

Forbrugerombudsmanden

BERETNING 1986

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bredgade 31, 1., 1260 København K

Tlf. 01 13 87 11

Tlf. henvendelse: 10 - 12 & 13 - 15



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

ISBN 87-503-6792-7

ISSN 0106-2328

Ha 48-6

JJ trykteknik a-s, København - 12006

Forside: *Per Arnoldi*

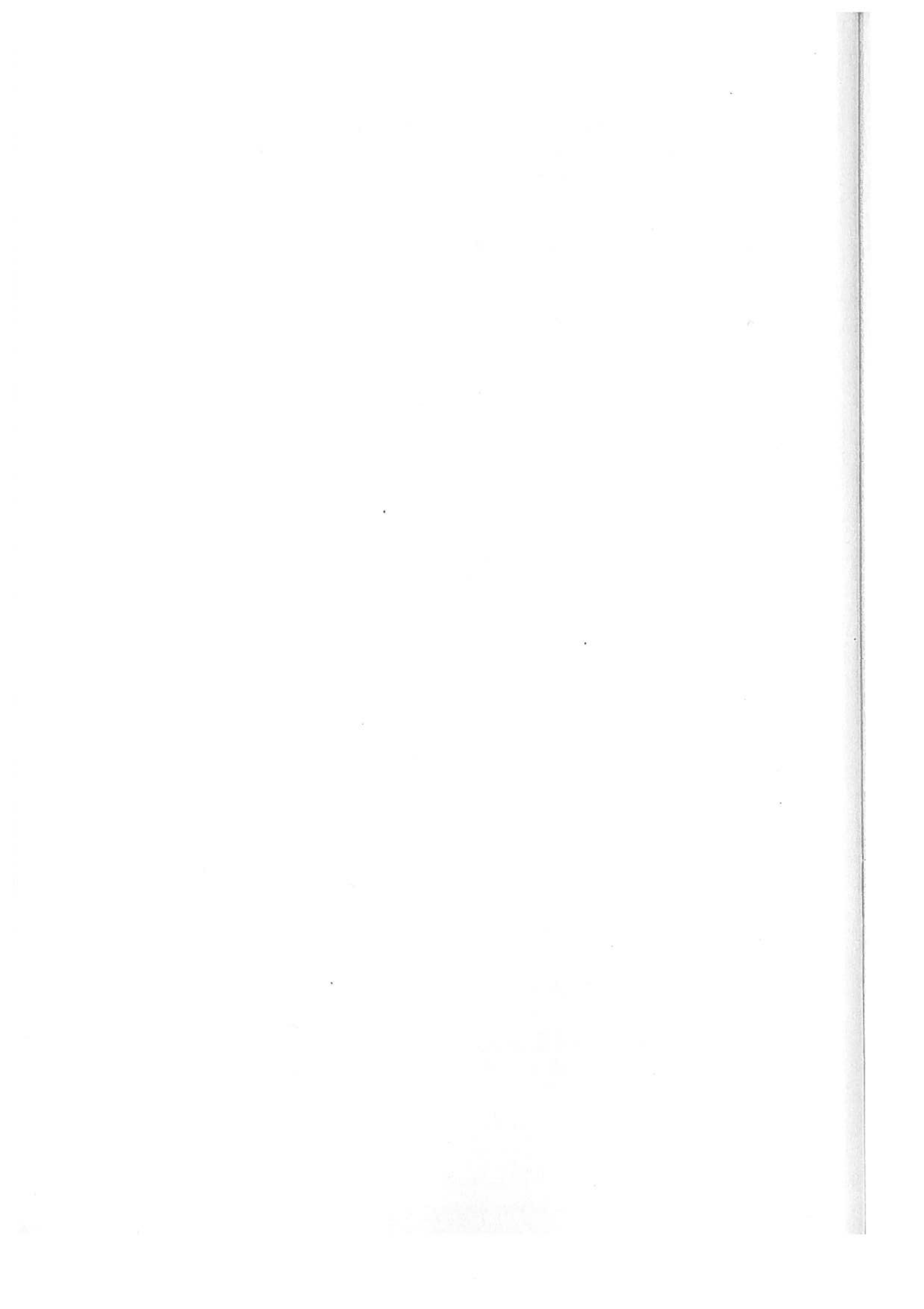
Indholdsfortegnelse

Forord	7
1. Statistiske oplysninger	9
1.1 Sagsstatistik	9
1.2 Budget og personale	10
1.3 Overgang til ETB	11
1.4 Overgang til ny journalperiode	11
1.5 Informationsvirksomhed	12
1.6 Udvalgsarbejder	12
2. Lov om markedsføring	13
2.1. Olie- og naturgasselskabernes markedsføring	13
2.2. Brug af portrætbilleder i markedsføringen	14
2.3. Krav om oplysning om cpr.nr. i forbindelse med udlejning af videofilm	15
2.4. Reklamens sociale og samfundsmæssige ansvar. Alkoholreklamer	16
2.5. Anvendelse af børn og unge i markedsføringen	17
2.6. Fast indbytningspris	18
2.7. Vildledende reklamering for vandfilter	19
2.8. Sammenlignende reklame	21
2.9. Brug af betegnelsen »Dansk Design« og mærkning med oprindelsesland	22
2.10. Organiseret rabat	25
2.11. Værdikuponer	27
2.12. Produktsikkerhed	29
2.13. Garanti	34
2.14. Tilgift	35
2.15. Lodtrækning og præmiekonkurrencer	38
2.16. Pengeinstitutters markedsføring	42
2.17. Pengeinstitutternes reklamering med pensionsordninger	45
2.18. Investeringselskabers og -foreningers markedsføring	46
3. Lov om betalingskort	49
3.1. FO's betalingskortregister	49
3.2. Kortudstederens gebyr til dækning af FO's administration af betalingskortloven	49

3.3.	Fusion/anden overdragelse eller ophør af betalingssystemer ...	50
3.4.	Oplysningspligten efter betalingskortlovens § 13	51
3.5.	Kortudsteders pligt til at begrunde afslag på en ansøgning om betalingskort	51
3.6.	Favorisering af kortindehavere	52
3.6.1.	»Diskrimination« af kontantkunder	53
3.6.2.	Rejseforsikringsordninger knyttet til betalingskort	53
3.6.3.	Rentefri kredit	54
3.7.	Omkostningsfordelingen i betalingssystemer	55
3.8.	Pengeinstitutternes Dankort-betalingssystem	57
3.9.	Orientering om verserende retssager	57
4.	Betalingskortudvalget	60
5.	Kartoffelkuren	67
6.	Bilag	73
I	FO's skrivelse af 23. juli 1987 til rustbeskyttelsesvirksomhederne	75
II	FO's skrivelse af 23. juli 1987 til en række bilimportører	81
III	Redegørelse om omkostningsfordelingen efter betalingskort- lovens § 20, stk. 1	86
IV	Lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987 om markedsføring	91
V	Bekendtgørelse nr. 496 af 25. september 1981 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed	95
VI	Rigsadvokatens meddelelser nr. 7/75 af 8. juli 1975 vedrøren- de sager om overtrædelse af lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring. Rigsadvokatens meddelelser nr. 2/82 af 16. februar 1982 ved- rørende markedsføringssager	97
VII	Lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v.	100
VIII	Bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven	106
IX	Bekendtgørelse nr. 635 af 18. december 1984 om anvendelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort	108

X	Forbrugerombudsmandens bekendtgørelse af 4. april 1986 om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister	109
XI	Forretningsorden for betalingskortudvalget	110
XII	Lov nr. 687 af 17. oktober 1986 om ændring af lov om køb på kredit	113

Anvendte forkortelser:	FO:	Forbrugerombudsmanden
	ÅB:	Forbrugerombudsmandens årsberetning
	EF:	Europæiske Fællesskaber
	OECD:	Organisation for økonomisk samarbejde og udvikling
	NEK:	Nordisk Embedsmands Komité
	GATT:	General Agreement on Tariffs and Trade
	WHO:	World Health Organization
	FAO:	Food & Agriculture Organization
	UNEP:	UN Environment Program
	BEUC:	European Bureau of Consumer Organizations



Forord

Denne beretning omfatter perioden 1. januar til 31. december 1986 og indeholder foruden statistiske oplysninger omtale af udvalgte sagsområder og enkelte sager, som i beretningsperioden har påkaldt sig særlig opmærksomhed.

Der har fortsat været behov for en betydelig indsats over for vildledende prisreklame. Stigningen i antallet af sager, som blev optaget på eget initiativ, illustrerer bl.a. dette forhold. Hertil kommer, at regeringens økonomiske indgreb i oktober 1986, der bl.a. indebar ændringer i markedsføringsloven og kreditkøbsloven, nødvendiggjorde et skærpet tilsyn på området.

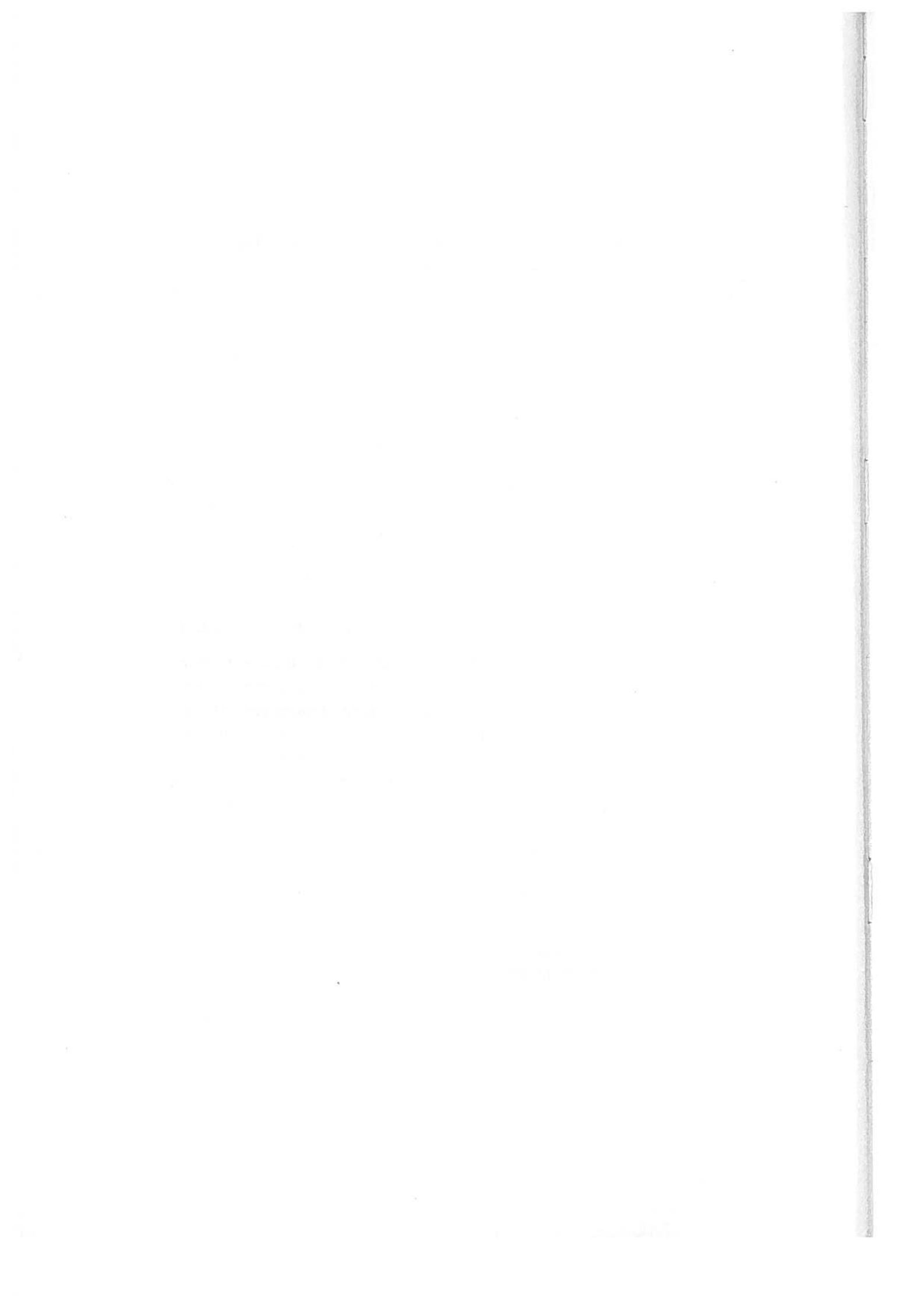
Der har endvidere været konstateret utilfredsstillende mange tilsidesættelser af specialforbudene mod tilgift og mod tilfældighedspræget gevinstfordeling. Til trods for, at jeg i stigende omfang konsulteres af reklame- og marketingbureauerne, forinden markedsføringstiltag på disse områder tilrettelægges, forekommer selv klare overtrædelser af disse forbud ganske ofte. Den skarpe konkurrence mellem de erhvervsdrivende synes at nødvendiggøre, at der ses bort fra disse forbud i forsøget på at vinde forbrugerens gunst.

I beretningsåret har der endvidere været taget stilling til en række principielle spørgsmål i forbindelse med administrationen af betalingskortloven. I beretningen er omtalt udtalelser afgivet af det i henhold til loven nedsatte rådgivende udvalg, ligesom der er redegjort for de retssager, som det har været nødvendigt at anlægge. En af de centrale bestemmelser i loven vedrører omkostningsfordelingen i betalingskortsystemerne. De problemer, der knytter sig til administrationen af de gældende bestemmelser, er beskrevet.

Beretningen indeholder endelig en kort beskrivelse af de elementer i regeringens økonomiske indgreb, »kartoffelkuren«, som henhører under Forbrugerbudsmændens ressort, og som nødvendiggjorde en hurtig orientering over for erhvervslivet med hensyn til forståelsen af de nye regler.

Udover det i beretningen omtalte har der i vid udstrækning været ydet telefonisk vejledning over for forbrugergrupper, erhvervsdrivende og brancheorganisationer.

Frede Christensen



1. Statistiske oplysninger m.v.

1.1. Sagsstatistik

1. januar 1986 – 31. december 1986:

A. Sager optaget til behandling:

Efter henvendelse fra:	Nye sager:	Yderligere henven- delser i verserende sager:
Privatpersoner	676	30
Forbrugergrupper	83	4
Forbrugerorganisationer	29	1
Interesseorganisationer	39	3
Erhvervsdrivende	291	21
Erhvervsorganisationer	70	3
Offentlige myndigheder	72	1
Anonyme	17	
FO's eget initiativ	153	7
I alt	1.430	70

Afsluttede sager:

Afsluttet efter forhandling, orientering om markedføringsloven, betalingskortloven eller i øvrigt afsluttet uden iværksættelse af retsskridt	1.243
Afsluttet ved domstolsbehandling eller ved udenretlig bødevedtagelse*)	27
Oversendt til anden myndighed	171
Afvist	116
I alt	1.557

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

Sager optaget til behandling i medfør af markedsføringsloven fordeler sig fortrinsvis som følger:

§ 1 God markedsføringsskik	478
§ 1/§ 2 (Herunder bl.a. postordresalg)	71

§ 2 Vildledning	234
§ 6 Tilgift m.v.	91
§ 8 Lodtrækning og præmiekonkurrencer	84

B. FO's betalingskortregister:

Registrerede betalingssystemer pr. 31.12.1985	71
Registrerede betalingssystemer i 1986	5
Registrerede ændringer i 1986	75
Registrerede ophør i 1986	9
Registrerede betalingssystemer pr. 31.12.1986	67

C. Notifikationssystemerne:

I alt er via de under EF, OECD og NEK etablerede notifikationssystemer modtaget 116 notifikationer, som fordeler sig på følgende kategorier:

Farlige produkter (forbud)	75
Produktsikkerhedsbestemmelser	20
Forskning m.m.	21

Danmark har i beretningsperioden afsendt 2 notifikationer i kategorien »farlige produkter«.

De 116 notifikationer er ekspederet således:

Optaget til behandling hos FO i medfør af markedsføringsloven	33
Oversendt til speciallovmyndigheder til orientering/eller videre foranstaltning	81
Optaget både af FO og anden myndighed p.g.a. flere aspekter	2

D. øvrige sager: 199

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 1986 - 31. december 1986:

Driftsudgifter:	kr. 7.510.000
Indtægter:	
Gebyrer i henhold til betalingskortloven	kr. 3.165.000
Salg af publikationer	kr. 10.000

Medarbejdere pr. 31. december 1986:

Forbrugerombudsmand, cand.jur. Frede Christensen
Kontorchef, cand.jur. Ole Brocks
Kontorchef, cand.jur. Susanne Kortsen
Konsulent, cand.jur. Agnete Laustsen, deltid
Fuldmægtig, cand.jur. Bruno Barslev
Fuldmægtig, cand.jur. Lise Brusendorff
Fuldmægtig, cand.jur. Hanne Eklund, deltid
Fuldmægtig, cand.jur. Gitte Forsberg, deltid
Fuldmægtig, cand.jur. Søren Iversen
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
Sekretær, cand.jur. Elisabeth Brinch,
Overassistent Birte Hansen
Overassistent Anna Jacobsen
Overassistent Anna Madsen
Assistent Annette Bo, deltid
Assistent Sonja Bruun, deltid
Assistent Lisbeth Jansen, deltid
Assistent Grete Jensen
Assistent Lillian Knudsen, deltid
Assistent Elisabeth Lindby, deltid
Assistent Gitte Pedersen, deltid
Kontorassistent Hanne Larsen, deltid
Kontorassistent Jan Ole Nielsen, deltid
Kontorbetjent Jens Wellejus
Elev Gitte Pedersen

1.3. Overgang til ETB

I den forløbne periode er al skrivning hos FO overgået til ETB. Sideløbende har der været gennemført oplæring i elektronisk tekstbehandling.

1.4. Overgang til ny journalperiode

Som en følge af Rigsarkivets krav om opdeling af arkivet i tidsmæssigt afgrænsede afsnit, er FO ved årsskiftet 1986/87 journalteknisk gået over til

ny journalperiode. Da FO's journalsystem er EDB-baseret, har journalperiodeovergangen nødvendiggjort udvikling og implementering af programmer, der gør det muligt at søge samtidigt både i gammel og ny journalperiode.

1.5. 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 tilgængelige dagblade, radio og TV, større erhvervsorganisationer, forbrugerorganisationer og offentlige myndigheder.

1.6. Udvalgsarbejde m.v.

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

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

Endelig har den af FO nedsatte arbejdsgruppe vedrørende pengeinstitutters standardvilkår over for forbrugere fortsat sit arbejde.

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

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

2. Lov om markedsføring

Omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager

2.1. Olie- og naturgasselskabernes markedsføring

På baggrund af den massive markedsføring, som olie- og naturgasselskaberne foretog i foregående beretningsperiode, har FO i denne periode fulgt markedsføringen på energiområdet med skærpet opmærksomhed. Der er fortsat hård konkurrence på området, og især naturgasselskaberne har ført en aggressiv markedsføring.

På denne baggrund har FO i beretningsperioden oprettet en række konkrete sager med henblik på nærmere vurdering i medfør af markedsføringsloven. Til eksempel omtales enkelte af disse tilfælde nedenfor.

1. I en række tilfælde havde et naturgasselskab udsendt reklamebreve adresseret »Til ejeren« og med modtagerens adresse. I brevet var anført »vort bogholderi har konstateret, at De har penge til gode Vi ser, at De endnu ikke har gjort brug af Deres ret til at få udbetalt Deres introduktionsrabat ved overgang fra olie til naturgas«. Den nederste del af brevet var udformet som en kupon med angivelse af et pengebeløb, som svarede til den kontantrabat, som nye kunder, der tilsluttede sig naturgasforsyningen inden en fastsat frist, ville få udbetalt hos naturgasselskabet.

