvendelsesmuligheder.
- 2) Vilkår, der er knyttet til indehavelse og anvendelse af kortet.
- 3) Omkostninger ved erhvervelse og brug af kortet, herunder den årlige nominelle ren-

te, hvis en periodisk rente anvendes, og eventuelle gebyrer.

- 4) Hvor ofte kortindehaver vil modtage kontoudtog.
- 5) Personlige oplysninger, kortudsteder anmoder om ved ansøgning om udlevering af kort.
- 6) Fremgangsmåden ved eventuel vurdering af kreditværdighed.
- 7) Brug, opbevaring og videregivelse af personlige oplysninger og oplysninger om indkøb m.v.
- 8) Hvorledes der advares mod kortet, hvis det bortkommer, misbruges eller er i en uberettigets besiddelse.

Stk. 2. Kortudsteder skal, for aftale om erhvervelse af betalingskort indgås, meddele kortindehaver de i stk. 1 nævnte oplysninger skriftligt.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden kan fastsætte nærmere regler om, hvorledes oplysningspligten efter stk. 1 og 2 skal opfyldes.

§ 14. Betalingskort må kun udleveres efter anmodning.

Stk. 2. Såfremt en anmodning om betalingskort afslås, skal kortudsteder på opfordring meddele, om oplysninger efter § 13, stk. 1, nr. 5 og 6, begrundes afslaget, og i så fald hvilke oplysninger.

§ 15. Kortindehaver har ved enhver betalingskorttransaktion krav på udlevering af kvittering.

§ 16. Kortindehaver og betalingsmodtager er berettigede til uden varsel at opsige aftalen med kortudsteder om tilslutning til betalingssystemet.

§ 17. Ved erhvervelse af varer eller tjenesteydelser ved brug af betalingskort må ikke ydes rabat, eller hvad der må sidestilles hermed, til kortindehaver, medmindre samme fordel ydes ved kontant erlæggelse.

§ 18. Betalingsmodtager er forpligtet til at modtage kontant betaling inden for normal forretnings tid til fyldestgørelse af betalingsforpligtelser, der kunne indgås og opfyldes ved brug af betalingskort.

§ 19. Betalingskort må ikke kræves anvendt som legitimationsmiddel i andre sammenhænge end betalingstransaktioner med betalingskort og som hævekort.

Stk. 2. Betalingskort må ikke indeholde kortindehavers CPR-nummer.

§ 20. Kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet kan ikke pålægges betalingsmodtager.

Stk. 2. Gebyr for kortindehavers brug af betalingskort skal fastsættes uafhængigt af betalingsmodtagerens forhold.

Kapitel 5

Erstatningsregler

§ 21. Kortindehaver er kun ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort, hvis

- 1) kortindehaver eller nogen, som han har overladt kortet til, har mistet dette ved grov uagtsomhed,
- 2) kortindehaver eller nogen, som han har overladt kortet til, har undladt at underrette kortudsteder snarest muligt efter at have fået kendskab til, at kortet er bortkommet, eller inden rimelig tid efter bortkomsten, eller
- 3) kortet misbruges af nogen, som kortindehaver har overladt det til.

Stk. 2. Kortindehavers ansvar efter stk. 1 kan ikke overstige et af industriministeren fastsat beløb, medmindre kortindehaver har handlet forsætligt. Beløbet kan fastsættes forskelligt for simpel og grov uagtsomhed. Kortudsteder bærer den overskydende del af tabet.

Stk. 3. Uanset stk. 1 er betalingsmodtager ansvarlig for tab, såfremt han vidste eller burde vide, at brugeren var uberettiget til at benytte kortet.

Stk. 4. Medmindre andet følger af stk. 1, 2 eller 3, er kortudsteder ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort.

Stk. 5. For betalinger, der foretages, efter at kortudsteder har fået underretning om, at kortet er bortkommet eller i øvrigt besiddes af en uberettiget, er kortudsteder dog ansvarlig, medmindre betalingsmodtager kan gøres ansvarlig efter stk. 3.

§ 22. Kortudsteder er ansvarlig for tab hos kortindehaver og betalingsmodtager, som skyldes fejlregistrering, konteringsfejl, teknisk sammenbrud eller andre lignende omstændigheder, selv om fejlen er hændelig. Har kortindehaver forsætligt eller groft uagtsomt medvirket til fejlen, kan erstatning til kortindehaver nedsættes eller bortfalde. Kortudsteder er dog ikke ansvarlig for tab hos betalingsmodtager som følge af forhold hos denne.

Stk. 2. Er betaling udeblevet eller forsinket under omstændigheder som nævnt i stk. 1, 1. pkt., kan misligholdelsesbeføjelser ikke af den grund gøres gældende over for kortindehaver bortset fra krav på rente. Er der sket træk på kortindehavers konto, anses betaling dog for sket med frigørende virkning for kortindehaver.

Stk. 3. Må kortudsteder efter stk. 1 erstatte tab hos kortindehaver som følge af forhold hos betalingsmodtager, kan kortudsteder kræve erstatningen betalt af betalingsmodtager.

Stk. 4. Kortudsteder har bevisbyrden for, at betalingstransaktioner ikke skyldes de i stk. 1, 1. pkt., nævnte omstændigheder.

Kapitel 6

Registrering, anvendelse, videregivelse og opbevaring af oplysninger

§ 23. Medmindre andet følger af bestemmelserne i denne lov, finder lov om private registre anvendelse på registre, der føres til brug ved betalingssystemer efter § 1.

§ 24. Der må kun registreres oplysninger om kortindehavere, der er nødvendige til gennemførelse af betalingstransaktioner, og oplysninger om tilfælde, hvor betalingskort er bortkommet eller inddrages på grund af misbrug.

Stk. 2. Oplysninger om kortindehavere må 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.

Stk. 3. Oplysninger om betalingsmodtagere må kun anvendes og videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalings-

transaktioner, korrektioner og retshåndhævelse. Oplysninger må i øvrigt kun videregives i det omfang, det er bestemt i anden lovgivning.

§ 25. Oplysninger om enkeltpersoners og virksomheders benyttelse af betalingssystemer opbevares i fem år, hvorefter de tilintetgøres. Oplysninger om misbrug skal dog slettes senest to år efter registrering.

§ 26. Industriministeren fastsætter efter indhentet udtalelse fra registertilsynet regler om, at oplysninger, der vedrører her i landet bosatte personers forhold, kun må registreres eller databehandles her i landet.

Kapitel 7

Sagernes indbringelse for retten

§ 27. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 2. Forbrugerombudsmandens afgørelser i henhold til denne lov kan indbringes for domstolene inden tre måneder fra afgørelsens dato. Indbringelse for domstolene har opsættende virkning, medmindre retten fastsætter andet, jfr. dog § 28.

§ 28. Påbud udstedt i medfør af § 10, stk. 3, skal uden unødigt ophold af forbrugerombudsmanden indbringes for domstolene, hvis den, mod hvem påbuddet retter sig, gør indsigelse.

Stk. 2. Retten kan bestemme, at indbringelse som nævnt i stk. 1 har opsættende virkning.

§ 29. Borgerlige sager, for hvis udfald anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning, og hvor forbrugerombudsmanden er part, anlægges ved sø- og handelsretten i København, medmindre parterne vedtager andet.

Stk. 2. Straffesager om overtrædelse af denne lov behandles ved sø- og handelsretten i København, såfremt nærmere kendskab til betalingssystemer, der omfattes af loven, skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse. I øvrigt gælder reglerne i retsplejelovens § 104, stk. 4, og kap. 63.

Stk. 3. I sager, der efter stk. 1 og stk. 2, 1. pkt., anlægges ved sø- og handelsretten i Kø-

benhavn, finder reglerne i retsplejelovens § 9 a, stk. 7, 2. pkt., og § 94, stk. 1, 3. pkt., tilsvarende anvendelse.

Kapitel 8

Straf og påtale m.v.

