FORBRUGEROMBUDSMANDEN

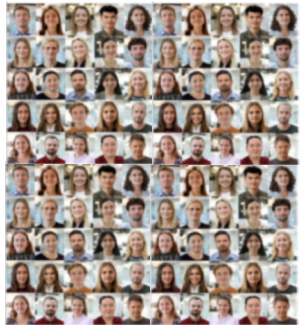
Foreningen af procedureadvokater – 7. maj 2025



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Forbrugerombudsmandens rolle og rammer

- **Uafhængig** myndighed
- Håndhæver **markedsføringsloven** og anden forbrugerbeskyttende lovgivning ud fra **hensynet til forbrugerne**
- Ca. **45 medarbejdere**, heraf ca. 30 jurister og én civilingeniør.
- **7.-8.000** henvendelser om året
- Kan **prioritere**, hvilke klager vi behandler, og behandle sager på eget initiativ

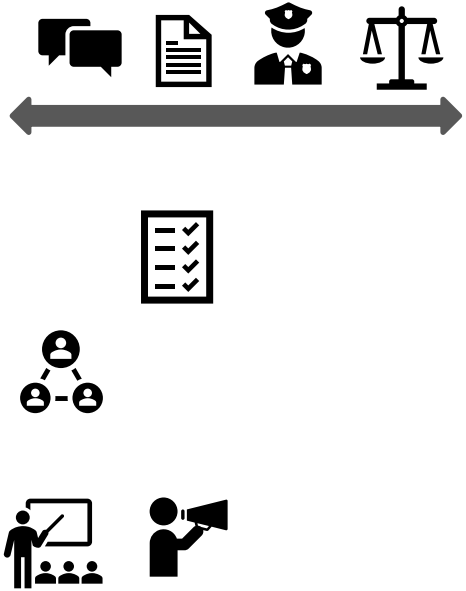




FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Forbrugerombudsmandens håndhævelse og beføjelser

- **Forhandle**, anlægge og føre **retssager** om erstatning etc., **indskærpe** lovgivningen, **politianmelde** (møder som anklager i straffesager)
- Udstede **retningslinjer** og **vejledninger** (fx om miljømarkedsføring)
- Afgive **forhåndsbeskeder**
- **Samarbejde** med andre myndigheder etc.
- Forpligtet til at **orientere** offentligheden om sager af almen interesse



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Lovbemærkninger til MFL § 3 (god markedsføringsskik) og Højesterets dom i UfR 2013.2941 H ("inkassodommen")

"Bestemmelsen finder endvidere anvendelse, hvis forholdet omhandler **aftaleretten**, herunder særligt om kontrakters gyldighed, indgåelse, virkning og urimelige aftalevilkår. Det gælder f.eks. urimelige kontraktvilkår, hvor den erhvervsdrivende ensidigt forrykker balancen i forholdet mellem den erhvervsdrivende og forbrugeren. F.eks. vil inkassovirksomheders anvendelse af standardvilkår, i strid med reglerne i **renteloven**, jf. Højesterets dom i **UfR 2013.2941 H**, eller standardvilkår med bindingsperioder, der er i strid med reglerne i **forbrugeraftaleloven**, være omfattet af bestemmelsen og således skulle leve op til god skik-kravet.

En erhvervsdrivendes overtrædelse af den civilretlige forbrugerbeskyttelseslovgivning vil som udgangspunkt være i strid med god markedsføringsskik over for forbrugerne. Forbrugerombudsmanden vil derfor **med hjemmel i denne bestemmelse** kunne gribe ind over for sådanne overtrædelser af den **civilretlige forbrugerbeskyttelseslovgivning**."