FO fandt reklamebrevet stridende mod markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet oplysningen om, at adressaten havde penge til gode, fandtes at være en urigtig og vildledende oplysning, egnet til at påvirke efterspørgslen.

Selskabet bekræftede, at man ikke fremover ville anvende lignende reklamemateriale.

2. Et naturgasselskab annoncerede med, at det betalte »hele omstillingen til naturgas«. Det kom under sagsbehandlingen frem, at der til nye naturgaskunder blev ydet en kontantrabat, som kunden frit kunne disponere over.

FO fandt, at der ikke var tale om ydelse af ulovlig tilgift i henhold til markedsføringslovens § 6, stk. 1, 1. punktum, men derimod reklamering med ulovlig tilgift, jfr. markedsføringslovens § 6, stk. 1, 2. punktum. Selskabet tog dette til efterretning.

3. Et naturgasselskabs annoncering med, at kunder, der ikke allerede havde fået etableret stikledning og måleskab, af naturgasselskabet ville få leveret de første 25 m stikledning gratis, fandtes at være reklamering med ulovlig tilgift i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1, 2. punktum, idet stikledningen ifølge leveringsbetingelserne forblev naturgasselskabets ejendom og dermed ikke udgjorde en ekstra ydelse. Selskabet tog dette til efterretning.

I slutningen af beretningsperioden sås på ny en intensiveret annoncering i dagspressen fra olie- og naturgasselskabernes side.

Naturgasselskaberne annoncerede således 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«.

Heroverfor replicerede et olieselskab med annonceteksten »Olie eller eksplosion« og underteksten »sådan annoncerer olien ikke«.

På samme tidspunkt begyndte olieselskaberne indbyrdes at reklamere med mere miljøvenlig fyringsolie, som ved forbrænding skulle udvikle mindre sod og røg.

De seneste tiltag er taget til behandling i medfør af markedsføringsloven, og uanset at sagsbehandlingen hos FO endnu ikke er afsluttet, kan omtalen tjene til illustration af den aggressive markedsføring på energiforsyningsområdet.

2.2. Brug af portrætbilleder i markedsføringen

FO blev ved juletid opmærksom på, at der i dagspressen var indrykket annoncer for et kendt julehæfte.

I annoncerne var der anvendt portrætbilleder af i offentligheden kendte personer, ligesom teksten var formuleret som en personlig anprisning af underholdningsbladet.

Det viste sig imidlertid, at ingen af de pågældende havde givet tilladelse til benyttelse af portrætbilleder og tekst. FO meddelte forlaget, der udgav underholdningsbladet, at den pågældende markedsføring var i strid med god

markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1, samt international Kodeks for Reklamepraksis, artikel 8, der har følgende ordlyd:

»Reklamer må ikke afbilde eller referere til personer, det være sig i disses private eller offentlige egenskaber, medmindre forudgående tilladelse er opnået; ej heller må reklamer uden forudgående tilladelse afbilde eller referere til noget, der tilhører en anden person på en måde, der er egnet til at fremkalde indtrykket af en personlig anbefaling«.

Forlaget meldte tilbage, at annonceringen var blevet standset og ikke ville gentage sig. Imidlertid gjorde forlaget gældende, at den pågældende form for markedsføring med små portrætbilleder med tekst var blevet anvendt de sidste ti år og var at betragte som en såkaldt »julespøg«.

FO svarede, at det ikke var den pågældende form for markedsføring med portrætbilleder, han havde indvendinger mod, men udelukkende det faktum, at de portrætterede personer ikke havde givet deres forudgående tilladelse til anvendelse af portræterne. FO forudsatte derfor, at den fremtidige markedsføring ville blive indrettet i overensstemmelse med den afgivne henstilling.

2.3. Krav om oplysning om cpr.nr. i forbindelse med udlejning af videofilm

En klager var i forbindelse med henvendelse i en videofilmforretning blevet stillet over for kravet om at oplyse sit cpr.nr. som betingelse for at kunne leje videofilm og forelagde bl.a. dette spørgsmål for Registertilsynet, der derefter anmodede FO om en vurdering af forholdet.

FO udtalte, at det f.eks. i forbindelse med afbetalingssalg, andre former for kreditsalg og udlejning må være tilstrækkeligt, at forbrugeren foreviser dokumentation med aktuel adresseudvisende, der således godtgør rigtigheden af den pågældendes bopæl. (Dokumentation for alder, jfr. myndighedslovens §1, vil selvsagt kunne forlanges forevist). – Såfremt der tillige kræves oplysning om cpr.nr., er det FO's opfattelse, at en sådan fremgangsmåde er stridende med god markedsføringsskik.

I forbindelse med afgørelsen af, hvorvidt videofirmaets registrering af personaleoplysninger, herunder lejernes cpr.nr., var i overensstemmelse med reglerne i lov om private registre, udtalte Registertilsynet:

»I medfør af lovens § 3, stk. 1 må erhvervsvirksomheder kun foretage registrering som nævnt i lovens § 1, i det omfang registreringen er et naturligt

led i den normale drift af virksomheder af den pågældende art. Da afkrævning af cpr.nr. i forbindelse med udlejning af videofilm er i strid med god markedsføringsskik, finder Registertilsynet herefter, at registrering af cpr.nr. ikke kan anses for at være et naturligt led i den normale drift af virksomheden.«

Herefter pålagde Registertilsynet forretningen at ophøre med registreringen af cpr.nr. i forbindelse med udlejning af videofilm.

2.4. Reklamens sociale og samfundsmæssige ansvar.

Alkoholreklamer

Medlemmer af Det radikale Venstre fremsatte den 6. februar 1986 et forslag til folketingsbeslutning om en sammenhængende dansk alkoholpolitik. Forslaget indeholdt bl.a. et punkt, der omfattede en stramning af reglerne for markedsføring af alkoholholdige drikke.

Det bemærkes, at de hidtidigt gældende regler på området består af en frivillig aftale inden for branchen og stammer oprindeligt fra 1977, hvor FO efter anmodning fra Folketingets retsudvalg optog forhandlinger med branchen.

Til brug ved førstebehandlingen af forslaget udbad Socialministeriet sig en udtalelse fra Industriministeriet vedrørende det nævnte punkt, og sidstnævnte anmodede FO om en redegørelse.

Af redegørelsen fremgik, at retningslinierne i det væsentlige blev respekteret i forbindelse med branchens markedsføring, og dette blev gentaget i socialministerens svar til Folketingets socialudvalg, i hvilken forbindelse der dog samtidig blev sat spørgsmålstegn ved, om disse retningslinier er tilstrækkeligt restriktive.

I løbet af juni måned 1986 påtalte FO en række annoncer vedrørende ølprodukter. Denne markedsføring var meget intensiv og havde direkte sammenhæng med Danmarks deltagelse i fodbold-VM i Mexico. På den baggrund besluttede FO at tage initiativ til en drøftelse med branchen med henblik på en revision af de gældende regler i løbet af efteråret 1986.

Den 2. september 1986 stillede Folketingets socialudvalg en række spørgsmål til socialministeren, herunder hvorvidt der var planer om en revision af reglerne for markedsføring af alkohol. FO blev på ny anmodet om en udtalelse og svarede, at branchen i løbet af efteråret 1986 ville blive indkaldt til en drøftelse med henblik på en opstramning af den frivillige aftale fra 1977.

Dette indgik i socialministerens besvarelse af spørgsmål fra Folketingets socialudvalg.

Første møde blev afholdt hos FO i efteråret 1986 med deltagelse af repræsentanter fra øl-, vin- og spiritusbranchen samt Forbrugerrådet, Statens Husholdningsråd, Alkohol- og Narkotikarådet, Forebyggelsesrådets Sekretariat og Rådet for større Færdselssikkerhed. På mødet uddeltes et udkast, som FO havde udarbejdet, og deltagerne blev herefter anmodet om skriftligt at kommentere oplægget.

Forhandlingerne var ikke afsluttet ved beretningsperiodens udløb, men er resulteret i en ny brancheaftale af 27. maj 1987

2.5. Anvendelse af børn og unge i markedsføringen

I beretningsperioden indbragtes en sag, som gav anledning til en udtalelse vedrørende spørgsmålet om børn og unge i markedsføringen.

Et gødningsfirma, der producerede gødningspinde til brug for stueplanter, havde udformet et oplæg til markedsføring af produktet, hvorefter salget skulle finde sted gennem sportsklubber, der ved en kontrakt forpligtede sig til over for en »forhandler« og producenten at gennemføre salg af produktet. Det fremgik af kontrakten, at produktet alene måtte sælges gennem sportsklubbens medlemmer eller ved klubbens arrangementer, og at klubben skulle overholde en fastsat pris af 20 kr. pr. pakke, hvoraf klubbens avance udgjorde 7 kr. Klubben forpligtede sig til at afsætte en fastsat minimumsmængde.

Kontraktens formål ud over det forretningsmæssige var at tilføre klubben og idrætsformål i øvrigt midler til fremme af dansk idræt.

Det fremgik endvidere, at klubbens salgsarbejde skulle bestå i tegning af abonnement på det pågældende produkt, således at der med faste intervaller ville blive sendt en bestemt mængde gødningspinde til den enkelte forbruger.

Til brug for selve salget havde producenten ladet udforme en reklamefolder med overskriften »DINE PLANTER OG DEN LOKALE SPORT TRIVES MED ...« og som illustration hertil et fotografi af en kvindelig forbruger og en dreng iklædt »Roligan-bluse«. Folderen informerede om produktet og om, at en del af overskuddet ville tilfalde idrætten. Som illustration var denne del af folderen forsynet med et foto af en flok »Roligans«, fortrinsvis børn og unge mennesker. I folderen var der endelig trykt en kupon til bestilling af abonnement.

FO fandt, at den planlagte markedsføringsmetode var i strid med god markedsføringsskik i henhold til markedsføringslovens § 1.

I denne forbindelse blev der lagt vægt på, at salget skulle ske gennem sportsklubber, hvis medlemmer fortrinsvis er børn og unge mennesker, at der erhvervsmæssigt ville ske en udnyttelse af den goodwill, som findes hos befolkningen for sport og sportsudøvere, og at denne salgsform, såfremt den på længere sigt ville vinde udbredelse, næppe ville være gavnlig for hverken forbrugere eller sportsudøvere.

Særligt den omstændighed, at reklamematerialet til dels var rettet til børn og unge mennesker, og at børn skulle anvendes i markedsføringen, gav anledning til betænkelighed.

Som led i vurderingen indgik den af Det internationale Handelskammer vedtagne Kodeks for Reklamepraksis, artikel 13, hvorefter »reklame ikke må udnytte børns naturlige godtroenhed eller unge menneskers mangel på erfaring og ikke må misbruge deres loyalitetsfølelse.«

FO fandt det omhandlede markedsføringsmateriale utilbørligt over for børn og unge mennesker, idet disse ville have vanskeligt ved at erkende det erhvervsmæssige formål, og børn og unges autoritetstro over for klubledere ville blive udnyttet, ligesom der var stor risiko for, at børnene ville øve pression, dels over for hinanden, eventuelt i form af gruppepres, og dels over for forældre og andre med henblik på at afsætte produktet.

Det blev endvidere bemærket, at markedsføringsmateriale kunne lægge op til salg ved personlig henvendelse hos forbrugerne, hvilket er i strid med bestemmelserne i lov om visse forbrugerftaler (dørsalgsloven).

Producenten besvarede FO's henvendelse ved at fremlægge et ændret markedsføringsoplæg til vurdering. Ved beretningsperiodens afslutning var der ikke foretaget en egentlig afslutning af forhandlingerne.

2.6. Fast indbytningspris

Dette område gav sidst anledning til bemærkninger i beretning 1983, side 31, hvori der bl.a. henvises til de generelle bemærkninger om reklamering med fast indbytningspris i beretning 1979/80, side 102f.

Annoncering med fast indbytningspris har i 1986 forekommet i flere tilfælde.

Annoncering med fast indbytningspris giver sig som regel udslag i overskrifter såsom:

»Vi giver dig x-kr. for ... i bytte for ...«

»x-kr. uanset stand for ...«

»Mindst x-kr. for ... uanset stand«.

»Pris x-kr. minus brugt ...«

En sådan annoncering, hvor der tilbydes et forudbestemt beløb for en ubeset vare, der gives i bytte ved køb af en ny, findes i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, såfremt det drejer sig om en branche, hvor pris- og avanceforholdene er uklare eller vanskeligt gennemskuelige, eller hvor der i øvrigt foreligger en vis usikkerhed med hensyn til kvalitetsbedømmelse og prisberegning, således at sammenligninger er vanskelige, jfr. UfR 1972, side 280.

FO har i de i 1986 indkomne sager gjort rede for ovennævnte standpunkt, og sagerne er efter forhandling med de pågældende forretninger afsluttet ved sidstnævntes tilkendegivelse af, at man ville ophøre med denne reklameringsform.

Ved redaktionens slutning har FO endvidere udsendt en pressemeddelelse herom foranlediget af en række forhandleres annoncering med fast indbytningspris i forbindelse med salg af cykler.

2.7. Vildledende reklamering for vandfilter

Miljøstyrelsen henledte i vinteren 1984/85 FO's opmærksomhed på et firmas markedsføring af et vandfilter, som Miljøstyrelsen fandt vildledende, idet firmaets reklamering bl.a. kunne give det indtryk, at vandet i Danmark indeholdt uacceptable mængder af tungmetaller. Endvidere indeholdt reklamematerialet en række udokumenterede påstande f.eks. om, at smagen på levnedsmidler og drikke ville blive fremhævet ved brug af filtreret vand, og at potteplanter og kæledyr ville få det bedre.

Efter at have indhentet yderligere oplysninger fra henholdsvis Miljøstyrelsen og firmaets advokat fandt FO, der på dette tidspunkt også havde modtaget en henvendelse fra Statens Husholdningsråd om sagen, at der herskede en så stor usikkerhed om filterets egenskaber, at det fandtes påkrævet at undersøge og gennemgå firmaets reklamemateriale nærmere. Levnedsmiddelkontrollen havde således påvist en kraftig bakterievækst i filteret, selv om det var anvendt som foreskrevet i brugsanvisningen.

Over for FO oplyste firmaets advokat, at man grundet den verserende sag havde annonceret med filteret i begrænset omfang, ligesom den hidtil anvendte salgsbrochure for filteret var udgået. Et udkast til ny korrigeret salgsbrochure ville blive fremsendt. Nævnte udkast blev forelagt Miljøstyrelsen til udtalelse, og på baggrund af styrelsens bemærkninger tilskrev FO i august 1986 firmaets advokat om at korrigere brochuren, således at den blev i overensstemmelse med Miljøstyrelsens udtalelse.

Firmaet svarede i september 1986, at man ville undlade at bruge en brochure. Firmaet bemærkede, at man i øvrigt kun havde anvendt den omtalte brochure som en brugsanvisning indlagt i salgskartonen, hvorfor der i nogen tid ville kunne forekomme salgskartoner med brochuren i forretningerne. Firmaet ville til fremtidig brug i stedet skrive en neutral brugsanvisning uden anprisninger. En kopi af nævnte brugsanvisning var vedlagt skrivelser. Efter gennemgang af denne meddelte FO firmaet, at såfremt et enkelt afsnit i brugsanvisningen blev ændret, således at det fremstod mere neutralt, ville FO betragte sagen som afsluttet. Sidstnævnte skete i november 1986, da firmaet fremsendte en korrigeret brugsanvisning, der var i overensstemmelse med FO's henstillinger.

Lidt mere om vildledende reklamering, herunder vildledende prisannoncering

1. Udover ovennævnte sag har området for vildledende reklamering, herunder vildledende prisannoncering, givet FO en del arbejde, idet der løbende forekommer sager, hvor den erhvervsdrivendes reklamering er så mangelfuld eller direkte forkert, at forbrugeren udsættes for en kraftig vildledning. Til eksempel kan nævnes en forbrugers henvendelse til FO vedrørende leje af videoudstyr hos en radio- og TV-kæde, der annoncerede med en lejepris på 98 kr. for de to første måneder. Ved forbrugers henvendelse i butikken blev det i forbindelse med underskrift af kontrakt oplyst, at favørprisen på de 98 kr. forudsatte et lejemål på mindst 12 måneder.

FO forelagde klagen for den pågældende radio- og TV-kæde, der oplyste, at der var tale om en beklagelig fejl i tilrettelæggelsen af annoncematerialet, hvilket nu var ændret, således at det tydeligt ville fremgå, at der var tale om en minimumsperiode på 12 måneder i forbindelse med udlejning af video til favørprisen 98 kr. for de to første måneder.

På denne baggrund afsluttede FO sagen.

2. Fra området vedrørende vildledende prisannoncering skal nævnes en sag, der har verseret ved retten i Århus, hvor et firma var tiltalt for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 ved at anvende urigtige og vildledende angivelser, som var egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, idet tiltalte i en annonce i en tilbudsavis havde annonceret med et bøjleur med følgende prisangivelse: Spar 1.000 kr. – før 1.398 nu 398 kr., uagtet urene ikke tidligere havde været udbudt til salg for højere pris. Samme annonce var gentaget i juli 1985 samt september 1985. Endvidere tilbød firmaet salg af højttalere med følgende prisangivelse: Pris pr. stk. 1.098 – spar 1.500 kr., uagtet højttalerne ikke tidligere havde været udbudt til salg for højere pris.

Sagen blev afsluttet med en udenretlig bødevedtagelse på 10.000 kr.

3. En større varehuskæde havde i en husstandsomdelt udsalgsavis, der var trykt i ca. 1 million eksemplarer, udbudt et parti plastvarer i 2. sortering, og i reklameringen anført, at der var tale om et kæmpeparti plastvarer i 2. sortering, og at forbrugerne kunne spare op til 75% i forhold til 1. sortering.

Endvidere blev de pågældende priser for hver enkelt vare sammenlignet med en førpris, der svarede til 1. sorteringsprisen, selv om de annoncerede varer ikke tidligere havde været solgt til de anførte førpriser.

Efter at der var rejst tiltale mod selskabet for overtrædelse af § 2, stk. 1 i markedsføringsloven, udtalte retten i sin dom, at den formulering, der var anvendt i udsalgsavisen, indebar, at en køber uden kendskab til tidligere eller aktuelle priser for 1. sorteringsvarer måtte gå ud fra, at den vare, han købte, tidligere kostede den pris, der var angivet som førpris. Da det efter det oplyste ikke var tilfældet, fandt retten selskabet skyldig i overtrædelse af § 2, stk. 1 i markedsføringsloven og fastsatte straffen til en bøde på 10.000 kr.

2.8. Sammenlignende reklame

Foreningen af Fabrikanter og Importører af Elektriske Husholdningsapparater (FEHA) indklagede en annonce fra et hvidevarefirma, der reklamerede med følgende overskrift: »(Firmanavn) – vaskemaskine mest driftssikker – viser netop afsluttet undersøgelse«.

FEHA fandt umiddelbart, at den i annoncen omtalte undersøgelse ikke kunne siges at være af en så kvalificeret og repræsentativ karakter, at den berettigede til den omtalte overskrift.