§ 30. Medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der

- 1) overtræder § 3, stk. 2, § 6, stk. 1, § 7, stk. 1 og 2, § 8, stk. 2, § 13, stk. 1 og 2, § 14, stk. 1, § 17, § 18, § 24 og § 25,
- 2) tilsidesætter påbud i henhold til § 6, stk. 2, og § 10, stk. 3,
- 3) undlader at meddele oplysninger, som afkræves efter § 11, stk. 1,
- 4) afgiver urigtige eller vildledende oplysninger i en anmeldelse efter § 6, jfr. § 7,
- 5) i forhold, der i øvrigt er omfattet af loven, meddeler forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger.

Stk. 2. I forskrifter, der fastsættes i medfør af § 7, stk. 3, § 13, stk. 3, og § 26, kan der fastsættes straf i form af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 3. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bødeansvar.

§ 31. Borgerlig straffelovs §§ 152 og 264 b finder tilsvarende anvendelse på særligt sagkyndige efter § 11, stk. 4, og deres medhjælpere. Hvad særligt sagkyndige og deres medhjælpere erfarer gennem deres virksomhed for forbrugerombudsmanden, skal betragtes som hemmelighed.

§ 32. Den, der driver virksomhed med betalingskort eller medvirker hertil, kan ved dom for strafbart forhold frakendes retten til fortsat at drive den pågældende virksomhed eller til at drive den under visse former eller til at medvirke hertil, såfremt det udviste forhold begrunder nærliggende fare for misbrug ved udøvelse af virksomheden. Borgerlig straffelovs § 79, stk. 1, 3. pkt., og stk. 2-3, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 2. Påstand om frakendelse efter stk. 1 nedlægges af anklagemyndigheden efter anmodning fra forbrugerombudsmanden.

Stk. 3. Den, der driver virksomhed, hvortil retten er frakendt ham i medfør af stk. 1, eller som i sin virksomhed lader nogen, som er frakendt retten hertil, medvirke ved virksomhed som nævnt i stk. 1, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter borgerlig straffelovs § 131. Drives virksomheden af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bødeansvar.

§ 33. §§ 14, 15, 16, 19, 20, stk. 2, samt §§ 21 og 22 kan ikke fraviges til skade for kortindehaver.

Stk. 2. §§ 16 og 20, stk. 1, samt §§ 21 og 22 kan ikke fraviges til skade for betalingsmodtager.

§ 34. Industriministeren kan bestemme, at § 20 og kapitel 6 helt eller delvis ikke finder anvendelse på betalingssystemer efter § 1, som må anses for at være internationale.

Kapitel 9

Gebyr, ikrafttrædelses-, overgangs- og revisionsbestemmelser

§ 35. Omkostninger ved administration af denne lov pålignes de registrerede kortudstedere i forhold til betalingssystemets omsætning, antal kortindehavere og antal korttransaktioner.

Stk. 2. Industriministeren fastsætter nærmere bestemmelser om gebyrets fastsættelse og om forbrugerombudsmandens opkrævning heraf.

Stk. 3. Der tillægges gebyrerne udpantningsret.

§ 36. Loven træder i kraft 1. januar 1985.

Stk. 2. Hvis betalingssystemet er taget i brug inden 1. april 1985, skal kortudsteder senest denne dato:

- 1) foretage anmeldelse i henhold til § 6, jfr. § 7 og § 8, stk. 1, og
- 2) meddele dem, der var kortindehavere den 1. januar 1985, de i § 13, stk. 1, nævnte oplysninger.

Stk. 3. Overtrædelse af stk. 2 straffes med bøde. § 30, stk. 3, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 4. § 8, stk. 2 og 3, finder kun anvendelse, hvis betalingssystemet ikke er taget i brug 1. januar 1985.

§ 37. Forslag om revision af loven fremsættes for folketetinget i folketingsåret 1987-88.

§ 38. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, men kan ved kongelig anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Givet på Amalienborg, den 6. juni 1984

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ IB STETTER

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

J.nr. 1987-280-1

Februar 1987

REDEGØRELSE OM OMKOSTNINGSFORDELINGEN EFTER BETALINGSKORTLOVENS

§ 20, stk. 1.

Denne redegørelse er udarbejdet som vejledning for forståelsen af betalingskortlovens § 20, stk. 1, og samtidig indeholder den de grundsynspunkter, som Forbrugerombudsmanden agter at lægge til grund i sager, hvor bestemmelsen finder anvendelse.

Ved udarbejdelsen af notatet er der taget udgangspunkt i bestemmelsens ordlyd, lovens forarbejder og det kendskab, der er opnået til forskellige betalingskortsystemers indretning og finansiering.

Fortolkningen af § 20, stk. 1, har været forlagt betalingskortudvalget, ligesom de nedenfor gengivne principper har været drøftet med Monopoltilsynet.

Betalingskortlovens § 20, stk. 1, har følgende ordlyd:

"Kortudsteders omkostninger ved drift af betalings-systemet kan ikke pålægges betalingsmodtager."

Nærmere om fortolkningen af § 20, stk. 1.

Reglen er baseret på et omkostningsfordelingsprincip, der er udtrykt negativt: Kortudsteders driftsomkostninger kan ikke pålægges betalingsmodtager.

Hensigten bag bestemmelsen er at sikre, at udgifterne til driften af et betalingssystem ikke belaster tilsluttede butikker og forret-

ninger med den følge, at omkostningerne overvæltes på de almindelige priser. Betalingskortsystemet må som udgangspunkt hvile i sig selv, således at betalingssystemets udgifter ikke overstiger dets indtægter.

Bestemmelsen forudsætter, at selve driften af betalingssystemet regnskabsmæssigt udsondres. Vedrørende driftsudgiftsbegrebet er det min opfattelse, at brugen af ordet "omkostninger ved drift" generelt set kun udelukker klare ikke-driftsudgifter.

Der eksisterer typisk en række bestemte omkostningstyper, der kan henføres til driften af et betalingssystem som sådant. Kortudsteder kan således ikke ved indretningen af betalingssystemet selv afgøre, hvilke udgifter han står for og på denne måde omgå bestemmelsen.

Angivelsen "kortudsteders omkostninger" indebærer endvidere, at betalingsmodtager kan afholde egne omkostninger til anskaffelse og drift af apparatur og lignende i forbindelse med deltagelsen i betalingssystemet. I de tilfælde, hvor betalingsmodtagere køber eller lejer apparatur m.v. hos kortudsteder, må vederlaget fastsættes efter almindelige forretningsmæssige principper, idet betalingsmodtager ellers ville overføre midler til kortudsteder, som ikke blot dækker dette mellemværende.

Efter min opfattelse vil der ligeledes være tale om en overtrædelse af bestemmelsen, hvis der f.eks. afregnes til forskellige priser alt efter betalingsmåde, eller hvis kortudsteders renteudgifter (kreditomkostninger) reelt dækkes af betalingsmodtagerne ved en forsinket udlodning/afregning.

Bestemmelsen er derimod ikke til hinder for, at en kortudsteder betinger sig en éngangsafgift eller et éngangsgebyr af den butik eller forretning, som ønsker at tilslutte sig betalingssystemet, når der ved beregningen heraf kun medregnes udgifter til apparatur og diverse materialer, som af kortudstederen leveres til butikken ved tilslutningen, samt kortudsteders omkostninger i forbindelse med instruktion og oplæring af butikkens personale. Udgifter, der

må betegnes som en nødvendig forudsætning for driften af et betalingssystem, så som udgifter ved registrering og indpasning af betalingsmodtager i betalingssystemet samt ved sikkerheds- og kontrolforanstaltninger, må alene dækkes af kortudsteder.

I § 20, stk. 1, ligger en forudsætning om konkurrenceneutralitet, således at bestemmelsen med ensartet virkning finder anvendelse i forhold til alle kortudstedere. Opdelingen af omkostningerne mellem kortudstedere og betalingsmodtagere er derfor uafhængig af, om der er tale om et eksternt (f.eks. en kontoring) eller et internt (betalingsmodtager er tillige kortudsteder, f.eks. et stormagasin) betalingssystem, og om betalingsmodtager på den ene eller anden måde er medejer af eller deltager i kortudstedervirksomheden.

Dette indebærer også, at eventuelle besparelser, rationaliseringsgevinster eller lignende, som måtte kunne opnås ved etablering af eget betalingssystem (internt system), ikke kan modregnes i systemets udgifter, selv om virksomhedens drift alt i alt billiggøres ved omlægningen af betalingsmåden. På samme måde kan sådanne eventuelle besparelser m.v., som måtte kunne opnås hos betalingsmodtagere ved tilslutning til et betalingssystem (eksternt system), ikke indbetales til kortudstedere f.eks. i form af et gebyr. Forbudet i betalingskortlovens § 20, stk. 1, mod deltagelse i driften af betalingssystemets omkostninger er absolut.

Udgiftsposter, der må henregnes til "omkostninger ved drift af betalingssystemet".

Den følgende opregning af udgiftsposter skal ikke anses for udtømmende, men angiver blot eksempler på typiske omkostninger inden for et betalingssystem. I samme forbindelse bemærkes, at omkostningsbegreberne ikke nødvendigvis er entydige begreber.

Administrationsudgifter, herunder edb-omkostninger, husleje, kontorhold, personaleomkostninger, udgifter ved udstedelse af betalingskort m.v.

Disse poster må betegnes som normale driftsudgifter. Hvor betalingssystemet er en integreret del af kortudsteders øvrige virksomhed, må en udsondring i givet fald ske ud fra en vægtning af de forskellige udgiftsposter. Der må kunne redegøres nærmere for den stedfundne fordeling af udgifterne.

Til denne post må endvidere medregnes tab som følge af fejlfunktion, jfr. betalingskortlovens § 22.

Markedsføringsudgifter

Markedsførings- og annonceudgifter findes at kunne opdeles i, hvad der sigter på markedsføring af betalingssystemet som sådant, over for potentielle kortindehavere og betalingsmodtagere, og hvad der må anses for reklamering for kortudsteders eller tilsluttede betalingsmodtagers almindelige erhvervsvirksomhed. Udgifter af førstnævnte karakter må regnes for betalingssystemets driftsudgifter. Opdelingen kan tildels blive skønsmæssig.

Debitortab

Tab på usolide debitorer samt hensættelser til imødegåelse af forventede, men endnu ikke konstaterede, tab, må medregnes som en driftsudgift. Hertil må også regnes tab som følge af misbrug, jfr. betalingskortlovens § 21.

Renteudgifter

(kortfristet gæld):

Betalingsystemets almindelige drift og eventuelle kreditgivning skal finansieres, typisk over en kassekredit, og renteudgifterne hertil har karakter af driftsudgifter. Renteudgifterne må specificeres nærmere.

Anlægsomkostninger (langfristet gæld):

Tilsvarende har renteudgifterne af langfristet gæld til anlægsfinansiering karakter af driftsudgifter. Som omkostning ved driften

af et betalingssystem må ligeledes medtages en passende forrentning af en investeret egenkapital ud fra den betragtning, at den ved alternativ placering i f.eks. værdipapirer ville give et afkast.

Afskrivninger

Afskrivninger på kapitaludstyr, der benyttes i betalingssystemet, er driftsudgifter, som må medtages - eventuelt opgjort skønsmæssigt. Henlæggelser til fornyelser kan ligesom afdrag på lån ikke anses for en driftsudgift.

Betalingssystemets indtægter.

Der vil typisk være tale om gebyrer, afgifter, renter eller lignende, som betales af kortindehaverne. De enkelte indtægtstyper må nærmere specificeres.

Betalingskortlovens § 20, stk. 1, hindrer ikke, at en betalingsmodtager vil kunne bidrage med indskudskapital ved etablering af et betalingssystem. Ligeledes kan en betalingsmodtager, der ønsker at blive medejer af et selskab, der driver et betalingssystem, erhverve den fornødne ejendomsret ved køb af aktier, anparter eller lignende. Der må dog ikke betales en højere pris end den reelle værdi, ligesom et økonomisk bidrag, f.eks. i form af et indskud, ikke i øvrigt må have karakter af et tilskud til de løbende driftsomkostninger. I modsat fald vil der være tale om overførsel af midler fra betalingsmodtager i strid med § 20, stk. 1.

Bekendtgørelse om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven

I medfør af lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v. § 9, § 21, stk. 2, § 26, § 30, stk. 2, samt § 35, stk. 2, bestemmes:

Stk. 2. Kortindehavers ansvar for grov uagtsomhed efter lovens § 21, stk. 1, nr. 1-3, kan ikke overstige 5.000 kr.

Kapitel 1

Indretning af registeret m.v.

§ 1. Forbrugerombudsmanden fører et register på grundlag af de oplysninger, der fremgår af de indgivne anmeldelser, jfr. lovens §§ 7 og 8.

Stk. 2. Registeret indrettes således, at der er mulighed for at få udskrift eller kopi af registrerede oplysninger om kortudsteder og de af denne anmeldte betalingssystemer.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden fastsætter gebyr for udskrifter eller kopier. Gebyrerne bekendtgøres i Statstidende og oplyses på forlangende.

§ 2. Oplysninger om sikkerhedsforanstaltninger mod misbrug må alene registreres i form af en generel beskrivelse af principperne i systemets beskyttelse mod misbrug.

§ 3. Forbrugerombudsmanden underretter skriftligt kortudsteder om, at registrering er sket.

Kapitel 2

Erstatningsmaksimering

§ 4. Kortindehavers ansvar for simpel uagtsomhed efter lovens § 21, stk. 1, nr. 2 og 3, kan ikke overstige 1.000 kr.

Kapitel 3

Registrering og databehandling i udlandet

§ 5. Til brug ved betalingssystemer må oplysninger, som ikke må registreres her i landet, heller ikke indsamles med henblik på registrering eller databehandling i udlandet.

Stk. 2. Til brug ved betalingssystemer må oplysninger, der vedrører her i landet bosatte personers erhvervelse af varer eller tjenesteydelser her i landet ikke overlades til registrering eller databehandling i udlandet, såfremt oplysningerne, hvis de røbes, er egnede til at skade den pågældendes omdømme.

Kapitel 4

Gebyr til dækning af omkostninger ved lovens administration

§ 6. Kortudsteder skal hvert år inden 1. juli meddele forbrugerombudsmanden betalingssystemets omsætning her i landet og antal korttransaktioner via betalingssystemet her i landet i det forrige kalenderår, samt antal kortindehavere her i landet, der er tilknyttet betalingssystemet ved det forrige kalenderårs udgang, jfr. dog stk. 3.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden fastsætter kortudstedernes gebyr forholdsmæssigt på grundlag af forbrugerombudsmandens udgiftsbudget i det indeværende finansår vedrørende administrationen af loven, således at:

- a. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til betalingssystemets omsætning her i landet i det forrige kalenderår,
- b. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til antal korttransaktioner via betalingssystemet her i landet i det forrige kalenderår, og
- c. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til antal kortindehavere her i landet, der er tilknyttet betalingssystemet ved det forrige kalenderårs udgang.

Gebyret udgør dog mindst 500 kr. årligt.

Stk. 3. Er flere kortudstedere tilsluttet samme betalingssystem, påhviler det hver kortudsteder at meddele forbrugerombudsmanden de i stk. 1 omhandlede oplysninger, dog således at det alene påhviler den enkelte kortudsteder at oplyse sin andel i betalingsystemets omsætning, antal korttransaktioner og antal kortindehavere. På dette grundlag fastlægger forbrugerombudsmanden den enkelte kortudstaders gebyr i overensstemmelse

med stk. 2.