Det indklagede hvidevarefirma blev anmodet om at kommentere klagen. Det oplyste, at man havde forespurgt en række udvalgte hvidevareforhandlere om deres indtryk af driftssikkerhed og reklamationsgrad for 4 af firmaets maskiner, som i teknisk henseende var tilstrækkelig ensartede til at samle i én vurdering. Salgsperioden gik fra 1.7.1982 – 1.7.1985 og omfattede 2000 maskiner. Endvidere havde man for at få en rimelig statistisk sikkerhed i udtalelserne kun rettet henvendelse til forhandlere, som i hele 3-års perioden havde solgt over 300 stk. af de pågældende vaskemaskiner. Der var således kun tale om meget få forhandlere, men hvidevarefirmaet fandt, at udsagnet havde stor vægt, idet forhandlerne havde solgt så mange maskiner af firmaets fabrikat og også mange andre fabrikater. Endvidere fremlagde firmaet en undersøgelse foretaget i det tyske »Stiftung Warentest«, der skulle berettiggte firmaets fremhævelse af dets produkters driftssikkerhed.

Sagen blev herefter forelagt Statens Husholdningsråd, der på det foreliggende grundlag ikke fandt belæg for med tilstrækkelig sikkerhed at vurdere hvidevarefirmaets undersøgelse. I stedet henviste man til at indhente en udtalelse om undersøgelsen fra Socialforskningsinstituttet.

Sidstnævnte udtalte, at firmaet burde have sikret sig et større og nøjere specificeret grundlag af forhandlere, og at disse ideelt set burde have leveret rapporter om de enkelte maskiner, såvel det konkrete hvidevarefirma som andre mærker, således at der kunne foreligge en rimelig kontrollerbar undersøgelsessituation.

På denne baggrund fandtes annoncen i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, og det blev henstillet til firmaet, at man fremover ikke anvendte sådanne ufuldstændige undersøgelser i markedsføringen.

Dette erklærede firmaet sig indforstået med.

2.9. Brug af betegnelsen »Dansk Design« og mærkning med oprindelsesland

1. I FO's beretning 1985 var omtalt en sag om et porcelænsfirma, der markedsførte sine produkter under betegnelsen «Dansk Design», uagtet porcelænet var produceret i udlandet.

FO fandt, at en betegnelse som »Dansk Design« og lignende, omend den isoleret måtte anses for korrekt, for så vidt som porcelænet var formgivet på dansk tegnestue, var egnet til at vildlede, jfr. markedsføringslovens § 2, stk. 1, da den almindelige forbruger ville kunne opfatte angivelsen

»Dansk Design« som udtryk for, at porcelænet også var fremstillet i Danmark, og at hele produktet som sådan var dansk arbejde.

Ved 1985-beretningsperiodens udløb var sagen endnu ikke afsluttet, og i løbet af 1986 har FO fortsat forhandlingerne med det pågældende firma. Disse har resulteret i, at firmaet erklærede sig indforstået med, at den af FO tidligere afgivne henstilling om, at der i forbindelse med brugen af betegnelsen »Dansk Design« skulle tilføjes »importeret«, var afgivet under forudsætning af, at begge betegnelser blev sat med lige store typer. Herved undgik man, at betegnelsen »importeret« blev sat med så små typer, at der var risiko for, at forbrugeren overså angivelsen.

Firmaet indrettede herefter sin markedsføring af porcelænsstel ud fra ovennævnte retningslinier med undtagelse af et enkelt stel, hvor firmaet fandt, at stellet særpreg var domineret af en så markant dekor, at det med rette kunne kaldes »Danish Design« og lanceres med dannebrogssflag på en del af emballagen, uagtet at stellet blev produceret i udlandet.

Også for dette stels vedkommende fandt FO, at markedsføringen burde angive, at stellet var importeret, således at forbrugeren ikke blev vildledt til at tro, at stellet var rent dansk arbejde. Med i sine overvejelser omkring dette spørgsmål havde FO, hvorvidt selve angivelsen »Danish Design« var betinget af et krav om, at såvel dekor som formgivning i al væsentlighed var tegnet af danske designere samt, hvorvidt der skulle være tale om kvalitetsporcelæn. Endelig gjorde FO firmaet opmærksom på, at stallets emballage var i strid med markedsføringslovens § 11, der bl.a. forbyder anvendelsen af det danske flag på varer produceret i udlandet.

Da firmaet ikke umiddelbart ville følge FO's henstilling, fandt FO, at de i sagen rejste spørgsmål mere hensigtsmæssigt burde afgøres af en domstol, hvorfor sagen ved beretningsperiodens udløb beroede hos politiet med henblik på eventuel tiltalerejsning for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 samt § 11.

Udover denne fortsat verserende sag har 1986 vist en tendens til stigning i antallet af sager vedrørende mærkning med oprindelsesland. Sagerne er ved forhandling alle blevet løst til FO's tilfredshed, og her skal kun kort nævnes et udvalg af de forelagte sager.

2. I en sag modtog FO en henvendelse fra Cykelhandlernes Centralforening vedrørende et familiemarkeds reklamering med danske cykler. Cyklerne, der også blev udbudt til salg i et stormagasin, var i stelnummeret mærket med et W og forsynet med firmaets eget mærke med farver og udformning, som kunne forveksles med Dannebrog. Mærkningen med W kende-

tegnede ifølge Centralforeningen, at det pågældende cykelstel var importeret, jfr. lov om mærkning af cykelstel m.v. af 23. marts 1948.

Efter forhandling med familiemarkedet og stormagasinet meddelte disse, at de ikke længere ville annoncere med »danske cykler«. Fra cykelleverandørernes side meddeltes det, at man ville forholde sig som det forlangtes og var praksis blandt andre cykelgrossister og importører i Danmark. Endvidere ville man ændre sit firmanavns farver, så forveksling med Dannebrog ikke kunne ske. På denne baggrund afsluttedes sagen.

3. En forhandler af campingvogne klagede til FO over et konkurrerende firmas reklamemateriale for en salgsvogn, idet brochuren ikke umiddelbart gav det indtryk, at vognen var fremstillet i DDR. FO indledte forhandlinger med det pågældende firma, og disse resulterede i, at firmaet på salgsbrochuren i forbindelse med overskriften tilføjede: »Kvalitetsprodukt fra DDR«.

4. Af tekstilindustrien blev FO gjort opmærksom på, at et jysk væveri markedsførte 2 sæt sengelinned med Dannebrog og teksten »Dansk Design« på pakningen, uagtet at linnedet var produceret i Pakistan.

På foranledning af FO's henvendelse meddelte væveriet via deres advokat, at man ville ophøre med at få påtrykt dannebrogssflaget på indpakningen, og i øvrigt var villig til at indrette sig efter kravet i markedsføringen.

5. Fra tekstilindustrien modtog FO endvidere en sag, der vedrørte et supermarkeds markedsføring af diverse børnetøj, herunder poloshirts, hvor tøjet kun havde påsat et mærke, der oplyste om børnetøjsseriens navn samt fibersammensætning og vaskeanvisning, men ikke hvor tøjet var fremstillet. Ifølge tekstilindustrien var det ikke fremstillet i Danmark og burde derfor rettelig mærkes med oprindelsesland eller »importeret«. Supermarkedet oplyste, at de omtalte poloshirts for halvdelens vedkommende var produceret i Danmark, men den anden halvdel var importeret, og at de udenlandske leverandører påsyede labels med »Import«, hvorfor FO på dette grundlag afsluttede sagen.

2 måneder senere var FO dog nødsaget til på ny at rette en skærpet henvendelse til supermarkedet, idet tekstilindustrien oplyste, at der fortsat blev solgt poloshirts uden korrekt mærkning. Supermarkedet meddelte, at man for at undgå yderligere fejl nu havde iværksat en produktion af klæbemærker med teksten »Importeret«, således at disse ville blive påklæbet de beklædningsgenstande, der ikke tidligere havde været mærket hermed. Endvidere ville man indføre ekstra kontrol fremover, således at

lignende fejlmærkninger ikke ville kunne ske. På denne baggrund meddelte FO supermarkedet, at han efter omstændighederne ikke ville foretage videre.

2.10. Organiseret rabat

Erhvervslivets brug af værdikuponer og rabatordninger, herunder organiseret rabat, har med jævne mellemrum givet anledning til offentlig debat. Også i beretningsperioden blev spørgsmålet om lovligheden af organiseret rabat forelagt FO med henblik på en vurdering i medfør af markedsføringslovens bestemmelser.

Ved organiseret rabat forstås rabat, der ydes til personer i kraft af deres tilknytning til bestemte virksomheder eller institutioner, medlemskab m.v.

Allerede forud for markedsføringslovens ikrafttræden den 1. maj 1975 har det rejste spørgsmål været drøftet.

Flertallet i konkurrencelovudvalget (Betænkning nr. 416 af 1966 angående en ny konkurrencelov) fandt ikke, at der var nogen acceptabel begrundelse for at foreslå forbud mod organiseret rabat, idet man mente, at et sådant forbud ville betyde et upåkrævet indgreb i priskonkurrencen, jfr. side 65 i betænkningen.

Et forbud skulle motiveres med, at der ikke er nogen rimelig grund til, at enkelte grupper af købere opnår en begunstigelse, der må antages at blive betalt af kunder, der ikke på samme måde kan opnå prisfordele.

Konkurrencelovudvalgets flertal fandt dog, at ydelse af særfordele til bestemte grupper eller til enkeltpersoner ikke uden videre medfører, at andre forbrugere betaler derfor i form af højere priser, idet den handlende kan kalkulere rabatydelser som et fradrag i den bruttoavance, han ellers opnår. Set fra den handlendes synspunkt kan det være forretningsmæssigt velbegrundet at yde rabat til bestemte forbrugerkredse, selv om den fragår i hans bruttoavance, idet han så får en fast kundekreds, hvorigennem der kan tilvejebringes en vis stabilitet i omsætningen til gavn for den handlende.

Det fandtes derfor urimeligt at begrænse erhvervslivets adgang til at yde rabat, idet erhvervsdrivende, der ikke måtte ønske at yde rabat, er frit stillet i så henseende, men på den anden side ikke bør kunne forhindre andre i at give rabat på denne måde.

Ud over disse betragtninger anførte flertallet, at et almindeligt forbud mod organiseret rabat i hvert fald ikke ensidigt kan rettes mod forbrugerkredse,

men i så fald også måtte ramme erhvervskredse, idet der ellers foreligger en ikke tilstrækkelig begrundet forskelsbehandling. Der var inden for udvalget enighed om, at et forbud, der også omfattede organiseret rabat i forholdet mellem erhvervsdrivende indbyrdes, ikke kunne anses for ønskeligt.

Mindretallet i konkurrencelovudvalget gik derimod ind for et forbud mod organiseret rabat til forbrugere, jfr. side 69 og 105 i konkurrencelovbetænkningen.

Mindretallet fandt, at det er uheldigt, at der etableres rabatordninger, hvorved personer alene i kraft af deres tilknytning til bestemte virksomheder eller institutioner får en rabat, som de øvrige købere i den pågældende forretning ikke opnår, selv om de køber ligeså meget som de forbrugere, der får rabat, og selv om de betaler kontant.

Mindretallet mente således, at der i sådanne tilfælde i hvert fald burde bestå en pligt til at give meddelelse, ved opslag i forretningen eller på anden måde, om, at forretningen har specielle aftaler om rabatydelser til visse kunder.

I denne forbindelse anførte man, at forbrugerorganisationerne i de senere år havde påpeget betydningen af oplysning over for forbrugerne, og at det i konsekvens heraf ville være rigtigt at støtte oplysningspligten også på dette område.

I Forbrugerkommissionens Betænkning II (681/1973) er spørgsmålet også omtalt på side 19, hvor det generelt anføres, at der ikke kan drages særlige slutninger af, at konkrete forbud i den bestående lovgivning ikke opretholdes, eller at nye ikke foreslås indført af kommissionen, og at disse betragtninger også kan gøres gældende med hensyn til den af mindretallet i konkurrencelovudvalget foreslåede bestemmelse om forbud mod organiseret rabat.

Endvidere er det i betænkningen anført, at spørgsmålet, om organiseret rabat er i strid med god markedsføringsskik, efter kommissionens opfattelse hænger sammen med, om der gives køberne en forsvarlig oplysning, således at de får mulighed for at foretage en vurdering af foranstaltningens indflydelse på den pris, der forlanges for varen eller ydelsen.

Under behandlingen i Folketinget af forslaget til lov om markedsføring bad Folketingets Erhvervsudvalg om handelsministerens kommentar til en henvendelse til udvalget, der gik ud på, at lovforslaget burde indeholde et forbud mod enhver form for organiseret rabat. I handelsministerens svar af 8. maj 1974 anførtes bl.a. følgende: »Udøves organiseret rabatformidling i overensstemmelse med god markedsføringsskik, ser jeg ingen begrundelse for at forbyde sådan virksomhed.«

Spørgsmålet om, hvorvidt rabatsystemer er i strid med markedsføringsloven, skal bedømmes efter generalklausulen i lovens § 1 om god markedsføringsskik eller § 2 om urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser.

FO har i overensstemmelse med forarbejderne givet udtryk for, at man ved organiseret rabat må forstå en rabat, der ydes fra sælger til en på forhånd fastlagt køberkreds, f.eks. personer med bestemt erhverv eller med tilknytning til bestemte virksomheder, institutioner eller arbejdspladser eller personer, der er medlem af bestemte foreninger.

Under forudsætning af, at rabatten ydes på denne måde til bestemt udvalgte grupper, har FO i sager om organiseret rabat på baggrund af lovens forarbejder og lovforslagets behandling i Folketinget udtalt, at et sådant rabatsystem ikke kan anses for at være i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik eller i strid med lovens § 2, jfr. således industriministerens svar af 7. august 1986 på Erhvervsudvalgets spørgsmål S 1540.

Endvidere har FO givet udtryk for, at det ikke med hjemmel i markedsføringsloven vil kunne påbydes de erhvervsdrivende, som yder organiseret rabat, at gøre opmærksom herpå ved skiltning eller på anden måde.

2.11. Værdikuponer

En større leverandørforening orienterede i begyndelsen af 1985 FO om, at foreningen havde planer om at indføre et værdikuponsystem for dagligvarer i Danmark i lighed med de systemer, der anvendes bl.a. i USA, England, Italien og Sverige.

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

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

Forinden planerne blev endeligt fastlagt anmodede foreningen Monopoltilsynet om stillingtagen til sagen i lyset af prismærkningslovens bestemmelser. Monopolrådet traf afgørelse om, at det planlagte system ikke er omfattet af prismærkningslovens bestemmelser. Prismærkningslovens § 1 fore-

skriver, at den, der erhvervsmæssigt udbyder varer i detailsalg, skal skilte eller mærke med nettokontantprisen incl. moms og andre afgifter. Baggrunden for, at det skitserede system ikke er omfattet af prismærkningslovens bestemmelser er, at foreningens medlemmer ikke udbyder varer i detailsalg.

Monopoltilsynet orienterede herefter FO om sagen med henblik på en vurdering af systemet i medfør af markedsføringslovens bestemmelser.

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

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

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

I sin kendelse bestemte Sø- og Handelsretten, at sagen skulle fremmes til realitetsbehandling, hvilken kendelse FO kærede til Højesteret.

I midten af 1986 afsagde Højesterets anke- og kæremålsudvalg kendelse i sagen. Et flertal af dommerne fandt ligeledes, at sagen skulle fremmes til realitetsbehandling, idet man bl.a. lagde vægt på, at FO under sagens behandling havde oplyst, at sag ville blive anlagt efter reglerne i markedsføringslovens kapitel 5, såfremt leverandørforeningen iværksatte den påtænkte rabatordning eller meddelte FO, at man havde besluttet at realisere planerne.

Herefter blev sagen realitetsbehandlet ved Sø- og Handelsretten.

I Sø- og Handelsrettens dom udtaler et flertal af dommerne følgende:

»Det kan tiltrædes som anført i Monopoltilsynets notat af 1. februar 1985, at værdikuponer vil kunne medføre, at det bliver urimeligt vanskeligt for forbrugeren at foretage saglige prisbedømmelser af forskellige varer i sam-

me forretning og prissammenligninger indbyrdes mellem forretningerne. Herfra kan imidlertid ikke slutes, at dette altid er tilfældet, og det kan ikke udelukkes, at systemet kan udformes på en sådan måde, at der ikke foreligger nogen »sløring« af priserne og således, at der foreligger klare oplysninger bl.a. om, hvor værdikuponerne kan benyttes. Det findes derfor ikke godtgjort, at det påtænkte system indebærer en overtrædelse af markedsføringslovens §§ 1 og 2, stk. 1.«

2.12. Produktsikkerhed

Notifikationssystemer

I de foregående årsberetninger har der været omtale af Danmarks deltagelse i 3 internationale notifikationsordninger om farlige produkter, nemlig EF, OECD- samt NEK-notifikationssystemerne.

Det har været omtalt, jfr. FO's beretning for 1984, at FO på Industriministeriets vegne koordinerer den danske deltagelse i disse systemer, at ordningerne først og fremmest bygger på information om produkter, der kan medføre en umiddelbar og alvorlig fare, samt at der for Danmarks vedkommende er en lang række myndigheder, der har kompetence på produktsikkerhedsområdet og som følge heraf er involveret i den danske deltagelse i systemerne.

Det har endvidere været omtalt, jfr. FO's beretning for 1985, hvorledes den del af de indkomne notifikationer, der ikke henhører under andre myndigheder her i landet og derfor undersøges af FO, udsendes til høring hos relevante forhandlere, grossister eller branchesammenslutninger.

I fortsættelse af ovenstående skal her redegøres for den internationale koordinering af administration i de forskellige medlemslande, tilknyttet ordningerne.

EF-systemet

I EF-ministerrådets beslutning om etablering af notifikationssystemet er det bestemt, at der nedsættes et rådgivende udvalg med repræsentation for alle medlemsstaterne samt med en repræsentant for kommissionen som formand. Udvalget kan behandle ethvert spørgsmål vedrørende iværksættelsen og forvaltningen af notifikationssystemet.

FO er sammen med Industriministeriet repræsenteret i udvalget.

Bortset fra startfasen, hvor der blev holdt en række møder vedrørende den praktiske opbygning af systemets forvaltning, holdes som regel to årlige møder i det rådgivende udvalg. På disse møder drøftes forløbet af ordningen, herunder den nærmere fortolkning – set i lyset af konkrete notifikationsseksempler – af kriterierne for afsendelse af notifikationer, f.eks. fortolkning af begrebet »alvorlig« og »umiddelbar« fare.

I oktober 1986 afleverede kommissionen med baggrund i drøftelser i det rådgivende udvalg en foreløbig rapport om systemets funktion til ministerrådet.

Det fremgår af rapporten, at der inden for levnedsmiddelområdet (som er omfattet af rådsbeslutningen, og som for Danmarks vedkommende koordineres af Levnedsmiddelstyrelsen under Miljøministeriet) siden beslutningens ikrafttræden den 7. marts 1985 var afsendt 33 notifikationer.

Også inden for ikke-fødevareområdet (d.v.s. det område, FO koordinerer) var der afsendt 33 notifikationer. Heraf blev imidlertid kun de 17 anset for at opfylde notifikationskriterierne i rådsbeslutningen.

Af rapporten fremgår endvidere, at en række forslag til forbedring af systemet har været drøftet. Egentlige bindende ændringer kan dog ikke gennemføres før udløbet af systemets prøveperiode på 3 år.

Det fremgår eksempelvis, at der bør ske meddelelse/kontakt til kommissionen om *påtænkte* indgreb over for farlige produkter for at sikre, at det pågældende medlemsland kan modtage eventuel anden tilgængelig viden på området. Ifølge rådsbeslutningen er det alene obligatorisk at give meddelelse, når et medlemsland *har besluttet* at foretage et indgreb.