Stk. 4. Gebyrets størrelse meddeles hver kortudsteder inden 1. september og forfalder til betaling 1. oktober. Gebyret er tillagt udpantningsret, jfr. lovens § 35, stk. 3. Undlader kortudsteder at meddele de i stk. 1 nævnte oplysninger, fastsætter forbrugerombudsmanden gebyret skønsmæssigt på grundlag af de for ham foreliggende oplysninger.

Stk. 5. Afviger de indbetalte gebyrer fra de i finansåret afholdte udgifter, reguleres der herfor over det følgende års udgiftsbudget vedrørende administrationen af loven.

Kapitel 5

Straf- og ikrafttrædelsesbestemmelser

§ 7. Overtrædelse af § 5 straffes med bøde.

Stk. 2. Begås overtrædelsen af et aktie-, anparts-, andelsselskab eller lignende kan bødeansvar pålægges selskabet som sådant.

§ 8. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. januar 1985.

Industriministeriet, den 14. december 1984

IB STETTER

/ Per Lund Thoft

Bekendtgørelse om anmeldelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort

I medfør af § 7, stk. 3, § 13, stk. 3 og § 30, stk. 2 i lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v. fastsættes:

§ 1. Anmeldelse af kortudsteder efter lovens § 6 skal ske på blanketter, der kan rekvireres hos Forbrugerombudsmanden.

§ 2. Kortudsteders skriftlige oplysninger efter lovens § 13, stk. 1 og 2 skal gives samlet og være tydeligt adskilt fra eventuelle andre oplysninger.

§ 3. Gives oplysningerne i forbindelse med et ansøgningsskema om erhvervelse af betalingskort, skal det skriftlige materiale være udformet på en sådan måde, at kortansøgeren ved overgivelse eller fremsendelse af ansøgningsskemaet kan beholde den del, hvori oplysningerne efter lovens § 13, stk. 1 og 2 er angivet.

§ 4. Oplysningerne skal gives i følgende rækkefølge og under følgende overskrifter:

- 1) Kortets anvendelsesmuligheder.
- 2) Vilkår knyttet til indehavelse og anvendelse af kortet.

- 3) Omkostninger, gebyrer, rente m.v.
- 4) Kontoudtog.
- 5) Afkrævning af personlige oplysninger.
- 6) Kreditværdighedsvurdering.
- 7) Brug, opbevaring og videregivelse af personlige oplysninger og oplysninger om indkøb m.v.
- 8) Udsendelse af advarsel hvis kort bortkommer, misbruges eller er i en uberettigets besiddelse.

Stk. 2. Såfremt oplysninger om flere betalingskort eller om forskellige ordninger med samme betalingskort gives samlet, skal oplysninger, der er indbyrdes forskellige for de enkelte betalingskort eller ordninger, angives tydeligt adskilt i teksten under de i stk. 1 angivne overskrifter.

§ 5. Overtrædelse af §§ 2-4 straffes med bøde.

Stk. 2. Begås overtrædelsen af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende kan bødeansvar pålægges selskabet som sådant.

§ 6. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. januar 1985.

Forbrugerombudsmanden, den 18. december 1984

FREDE CHRISTENSEN

Bekendtgørelse om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister.

I medfør af § 1, stk. 3 i Industriministeriets bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven fastsættes:

§ 1. For udskrift eller kopi af registrerede oplysninger om en kortudsteder og de af denne anmeldte betalingssystemer betales 5 kr. for hver side, dog mindst 25 kr.

§ 2. Der opkræves ikke gebyr for første eksemplar af udskrift eller kopi af registrerede oplysninger, der udleveres til en kortudsteder indenfor det betalingskortsystem, oplysningerne vedrører.

§ 3. Bekendtgørelsen træder i kraft den 15. april 1986.

Forbrugerombudsmanden, den 4. april 1986
Frede Christensen

Bilag XI

Forretningsorden for betalingskortudvalget

I medfør af § 12, stk. 3, i lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v. fastsættes:

§ 1 Betalingskortudvalget 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 udnævnes et medlem 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.

Stk. 2 Et udvalgsmedlem skal udtræde af udvalget ved udgangen af det år, hvori den pågældende fylder 70 år.

Stk. 3 Er et medlem gennem længere tid forhindret i at deltage i udvalgets arbejde, kan industriministeren udnævne en stedfortræder.

§ 2 Betalingskortudvalget er et rådgivende udvalg, der skal bistå forbrugerombudsmanden ved på forbrugerombudsmandens foranledning at afgive udtalelser til brug ved dennes administration af betalingskortloven, herunder særlig om principielle spørgsmål, og når afgørelser skal træffes på grundlag af skøn, der ikke nærmere er fastlagt ved domstols- eller administrativ praksis.

Industriministeriets j.nr. 229-5-85

§ 3 Formanden tilrettelægger og leder udvalgets møder. Formanden påser, at de sager der forelægges udvalget fremmes med tilbørlig hurtighed, og kan efter omstændighederne bestemme, at en sag behandles skriftligt.

Stk. 2 Ved formandens forfald træder næstformanden i dennes sted.

§ 4 Udvalget afholder møde, så ofte formanden finder anledning dertil. Møde afholdes endvidere, såfremt der fremsættes begæring herom af forbrugerombudsmanden.

Stk. 2 Formanden drager omsorg for mødernes indkaldelse. Indkaldelse skal så vidt muligt ske skriftligt og med mindst en uges varsel.

Stk. 3 Med mødeindkaldelsen skal følge dagsorden, der så vidt muligt skal indeholde angivelse af de sager, der kommer til behandling og være bilagt det efter formandens skøn fornødne materiale.

§ 5 Formanden drager omsorg for, at der udfærdiges referat af udvalgets møder, og at udvalgets udtalelser meddeles forbrugerombudsmanden. Formanden underskriver på udvalgets vegne. Et mindretal kan begære sin afvigende mening anført i referatet og i udvalgets udtalelser.

§ 6 Udvalgets sekretariatsopgaver varetages af forbrugerombudsmanden.

Stk. 2 Forbrugerombudsmanden eller dennes stedfortræder, samt udvalgets sekretær deltager i udvalgets møder med taleret. Efter formandens bestemmelse kan andre af forbrugerombudsmandens medarbejdere deltage i møderne.

§ 7 Personer, der deltager i udvalgets møder eller på anden måde er knyttet til dets virksomhed, er forpligtet til overfor

uvedkommende at hemmeligholde, hvad de herigennem bliver vidende om, jfr. borgerlig straffelovs §§ 152 og 264b.

§ 8 Denne forretningsorden træder i kraft den 14. februar 1985.

Industriministeriet, den 14. februar 1985


Ib Stetter


/Per Lund Thoft

19 FEB. 1985

nr.

Lov om ændring af lov om køb på kredit

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt:
Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

§ 1

I lov nr. 275 af 9. juni 1982, jf. lovbe-
kendtgørelse nr. 585 af 1. september 1986,
foretages følgende ændringer:

1. I § 8 indsættes som *stk. 3*:

»*Stk. 3.* Justitsministeren kan i det om-
fang, det betinges af prisudviklingen, ændre
beløbsangivelsen i *stk. 1.*«.

2. I § 18, 1. pkt., ændres »20 pct.« til: »30
pct.«.

3. I § 32 indsættes efter nr. 3 som nyt num-
mer:

»4) Hvorledes gælden skal betales.«.

Nr. 4 bliver herefter nr. 5.

4. Efter § 35 indsættes som nyt kapitel:

»Kapitel 4 a

Særlige kreditvilkår i forbrugerkøb

§ 35 a. I forbrugerkøb, der ikke sker i
henhold til en kontoaftale, og hvor kontant-
prisen overstiger 2.000 kr., må sælgeren kun
indgå en aftale, hvorefter

- 1) denne ved overgivelsen af det købte til
køberen skal være fyldestgjort for mindst
30 pct. af kontantprisen, og
- 2) kreditkøbsprisen skal betales inden 3 år
fra aftalens indgåelse.

Stk. 2. Bestemmelsen i *stk. 1* gælder tilsva-
rende for den tredjemand, som i henhold til
§ 1, *stk. 2*, nr. 2, har finansieret købet.