Rapporten blev taget til efterretning på EF-ministerrådsmødet den 29. oktober 1986.

OECD-systemet

Under OECD's forbrugerpolitiske komité er nedsat den såkaldte arbejdsgruppe 3 om produktsikkerhed. I dette forum diskuterer medlemslandene en lang række spørgsmål vedrørende produktsikkerhed. Det er også denne arbejdsgruppe, der har ansvaret for »styringen« af OECD-notifikationssystemet.

Ca. to gange om året holdes der møder, og de i det forløbne tidsrum afsendte notifikationer vurderes. I denne forbindelse får de enkelte afsenderlande

lejlighed til en uddybning af de forhold, der har begrundet afsendelsen af notifikationerne.

Endvidere foretages til stadighed en evaluering af systemets funktion. I 1986 har det f.eks. været drøftet, om der også gennem systemet bør notificeres om frivillige tiltag, typisk tilbagekaldelse af produkter, d.v.s. indgreb over for produkter, der ikke er dikteret af en myndighed, men foretages på initiativ af en producent/importør. Kun indgreb, der foretages af offentlige myndigheder, er i dag omfattet af ordningen.

I 1986 er der endelig iværksat en bred undersøgelse af forskellige notifikationsordninger inden for andre internationale organisationer, f.eks. GATT, WHO, UNEP, FAO, BEUC, NEK og EF. Tanken har været at få klarlagt eventuelle overlapninger mellem systemerne, således at dobbeltadministration kan undgås.

Som eksempel på andre emner, der behandles i arbejdsgruppen, kan nævnes undersøgelse og drøftelse af de forskellige medlemslandes lovgivninger på nærmere angivne områder. I 1986 er det således besluttet at foretage en undersøgelse af reguleringerne på legetøjsområdet samt vedrørende brand-sikkerhed for polstrede møbler.

Undersøgelserne i arbejdsgruppen kan munde ud i henstillinger til den forbrugerpolitiske komité om på nærmere angivne områder at opstille anbefalinger til vedtagelse på OECD's rådsforsamlinger.

FO er sammen med Industriministeriet repræsenteret i arbejdsgruppe 3.

NEK-systemet

Det nordiske notifikationssystem er etableret med baggrund i en rapport udarbejdet af det såkaldte informations- og undersøgelsesudvalg under Nordisk Embedsmands Komité for forbrugerspørgsmål (NEK).

Systemet har været i funktion nogle år, uden at der har været nogen egentlig fast mødevirksomhed med henblik på vurdering og koordinering af landenes administration af systemet.

I 1986 er et evalueringsarbejde imidlertid blevet iværksat. Arbejdet vil fortsætte i 1987, og der vil som noget væsentligt blive lagt op til, at der med jævne mellemrum holdes møder mellem landenes kontaktpersoner for at opnå en bedre styring af systemet.

Notifikationer i 1986

Der er i 1986 modtaget i alt 116 notifikationer, heraf 64 fra OECD-systemet, 40 fra NEK-systemet og 12 fra EF-systemet.

Fra Danmark er der afsendt 2 notifikationer.

Med hensyn til fordeling i notifikationskategorier m.v. henvises til beretningens statistikafsnit 1.1c.

Produktsikkerhed i øvrigt

Lovforslag vedrørende produktsikkerhed

I november 1986 fremsatte medlemmer af Socialdemokratiet et forslag til folketingsbeslutning om en lovgivning vedrørende produktsikkerhed. Forslaget, der i øvrigt med enkelte undtagelser er identisk med et tilsvarende forslag fra februar 1985, henviser til Betænkning nr. 923 om produktsikkerhed, afgivet af en under Industriministeriet nedsat arbejdsgruppe, som udgangspunkt for en produktsikkerhedsregulering.

Ifølge forslaget bør der bl.a. skabes hjemmel for en generel administrativ forbudsmulighed over for markedsføring af farlige produkter, ligesom der bør skabes en administrativ hjemmel for pålæg om tilbagekaldelse af sådanne produkter.

FO har i forbindelse med såvel det første som det seneste forslag til folketingsbeslutning bistået Industriministeriet i besvarelsen af henvendelser fra Folketingets Erhvervsudvalg.

Eksempler på behandlede sager

Der er i 1986 oprettet og undersøgt 55 sager om produktsikkerhed. Heraf stammede de 33 sager fra indkomne notifikationer, der ikke henhører under andre danske produktsikkerhedsmyndigheder og derfor undersøges af FO i medfør af markedsføringsloven.

I langt de fleste sager har der 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.

Væsentlige sager i 1986:

Etagesenge.

I foråret 1986 blev FO af Statens Husholdningsråd anmodet om at se nærmere på en sag om farlige etagesenge til børn. Henvendelsen skyldtes, at et barn havde fået presset kroppen ud mellem sengekant og sengehest på en etageseng og derved kom til at hænge i hovedet med fare for at blive kvalt.

FO kontaktede de firmaer, der kunne tænkes at producere eller forhandle sådanne etagesenge og forespurgte, om de af firmaerne forhandlede produkter overholdt Dansk Varefakta Nævns forskrifter for barnesenge.

De tilskrevne firmaer oplyste, at de enten ikke forhandlede barnesenge eller, at de forhandlede senge opfyldte Varefaktanævnets krav. Dog erkendte producenten af den konkret omhandlede etageseng problemet og meddelte, at produktet ville blive ændret med øjeblikkelig virkning.

Rygbærestol.

Fra et forældrepar modtog FO en anmodning om at stoppe salget af en italiensk produceret rygbærestol, idet stolens konstruktion havde forårsaget, at parrets 9 måneder gamle barn på det nærmeste fik klippet sin fingerspids og negl på højre hånds langfinger af. Et yderligere tilfælde blev rapporteret. FO kontaktede de danske importører samt orienterede de italienske myndigheder om ulykkerne. På baggrund heraf meddelte den italienske producent, at man ville forsøge at ændre stolens konstruktion. De danske importører standsede forhandlingen af produktet.

Minibatterier i elektronikspil m.v.

På baggrund af en notifikation fra Finland om operation af 3 småbørn, der havde slugt minibatterier, blev der herhjemme foretaget en høring hos en række brancheforeninger m.v. med henblik på at få klarlagt eventuelle markedsføringsmæssige problemer i relation til disse batterier eller »knapceller«.

På en henvendelse til Miljøstyrelsen blev det udtalt, at et udkast til bekendtgørelse om bl.a. mærkning og indsamling af kviksølv- og cadmiumholdige batterier på dette tidspunkt var til offentlig høring. Det pointeredes dog, at bekendtgørelsen ikke regulerede de markedsføringsmæssige aspekter, omhandlet i den finske notifikation, hvorfor spørgsmål af denne karakter måtte løses via markedsføringsloven.

De indkomne besvarelser indeholdt en diskussion af mulighederne for en løsning af spørgsmålet. Det blev fra flere sider pointeret, at det var vanskeligt at foretage foranstaltninger i relation til selve batterierne, medens man

derimod pegede på dels øget oplysning, dels og navnlig forstærkning af legetøjs-batteribeholdere, således at disse ville blive vanskelige at åbne.

FO sluttede sagen med at udsende en henstilling til relevante fabrikanter og importører – baseret på besvarelsen fra Batteriforeningen og indeholdende ovennævnte elementer – om at iværksætte foranstaltninger til forebyggelse af ulykker på området.

2.13. Garanti

1. I denne beretningsperiode har FO set nærmere på de rustbeskyttelsesgarantier, der anvendes inden for bilbranchen.

Det drejer sig dels om de garantier, der anvendes af de enkelte *rustbeskyttelsesfirmaer*, dels om de garantier, der gives *ved salg af nye biler*

Efter at FO havde anmodet en række rustbeskyttelsesfirmaer om at indsende de anvendte garanti- eller reklamationsbestemmelser, er bestemmelserne nøje blevet gennemgået med henblik på en undersøgelse af vilkårenes forenelighed med markedsføringsloven.

Under denne gennemgang er FO stødt på en række vilkår, som er blevet drøftet nærmere med Brancheforeningen for Danske Bilbeskyttere, FDM, Forbrugerrådet, Forbrugerklagenævnet og Statens Husholdningsråd.

På baggrund af de nævnte drøftelser har FO taget stilling til de rejste spørgsmål, hvilket har resulteret i præcisering af kravene til disse garantier.

FO's standardskrivelse til rustbeskyttelsesfirmaerne er vedhæftet beretningen som bilag I.

Endvidere er *bilimportørerne* blevet anmodet om at indsende de garantier mod rustgennemtæring, der anvendes ved salg af nye biler.

Efter at have drøftet en række af disse garantivilkår med Automobil-Importørernes Sammenslutning, FDM, Forbrugerrådet, Forbrugerklagenævnet og Håndværksrådet, har FO præciseret kravene til nyvognsgarantierne.

FO's standardskrivelse til importørerne er vedhæftet beretningen som bilag II.

Der er dog ikke hermed udtømmende taget stilling til, hvilke krav der i øvrigt kan stilles til de nævnte garantier.

2. Efter at der under NEK er udarbejdet en rapport om garantier benævnt »Garantier – forbrugerbeskyttelse og forbrugerproblemer i de nordiske lande«, har FO besluttet at revidere det tidligere udarbejdede notat om garantibevisers udformning.

På baggrund af rapportens beskrivelse af de markedsføringsretlige spørgsmål i forbindelse med anvendelse af garantiudsagn har FO udarbejdet et udkast til retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamering og aftalevilkår.

Udkastet til retningslinier, der for tiden er genstand for drøftelser med en række organisationer og offentlige myndigheder, indeholder dels nye bestemmelser om reklamering med garantiudsagn dels de tidligere fastsatte minimumskrav til garantibevisers indhold i notatet fra juli 1978.

Ved redaktionens slutning er de nævnte drøftelser om retningsliniernes udformning endnu ikke afsluttet.

2.14. Tilgift

1. FO har i 1986 på ny haft en lang række sager til behandling vedrørende overtrædelser af markedsføringslovens § 6 om ulovlig tilgift. En del sager, omfattende typisk mere beskedne førstegangsovertrædelser, er blevet afsluttet fra FO's side med en orientering til indklagede om markedsføringslovens bestemmelser om ulovlig tilgift. Denne fremgangsmåde anvender FO især over for, hvad der kan betragtes som lokalt afgrænsede markedsføringstiltag. Det forudsættes i disse sager, at den erhvervsdrivende fremover indretter sin markedsføring i overensstemmelse med loven, og fremgangsmåden har i langt de fleste tilfælde medført, at den erhvervsdrivende (frivilligt) har standset den ulovlige markedsføring.

Det har imidlertid også fortsat været nødvendigt, at FO griber hurtigt ind over for de landsdækkende kampagner, hvor de erhvervsdrivende udviser stor opfindsomhed i forsøg på at finde grænsen mellem den lovlige markedsføring og den ulovlige tilgift.

Som et middel til at dæmme op for antallet af disse overtrædelser har FO i vidt omfang søgt at vejlede og angive retningslinier for, på hvilke punkter de omhandlede annoncer bør ændres, så de efter FO's opfattelse bliver i overensstemmelse med markedsføringslovens regler.

2. En række forhandlere inden for fotobranchen har således prøvet at omgå forbudet i markedsføringslovens § 6, stk. 1 om ulovlig tilgift ved at mar-

kedsføre såkaldte fotoposer, der skulle anvendes ved indsendelse af f.eks. film til fremkaldelse. Ved hurtigt svar, d.v.s. hurtig indsendelse af fotoposen, modtog kunden en såkaldt »hurtig-svar-gave«. Samtidig blev det dog med små typer et enkelt sted på fotoposen oplyst, at der ikke forelå nogen købsbetingelse. (Det var ikke nødvendigt at indsende en film til fremkaldelse i fotoposen eller anmode om fremsendelse af en ny film).

Hermed mente de pågældende fotohandlere, at markedsføringsforanstaltningen var lovlig i henhold til markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet der ikke forelå købsbetingelse, der er en del af gerningsindholdet i bestemmelsen.

Det var imidlertid FO's opfattelse, at hele udformningen af fotoposerne og den påførte tekst om gavemuligheder var egnet til at fremkalde det indtryk hos kunden, at posen *skulle* bruges til fremsendelse af f.eks. en film til fremkaldelse, og at kunden derfor ikke fik tilstrækkelig oplysning om, at der ikke var en sådan betingelse for at opnå »hurtig-svar-gaven«.

Herved lagde FO vægt på, at forbrugeren sædvanligvis motiveres ved det umiddelbare indtryk af reklamen.

For at markedsføringen ved hjælp af fotoposerne med anvendelse af »hurtig-svar-gaver« skulle være i overensstemmelse med markedsføringsloven, var det derfor efter FO's opfattelse et krav, at det ligeså tydeligt som hurtig-svar-gave-muligheden skulle anføres, at der ikke forelå købsbetingelse. De implicerede fotoforretninger ændrede derefter deres fotoposer, så de blev i overensstemmelse med det af FO anførte.

3. Det er FO's opfattelse, at det under visse betingelser er lovligt at markedsføre en »tilgift«, hvis der samtidig tilbydes en kontantrabat som alternativ.

Forudsætningen for at forholdet ikke er i strid med markedsføringslovens § 6 er, at de to alternativer markedsføres fuldstændig ligeværdigt, og at forbrugeren frit kan vælge, om denne foretrækker »tilgiften« eller kontantrabatten.

Der skal endvidere være fuldstændig overensstemmelse mellem den økonomiske værdi på »tilgiften« og kontantrabatten.

Den økonomiske værdi vurderes efter fast retspraksis ud fra den værdi, genstanden repræsenterer for forbrugeren, d.v.s. den pris, forbrugeren kunne erhverve genstanden til, såfremt den eller en lignende vare skulle erhverves i den almindelige handel.

4. Et autoreparationsfirma havde igennem længere tid, ved annoncering i dagspressen og ved reklamering på firmaets biler, anvendt følgende udsagn:

»Har De fået en autoskade? Kør vognen til os – og få gratis bil i reparationstiden.«

Efter FO's opfattelse var det i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1 at reklamere med, at firmaet vederlagsfrit stillede erstatningsbil til rådighed for kunderne i reparationstiden.

Endvidere fandt FO, at det var vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, at firmaet anvendte ordet »gratis« i reklameringen, idet den gratis ydelse måtte anses for at være omfattet af betalingen for reparationen.

FO anmodede anklagemyndigheden om at rejse tiltale mod firmaet ved Sø- og Handelsretten for overtrædelse af de nævnte bestemmelser i markedsføringsloven.

Under sagens behandling i retten blev et antal organisationer inden for branchen og nogle forsikringsselskaber bl.a. spurgt, om det var sædvanligt at udlåne en bil gratis i reparationstiden. Alle gav udtryk for, at det ikke var tilfældet.

Endvidere blev det under sagen oplyst, at der oprettedes en »lejekontrakt« med lånerne, hvori lejemålets varighed og den frie kørsel – 80 km pr. dag – var anført. Yderligere kørsel skulle betales med 1 kr. pr. km. Lånerne betalte i øvrigt, ifølge kontrakten, 7 øre pr. kørt km – også for de første 80 km. Det var således ikke gratis at låne erstatningsbil i reparationstiden.

Ved dom af 28. marts 1985 fandtes firmaet skyldig i overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1 og § 2, stk. 1. Endvidere fandt retten, at den forskyldte straf burde bortfalde.

Herefter ændrede firmaet sin markedsføring på følgende måde:

»Har De fået en autoskade? Kør vognen til os – og få en næsten gratis bil i reparationstiden.«

Ordene »gratis bil« stod med meget store typer i forhold til den øvrige annoncetekst, hvoraf dog også ordet »autoskade« og firmaets navn var fremhævet.

Efter Sø- og Handelsrettens dom begyndte firmaet at opkræve en grundleje på 35 kr. om dagen udover de tidligere nævnte beløb.

Da den ændrede markedsføring efter FO's opfattelse fortsat var i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1 og § 2, stk. 1, anmodede FO på ny anklagemyndigheden om at rejse tiltale mod firmaet ved Sø- og Handelsretten for overtrædelse af de nævnte bestemmelser.

Sø- og Handelsretten idømte nu firmaet en bøde på 15.000 kr. for overtrædelse af § 6, stk. 1 og § 2, stk. 1 i markedsføringsloven og anførte bl.a. følgende i dommen:

»Adgangen til at leje tiltaltes biler står ikke åben for enhver, men kun for dem, der indleverer deres bil til reparation. Efter det oplyste kan lejen ikke dække udgifterne ved ordningen. Under disse omstændigheder findes tiltalte at have ydet tilgift, hvis værdi ikke kan anses for helt ubetydelig.

Som anført har tiltalte annonceret bilordningen med ordene »næsten gratis«. Anvendelsen af dette udtryk, på trods af, at der skal betales et ikke helt ubetydeligt beløb for leje af bilerne, findes at være en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1.«

2.15. Lodtrækning og præmiekonkurrencer

Fordeling af gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden tilfældighedspræget foranstaltning, som er omfattet af markedsføringslovens § 8, er fortsat en virkningsfuld salgsfremmende foranstaltning for de erhvervsdrivende. Ligesom i foregående år har FO i 1986 fået mange henvendelser såvel skriftlige som mundtlige vedrørende sådanne markedsføringsforanstaltninger.

Endvidere har FO på eget initiativ optaget ganske mange sager om overtrædelse af § 8 til behandling.

Der er oprettet i alt 84 sager på området. Disse sager er for størstedelens vedkommende afsluttet på forhandlingsmæssigt grundlag enten ved, at arrangøren har undladt at foretage den planlagte gevinstfordeling eller i tilfælde, hvor gevinsterne allerede er fordelt, når sagen behandles, ved at arrangøren har bekræftet at ville undlade at foretage lignende i fremtiden.

De telefoniske henvendelser har især drejet sig om påtænkte foranstaltninger, som er blevet forelagt med henblik på en udtalelse om arrangementets forenelighed med markedsføringsloven. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at mange reklamebureauer efterhånden søger en sådan »forhåndsudtalelse«. FO ser meget positivt på denne udvikling.

Karakteren af de forelagte markedsføringsforanstaltninger er dels kendte, dels nye variationer over et gammelt tema, og karakteristisk er det, at der udvises stor opfindsomhed i forbindelse med udformningen af markedsføringsoplæggene, ligesom der ofte ses forslag, som befinder sig i bestemmelsens grænseområde.

1. § 8, stk. 1.

Hovedreglen i markedsføringslovens § 8 er, at enhver gevinstfordeling, der arrangeres af erhvervsdrivende, og som finder sted på tilfældigt grundlag, er forbudt. Af de forelagte sager fremgår det tydeligt, at det væsentlige problem i denne forbindelse er afgrænsningen mellem tilfældighedsprægede foranstaltninger og andre foranstaltninger – de såkaldte præstationskonkurrencer.

I beretningsperioden har der været forelagt forskellige typer arrangementer, som er omtalt i tidligere årsberetninger, herunder konkurrencer i forbindelse med afholdelse af enkeballer, restaurationskonkurrencer og slogankonkurrencer.

En anden type tilfælde, der fortsat dukker op, er gevinstfordelinger arrangeret af ikke-erhvervsdrivende i samarbejde med erhvervsdrivende. Som udgangspunkt vil sådanne arrangementer være i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1.

I 1986 har FO i to tilfælde taget stilling til spørgsmålet, om en gevinstfordeling, der ikke umiddelbart har nogen salgsfremmende effekt, er omfattet af forbudet i § 8.

I det ene tilfælde præmierede et naturgasselskab kunde nummer 100.000 med et gavekort på »Et års naturgasforbrug«, og i det andet tilfælde tildelte et kreditkortselskab kortindehaver nummer 75.000 en rejse med »Orient-Expressen«. I begge tilfælde fandt FO, at præmieringen var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1.

De indklagede selskaber var ikke enige heri og gjorde bl.a. gældende, at arrangementet ikke havde nogen salgsfremmende effekt, og derfor ikke var omfattet af forbudet.

FO lagde til grund, at der fandt en gevinstfordeling sted og under hensyn til, at kunderne ikke havde indflydelse på, hvilket nummer de ville blive eller havde mulighed for at forudberegne dette, fandtes gevinstfordelingen at finde sted ved »en anden foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet«.

Med støtte i lovens forarbejder blev det endvidere lagt til grund, at forbudet mod gevinstfordelinger er ubetinget, og dermed omfatter enhver tilfældighedspræget gevinstfordeling, uanset om der kan konstateres en salgsfremmende effekt i forbindelse med selve udlodningen.

2. § 8, stk. 2.

Som en undtagelse til hovedreglen i § 8, stk. 1 gælder reglen i § 8, stk. 2, hvorefter udgiveren af et periodisk skrift kan foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

I denne beretningsperiode har der også som tidligere været rejst spørgsmål om forståelsen af »periodisk skrift«.

Til eksempel kan nævnes følgende tilfælde:

a. Konkurrence i regionaltelefonbog.

En udgiver af regionaltelefonbøger havde i telefonbøgerne for to regionalområder foranstaltet sideløbende »brugerkonkurrencer« med lodtrækning om gevinster til en værdi af 10.900 kr. for hvert område, i alt 21.800 kr.

Konkurrencen var udformet som en tipskupon med 5 spørgsmål, der alle kunne besvares ved læsning af telefonbøgerne. Vinderne blev udfundet ved lodtrækning blandt de rigtige løsninger.

Regionaltelefonbøgerne indeholder annoncer for forretninger og andre erhvervsdrivende med oplysning om navne, adresser og telefonnumre samt en række praktiske oplysninger for brugerne, som f.eks. postnumre, postkasser og særtjenestenumre.

De erhvervs- og forretningsdrivende, der ønsker optagelse i regionaltelefonbogen, betaler herfor.

FO udtalte allerede inden lodtrækningen fandt sted, at konkurrencerne var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1 og anmodede udgiverne om at undlade at afholde disse.

I denne forbindelse blev det lagt til grund, at der var tale om gevinstfordelinger afholdt af en erhvervsdrivende, hvor udfaldet helt beroede på tilfældet.

FO fandt ikke gevinstfordelingerne omfattet af undtagelsesbestemmelsen i markedsføringslovens § 8, stk. 2. I den forbindelse blev det lagt til grund,

at der med støtte i lovens forarbejder alene foreligger et »periodisk skrift«, når den pågældende udgivelse indeholder redaktionelt stof. Denne forudsætning fandtes ikke opfyldt for regionaltelefonbøgernes vedkommende, og forholdet måtte således alene bedømmes efter markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Som følge af at lodtrækningerne blev gennemført på trods af FO's forudgående reaktion, blev der rejst tiltale for overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Sagen blev afsluttet med tiltaltes vedtagelse af en bøde på 20.000 kr.

Ifølge fast praksis antages det, at en præmiekonkurrence i et periodisk skrift, for at være omfattet af § 8, stk. 2, skal indgå som led i tidsskriftets redaktionelle stof. Såfremt et periodisk skrift i forbindelse med foranstaltning af en præmiekonkurrence, der indgår som led i det redaktionelle stof, udsender noget fra tidsskriftet særskilt materiale vedrørende konkurrencen, må det ved en konkret vurdering afgøres, om præmiekonkurrencen opfylder betingelsen om tilknytning til redaktionelt stof. Til belysning af denne problemstilling anføres følgende:

b. Spilleplade i husstandsomdelt reklamefolder.

Et ugeblad havde arrangeret en præmiekonkurrence til afvikling over en periode på 4 måneder med fordeling af ca. 2.800 gevinster til en samlet værdi af 1 million kr.

Præmiekonkurrencen var udformet som et matadorspil, der havde tilknytning til bladets stof på den måde, at der i bladet hver uge var oplysning om spilleregler og præmier. Endvidere fandtes forskellige skøder, pengesedler og terningkast til brug for deltagelse i spillet og en »gevinstkupon« med en opgave, som skulle indsendes i udfyldt stand for at berettige til deltagelse i præmiefordelingen.

Forud for præmiekonkurrencen havde udgiveren af ugebladet ladet husstandsomdele en folder med omtale af matadorspillet og med afbildning af en matadorspilleplade. En lignende spilleplade var hæftet ind i ugebladet i præmiekonkurrencens anden uge.

Bladudgiveren oplyste under FO's behandling af sagen, at det ikke var en betingelse for deltagelse i gevinstfordelingen at være i besiddelse af den husstandsomdelte spilleplade, idet denne blot var en »appetitvækker« og en præsentation af spillet. Spillepladen gav ikke i sig selv større chance for at vinde præmier.

FO fandt gevinstfordelingen omfattet af undtagelsesbestemmelsen i markedsføringslovens § 8, stk. 2.

Det var utvivlsomt, at ugebladet, der indeholdt en del redaktionelt stof, måtte betegnes som »et periodisk skrift«. Det måtte endvidere lægges til grund, at præmiekonkurrencen i sig selv indgik i det redaktionelle stof.

Hvad der gav anledning til overvejelser var den omstændighed, at ugebladet havde husstandsomdelt en fra det redaktionelle stof særskilt folder vedrørende konkurrencen med aftryk af en spilleplade.

Under hensyn til at spillepladen ikke havde betydning for vinderchancerne og i øvrigt ikke var nødvendig for deltagelse i gevinstfordelingen, tillagdes det ingen betydning, at husstandsomdelingen havde fundet sted, og præmiekonkurrencen fandtes i sin helhed at opfylde betingelserne for at være omfattet af § 8, stk. 2.

Se hertil årsberetningen for 1977-78, side 129.

2.16. Pengeinstitutters markedsføring

I den forløbne beretningsperiode har FO ved flere lejligheder i medfør af markedsføringslovens regler udtalt sig om banker og sparekassers praksis ved stedfundne renteændringer. Det drejer sig om klager indbragt for Tilsynet med Banker og Sparekasser, og hvor Tilsynet har forelagt spørgsmålet om den markedsføringsretlige side af sagen for FO til udtalelse.

1. I flere pengeinstitutter har renten for forskellige former for konti været knyttet til ændringer i diskontoen. Typisk har en sådan konto været forrentet med »diskontoen + X% p.a.«.

Fra flere pengeinstitutters side har det bl.a. været gjort gældende, at Nationalbankens diskonto de sidste par år ikke har været anvendt som regulator af renten eller målestok for renteniveauet her i landet, hvorfor forudsætningerne for det omhandlede rentevilkår ikke længere er til stede. Banken eller sparekassen har derfor følt sig berettiget til at ændre vilkåret om kontoens forrentning.

Endvidere har der været henvist til bankens/sparekassens almindelige forretningsbetingelser. Disse gælder for ethvert mellemværende mellem pengeinstituttet og dets kunder – medmindre andet fremgår af særlige kontraktsbestemmelser eller i øvrigt er aftalt mellem parterne. Efter de almindelige forretningsbestemmelser fastsætter pengeinstituttet selv til enhver tid de betingelser og satser, der gælder vedrørende rente, valide-

ring, provisioner og gebyrer, og de nævnte betingelser og satser kan til enhver tid ændres af pengeinstituttet uden varsel.

FO har på baggrund heraf udtalt, at således som rentevilkåret har været fastsat, har det været egnet til at give forbrugeren indtryk af, at den angivne relation til diskontoen har været det endelige fastsatte rentevilkår, således at renten ikke har været undergivet andre ændringer end dem, der fulgte af ændringer i diskontoen. En henvisning til de almindelige forretningsbetingelser kan ikke naturligt forstås således, at forretningsbestemmelser om rentefastsættelse gælder ved siden af det særligt aftalte rentevilkår. En ensidig ændring i et løbende kontomellemværende af et så centralt aftalevilkår som renten, må kræve en klar aftalemæssig baggrund.

Endvidere udtalte FO, at en henvisning til bristede forudsætninger i et aftaleforhold, hvor vilkåret er fastsat af pengeinstituttet selv, og hvor dette må formodes at have den betydeligste indsigt, ikke findes at give en tilstrækkelig klar hjemmel for en ensidig ændring af rentevilkåret.

FO fandt således, at de foretagne renteændringer ikke var i overensstemmelse med god markedsføringsskik.

2. I en anden sag, som var indbragt for FO til udtalelse, ønskede et pengeinstitut at beregne sig en overrente på for tiden 4% p.a. som tillæg til den gældende studielånsrente for den del af et lån, som var misligholdt. Efter de anvendte studielånsdokumenter forrentedes gælden »med den af banken til enhver tid gældende rente, pt ...% p.a.«. Den indsatte procentsats var den for studielån gældende på tidspunktet for aftalens indgåelse.

Under de øvrige vilkår, der var gældende for studielånsaftalen, var der ikke optaget bestemmelser om beregning af overrente ved en misligholdelse eller lignende, ligesom der ikke var henvist til pengeinstituttets almindelige forretningsbetingelser. Efter de almindelige forretningsbetingelser var pengeinstituttet berettiget til at opkræve bl.a. en af pengeinstituttet fastsat overtræksrente – provision eller morarente – såfremt en konto kom i overtræk eller i restance eller udnyttedes i strid med indgåede aftaler med pengeinstituttet.

FO bemærkede om pengeinstituttets praksis med beregning af en overrente, at aftalen om studielånet var affattet således, at den var egnet til at give forbrugeren indtryk af, at rentevilkåret var endeligt fastsat og reguleret i aftaledokumentet, og at der ikke herudover gjaldt andre regler for renteberegningen. Lånedokumentet gav i det hele indtryk af at regulere aftaleforholdet udtømmende og indeholdt ikke nogen bestemmelse

om beregning af overtræks- eller morarente ved misligholdelse, eller nogen henvisning til de almindelige forretningsbetingelser.

På baggrund heraf udtalte FO, at der ikke sås at være nogen klar aftalemæssig baggrund for den foretagne beregning af overtræksrenten, hvorfor bankens praksis ved opkrævning af overtræksrente måtte karakteriseres som stridende mod god markedsføringsskik.

Tilsynet med Banker og Sparekasser meddelte efterfølgende pengeinstituttet, at rentebetingelser, der fastsættes ensidigt af pengeinstituttet, for at være i overensstemmelse med god pengeinstitutpraksis, klart må fremgå af lånedokumentet. Det må således oplyses i lånedokumentet, at der for restancer på lånet kan gælde afvigende rentesatser. Tilsynet bemærkede endvidere, at man ikke fandt det fyldestgørende til opfyldelse af god pengeinstitutpraksis, at pengeinstituttet som hjemmel til at forhøje renten henviste til pengeinstituttets almindelige forretningsbetingelser, hvis indhold ikke var angivet i lånedokumentet.

3. Anprisninger af egne fortræffeligheder og/eller sammenligninger med andre pengeinstitutter ses til stadighed i forskellige variationer.

Under overskriften »Nu er det bevist! Sparekassen X er den bedste i området« havde et pengeinstitut affotograferet to søjler, der havde været offentliggjort i tidsskriftet »Penge og Privatøkonomi«, juni 1986, i forbindelse med en undersøgelse af en lang række pengeinstitutters ud- og indlånstilbud til forbrugerne. Søjlerne viste de enkelte pengeinstitutters gennemsnitlige effektive rentesatser for på den ene side alle skattebegünstigede indlånskonti og på den anden side samtlige udlånstyper. Der var i annoncen for pengeinstituttet henvist til den pågældende artikel i »Penge og Privatøkonomi«.

FO udtalte om annoncen, at de to opstillinger fra »Penge og Privatøkonomi« alene angav gennemsnitlige effektive rentesatser for visse (skattebegünstigede) indlånstyper samt samtlige udlånstyper. Øvrige indlånsformer var således ikke medtaget i opgørelsen, ligesom sammensætningen af kontotyper og rentesatser inden for hver lånegruppe kunne variere kraftigt. Andre centrale vilkår og satser indgik ikke i sammenligningen.

FO anførte videre, at en benyttelse af betegnelsen »bedst« generelt for sparekassen som sådan i forhold til andre pengeinstitutter alene på baggrund af de angivne sammenligningspunkter hvilede på et klart for løst grundlag. En konkret sammenligning mellem kontotyper forudsætter en konkret angivelse af en række punkter, der typisk vil være af væsentlig betydning for de forbrugere, annoncen henvender sig til. Endvidere blev

det påpeget, at det ikke af annoncen fremgik, inden for hvilket område udsagnet skulle gælde, og at der ikke er angivet oplysninger om pengeinstitutter, som ikke er omfattet af undersøgelsen. FO konkluderede, at sammenligningen derfor måtte anses for at være i strid med god markedsføringsskik og egnet til at vildlede.

2.17. Pengeinstitutternes reklamering med pensionsordninger

Bl.a som følge af den ny skattereforms ikrafttræden den 1. januar 1987 med nye og udvidede regler for pensionsopsparing så man i efteråret 1986 fra pengeinstitutternes side en øget reklamering for tegning af kapitalpension, ratepension og lignende. I det hele taget skærpedes konkurrencen om forbrugernes pensionsopsparingsmidler mellem pengeinstitutterne og forsikringsselskaberne.

Da en del af de anvendte annoncens udsagn klart fremhævede egne produkters fortræffeligheder på bekostning af de traditionelle pensionsordninger og forsikringer, som kan tilbydes af forsikringsselskaber og pensionsforsikringsanstalter, og da der i flere tilfælde kunne rejses tvivl om den stedfundne markedsførings overensstemmelse med markedsføringslovens regler, fandt FO behov for generelt over for pengeinstitutsektoren at præcisere, hvilke principper der må iagttages ved markedsføringen af pensionsordninger.

Udover en understregning af overholdelsen af »god markedsføringsskik« og forbudet i markedsføringslovens § 2 om anvendelse af urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser samt den almindelige oplysningspligt efter markedsføringslovens § 3, henledtes opmærksomheden særligt på reglerne om sammenlignende reklame.

Hvor en markedsføringsforanstaltning reelt må karakteriseres som en sammenlignende reklame, må reklamen være udformet således, at sammenligningen som sådan ikke er egnet til at vildlede og være i overensstemmelse med principperne om loyal konkurrence. Sammenligningspunkterne må bygge på kendsgerninger, der kan bevises, og udvælgelsen må ikke ske på illoyal måde.

FO bemærkede i denne forbindelse, at en fremhævelse af »egne fordele« på bekostning af en (uomtalt) traditionel pensionsforsikring kan betragtes som en sammenlignende reklame.

En sammenligning, der bygger på meget få og i sammenhængen mindre væsentlige sammenligningspunkter med meget kortfattede oplysninger, kan

ikke siges at være i overensstemmelse med god markedsføringsskik eller reglerne for sammenlignende reklame.

Endvidere udtalte FO, 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 livsforsikringsselskaber og pensionskasser, medmindre sådan forsikring særskilt tegnes i et forsikringsselskab eller en pensionskasse, samt at forsikringsværdien ved opsigelse og overførsel af en pensionsforsikring til et pengeinstitut bliver reduceret på grund af genkøbsreglerne.

FO tilkendegav endeligt, at man løbende ville vurdere, om der blev behov for yderligere initiativer fra FO's side.

2.18. Investeringselskabers og -foreningers markedsføring

Investeringsforeninger og investeringselskaber annoncerer jævnligt med fristende tilbud med store gevinstmuligheder.

Anprisningerne af egne tilbud og fremhævelsen af disses fordelagtighed kender (næsten) ingen grænser.

Uden at gå ind i en nærmere undersøgelse af dette sammensatte og komplicerede marked har FO på det seneste fundet det nødvendigt over for nogle investeringsforeninger og -selskaber at præcisere nogle markedsføringsmæssige regler, som må overholdes, når der annonceres med tilbud inden for dette område.

Investeringselskaber må ikke ved deres markedsføring spille på begrebet »investeringsforening« på en måde, så der umiddelbart gives læserne indtryk af, at de lovmæssige og sikkerhedsmæssige krav, der stilles til investeringsforeninger af hensyn til varetagelsen af investorers interesser, i mindst samme omfang er opfyldt af investeringselskabet.

Da investeringselskaber ikke er underkastet den godkendelse, registrering og det offentlige tilsyn, der gælder efter lov om investeringsforeninger, må en sådan sammenligning allerede af denne grund anses for urigtig og vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

FO har endvidere fremhævet, at investeringsforeninger og -selskaber – på trods af bestræbelser om risikospredning ved investeringerne – ikke bør annoncere på en måde, der giver annoncelæseren den opfattelse, at foreningen eller selskabet altid kan garantere et meget stort afkast. I så fald bør det samtidig oplyses, at investeringerne enkeltvis kan være tabsgivende.

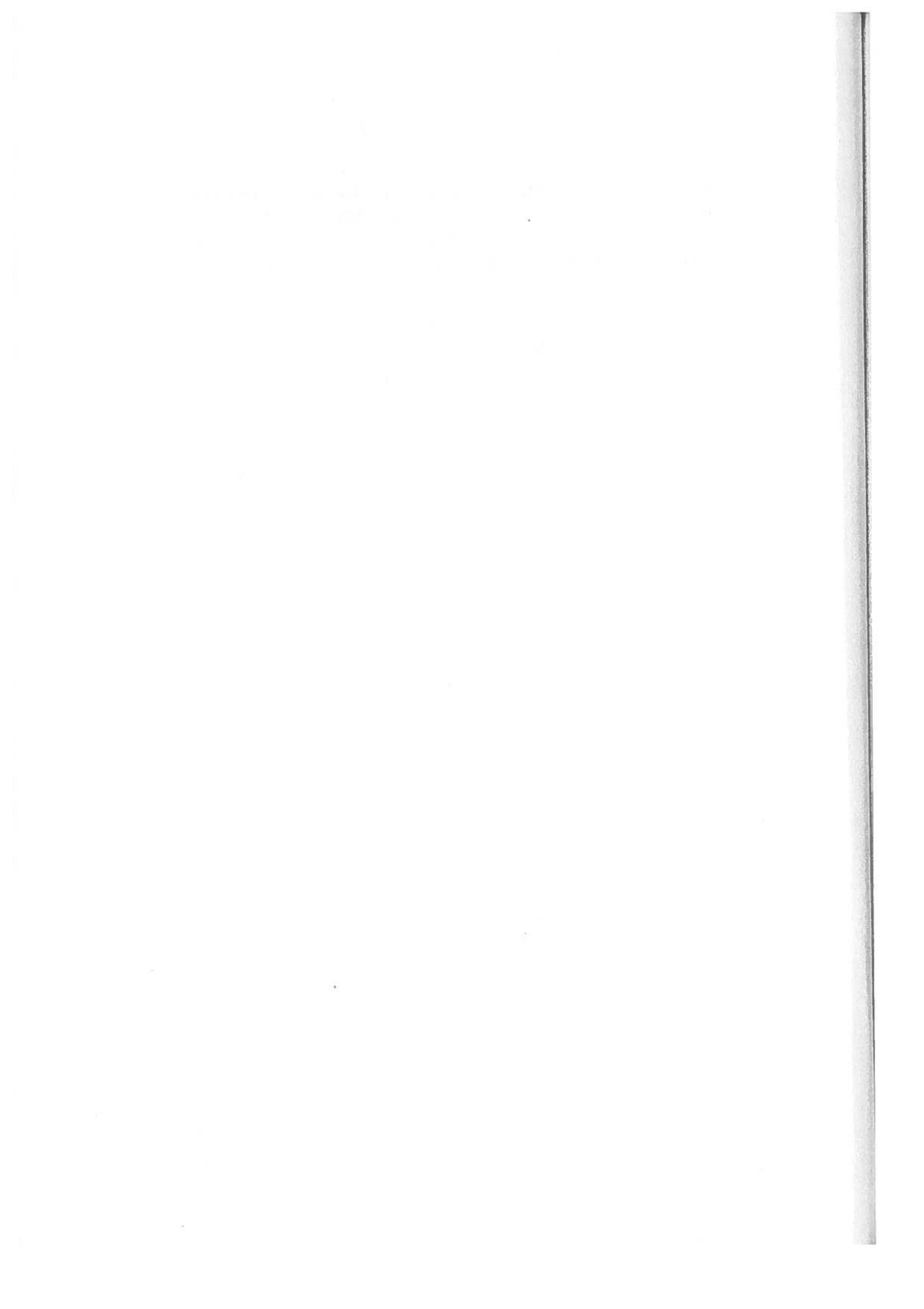
Det er ligeledes set, at der i annoncerne er mulighed for ved benyttelsen af en kupon direkte at bestille investeringsbeviser eller aktier.