Stk. 3. *Stk. 1* gælder ikke ved salg af bog-
værker under udgivelse.

Stk. 4. Justitsministeren kan i det omfang,
det betinges af prisudviklingen, ændre be-
løbsangivelsen i *stk. 1*.

§ 35 b. Bestemmelsen i § 35 a finder også
anvendelse på en aftale, der er betegnet som
lejekontrakt, eller hvorefter betaling i øvrigt
fremtræder som vederlag for brug af tingen,
hvis det må antages at have været meningen,
at modtageren af tingen skal blive ejer af
denne.

§ 35 c. En sælger eller en tredjemand,
som nævnt i § 3, må kun indgå eller anvende
en kontoaftale om forbrugerkøb, hvorefter
køberen hver måned for den foregående pe-
riode skal betale mindst 5 pct. af saldoen ved
periodens begyndelse og 30 pct. af kontant-
prisen af salgsgenstande over 2.000 kr., der
er købt i perioden.

Stk. 2. En periode, som nævnt i *stk. 1*, må
højst være af 1 måneds varighed.

Stk. 3. *Stk. 1* gælder ikke, hvis køberen
ifølge kontoaftalen er forpligtet til at betale
kontantprisen senest 3 måneder efter salg-
sgenstandens levering.

Stk. 4. Justitsministeren kan i det omfang,
det betinges af prisudviklingen, ændre be-
løbsangivelsen i *stk. 1.*«.

5. § 40, *stk. 2*, affattes således:

»*Stk. 2.* Med bøde straffes endvidere den,
der gør sig skyldig i grov eller oftere genta-
gen overtrædelse af § 8 og § 32, samt i grov

eller gentagen overtrædelse af § 35 a, § 35 b
jfr. § 35 a og § 35 c.«.

§ 2

Lovforslaget kan stadfæstes straks efter
vedtagelsen.

§ 3

Stk. 1. Loven træder i kraft dagen efter
bekendtgørelsen i Lovtidende.

Stk. 2. Loven finder anvendelse på aftaler
om køb, der indgås efter dens ikrafttræden.

Stk. 3. En sælger eller en tredjemand, der
indgår eller anvender en kontoaftale om for-
bruger køb, kan udskyde opkrævningen af de
beløb, køberen skal betale efter § 35 c, til
senest den 31. januar 1987.

§ 4

Loven gælder ikke for Færøerne og Grøn-
land, men kan ved kgl. anordning sættes i
kraft for disse landsdele med de afvigelser,
de særlige færøske og grønlandske forhold
tilsiger.

Givet i Jagthuset, Trend skov, den 17. oktober 1986

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ ERIK NINN-HANSEN

Retningslinier for skolefotografering

Efter forhandling med de interesserede organisationer er der udfærdiget følgende vejledende retningslinier om fotografering af børn i skoler og børnehaver.

Firmaer, der fotograferer børn i skoler og børnehaver m.v., må kun sende prøvebilleder til gennemsyn til børnenes hjem efter udtrykkelig anmodning fra en af forældrene. Et sådant samtykke vil f.eks. kunne tilkendes ved udfyldelse af en særlig formular, som firmaet sender til barnets hjem.

Såfremt forældrene tilbagesender formularen i udfyldt stand, skal den kun betragtes som en anmodning om at få fotografierne til uforpligtende gennemsyn.

Spørgsmålet om, hvorvidt eller på hvilken måde fotografering af børnene må ske i skolen eller i børnehaven, falder uden for markedsføringslovens område og skal afgøres af ledelsen af den pågældende institution.

Forbrugerombudsmanden, september 1976.

Retningslinier for annoncetegning ved telefonakkvisition

Efter forhandling med repræsentanter fra nogle fagblade samt fra De Danske Handelsforeningers Fælles-Organisation, Industrirådet og Dansk Annoncørforening er der udarbejdet følgende retningslinier om fremgangsmåden ved annoncetegning ved telefonakkvisition.

1.

Ved telefonakkvisition skal den mundtlige aftale bekræftes skriftligt af bladet.

2.

Annonceringen må ikke udsendes i forbindelse med ordrebekræftelsen, men skal fremsendes efter annoncens indrykning i forbindelse med et bilagsblad med et eksemplar af den indrykkede annonce.

Forbrugerombudsmanden, februar 1977.

Retningslinier for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende

Institutionen har modtaget en del forespørgsler om, i hvilket omfang foreninger, der ikke er erhvervsdrivende, som f.eks. sportsklubber, spejderkorps m.fl., kan afholde konkurrencer i samarbejde med erhvervsdrivende for at samle penge ind til fordel for foreninger.

Disse arrangementer omfatter undertiden afholdelse af bankospil i forbindelse med et reklameshow eller underholdning af forskellig art.

Ifølge markedsføringslovens § 8, stk. 1, må erhvervsdrivende ikke afholde konkurrencer, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet, men da foreninger af den nævnte art ikke omfattes af markedsføringsloven, har de fri adgang til at afholde konkurrencer og lodtrækninger.

I det omfang det sker i samarbejde med en eller flere erhvervsdrivende og kombineres med reklame for de pågældende erhvervsvirksomheder, vil det, alt efter hvorledes arrangementet er tilrettelagt, indebære mulighed for, at de erhvervsdrivende kommer til at indtage en så fremtrædende placering i arrangementet, at det medfører, at markedsføringslovens § 8, stk. 1, bliver overtrådt.

For at søge at skabe klarhed over disse forhold har jeg efter forhandling med repræsentanter for Dansk Idrætsforbund, F.D.F./F.P.F., De Danske Lions Klubber, Sct. Georgsgilderne i Danmark, The International Association of Y's Mens's Clubs, Det danske Spejderkorps, Det Frie Spejderkorps og K.F.U.M.- og K.F.U.K.-spejderne i Danmark udarbejdet nedenstående vejledende retningslinier for tilrettelæggelse af sådanne arrangementer.

1.

Foreningen kan opfordre erhvervsdrivende til at støtte præmiekonkurrencer økonomisk, herunder ved at skænke beløb til at dække omkostningerne til afholdelse af arrangementer.

2.

Erhvervsdrivende kan yde gaver til foreninger med det formål, at gaverne bortloddes.

3.

Under præmiekonkurrencens afholdelse kan der gives følgende oplysninger om de erhvervsdrivende: Navn og adresse på gavegiver samt gavens art

og mængde. Derimod må der ikke finde egentlig reklamering sted for den erhvervsdrivende, f.eks. i form af anprisninger af virksomheden eller af de skænkede varer.

4.

Ved bekendtgørelse om præmiekonkurrencens afholdelse kan foreningen i annoncer, plakater og lignende anføre navn og adresse på gavegivere, samt gavens art og mængde, men samtlige gavegivere bør så vidt muligt anføres på ensartet måde, således at der ikke sker fremhævelse af enkelte virksomheder eller af de varer, der er skænket til formålet.

Forbrugerombudsmanden, april 1977.

Retningslinier for priseksempler inden for automobilforsikring

Efter forhandlinger med Forbrugerrådet og Assurandør-Societetet henstilles det til forsikringsselskaberne kun at anvende priseksempler i reklame inden for automobilforsikring, såfremt der heri gives følgende oplysninger:

1. Hele præmiestigen for et geografisk afgrænset område.
2. Selvrisikoens størrelse.
3. Vilkårene for rykning til henholdsvis billigere og dyrere præmietrin.
4. Andre oplysninger af betydning for forbrugernes bedømmelse af forsikringsudgifterne f.eks. særlige regler om præmietilbagebetaling og/eller efterbetaling.

Det er institutionens opfattelse, at priseksempler inden for automobilforsikring, der ikke indeholder de ovennævnte oplysninger, som altovervejende hovedregel må anses for at være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet oplysningerne er nødvendige for at give forbrugerne mulighed for at sammenligne forskellige selskabers priser.

Forbrugerombudsmanden, januar 1978.

Vejledende retningslinier om forståelsen af begrebet »vildledning« med hensyn til oprindelsesland ved salg af beklædningsgenstande

Ved bekendtgørelse nr. 321 af 16. juni 1978 om salg af beklædningsgenstande har handelsministeriet i medfør af § 10, stk. 1, og § 19, stk. 4, i lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring bestemt, at der ikke ved salg til forbruger af beklædningsgenstande af strikket og vævet stof må anvendes angivelser, tegn, præsentations-, etiketterings- eller salgsmetoder, der er egnet til at vildlede forbrugerne med hensyn til varernes oprindelsesland.

Ifølge bekendtgørelsens § 1, stk. 2, skal spørgsmålet om varernes oprindelse afgøres efter de kriterier for bestemmelse af oprindelsen, der er fastsat i retsregler, der gælder for de europæiske fællesskaber.

Afgørelsen om varernes oprindelsesland træffes her i landet af toldmyndighederne.

Derimod hører spørgsmålet om, hvorvidt en eventuel mærkning af varerne er egnet til at vildlede forbrugerne om varernes oprindelsesland, under forbrugerombudsmandens arbejdsområde, og efter forhandling med de interesserede erhvervs- og forbrugerorganisationer samt fagforbund har institutionen udarbejdet følgende retningslinier for de synspunkter, der vil blive lagt til grund ved institutionens vejledende udtalelser om beklædningsgenstandes mærkning om oprindelsesland.

1.

Såfremt firmanavnet, varemærket eller emballagen indeholder udtryk som »Danish design« eller en dansk geografisk betegnelse eller et konstrueret ord, der kan opfattes som betegnelse for en dansk lokalitet, herunder ordforbindelser med »dan«, eller afbildninger af et dansk nationalt symbol eller af et umiddelbart genkendeligt dansk bygningsværk eller landskab, gælder følgende:

- a. Er varen af udenlandsk oprindelse, skal den mærkes med oprindelseslandet eller »Importeret« eller med en tilsvarende umiddelbart forståelig oplysning om, at den er fremstillet i udlandet.
- b. Er varen af dansk oprindelse, stilles der ikke krav om mærkning.

2.

Såfremt firmanavnet, varemærket eller emballagen indeholder en geografisk betegnelse eller et nationalt symbol eller lignende fra et fremmed land, gælder følgende:

- a. Har varen sin oprindelse i et andet land end det, hvorfra det pågældende symbol m.v. stammer, skal den mærkes med oprindelseslandets navn eller med en anden umiddelbart forståelig oplysning om dens oprindelse.
- b. Har varen sin oprindelse i det land, hvorfra symbolet stammer, stilles der ikke krav om mærkning.

3.

Såfremt varen er forsynet med en dansk persons eller virksomheds navn, gælder følgende:

- a. Er varen af udenlandsk oprindelse, skal den mærkes med oprindelseslandets navn eller med »Importeret« eller med en tilsvarende umiddelbart forståelig oplysning om, at den er fremstillet i udlandet.
- b. Er varen af dansk oprindelse, stilles der ikke krav om mærkning.

4.

Såfremt firmanavnet, varemærket eller emballagen indeholder danske ord eller ordforbindelser, gælder følgende:

- a. Er varen af udenlandsk oprindelse, skal den mærkes med oprindelseslandets navn eller med »Importeret« eller med en tilsvarende umiddelbart forståelig oplysning om, at den er fremstillet i udlandet.
- b. Er varen af dansk oprindelse, stilles der ikke krav om mærkning.

5.

Såfremt firmanavnet, varemærket eller emballagen indeholder ord eller ordforbindelser fra et fremmed sprog, gælder følgende:

- a. Er varen af dansk oprindelse, skal den mærkes med »Fremstillet i Danmark« eller med en lignende umiddelbart forståelig oplysning om, at den er af dansk oprindelse.
- b. Er varen af udenlandsk oprindelse, stilles der ikke krav om mærkning.

6.

Såfremt varen ikke er forsynet med firmanavn, varemærke eller lignende, stilles der ikke krav om mærkning.

Mærkning om oprindelsesland skal være klar, tydelig og umiddelbart iøjnefaldende, og skriftfarven skal afvige fra bundfarven.

Er mærkningen påsyet varen, skal mærket være anbragt på samme sted og have samme størrelse som et eventuelt varemærke eller firmanavn.

Sælges varen indpakket, og er emballagen forsynet med varemærke, firmanavn eller lignende som nævnt under punkt 1-5, skal mærkningen desuden være anbragt på et iøjnefaldende sted på emballagen. Er mærkningen anbragt på en etiket, der hæftes på varen, skal den ligeledes opfylde de ovenfor angivne krav.

Oplysningerne skal gives enten på dansk eller med angivelsen »Imported« eller »Made in.«.

Foruden bestemmelserne om vildledning ved mærkning bør man være opmærksom på, at der ved skiltning og udstilling eller anprisninger kan gives et fejlagtigt indtryk af varens oprindelsesland, og det vil være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, om, at der ikke ved salg af varer må anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser.

Endelig skal opmærksomheden henledes på, at ifølge markedsføringslovens § 11 må varer af udenlandsk oprindelse ikke forsynes med en gengivelse af det danske flag eller andre nationale kendetegn eller mindesmærker eller portrætter af medlemmer af den kongelige familie.

Forbrugerombudsmanden, november 1978.

Vejledende retningslinier for markedsføring af tinvarer og tinlignende varer

Varer, der markedsføres som »tinvarer«, indeholder efter det for forbrugerombudsmanden oplyste i et ikke ubetydeligt omfang bly og andre metaller.

Statens Levnedsmiddelinstitut anser det på baggrund af hidtidige undersøgelser for at være forbundet med sundhedsrisiko at anvende »tinvarer«, der samlet indeholder mere end 10% bly og antimon, i forbindelse med levnedsmidler.

Endvidere er »tinvarers« lødighed afhængig af sammensætningen mellem tin og andre, billigere metaller.

På denne baggrund har forbrugerombudsmanden efter forhandling med repræsentanter for tinwarebranchen, detailhandelen, Forbrugerrådet og Statens Levnedsmiddelinstitut udarbejdet nedenstående vejledende retningslinier for markedsføring af tinvarer og tinlignende varer:

1.

Alle tinvarer og tinlignende varer, som fremstilles eller importeres med henblik på salg til forbrugere her i landet, skal inden videresalg ved prægning eller på anden måde være forsynet med oplysning om varernes indhold af tin. Angivelse i procent vil være tilstrækkelig.

De i punkt 1 nævnte varer skal endvidere, såfremt indholdet af bly og antimon samlet udgør mere end 10%, og de på grund af deres udformning må antages at kunne finde anvendelse i forbindelse med levnedsmidler, f.eks. krus, tallerkener, fade og skåle, forsynes med en iøjnefaldende etiket, der har følgende ordlyd:

»Indeholder bly og antimon,
må ikke anvendes til levnedsmidler.«

Det er forbrugerombudsmandens opfattelse, at forhandling af tinvarer og tinlignende varer, der ikke sker i overensstemmelse med de nævnte retningslinier, som altovervejende hovedregel må anses for at være i strid med § 2, stk. 1, og § 3 i lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring.

De nævnte bestemmelser lyder således:

§ 2, stk. 1.

Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

§ 3.

Ved tilbuds afgivelse, ved indgåelse af aftale eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet skal der gives en efter formuegodets eller ydelsens art forsvarlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af godets eller ydelsens karakter eller egenskaber, herunder især brugsegenskaber, holdbarhed, farlighed og vedligeholdelsesmulighed.

Forbrugerombudsmanden, marts 1979.

Vejledende retningslinier for kontaktbureauers virksomhed

1.

Der må ikke opkræves gebyr fra personer, der reflekterer på kontaktannoncer, medmindre det er anført i annoncen, at der skal betales et gebyr for bureauets bistand.

2.