Da det følger af markedsføringslovens § 3, at der skal gives en forsvarlig vejledning, har FO udtalt, at han finder det uforeneligt med markedsføringsloven, at annoncer, der kun giver en yderst sparsom beskrivelse af de udbudte værdipapirer, opfordrer til at afgive bestilling alene på dette grundlag.

Specielt over for nogle pengeinstitutter har FO, med støtte i disses intensive annoncering med opfordring til investering i værdipapirer, afgivet lignende udtalelse som over for investeringsselskaber og investeringsforeninger for så vidt angår risikoen for eventuelt tab samt måden hvorpå bestilling afgives.

FO har herved yderligere henvist til markedsføringslovens §§ 1 og 2, stk. 1 og 3.

Det er FO's overvejende indtryk, at denne del af investeringsmarkedet har indrettet sig i overensstemmelse med de af FO anlagte synspunkter.



3. Lov om betalingskort

Omtale af udvalgte sagsområder og enkeltsager

3.1. FO's betalingskortregister

Ved årsskiftet 1985/86 var der registreret 71 betalingssystemer i registeret. I beretningsperioden er 2 af disse systemer ophørt, medens 7 betalingssystemer – heraf 3 lokale kontoringe – er inkorporerede i de landsdækkende betalingssystemer. I samme periode har FO registreret 5 nye betalingssystemer. Pr. 31.12.1986 var der således registreret 67 betalingssystemer.

Interessen for at få udskrift eller kopi af oplysninger fra FO's betalingskortregister er stigende. I 1986 har der således været udleveret 305 fotokopier fra registeret.

3.2. Kortudstederens gebyr til dækning af FO's administration af betalingskortloven

Til dækning af omkostningerne ved FO's administration af lov om betalingskort m.v. i 1986 betalte de registrerede kortudstedere tilsammen 3.067.794 kr. i gebyr til FO.

Den enkelte kortudstедers gebyr er beregnet i forhold til betalingssystemets omsætning i 1985 samt antal korttransaktioner og antal kortindehavere pr. 31.12.1985.

På grundlag af indberetningerne kan det oplyses, at de registrerede betalingssystemer i 1985 havde en samlet omsætning på 9.385.402.373 kr. For 1984 var den tilsvarende indberettede omsætning 7.557.674.951 kr. I 1985 blev der altså købt for næsten 2 milliarder mere ved brug af betalingskort end i 1984.

Endvidere blev betalingskort benyttet 34.197.617 gange i 1985. I 1984 blev kortene brugt 29.445.374 gange, altså en stigning på ca. 4,7 millioner korttransaktioner.

Kortindehaverantallet steg naturligt nok også i 1985; pr. 31.12.1985 var der i Danmark 1.806.153 personer, der havde et betalingskort. Det tilsvarende antal kortindehavere pr. årsskiftet 1984/85 var 1.515.814, med andre ord en stigning på ca. 300.000 kortindehavere.

I følgende oversigt kan man se, hvor stor procentvis del af gebyret til FO der betales af de forskellige typer af betalingssystemer:

Benzinselskaberne:	39,6%
Stormagasinerne:	16,8%
De landsdækkende betalingssystemer (incl. Dankortet):	15,7%
De internationale betalingssystemer:	15,2%
De lokale kontoringe:	6,6%
De interne betalingssystemer:	6,1%
I alt:	<u>100,0%</u>

3.3. Fusion/anden overdragelse eller ophør af betalingssystemer

Spørgsmålet om fusion eller anden overdragelse af betalingssystemer er ikke nærmere reguleret i betalingskortloven, hvilket tilsvarende gælder for det forhold, at et betalingssystem ophører med at drive kortudstedervirksomhed.

Siden lovens ikrafttræden den 1. januar 1985 har FO registreret en del ændringer i kraft af såvel fusioner, overdragelser samt ophør.

Lov nr. 284 af 4. juni 1984 om betalingskort m.v. § 7, stk. 2 kræver, at disse ændringer i forhold, hvorom anmeldelse er sket, skal anmeldes inden 8 dage efter, at aftale herom er indgået eller ændring er sket.

FO's vurderinger i sådanne sager anlægges navnlig med udgangspunkt i oplysningspligten efter lovens § 13, i forbudet mod uanmodet udlevering af betalingskort i lovens § 14, stk. 1, i den fri adgang til at opsige aftalen med kortudstederen i lovens § 16 samt i de restriktive bestemmelser i lovens § 24 om registrering, anvendelse og videregivelse af oplysninger om kortindehavere og om videregivelse af oplysninger om misbrug.

FO har således over for erhververen af et betalingssystem påtalt, at erhververen ensidigt over for betalingssystemets kortindehavere, og i øvrigt med et ganske kort varsel, ændrede de indgåede aftaler, således at kortindehavere fra at betale et kontoudtogsgebyr, hver gang et kontoudtog blev udsendt, blev pålagt et årskontingent på 150 kr., der uden videre blev debiteret kontoen.

Såfremt erhververen ønsker, at der for fremtidig brug af systemets betalingskort skal gælde andre vilkår end de hidtil gældende, må erhververen opsige de indgåede aftaler med et passende varsel og meddele, at brug af systemets betalingskort herefter vil ske på nye vilkår. Der skal i forbindelse

med varslingen af nye vilkår udleveres et nyt sæt oplysninger i henhold til betalingskortlovens § 13. Endvidere skal kortindehaverne informeres om deres ret til at undlade fremtidig brug af betalingskortet og til at afvikle det bestående betalingsmellemværende på de hidtil gældende vilkår, jfr. kravene om overskuelighed, frivillighed og beskyttelse mod misbrug i betalingskortlovens § 10, stk. 2.

3.4. Oplysningspligten efter betalingskortlovens § 13

Ved udgangen af sidste beretningsperiode opfyldte kun et fåtal af kortudstederne oplysningspligten efter betalingskortlovens § 13 korrekt.

I løbet af denne beretningsperiode har FO færdigforhandlet med kortudstederne om tilretning af kontooplysningerne, således at det er muligt i udbudsfasen at sammenligne de forskellige betalingskortsystemer, samt at vurdere fordele og ulemper ved det enkelte betalingskortsystem.

Tilretning af de enkelte kontosystemer har været problematisk på visse punkter. Derfor udarbejdede FO en ny udvidet vejledning om udarbejdelsen af oplysningspligten.

De punkter, som har givet anledning til problemer, har typisk været beskrivelsen af ansvarsbestemmelsen og beskrivelsen af brug, opbevaring og videregivelse af personlige oplysninger og oplysning om indkøb m.v.

Efter færdigforhandlingen med betalingskortudstederne vedtog man i Folketinget den såkaldte kartoffelkur, der medførte strammere krav for så vidt angår kontobetingelser.

FO har på baggrund af lovindgrebet udarbejdet en orienteringsskrivelse, som er udsendt til samtlige kortudstedere, idet lovændringerne har medført, at en række punkter i kontoaftalerne skal ændres.

3.5. Kortudsteders pligt til at begrunde afslag på en ansøgning om betalingskort

Bestemmelsen i betalingskortlovens § 14, stk. 2 har – i lighed med, hvad der var tilfældet i 1985 – i denne beretningsperiode givet anledning til adskillige henvendelser til FO.

Det har fortsat i flere tilfælde været nødvendigt at påpege over for kortudstedere, at begrundelsespligten ikke kan opfyldes ved en angivelse af, at afslaget skyldes en samlet vurdering af de af kortansøgeren afgivne oplysninger eller lignende. Et afslag med en generel begrundelse, hvor der eksempel-

vis henvises til, at ansøgeren er arbejdsløs, studerende, pensionist eller bor i et bestemt kvarter, har FO tidligere udtalt er i strid med god markedsføringsskik, og en sådan begrundelse opfylder heller ikke begrundelsespligten i betalingskortlovens § 14, stk. 2.

Begrundelsen for et eventuelt afslag skal give kortansøgeren mulighed for at kontrollere, at de oplysninger, der begrundet afslaget, er korrekte, og til eventuelt at korrigere disse.

En kortudsteder havde indhentet soliditetsoplysninger i en ansøgers pengeinstitut, og havde på baggrund af disse afslået ønsket om udstedelse af et betalingskort.

Ansøgeren anmodede kortudstederen om at få oplyst indholdet i soliditetsoplysningen, men blev nægtet dette under henvisning til, at oplysningerne var afgivet i fortrolighed, og at man derfor ikke havde mulighed for at informere ansøgeren om indholdet.

Ved FO's henvendelse til Den Danske Bankforening og Danmarks Sparekasseforening oplyste disse bl.a., at de af pengeinstitutterne meddelte soliditetsoplysninger afgives i fortrolighed for bl.a. at sikre, at oplysningerne ikke videregives til uvedkommende trediemænd. Da de her omhandlede soliditetsoplysninger indhentes med kortansøgerens samtykke, fandt foreningerne ikke, at der var noget til hinder for, at kortudstederen meddelte kortansøgeren indholdet af soliditetsoplysningen, som begrundede afslaget.

FO meddelte herefter kortudstederen, at man forventede, at kortudstederen meddelte kortansøgeren begrundelsen for afslaget.

Da begrundelsespligten i flere tilfælde ikke har kunnet opfyldes, idet kortudstederen umiddelbart efter, at et afslag er givet, har destrueret oplysninger om kortansøgerne, har FO udtalt, at det findes bedst stemmende med betalingskortlovens § 14, stk. 2, at ansøgningsskemaer, hvorpå der er givet afslag, opbevares i en vis kortere periode, inden for hvilken det kan forventes, at en ansøger vil have et afslag begrundet.

3.6. Favorisering af kortindehavere

Generalklausulen i betalingskortlovens § 10, stk. 2 skal sikre brugerne frivillighed – bl.a. i valget af betalingsmåde.

Frivillighedsprincippet kan gøres illusorisk ved f.eks. at knytte særfordele til indehavelse af et kontokort, som ikke har nogen tilknytning til kortets

funktion som betalingsmiddel. Sådanne fordele kan bevirke, at det bliver mere fordelagtigt at anvende betalingskort end kontant betaling.

Rabatordningerne, som har været lanceret inden for oliebranchen, har overvejende været rettet mod specielle kundegrupper, såsom idrætsforeninger og personaleforeninger. Rabattilbudene har ofte været tilrettelagt således, at de pågældende foruden at være medlem af en forening, også skal være i besiddelse af et kontokort, som skal benyttes som betalingsmiddel for at opnå rabatten.

Tilbudene om rabat er udelukkende henvendt til kortindehavere og kommende kortindehavere.

FO har over for de pågældende olieselskaber påtalt forholdene og endvidere udtalt, at det må anses som stridende mod såvel markedsføringslovens § 2, stk. 1 om vildledende og urimeligt mangelfulde angivelser som betalingskortlovens generalklausul, såfremt en rabatordning markedsføres, således at forbrugerne får det indtryk, at rabatordningen forudsætter brug af betalingskort, selv om dette ikke måtte være tilfældet.

3.6.1. »Diskrimination« af kontantkunder

I beretningsperioden har FO fået forelagt spørgsmålet om, hvorvidt benzin-selskaber må oprette ubemandede døgnåbne benzinstationer, i hvilke der *kun* kan benyttes betalingskort som betalingsmiddel.

Af bemærkningerne til betalingskortlovens § 18 fremgår det, at reglen indeholder et forbud mod diskrimination af kontantkunder til fordel for kortindehavere. Bestemmelsen er en konkret afledning af det generelle frivillighedsprincip i betalingskortlovens § 10, stk. 2.

FO har hidtil fortolket frivillighedsprincippet således, at forbrugere ikke må påtvinges et kontokort som en betingelse for at opnå andre ydelser, og derved stilles bedre end kontantkunder.

FO tilkendegav derfor, at der skal skabes mulighed for, at der inden for normal butikstid kan betales kontant eventuelt ved opstilling af kontantautomater.

3.6.2. Rejseforsikringsordninger knyttet til betalingskort

Ved udgangen af 1985 tilkendegav FO over for de internationale betalingskortselskaber, at rejseforsikringsordninger knyttet til betalingskort, således at forsikringsdækningen kun blev tilbudt kortindehavere, og forsikrings-

dækningen var betinget af anvendelsen af kortet, fandtes stridende mod frivillighedsprincippet i betalingskortloven.

Spørgsmålet om, hvorledes man kunne forestille sig forsikringsordningerne indrettet, for at disse kunne leve op til betalingskortlovens krav, har herefter været forhandlet med de internationale betalingskortselskaber.

Det har under disse forhandlinger været FO's udgangspunkt, at forsikringsordningerne ikke bør være knyttet eksklusivt til indehavelsen og brugen af et betalingskort, samt at der må være mulighed for ikke-kortindehavere at erhverve ydelsen på samme vilkår.

Det har ligeledes været understreget fra FO's side, at markedsføringen må ske på en sådan måde, at der ikke gives indtryk af, at forsikringsordningen er betinget af indehavelsen af et betalingskort.

Selskaberne har under disse drøftelser givet udtryk for, at de var indstillet på at indrette sig i overensstemmelse med FO's tilkendegivelser.

FO følger fortsat udviklingen inden for dette område.

3.6.3. Rentefri kredit

Ved domme afsagt i februar 1986 stadfæstede Sø- og Handelsretten de påbud, som FO havde nedlagt over for to kortudstedere, om at ophøre med at udbyde kontoordninger med længerevarende rentefri kredit, betinget af brug af betalingskort.

De to kortudstedere appellerede Sø- og Handelsrettens domme, hvorefter længerevarende rentefri kreditter betinget af brug af betalingskort ansås for at være i strid med betalingskortloven, til Højesteret, jfr. årsberetning 1985, punkt 3.5.

FO indkaldte i foråret 1986 en række repræsentanter for detailhandelsorganisationer samt Forbrugerrådet til en drøftelse.

FO tilkendegav her, at han også fandt kampagner med længerevarende rentefri kreditter inden for detailhandelen i strid med god markedsføringsskik, selvom disse ikke var betinget af brug af betalingskort.

Forhandlingerne var forgæves i henseende til ad frivillighedens vej at få standset længerevarende rentefri kredit. Derfor udtog FO stævninger ved Sø- og Handelsretten i maj 1986 mod to stormagasiner om, at det i medfør af markedsføringsloven blev forbudt dem at udbyde ordninger med rentefri

kredit i op til 12 måneder ved salg af varer, som under de pågældende stormagasiners kampagner i april og maj måned 1986.

Inden de to sagsanlæg blev berammet til domsforhandling, blev, som et led i regeringens økonomiske indgreb i oktober 1986, den såkaldte »kartoffelkur«, vedtaget lov nr. 688 af 17. oktober 1986 om ændring af lov om markedsføring, hvorefter der ikke må ydes eller reklameres med rentefri kredit eller anden lignende ordning, hvis kredittens løbetid overstiger den løbende og efterfølgende måned.

Herefter faldt grundlaget for retssagernes udførelse ved Sø- og Handelsretten bort, og parterne enedes om at hæve sagerne.

På baggrund af den nævnte ændring af markedsføringsloven har appellerne hævet de to for Højesteret indbragte sager, pådømt efter betalingskortloven.

3.7. Omkostningsfordelingen i betalingssystemer

En af de centrale bestemmelser i betalingskortloven er § 20, stk. 1. Bestemmelsen har følgende ordlyd:

»Kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet kan ikke pålægges betalingsmodtager«.

Det er et af hovedhensynene bag denne bestemmelse, at udgiften til driften af et betalingssystem ikke må belaste tilsluttede butikker og forretninger med det til følge, at omkostningerne overvælttes på de almindelige priser.

På et relativt tidligt tidspunkt efter lovens ikrafttræden rettede FO henvendelse til såvel interne (stormagasiner) som eksterne (kontoringe) kortselskaber som til benzin- og olieselskaber for at få nærmere oplysning om disses indretning og finansiering set i forhold til denne bestemmelse. Med udgangspunkt i det modtagne materiale, bestemmelsens ordlyd, lovens forarbejder og den viden, der i øvrigt var indhentet om de betalingssystemer, der var anmeldt til FO's betalingskortregister, udarbejdedes et notat om forståelsen af § 20, stk. 1.

Notatet indeholdt de foreløbige overvejelser om principper og retningslinier, som bestemmelsen tænktes administreret efter.

Notatet blev forelagt betalingskortudvalget for at få udvalgets bemærkninger hertil. Ved fremsendelsen til udvalget pegede FO på, at den praktiske administration af bestemmelsen fandtes særdeles vanskelig. (For så vidt an-

går udvalgets behandling af notatet henvises til afsnittet om betalingskortudvalget).

På baggrund af betalingskortudvalgets udtalelse og drøftelser med Monopoltilsynet udarbejdedes herefter i februar 1987 »Redegørelse om omkostningsfordeling efter betalingskortlovens § 20, stk. 1«, som udsendtes til samtlige registrerede kortudstedere. Redegørelsen er optrykt i denne beretning som bilag III.

Ved udsendelsen til kortudstederne gav FO udtryk for, at man er bekendt med, at de forskellige betalingssystemer i betydeligt omfang er forskelligt indrettet og ikke nødvendigvis fungerer ensartet, hvorfor en bedømmelse af omkostningsfordelingen i de enkelte betalingssystemer i givet fald må baseres på en konkret undersøgelse og vurdering.

Redegørelsen tager udgangspunkt i, at selve *driften* af betalingssystemet regnskabsmæssigt må udsondres fra kortudsteders eventuelle øvrige virksomhed. Der er endvidere opregnet en række typiske udgiftsposter, som må henregnes til driften af et betalingssystem. Som eksempel herpå kan nævnes administrationsudgifter (edb, husleje, kontorhold, løn m.m.), markedsføringsudgifter, debitortab, renteudgifter og afskrivninger. Et betalingssystemets indtægter vil normalt hidrøre fra gebyrer, afgifter og renter fra kortindehaverne.

Bestemmelsen forudsætter, at der til driften af et betalingssystem knytter sig en række bestemte omkostningstyper, og at en kortudsteder ikke ved indretningen af betalingssystemet selv kan afgøre, hvilke udgifter systemet står for, og hvilke, der kan bæres af andre, f.eks. de tilsluttede forretninger. På den anden side følger det af bestemmelsen, at en tilsluttet forretning eller butik kan afholde egne omkostninger til anskaffelser og drift af apparatur og lignende.