Der må ikke skrives til reflektanter på kontaktannoncer på en måde, der giver den pågældende anledning til at tro, at hans henvendelse er den eneste, der vil blive videregivet til den person, der er omtalt i annoncen.

3.

Lukkede forsendelser fra reflektanter på kontaktannoncer til personer nævnt i annoncerne må ikke åbnes, uanset om reflektanterne har oplyst afsenderadresse eller ej.

4.

Der må ikke indrykkes kontaktannoncer uden angivelse af navn eller firmanavn og nøjagtig forretningsadresse.

5.

Der må ikke udsendes medlemskort, klientlister eller andet materiale om kontaktformidlingsvirksomhed pr. efterkrav til personer, som ikke udtrykkeligt har anmodet herom.

6.

Såfremt der foruden et gebyr for indmeldelse i bureauet eller for at benytte sig af dets bistand m.v. skal betales for senere ydelser, f.eks. for at få sendt henvendelser særlig hurtigt eller for at få opgivet yderligere navne, skal dette oplyses i bureauets første svar til klienten. Dette svar skal indeholde en klar og letfattelig oversigt over, hvilke gebyrer bureauet opkræver for dets ydelser, og såfremt et indmeldelsesgebyr kun dækker et vist tidsrum, skal også dette oplyses.

7.

Såfremt den person, der er omtalt i annoncen, ikke bor i det område, hvor det pågældende blad udkommer, skal vedkommendes bopæl opgives enten med et bynavn eller en landsdel.

Eksempel: Ved annoncering i jyske blade for personer, der bor

1. i Jylland: Intet krav om bopælsangivelse

2. i København: Bopæl skal oplyses som »København« eller »Sjælland«.

Ved annoncering i et hovedstadsblad for personer, der bor i København eller på Sjælland: Intet krav om bopælsangivelse.

Bor de pågældende derimod uden for Sjælland, skal byen eller landsdelen oplyses.

8.

Er det anført i bureauets brochure m.v., at der tages diskretionshensyn, må kvindelige klienters navn ikke uden udtrykkeligt samtykke sendes til personer, der har reflekteret på bureauets annoncer.

Forbrugerombudsmanden, juni 1979.

Retningslinier for salg af kemisæt til børn

1.

Kemisættene må ikke sælges til personer under 18 år, og i eventuelle reklamer skal dette angives.

2.

Kemisættene skal på emballagens yderside være forsynet med følgende advarsel på dansk:

Advarsel! Uegnet for børn under 16 år.

Bør opbevares utilgængeligt for mindre børn.

Indeholder skadelige kemikalier.

Advarselsetiketten skal være placeret på en iøjnefaldende måde på emballagen og teksten skal trykkes i sort på orangegul bund og de anvendte bogstaver i teksten skal være mindst 5 mm høje. Etiketten må ikke være let at fjerne. Samme advarselstekst skal ved postordrereklamer for kemisæt være angivet i reklamen.

3.

Ved markedsføringen af kemisættene må ikke benyttes reklamebilleder af børn, ligesom der ikke på emballagen eller i instruktionsbøgerne må findes reklamebilleder af børn. Der må ikke ved markedsføringen gives udtryk for, at kemisættene er ufarlige, og at forsøgene med kemikalierne er risikofri.

4.

Kemisættene skal være forsynede med en instruktionsbog på dansk, som kun indeholder eksperimenter, som uden større risiko kan udføres af børn over 16 år, såfremt sikkerhedsforskrifterne i øvrigt overholdes. Med kemisættene skal følge sikkerhedsforskrifter for kemikaliernes opbevaring og behandling og for arbejdspladsens udformning, samt almindelige sikkerhedsråd i forbindelse med eksperimenter. I de tilfælde, hvor et beskrevet eksperiment fordrer, at der indkøbes yderligere kemikalier, skal instruktionsbogen indeholde oplysninger om disse kemikalier, herunder oplysning om kemikaliernes farlighed og den eventuelle risiko ved deres benyttelse. Alle arbejdsredskaber, som er nødvendige for at udføre eksperimenterne, skal være i kemisættet. Beskyttelsesbriller skal findes i kemisættet.

Forbrugerombudsmanden, juli 1979.

Vejledende retningslinier for annoncering med køb af ædle metaller

Retningslinierne finder anvendelse på erhvervsdrivendes reklamering henvendt til forbrugere om køb af ædelmetaller.

1. Angivelse af købspriser på ædelmetaller i annoncer og anden form for reklame må kun ske, såfremt annoncøren, uanset eventuelle reguleringer i priserne på ædelmetaller i tiden fra indrykningstidspunkt til annoncere-ringstidspunkt, vil betale de angivne priser.

Den periode, hvori de annoncerede priser vil være gældende, skal angives i annoncen.

2. Priserne skal angives i ét fast beløb pr. gram rent ædelmetal uden indregning af eventuelle tillæg for smykkeværdi, møntværdi eller lignende værdier ud over metalværdien. Herudover kan for guld priserne på 14, 18 og 24 karat og for sølv priserne på genstande stemplet med numrene 830 og 925 angives.

Det anførte er ikke til hinder for, at der i annoncer oplyses om mulige tillæg for smykke/møntværdi, såfremt størrelsen af tillægget ikke nærmere angives.

3. Der må ikke annonceres med angivelser, der er egnet til at give forbrugerne det indtryk, at annoncørens købspriser er højere end andre opkøberes priser, medmindre det på tidspunktet for annoncerens indrykning må anses for åbenbart usandsynligt, at nogen anden forhandler i det tidsrum, hvori de i annoncen angivne priser er gældende, vil tilbyde højere priser.

Forbrugerombudsmanden, marts 1981.

Prisreklame

A. Almindelige bemærkninger.

Forbrugerombudsmanden modtager til stadighed et meget betydeligt antal henvendelser vedrørende prisreklame, som må anses for at være i strid med markedsføringslovens § 1 og § 2, stk. 1. Disse bestemmelser har følgende ordlyd:

§ 1.

Loven gælder i privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed. Der må i sådan virksomhed ikke foretages handlinger, som strider mod god markedsføringsskik.

§ 2, stk. 1.

Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

På baggrund af de nævnte bestemmelser og forarbejderne til markedsføringsloven har det grundlæggende synspunkt ved Forbrugerombudsmandens stillingtagen i konkrete sager om prisreklame været, at prisreklame skal være præcis, forståelig, relevant og korrekt. Endvidere har det som alt-overvejende hovedregel været lagt til grund, at annoncøren må kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om prisfordele. Kravet til dokumentation er i overensstemmelse med artikel 17 i Det internationale Handelskammers Kodeks for reklamepraksis. Det fremgår af denne bestemmelse, at beskrivelser, påstande eller visuelle fremstillinger skal kunne underbygges, samt at annoncører skal være i stand til straks at kunne fremlægge bevisligheder.

Som vejledning er der nedenfor angivet retningslinier for anvendelsen af en række typisk forekommende eksempler på prisreklame, som Forbrugerombudsmanden i en række tidligere sager har taget stilling til.

B. Retningslinier for anvendelsen af en række praktisk forekommende eksempler på prisreklame.

1.

Angivelsen af en »førpris« i forbindelse med prisen på en vare forudsætter, at annoncøren kan godtgøre, at den pågældende vare i en længere perio-

de inden annonceringen eller skiltningens påbegyndelse har været solgt i den reklamerende forretning til den angivne »førpris«.

2.

Angivelserne »udslag«, »nedsat« og »nu« må kun anvendes i forbindelse med prisen på en vare, såfremt annoncøren kan godtgøre, at den pågældende vare sælges til lavere pris end den, varen har været solgt til i den reklamerende forretning i en længere periode forinden annonceringen eller skiltningens påbegyndelse.

Den tidligere gældende pris eller størrelsen af prisnedsættelsen skal angives i annonceringen eller skiltningen.

3.

Ved anvendelse af prisangivelser, hvorved den i den reklamerende forretning gældende pris på en vare sammenlignes med en »normalpris«, skal det præciseres, hvilken normalpris annonceringen eller skiltningen henviser til.