Det er udtrykkeligt nævnt i forarbejderne til bestemmelsen, at denne er konkurrenceneutral og ligeligt finder anvendelse på alle kortudstedere. Fordelingen af omkostninger mellem kortudstedere og betalingsmodtagere er derfor uafhængig af, om der er tale om en kontoring eller et stormagasin, og om den tilsluttede forretning på den ene eller anden måde er medejer af eller deltager i kortudstedervirksomheden.

FO's undersøgelser om denne bestemmelses overholdelse pågår stadig.

De internationale betalingskortselskaber, American Express, Diners Club og Eurocard, har siden lovens ikrafttræden haft dispensation fra betalingskortlovens § 20, stk. 1. Dette har betydet, at selskaberne siden lovens ikrafttræden har kunnet fortsætte med at opkræve gebyrer 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.

FO har haft intense forhandlinger med de tre internationale kortselskaber med henblik på en indretning af selskabernes gebyrstruktur i overensstemmelse med lovens bestemmelser.

3.8. Pengeinstitutternes Dankort-betalingssystem

Ved udgangen af forrige beretningsperiode rejste FO over for Danmarks Sparekasseforening og Den Danske Bankforening spørgsmålet, om der fandtes særligt fordelagtige kontoformer, som alene er forbeholdt Dankortindehaverne.

Foreningerne tilkendegav efter en undersøgelse hos medlemmerne, at der ikke blandt disse er pengeinstitutter, der betinger oprettelsen af kontoformer med særligt gunstige vilkår af, at kunden har et Dankort. Det er dog samtidig understreget, at en kortindehaver naturligvis vil kunne have de fordele, som uløseligt er forbundet med indehavelsen af et betalingskort, f.eks. mulighed for at bruge pengeautomater, ligesom der kan være fordele ved mindre eller intet gebyr i forhold til andre mere traditionelle betalingsmidler på grund af de lave omkostninger, der er forbundet med betalingskort.

3.9. Orientering om verserende retssager.

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

Som det fremgår af punkt 3.7. i FO's årsberetning for 1985, førte FO gennem 1985 forhandlinger med et kreditoplysningsbureau om abonnenternes (udstedere af betalingskort) adgang til at foretage indberetning til bureauet af de kortindehaver, der ikke overholder de mellem kortudsteder og kortindehaver aftalte betalingsbetingelser. 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. Det følger således af betalingskortlovens § 24, stk. 2, at oplysninger om kortindehavere kun må 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.

FO anførte under forhandlingerne, at det fremgår af § 24, stk. 2, 1. punktum, at videregivelse af oplysninger om kortindehavere ikke er tilladt, medmindre videregivelsen er nødvendig for betalingssystemets funktion. Det er endvidere i bestemmelsen præciseret, til hvilket formål videregivelse kan ske.

Af § 24, stk. 2, 2. punktum følger, at oplysninger om misbrug kun må videregives i det omfang, det er nødvendigt for at undgå misbrug. Der var enighed mellem FO og kreditoplysningsbureauet om, at oplysninger om »dårlige betalere« ikke kan anses for misbrugstilfælde. Uenigheden bestod derfor alene i, om videregivelsen af disse oplysninger er omfattet af de tilladte formål i 1. punktum i § 24, stk. 2.

Sagen blev forelagt betalingskortudvalget til udtalelse. Endvidere indhente de FO Registertilsynets bemærkninger til sagen.

I indeværende beretningsperiode afsluttedes forhandlingerne, og FO meddelte kreditoplysningsbureauet, at efter hans opfattelse er kortudstederes videregivelse af oplysninger om kortindehaveres misligholdelse af betalingsbetingelser til bureauet og eventuelle tilsvarende bureauer i strid med betalingskortlovens § 24, stk. 2.

FO orienterede herefter samtlige registrerede kortudstedere om sine synspunkter og anmodede samtidig kortudstederne om at bekræfte, at der ikke for fremtiden vil ske videregivelse af de nævnte oplysninger til kreditoplysningsbureauer.

I det efterfølgende tidsrum tilkendegav flere kortudstedere, at man ville fortsætte indberetningen, hvorefter FO fandt det nødvendigt at udstede en række enslydende påbud i medfør af betalingskortlovens § 10, stk. 3, om at ophøre med videregivelsen.

En kortudsteder gjorde indsigelse mod det udstedte påbud, og FO indbragte sagen for Sø- og Handelsretten i København (jfr. betalingskortlovens § 28, stk. 1) med påstand om, at påbudet stadfæstedes. Indbringelsen af FO's

påbud blev af Sø- og Handelsretten ved kendelse af 9. juli 1986 tillagt opsættende virkning indtil endelig dom i den forelagte sag.

Efterfølgende blev 4 andre påbud, som der var gjort indsigelse mod, indbragt for Sø- og Handelsretten i København, og retten tillagde også i disse sager indbringelsen opsættende virkning.

3 interesseorganisationer anlagde på vegne af de betalingskortudstedere, der er medlemmer af organisationerne, en sag mod FO med påstand om, at FO tilpligtes at anerkende, at betalingskortlovens § 24, stk. 2, ikke er til hinder for, at en udsteder af betalingskort videregiver oplysninger om en kortindehavers misligholdelse af en betalingsforpligtelse til et kreditoplysningsbureau. FO påstod sagen afvist.

Ved dom af 25. august 1986 gav Sø- og Handelsretten FO medhold heri, således at sagen blev afvist uden nogen prøvelse af realitetsspørgsmålet. Dommen blev dog i september 1986 påanket til Højesteret af de 3 organisationer, og skriftvekslingen for Højesteret var ikke tilendebragt ved beretningsperiodens udløb.

4. Betalingskortudvalget

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

Udvalget er nedsat i henhold til lovens § 12 og består af en formand, en næstformand og 7 andre medlemmer, som udnævnes af industriministeren for indtil 3 år ad gangen.

Betalingskortudvalgets medlemmer ved udgangen af 1986:

Professor, dr.jur. Hans Gammeltoft-Hansen (formand). (Fra 1.1.1987 professor, dr.jur. Vagn Carstensen)

Lektor Peter Erling Nielsen (næstformand)

Kontorchef Torsten Gersfelt (teknisk sagkyndig)

Civiløkonom Kirsten Nielsen, efter indstilling af Forbrugerrådet

Direktør Åge Munk, pr. 1.7.1985 fuldmægtig Margit Sonne, efter indstilling af Arbejderbevægelsens Erhvervsråd

Bankdirektør Hans Paaschburg, efter indstilling af Danmarks Sparekasseforening og Den Danske Bankforening

Landsretssagfører Svend Petersen, efter indstilling af Butikshandelens Fællesråd

Sekretariatschef Leif Senholt, efter indstilling fra Det kriminalpræventive Råd

Direktør Bendt Iversen, til repræsentation af betalingskortinteresser

Udvalgets sekretariatsopgaver varetages af fuldmægtig hos FO Anne Zerman Nielsen. FO selv eller dennes stedfortræder deltager i udvalgets møder med taleret.

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

Udvalget har i beretningsperioden afgivet 4 udtalelser til FO:

1. FO rejste spørgsmålet om eventuelle krav i henhold til betalingskortloven til fremgangsmåden ved fremsendelse af betalingskort til kortindehaver. I to henvendelser til FO var således rejst kritik af, at betalingskort var fremsendt til de pågældende pr. almindeligt brev.

Under hensyn til bestemmelserne i betalingskortlovens § 10, stk. 2, hvorefter betalingskortsystemer skal indrettes og virke således, at der bl.a. sikres brugerne beskyttelse mod misbrug, fandt udvalget, at fremsendelse af kort bør ske pr. anbefalet brev eller udleveres personligt til den pågældende. Udvalget lagde vægt på den misbrugsrisiko, der ligger i, at kortindehaver i de forelagte tilfælde ved modtagelsen af kortet skulle forsyne dette med sin underskrift, ligesom kortindehaver ved brug af kortet skal afgive underskrift. Såfremt kortet ved fremsendelsen kommer på afveje, er kontrollen af kortindehavers identitet – kortindehavers underskrift på notaen sammenlignet med underskriften på kortet – uden værdi. Endvidere henså udvalget til almindelige ordenshensyn over for kortindehaveren. Umiddelbart har denne ikke mulighed for at opdage, at kortet ikke er fremkommet, ligesom der eventuelt i forbindelse med en årskortfornyelse skal betales et ekstra gebyr i anledning af kortets bortkomst.

FO lagde disse synspunkter til grund og henstillede til de pågældende kortudstedere, at fremsendelse af betalingskort fremover sker pr. anbefalet brev, eller at kortet udleveres personligt til kortindehaver. FO pegede i sin begrundelse yderligere på, at der kan opstå tvivl med hensyn til tidspunktet for kortets eventuelle bortkomst.

2. Udvalget blev endvidere forelagt et spørgsmål om betalingskortlovens anvendelse på lukkede/lokale betalingssystemer med en begrænset brugerkreds og et begrænset anvendelsesområde for brugen af kortet.

For at illustrere afgrænsningsproblemerne i forhold til loven redegjorde FO ved forelægningen for 4 systemer, hvor der har været rejst spørgsmål om anmeldelsespligten i henhold til betalingskortlovens § 6.

Alene i ét af disse tilfælde var det FO's opfattelse, at systemet måtte anses for at være så atypisk, at det falder uden for de betalingskortsystemer, der er forudsat reguleret af betalingskortloven.

Et almennyttigt boligselskab forespurgte, om et nærmere beskrevet kortsystem, anvendt i et vaskeri i én af selskabets bebyggelser, var omfattet af anmeldelsespligten i betalingskortlovens § 6.

Af de fremsendte oplysninger fremgik bl.a., at beboerne i bebyggelsen kan erhverve et kort pr. lejemål til ejendommens vaskeri, der alene kan benyttes af beboerne ved brug af kortet. Brugen af kortet registreres på edb og aflæses én gang om måneden. Den til brugen svarende betaling (uden renter, gebyr etc.) opkræves sammen med huslejen.

Ved tab eller bortkomst af kortet rettes henvendelse til varmemesteren, der ved en mindre mekanisk ændring i systemet spærre kortet.

Det foreliggende betalingssystem fandtes ved en samlet bedømmelse af anvendelsesområdet for kortet og ved systemets kortudsteder, betalingsmodtager og kortindehavere væsentligt at adskille sig fra de betalingssystemer, som er forudsat reguleret af betalingskortloven.

Dette blev meddelt boligselskabet som FO's foreløbige opfattelse, hvorfor betalingssystemet ikke blev anmeldt.

FO havde ved sin stillingtagen henset til, at vaskerisystemet er begrænset således, at alene boligselskabets lejere kan blive kortindehavere. Boligselskabet, der er kortudsteder, er samtidig eneste betalingsmodtager, og kortene kan alene anvendes i vaskerianlæg til vask m.v. af tøj.

Med hensyn til de øvrige systemer, udvalget blev orienteret om, var disse ikke begrænset i tilsvarende omfang, idet kortindehaverkredsen på daværende tidspunkt var beskeden, men ikke på forhånd afgrænset til et bestemt antal eller en bestemt kategori af personer, og kredsen ville derfor kunne udvides selv inden for rammerne af det nuværende system. Endvidere var der mulighed for at anvende de pågældende systemer til køb af varer og tjenesteydelser af forskellig art. Et af kortene kunne tillige anvendes hos flere betalingsmodtagere.

FO udtrykte det på baggrund heraf som sin opfattelse, at bortset fra vaskerisystemet og systemer, der kan sidestilles hermed, må selv begrænsede betalingssystemer med betalingskort som de foreliggende anses for omfattet af loven og må derfor anmeldes og registreres, ligesom systemerne i øvrigt må opfylde lovens krav.

Som et generelt synspunkt anførte FO endvidere til udvalget, at det ved bedømmelsen af, om et betalingssystem er atypisk som nævnt, forekommer nærliggende at lægge vægt på, om betalingssystemets begrænsede karakter bevirker, at der er en åbenbar uoverensstemmelse mellem den regulering, der skal ske efter betalingskortloven, og det behov, der er for at regulere det pågældende system. Herved må efter FO's opfattelse lægges særligt vægt på behovet for beskyttelsen af brugerne i henhold til generalklausulen i § 10 og reglerne i lovens kapitel 4-6.

Et flertal af udvalget tilsluttede sig FO's opfattelse, hvorefter betalingssystemer med betalingskort samt betalingssystemer, der kan sidestilles hermed, som udgangspunkt er omfattet af betalingskortloven, jfr. § 1 og § 2. Disse medlemmer fandt endvidere, at et betalingssystem kan være begrænset i et sådant omfang med hensyn til kredsen af kortindehavere og betalingsmodtagere samt kortets anvendelsesmuligheder, at det falder uden for de betalingskortsystemer, der er forudsat reguleret af betalings-

kortloven. Ved bedømmelsen heraf må der lægges vægt på de synspunkter, der er fremsat fra FO's side, og det må forudsættes, at systemet kun undtages lovens regulering, når det er snævert afgrænset i alle tre nævnte relationer. Disse medlemmer fandt endvidere, at kredsen af kortindehavere må tillægges særlig vægt.

Et mindretal af udvalgets medlemmer fandt under hensyn til betalingskortlovens klare ordlyd og manglende dispensationsmuligheder, at alle betalingskortsystemer er omfattet af loven.

Det samlede udvalg anbefalede FO, at afgrænsningsspørgsmålet omtales i forbindelse med lovrevisionen.

FO har lagt flertallets synspunkter til grund ved behandlingen af et konkret forelagt tilfælde.

3. Udvalget afgav i efteråret 1986 på baggrund af et fra FO fremsendt notat en udtalelse om forståelsen af betalingskortlovens § 20, stk. 1. Efter denne bestemmelse kan en kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet ikke pålægges betalingsmodtager.

Notatet indeholdt de foreløbige overvejelser om principper og retningslinier, som bestemmelsen tænkes administreret efter, og FO anmodede om at få udvalgets bemærkninger hertil. Ved fremsendelsen til udvalget pegede FO på, at han fandt en praktisk administration af bestemmelsen særdeles vanskelig.

I udvalget var der enighed om, at det principielle udgangspunkt på den ene side er, at kontantkunder ikke må bidrage til betalingssystemets drift, mens der omvendt heller ikke kan stilles krav, der betyder, at kortindehavere subsidierer kontantkunderne. Udvalget bemærkede videre, at man var enig med FO i, at det må forudsættes, at der eksisterer bestemte veldefinerede omkostningstyper, således at kortudsteder ikke ved indretningen af betalingssystemet selv kan afgøre, hvilke udgifter han står for, og på denne måde omgå bestemmelsen. At betalingsmodtager må afholde egne omkostninger til apparatur og lignende i forbindelse med deltagelsen i betalingssystemet, måtte efter udvalgets opfattelse ses som udtryk for, at betalingsmodtager kan afholde disse udgifter og ikke mere.

Udvalget var endvidere i princippet enig i, at betalingskortlovens § 20, stk. 1, forudsætter, at selve driften af betalingssystemet regnskabsmæssigt kan udsondres. Et flertal af udvalgets medlemmer fandt dog anledning til at bemærke, at en sådan regnskabsmæssig udsondring næppe er mulig i praksis, eller at muligheden herfor i hvert fald er minimal for de

interne betalingssystemer, hvor betalingsmodtager og kortudsteder er én og samme. Udvalgets øvrige medlemmer mente modsat, at der efter almindelig praksis foretages regnskabsmæssige udsondringer i mange virksomheder, hvorfor udsondringen også bør kunne foretages i den her omhandlede sammenhæng.

Ved sin fortolkning af bestemmelsen henså udvalget til det anførte i lovforslagene til bestemmelsen om konkurrenceneutralitet, hvori ligger en forudsætning om, at bestemmelsen finder ligeligt anvendelse på alle kortudstedere. Opdelingen af omkostninger mellem kortudsteder og betalingsmodtager skal som følge heraf være uafhængig af, om der er tale om et rent eksternt system, at betalingsmodtager på den ene eller anden måde er medejer af eller deltager i kortudstedervirksomheden eller et internt betalingssystem.

Udvalget delte sig i øvrigt på en række punkter i et flertal og et mindretal, men samtlige medlemmer fandt, at vanskelighederne ved den praktiske administration af betalingskortlovens § 20 bør fremhæves i forbindelse med lovrevisionen. Udvalget drøftede endvidere, hvilke omkostninger der kan henregnes til driften af et betalingssystem.

FO havde endvidere navnlig på baggrund af forudsætningen om konkurrenceneutralitet anført over for udvalget, at efter hans opfattelse kan eventuelle besparelser/rationaliseringer eller lignende, som måtte kunne opnås i en virksomhed ved en tilslutning til eller ved etableringen af eget betalingssystem, ikke «modregnes» i betalingssystemets udgifter, selv om virksomhedens drift alt i alt billiggøres ved omlægning af betalingsmåden.

Den principielle opfattelse vedrørende dette forhold var hos et flertal af udvalgets medlemmer, at uanset typen af betalingssystem kan de tilsluttede betalingsmodtagere betale et gebyr til kortudsteder, såfremt det godtgøres, at beløbet svarer til den rationaliseringsgevinst, der opnås ved tilslutning til systemet. Samtidig skal nettoresultatet føre til, at varepriserne ikke belastes. Mindretallet fandt derimod, at et gebyr af den nævnte karakter fra betalingsmodtager til kortudsteder er i strid med § 20.

Udvalgets udtalelse indgik i FO's videre overvejelser. Der henvises herom til afsnit 3.7.

4. Ved beretningsperiodens slutning afgav udvalget en udtalelse om et pengeinstituts tilbud vedrørende informationsservice til kunder inden for bestemte kontogrupper.

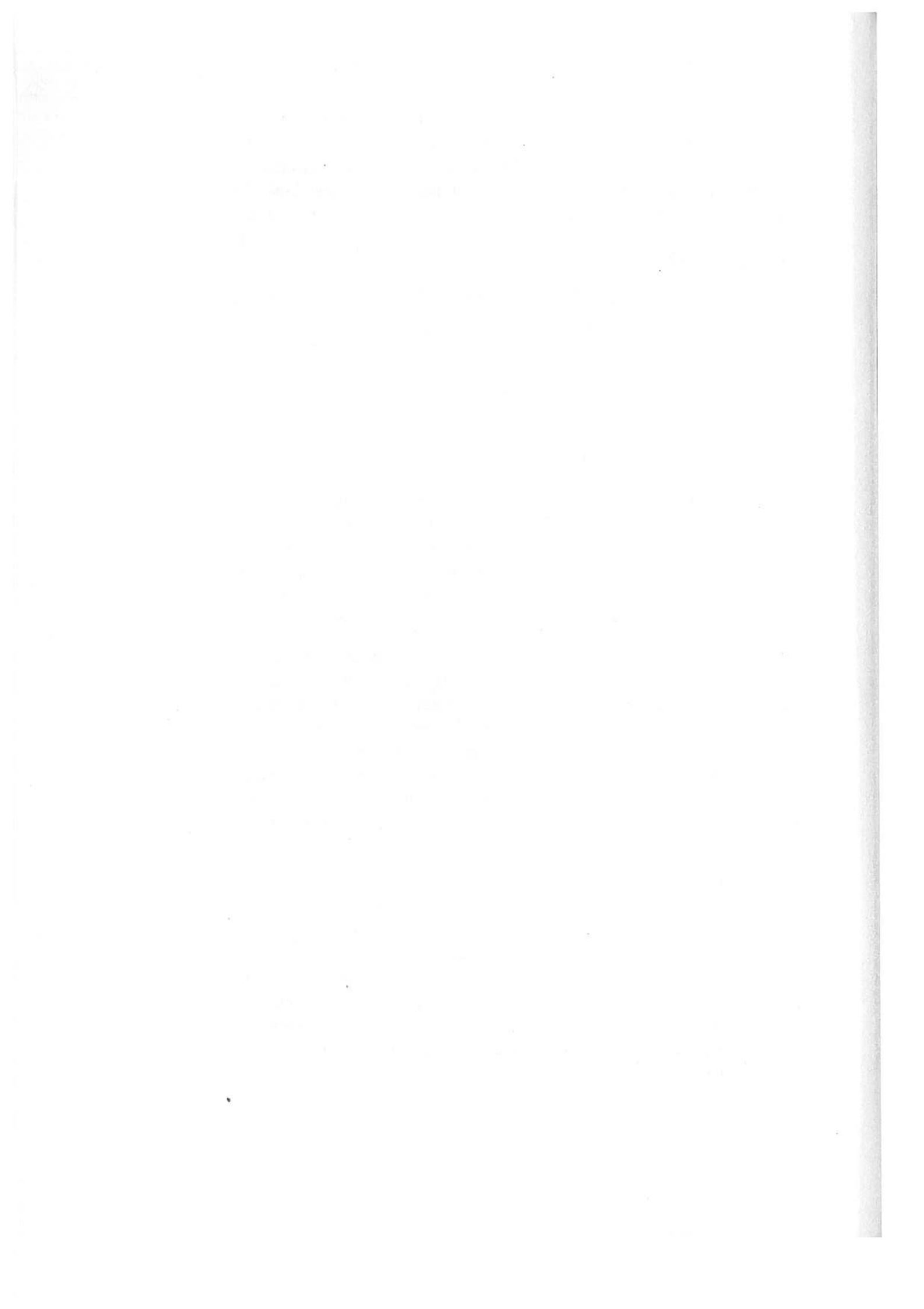
Kunder med Dankort kan efter at have tilmeldt sig i én af pengeinstitut-
tets afdelinger anvende denne »on-line« telefonservice ved hjælp af en
trykknaptелефон. Ved indtastning af instituttets registreringsnummer,
kundens Dankort-nummer samt en af kunden valgt 4-cifret kode, kan
kunden få oplysninger om kontoens saldo (og eventuelle andre konti),
bevægelser på kontoen siden sidste udskrift, aktuelle valutakurser samt
bestille kontoudskrifter.

FO anførte over for udvalget, at efter hans opfattelse kræver ordningen
navnlig en nærmere fortolkning af betalingskortlovens § 19, stk. 1, hvor-
efter betalingskort ikke må kræves anvendt som legitimationsmiddel i an-
dre sammenhænge end betalingstransaktioner med betalingskort og som
hævekort. Bestemmelsen er en konkret udmøntning af det generelle fri-
villighedsprincip i § 10, stk. 2.

FO oplyste endvidere, at det på baggrund af lovens forarbejder, hidtidig
praksis m.v. var hans foreløbige opfattelse, at benyttelsen af Dankortet
i den her skitserede ordning må anses for uforenelig med frivilligheds-
princippet i betalingskortlovens § 19, stk. 1, jfr. § 10, stk. 2. Ordningen,
som indebærer særlige fordele, der ikke direkte har forbindelse med kor-
tets hævefunktion eller funktion som betalingsmiddel, er således forbe-
holdt Dankort-indehavere, da kortet kræves anvendt som legitimations-
middel uden sammenhæng med en betalings- eller hævekorttransaktion.

Udvalget fandt ikke, at benyttelsen af Dankortet i den her skitserede ord-
ning er stridende mod betalingskortlovens § 19, stk. 1. Det var således ud-
valgets opfattelse, at brugen af Dankort-nummeret til indhentning af
bl.a. saldooplysninger kan anses for indledningen til en mulig betalings-
eller hævetransaktion eller som et naturligt integreret led i de løbende be-
talings- eller hævetransaktioner. Man fandt det af afgørende betydning
for en kortindehaver, der påtænker at anvende sit kort til køb eller hæv-
ning af kontanter, at denne forinden transaktionen kan få sikkerhed for,
at der er dækning på kontoen.

Vedrørende det generelle frivillighedsprincip i betalingskortlovens § 10,
stk. 2, bemærkede udvalget, at endskønt det ikke med sikkerhed kan si-
ges, at ordningen er en så betydelig særfordel, at grundsætningen i be-
stemmelsen er overtrådt, må udvalget anse det for i høj grad ønskeligt,
at der i det omfang, det er teknisk muligt, etableres tilsvarende tilbud til
de kunder, som ikke er kortindehavere. Udvalget anførte i tilknytning
hertil, at det fra FO var oplyst, at andre tilsvarende eller mere avancerede
ordninger er indrettet således, at indgangskoden ikke specifikt er knyttet
til Dankortet.



5. Kartoffelkuren

I oktober måned 1986 vedtog Folketinget bl.a. ændringer i markedsføringsloven og kreditkøbsloven. Disse lovændringer var elementer i regeringens ønske om at fremme opsparingen og nedbringe gældsætningen. Meningen hermed var at begrænse forbruget, herunder det sælger- og lånefinansierede forbrug.

1. Markedsføringsloven

Ændringen af markedsføringsloven tog sigte på at dæmme op for en omfattende markedsføring af rentefri kreditordninger. Det fandtes således ikke rimeligt, at forbrugere, der ønsker at få mest muligt for pengene, tvinges til at stifte gæld frem for at købe kontant.

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

Overstiger kredittens løbetid den nævnte periode, skal den erhvervsdrivende opkræve en årlig rente, der mindst svarer til den til enhver tid fastsatte officielle diskonto med et tillæg på 4%. Den erhvervsdrivende skal således for tiden opkræve en rente på mindst 11%.

2. Kreditkøbsloven

Som et væsentligt led i bestræbelserne for at begrænse det låne- og sælgerfinansierede køb af løsøre blev der gennemført regler, der dels regulerer almindeligt køb på kredit, herunder køb med ejendomsforbehold, og dels regulerer kontokøb.

Ved almindeligt forbrugerkøb, der ikke sker i henhold til en kontoaftale, f.eks. af biler, TV, møbler og hårde hvidevarer, skal forbrugeren i alle situationer præstere en udbetaling på mindst 30% af kontantprisen, jfr. § 35 a i lov om køb på kredit.

Tidligere var det sådan, at sælgeren var nødt til at kræve en udbetaling på 20%, hvis han ville sikre sig ejendomsforbehold i tingen. Denne procent er nu hævet til 30, men kravet om mindsteudbetaling gælder, uanset om sælgeren vil forbeholde sig ejendomsretten til tingen eller ej. Herudover stilles der krav om, at restkøbesummen skal være betalt i løbet af højst 3 år.

Som nævnt er det kun større forbrugsgoder, der rammes af de særlige begrænsninger. Udbetalingskravet og kredittidsmaksimeringen gælder derimod ikke, hvis der købes genstande, hvis kontantpris ikke overstiger 2.000 kr.

Ved køb på konto er der gennemført regler, der medfører, at kontoaftaler altid skal afdrages løbende med mindst 5% pr. måned af den til enhver tid værende saldo, jfr. § 35 c i lov om køb på kredit. Hvis forbrugeren køber ting på kontoen og kontantprisen på disse ting overstiger 2.000 kr., skal der afdrages mindst 30% af denne købesum ved den første kontoopgørelse.

De nævnte bestemmelser gælder dog ikke, hvis køberen ifølge kontoaftalen er forpligtet til at betale kontantprisen senest 3 måneder efter salgsgenstandens levering.

Endvidere gælder ændringsbestemmelserne om kontokøb både for sælgeren og den trediemand, f.eks. en kontoring, der indgår en kontoaftale til finansiering af købet.

Da ændringerne i kreditkøbsloven først og fremmest har karakter af offentligretlig regulering, er der ikke knyttet almindelige civilretlige retsvirkninger til manglende overholdelse af bestemmelserne.

Grov eller oftere gentagen overtrædelse af bestemmelserne straffes med bøde.

Ifølge bemærkningerne til lovforslaget om ændring af kreditkøbsloven udøves kontrollen med overholdelse af disse bestemmelser af FO, der i medfør af markedsføringsloven vil kunne få nedlagt forbud mod markedsføring af kreditter, der ikke er i overensstemmelse med loven.

3. Varmekonti

Efter vedtagelsen af ændringerne i markedsføringsloven og kreditkøbsloven modtog FO en henvendelse fra Oliebranchens Fællesrepræsentation om de såkaldte varmekonti.

Disse varmekonti har til formål at udjævne forbrugernes opvarmningsudgift over året. Ordningerne er typisk rentefri og bygger på den forudsætning, at de 10-12 månedlige rater modsvarer det gennemsnitlige månedlige forbrug, således at saldoen på kontoen gennem året svinger omkring 0. Forbrugeren vil således i nogle måneder have penge til gode hos olieselskabet, mens forbrugeren i andre perioder skylder selskabet penge.

Efter Fællesrepræsentationens opfattelse var det ikke tilsigtet med lovgivningen, at varmekonti skulle være omfattet af de foretagne ændringer i markedsføringsloven og kreditkøbsloven.

Da Fællesrepræsentationen således ønskede at få fastslået, om varmekonti var omfattet af de nævnte lovændringer, rettede man samtidig henvendelse til Folketingets Erhvervsudvalg og Retsudvalg.

Henvendelsen til Folketingets Erhvervsudvalg resulterede i, at industriministeren bl.a. oplyste følgende: »Den rentefri kredit, der i visse tilfælde kan opstå i forbindelse med betalingsordninger vedrørende el- og olieforsyning, har ikke karakter af en tilsigtet ydelse af rentefri kredit fra leverandørernes side. Den rentefri kredit opstår alene på grund af den praktiske indretning af betalingssystemerne, der bl.a. har til formål at fordele fyringsomkostningerne jævnt over hele året. Efter det af Oliebranchen oplyste resulterer ordningen i en gennemsnitlig rentefri periode på 21 dage på årsbasis.

Endvidere er det i bemærkningerne til lovforslaget anført, at forslaget er et af elementerne i regeringens initiativer til fremme af opsparingen og nedbringelse af gældsætningen.

De her omhandlede betalingsordninger for olie og el virker ikke forbrugsudvidende, selv om de i perioder indeholder en rentefri kredit. Under hensyn til disse ydelsers karakter af dagligdags fornødenheder vil en rentebelæggelse af sådanne ordninger hverken fremme opsparingen eller nedbringe gældsætningen.

Jeg finder derfor, at det af formålet med markedsføringslovens § 8 a følger, at de her omhandlede betalingsordninger ikke er tilsigtet omfattet af bestemmelsen«.

For så vidt angår kreditkøbsloven besluttede Justitsministeriet at undtage kontoaftaler om forbruger køb af fyringsolie fra bestemmelsen i kreditkøbslovens § 35 c. Ved denne afgørelse lagde Justitsministeriet betydelig vægt på branchens oplysning om, at kredittiden typisk udgør 15-30 dage efter levering.

Samtidig præciserede Justitsministeriet, at undtagelsen alene omfatter køb af fyringsolie i modsætning til andre varer eller tjenesteydelser, som oliebranchen måtte levere.

4. Bilfinansiering

En af de brancher, der fik væsentligt ændrede vilkår at operere på efter vedtagelsen af de ændrede regler i kreditkøbsloven, var bilforhandlerne. Det

må herved erindres, at mange af de lidt større autoforretninger før gennemførelsen af kartoffelkuren opnåede en ikke uvæsentlig del af virksomhedens fortjeneste ved finansiering af de bilkøb, der blev foretaget hos virksomheden. § 35 a i kreditkøbsloven betød, at denne virksomhed måtte indstilles, medmindre køberen kunne betale 30% i udbetaling og den resterende del af købesummen over maksimalt 3 år. Sidstnævnte finansieringsmodels andel af det samlede kreditkøb måtte endvidere forventes at blive af beskeden omfang, idet forbrugeren fortsat havde og har mulighed for at opnå et såkaldt fritstående lån hos trediemand, og det vil i denne forbindelse typisk sige et pengeinstitut eller et finansieringsselskab.

FO har optaget et betydeligt antal sager til behandling, og disse vedrører i vidt omfang bilforhandlernes annoncering med kreditsalg af biler i dags- og ugepressen.

Med få varianter har den gennemgående annonceringsform i disse sager været, at der i annoncens overskrift eller på andet iøjnefaldende sted har været anført udsagn som f.eks. »uden udbetaling«, og på samme måde har løbetiden for købesummens betaling ligget ud over de 36 måneder, som er angivet som maksimum i kreditkøbslovens § 35 a. Sidstnævnte fremgangsmåde har i nogle tilfælde vist sig som finansieringseksempler, anført i annonceringen.

Når man erindrer sig det forannævnte om kreditkøbslovens § 35 a, står det klart, at den enkelte bilforhandler ikke kan finansiere på de ovenfor nævnte vilkår. Dette har heller ikke været det fremherskende problem i sagerne. Derimod har de enkelte forhandlere på FO's anmodning redegjort for, hvorledes den annoncerede finansiering etableres og gennemføres. I langt det overvejende antal tilfælde har det således vist sig, at finansiering af bilkøb uden udbetaling og med en løbetid ud over 36 måneder sker ved mellemkomst af trediemand, og det vil sige pengeinstitut eller finansieringsselskab.

Oplysning om denne trediemandsfinansiering har i en lang række tilfælde betydet, at FO – alt efter omstændighederne – har måttet undersøge relationerne mellem bilforhandleren og finansieringskilden med henblik på at konstatere, hvorvidt der i forbindelse med långivningen var tale om et oprindeligt trepartsforhold (lånekøb) eller et fritstående lån, se hertil kreditkøbslovens § 1, stk. 2, nr. 2 og § 35 a, stk. 2. I førstnævnte tilfælde ville købet være omfattet af kreditkøbslovens regler, modsat den situation, hvor der ydes fritstående lån. De gennemførte undersøgelser har indtil nu vist, at der inden for bilbranchen er tale om, at finansieringskilderne yder fritstående lån.

Imidlertid har FO fundet den ovenfor skitserede annoncering i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1 og tillige vildledende i henhold til § 2, stk. 1, idet forbrugeren umiddelbart af annonceringen får indtryk af, at den annoncerende bilforhandler vil kunne yde en finansiering, der ikke indebærer krav om udbetaling, og hvor tilbagebetalingen af lånet strækker sig ud over 36 måneder. En mindre del af sagerne er afsluttet ved beretningsperiodens udløb, og disse er endt med en forhandlingsmæssig løsning, hvorefter den erhvervsdrivende har taget FO's hensstillinger til efterretning.

Endelig tilføjes, at nogenlunde tilsvarende problemstillinger – omend i noget mindre udstrækning – har gjort sig gældende inden for radio-/TV-branchen, solariebranchen og enkelte øvrige handelskæder og detailforretninger.

5. »Rentefri konto uden udbetaling! Rente- og betalingsfri i denne og næste måned«

En lokal kontoring annoncerede i november 1986 under overskriften »Rentefri konto uden udbetaling! Rente- og betalingsfri i denne og næste måned.«

FO rettede henvendelse til kontoringen og henstillede, at annoncen blev ændret, således at det på tydelig måde i forbindelse med overskriften blev oplyst, at »uden udbetaling« kun gjaldt ved køb af salgsgenstande under 2.000 kr. Endvidere skulle det på tilsvarende måde oplyses, at der ved køb af salgsgenstande til beløb over 2.000 kr. skulle erlægges en udbetaling på 30% af kontantprisen.

Endvidere henstillede FO, at annoncen blev ændret, således at det i overskriften på tydelig måde blev oplyst i forbindelse med reklamering med rentefri konto, hvor stor en rente, der skal betales efter rentefrihedsperiodens udløb.

Da kontoringen var indforstået med at foretage disse ændringer, afsluttede FO herefter sagen.

6. »Køb for over 2.000 kr. inden den 31. januar 1987, så slipper du for de 30% i udbetaling«

Et møbelvarehus, der også sælger på kredit ved hjælp af betalingskort, sendte i november 1986 et reklamebrev til sine kontokunder. Under overskriften »Denne chance får du ALDRIG IGEN!«, blev det bl.a. anført, at

kontohavere ved køb inden 31. januar 1987 af møbler, der koster mere end 2.000 kr., ville slippe for at betale 30% i udbetaling.

FO rettede henvendelse til møbelvarehuset og gjorde opmærksom på kreditkøbslovens § 35 c, stk. 1, hvorefter køberen skal betale 30% af kontantprisen af salgsgenstande over 2.000 kr., der er købt i perioden. Samtidig henviste FO til lovændringens ikrafttrædelsesbestemmelse § 3, stk. 2, der siger, at loven finder anvendelse på aftaler om køb, der indgås efter dens ikrafttræden (den 19. oktober 1986).

Møbelvarehuset oplyste, at man havde forstået ikrafttrædelsesbestemmelsen i lovændringens § 3, stk. 3 om udskydelse af opkrævningen af de beløb, der er nævnt i § 35 c, til den 31. januar 1987 således, at kontokunder helt kunne undgå at betale en udbetaling på 30% ved køb inden den 31. januar 1987.

Møbelvarehuset tog til efterretning, at reklamebrevet havde været vildledende og i strid med god markedsføringsskik, jfr. § 2, stk. 1 og § 1 i markedsføringsloven, hvorfor man snarest muligt ville udsende en berigtigelse til samtlige kontokunder, hvoraf det fremgik, at de 30% af kontantprisen opkræves ved kontoudtoget pr. 31. januar 1987.

Efter beretningsperiodens udløb – hvor de ovenfor nævnte ændringer i markedsføringsloven og kreditkøbsloven havde været i kraft i mindre end 2 1/2 mdr. – har der været en markant stigning i antallet af klager over manglende overholdelse af disse bestemmelser. FO har derfor måttet intensivere sin tilsynsvirksomhed især på dette område, for at dæmme op for en ganske omfattende – og i øvrigt landsdækkende – markedsføring i strid med markedsføringsloven og kreditkøbsloven.

Bilag



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

Idet jeg henviser til tidligere brevveksling om de garantier eller reklamationsbestemmelser, 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 reklamationsbestemmelser 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 reklamationsbestemmelser 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."

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 maksimumsgrense beløbsmæssigt for garantierstatningen.

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

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 iklæbet 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?"

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.

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. "Henvisning 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 reparerer for at undgå, at skaderne udvikler sig til gennemtæring. Vilkåret bør derfor ændres således, at garantien omfatter erstatning for rustskader, herunder gennemtæring.

Til orientering vedlægger jeg et af mig udarbejdet notat om garantibevisevisers 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

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

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:

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.

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 henvise 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.

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 henviser 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."

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 garantiud-sagn.

Med venlig hilsen

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 overvælttes 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 medejjer 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 skønsømmæssig.

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 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 egnede 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 erhvervsøjemed 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 uhjemlet 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 her ved 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 forbrugere, 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 strafsanktionsrede 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

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

Meddelelse nr. 7/75.

Den 8. juli 1975

J.nr. G. 37.

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.

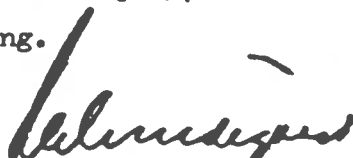
Markedsføringssager

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 kobekort, der benyttes i betalingssystemer, 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 kontouttog.
- 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, før 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 forretningsstid 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 gores 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 registreringen.

§ 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 folketinget 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

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 betalingssystemets omsætning, antal korttransaktioner og antal kortindehavere. På dette grundlag fastlægger forbrugerombudsmanden den enkelte kortudstedsers 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

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-
genstandens 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