Det bemærkes, at ordet »normalpris« kan forstås som en henvisning til såvel den almindeligt gældende pris i andre forretninger som den almindeligt gældende pris hos annoncøren. Angivelsen er derfor i sig selv upræcis.

- a. Prisangivelser, hvorved den i den reklamerende forretning *gældende pris på en vare sammenlignes med normalprisen i andre forretninger*, må kun anvendes, såfremt annoncøren kan godtgøre, at den angivne normalpris svarer til den pris, en vare af tilsvarende art, fabrikat og kvalitet i almindelighed sælges til i de andre forretninger, der er omfattet af prissammenligningen.
- b. *Sammenligninger med den reklamerende forretnings egen normalpris* må kun anvendes, såfremt en »førpris« kan dokumenteres som angivet under punkt 3.

Forbrugerombudsmanden, juli 1983.

Vejledende retningslinier for markedsføring af UV-bestrålingsapparater (UV-sole og -solarier)

Disse retningslinier omfatter UV-bestrålingsapparater, der opfylder følgende krav til irradians ved korteste anbefalede brugsafstand:

UVA er mindre end 200 w/m²

UVB er mindre end 0,05 w/m²

UVC er mindre end 0,002 w/m²

For UVB- og UVC-området regnes biologisk effektiv irradians.

På overfladen af strålekilden er luminansen mindre end 100.000 candela pr. m².

Såfremt anbefalet brugsafstand er større end 0,2 m, og brug af apparaterne i kortere brugsafstand end den anbefalede medfører UV-bestråling, der overskrider de angivne grænser, er apparaterne forsynet med en teknisk indretning, der i bestrålingssituationen »låser« apparaterne fast i den anbefalede brugsafstand.

1. Mærkning m.v.

Apparaterne skal ved salg og udlejning være forsynet med

- a. en ikke let fjernelig mærkning, der indeholder
 - en iøjnefaldende opfordring til at læse brugsanvisningen
 - oplysning om brugsafstand, bestrålingshyppighed og maksimal bestrålingstid
- b. et ur, der automatisk afbryder bestrålingen efter indstillet tid.

2. Brugsvejledning

2.1. Brugsvejledning på dansk skal medfølge hver enhed ved salg og udlejning og skal indeholde:

- a. anbefaling af brug af egnede beskyttelsesbriller med oplysning om risikoen for øjenskader ved bestråling uden briller.
- b. anbefalet doseringsplan med angivelse af brugsafstand, bestrålingshyppighed og maksimal bestrålingstid. Bestrålingstiden må ikke overstige 30 minutter.
- c. anbefaling om at afvaske kosmetika før bestråling.
- d. anbefaling om, at personer, der har sygdomssymptomer og/eller indtager medicin, ikke bruger apparaterne uden forudgående konsultation af læge.

f. orientering af følgende indhold:

»Der har i en lang årrække været foretaget videnskabelige studier af lyset fra solen. Herigennem er der påvist en vis sammenhæng mellem langvarig bestråling med UV-stråler og forekomsten af alvorlige hudskader. Ligeledes er en ændring af hudens elasticitet konstateret. Der må derfor advares mod overdreven udsættelse for UV-bestråling. Den i vejledningen angivne brugsafstand, bestrålingshyppighed og maksimale bestrålingstid bør endvidere nøje overholdes.«

2.2. Ved solsaloners virksomhed:

Vejledning som angivet i punkt 2.1 skal ske ved iøjnefaldende skiltning i de lokaler, hvor bestrålingsapparaterne befinder sig, eller ved udlevering af en trykt brugsvejledning til de enkelte forbrugere.

3. Reklame

3.1. I annoncer, brochurer og andre former for reklame for salg og udlejning af apparater skal følgende iagttages:

- a. det må ikke påstås eller antydes, at ultraviolet bestråling er ufarlig, uden risiko for helbredet eller fremmende for sundheden. Herudover henledes opmærksomheden på lægemiddellovens § 26, der er gengivet i det medfølgende bilag I.
- b. fremstilling af personer i bestrålingssituationer skal udformes således, at de afbildede personer iagttager de sikkerhedsforskrifter, som anbefales. Særligt skal alle i bestrålingssituationer afbildede personer bære beskyttelsesbriller.

Det anførte er dog ikke til hinder for forhandling af apparater i emballage med de derpå aftrykte afbildninger.

3.2. Brochurer for nærmere angivne apparater skal indeholde:

- a. oplysning om anbefalet brugsafstand, bestrålingshyppighed og maksimal bestrålingstid.
- b. oplysning om de af apparaterne udsendte lysspektre fordelt procentvis på infrarødt lys, synligt lys og UV-lys samt oplysning om apparaternes irradians målt i korteste anbefalede brugsafstand af UVA og biologisk effektiv irradians af UVB og UVC.

3.3. Solsaloners reklamering

Retningslinierne under punkt 3.1 gælder også ved reklamering for solsalo-
ner. Endvidere henledes opmærksomheden på lægelovens § 26, stk. 2, der
er gengivet i det medfølgende bilag II.

Forbrugerombudsmanden, marts 1984.

Bilag I:

Lægemiddelovens § 26:

»Det er forbudt direkte eller indirekte at reklamere for andre varer end læ-
gemidler som værende forebyggende, lindrende eller virksomme mod syg-
domme eller sygdomssymptomer eller i reklamer at benytte ordet apotek el-
ler angivelser, der direkte eller indirekte giver indtryk af en medicinsk eller
medicinsk-biologisk virkning. Når særlige grunde taler derfor, kan Sund-
hedsstyrelsen tillade sådan reklamering og kan fastsætte regler herfor.«

Bilag II:

Lægelovens § 26, stk. 2:

»Dersom en person, der ikke er autoriseret til at udøve lægevirksomhed ved
bekendtgørelse – bortset fra en almindelig meddelelse om vedkommendes
adresse – reklameskiltning, udsendelse af beskrivelser eller på anden måde
giver almenheden eller ham ukendte personer meddelelse om, at han tager
syge i kur, straffes han med bøde«.

Retningslinier for markedsføring af selskabsrejser

Retningslinierne finder anvendelse på den markedsføring af selskabsrejser, der finder sted i form af annoncering. Ved selskabsrejser forstås rejser, som arrangeres for en enkelt eller en gruppe rejsende til en pris, der i hvert fald omfatter transport tur/retur og ophold med indkvartering.

1.

Prisangivelser i annoncer skal omfatte alle obligatoriske tillæg og afgifter og skal således være den pris, som rejsen kan købes til.

2.

Ved annoncering af selskabsrejser skal annoncøren, såfremt antallet af ledige pladser til angiven pris, rejsemål og afgangsdato på tidspunktet, hvor annoncen indleveres, er under 10, i annoncen angive antallet af udbudte rejser på indleveringstidspunktet. Indleveringstidspunktet må højst ligge 2 dage før den af dagbladet fastsatte indleveringsfrist.

3.

Såfremt der annonceres med priseksempler, der ikke gælder i hele rejsebureauets sæson, men kun omfatter bestemte datoer eller visse tidsrum indenfor sæsonen, skal det angives i annoncen, hvilke datoer eller tidsrum prisen vedrører.

4.

I prisen for en selskabsrejse indgår indkvartering på dobbeltværelse, medmindre andet er angivet.

5.

Prisangivelser i annoncer vedrører rejser af 1 uges varighed, medmindre andet er angivet. Ved 1 uge forstås her 7 overnatninger. I øvrigt angives rejsens varighed i dage eller i antal hele uger.

6.

Afrejsestedet for annoncerede rejser er København, medmindre andet er angivet.

7.

Ved annoncering af selskabsrejser må der ikke ske anvendelse af angivel-
sen »medlem af Rejsegarantifonden« eller andre lignende angivelser med
henvisning til Rejsegarantifonden.

Forbrugerombudsmanden, januar 1986.