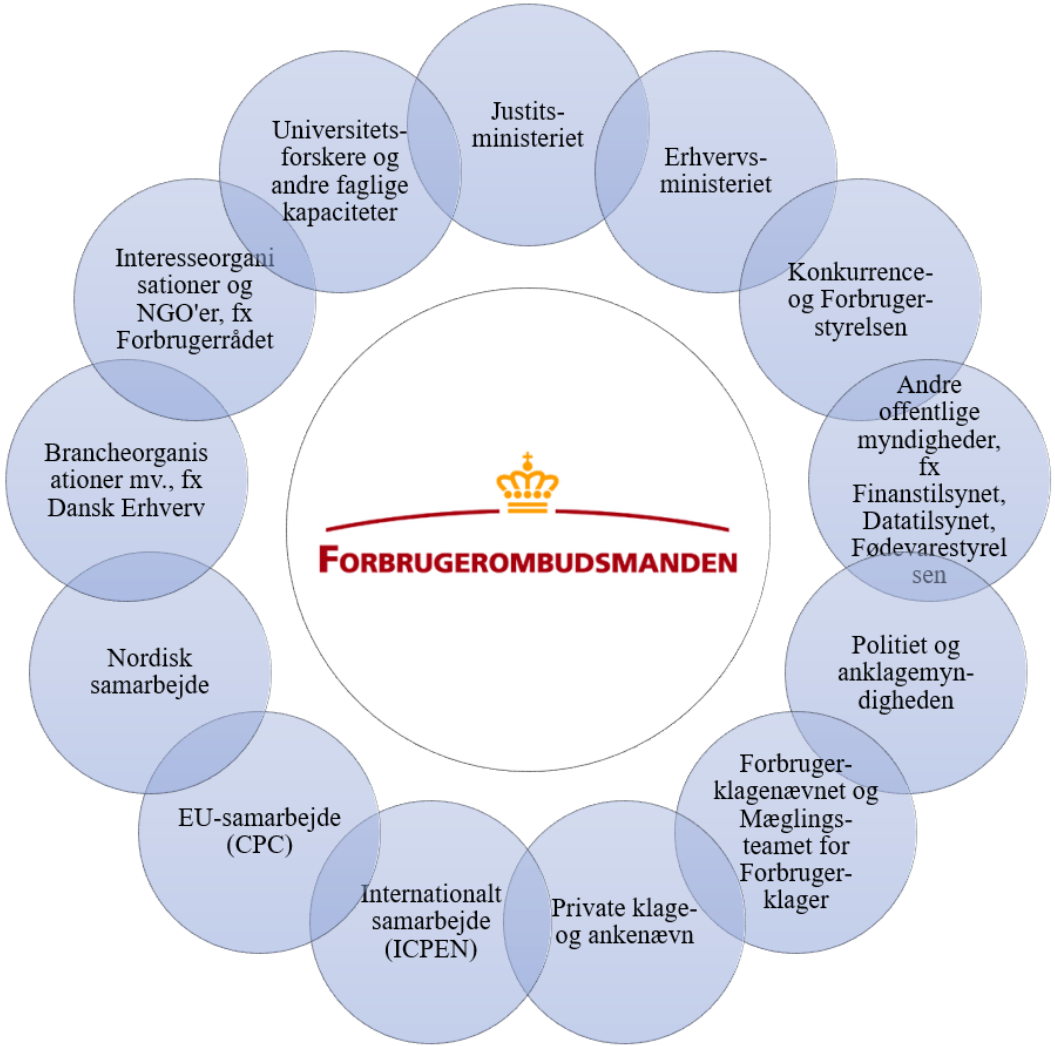
FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Branche-/sektortilsyn og Forbrugerombudsmandens håndhævelse



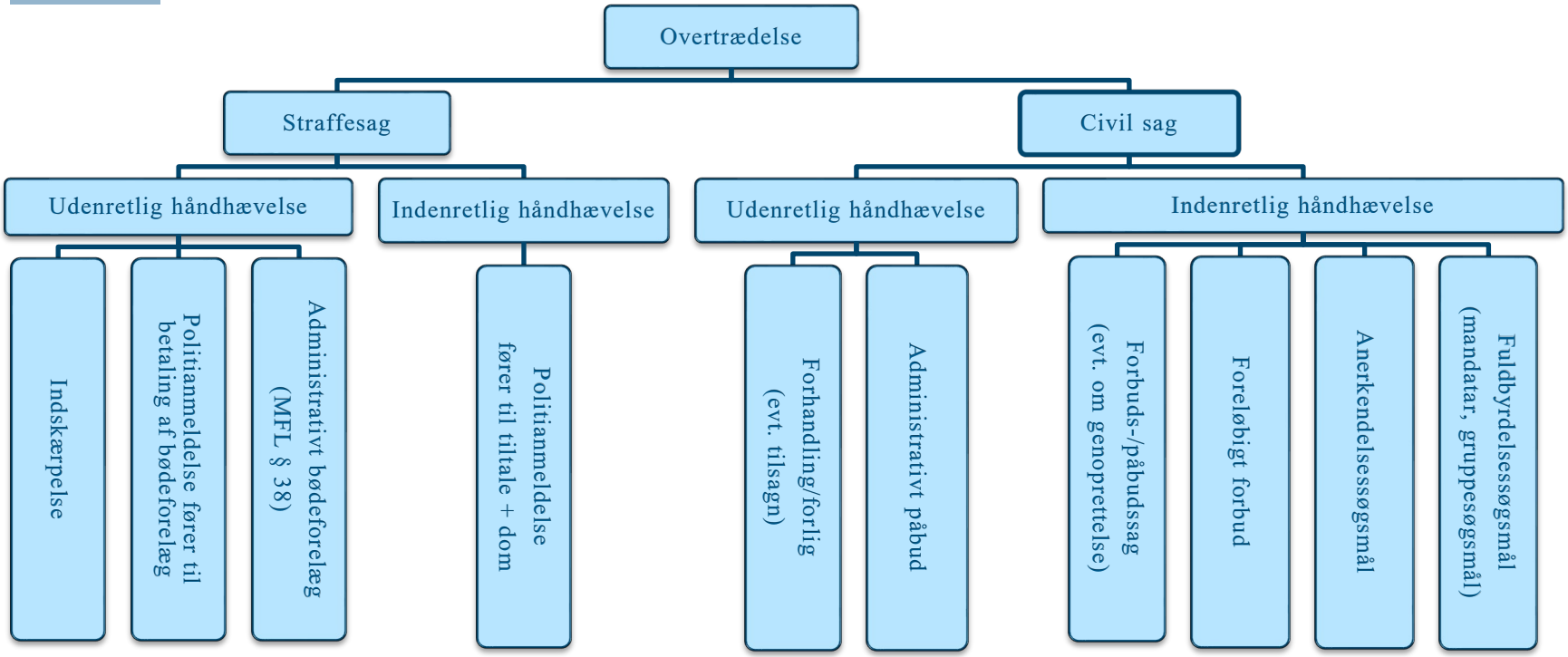
Forbrugerombuds-mandens samarbejde med omverdenen





FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Forbrugerombudsmandens håndhævelsesmuligheder



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Reguleringskategorier

Produktregul

Fødevarestyrelsen

LÆGEMIDDELSTYRELSEN
DANISH MEDICINES AGENCY

SIKKERHEDSSTYRELSEN

Markedsføringsregulering

- UCPD (MFL)
- PID (PM-bkg)
- ECD (EHL)
- + fl

ERHVERVSMINISTERIET

Rettighedsregulering (aftaleret)

- UCTD (AFTL)
- CRD (FAFTL)
- CCD (KAL)
- + flere

JUSTITSMINISTERIET

Grøn markedsføring og børn & unge er indsatsområder

Grøn markedsføring



» Ekstra bevilling på finansloven for 2022-25 til miljømarkedsføring

» 2011/14: Vejledning i miljø og etik i markedsføringen



» Oplæg om reglerne og vores praksis i hele landet

» 2024: Forbrugerombudsmandens anbefalinger til virksomheders miljømarkedsføring

Børn & unge

» Oplæg om reglerne og vores praksis i hele landet, særligt til influenter, deres bureauer og virksomheder der bruger influenter

» Opdatering af vejledning på hjemmeside i januar og oktober 2024

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Klima-, miljø- og bæredygtighedsudsagn

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Markedsføringslovens forbud mod vildledning

§§

- Markedsføringen må ikke være vildledende (MFL §§ 5-6)
  - ”§ 5. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte”
  - ”§ 6. En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde”
- Forbuddet mod vildledning er strafbelagt (MFL § 37, stk. 3)
- Oplysninger om faktiske forhold skal kunne dokumenteres (MFL § 13)
  - ”§ 13. Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold.”

Det er ikke tilstrækkeligt at *sandsynliggøre*

Generelle krav til markedsføring





» Budskaberne skal være **korrekte**, **præcise**, **relevante** og **afbalancerede**

» Budskaber skal revurderes/opdateres

» Et markedsføringstiltag vurderes ud fra det **helhedsindtryk**, det er egnet til at give gennemsnitsforbrugeren

» **Ordlyd**, *layout*, **farvevalg**, **billeder, lyde** mv. kan [illegible] indtryk af et miljømæssigt fortrin



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Benzinprodukt og blomster?

- overdrivelse, helhedsindtryk og miljøbelastende produkt





» FO: ”Blomster, græs og grønne farver som virkemidler må ikke anvendes, hvis miljøgevinsten ikke kan **dokumenteres på et sikkert og korrekt grundlag**, og hvis miljøgevinsten ikke er af en **betydelig størrelse** både ift. selve produktet og ift. tilsvarende produkter.”

» Konkret var det ikke muligt at dokumentere miljøgevinsten



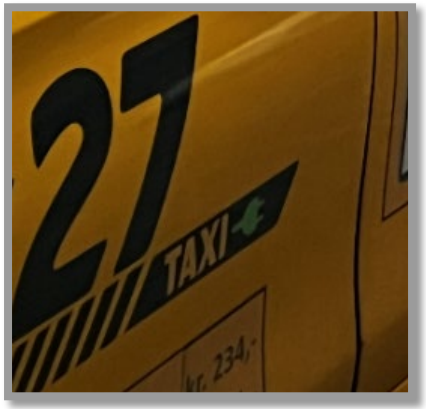


Nyere sager

We give you the option, to say no to plastic.

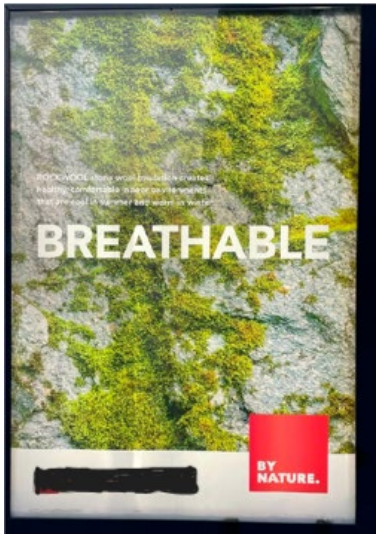
A [redacted] carton is responsible for nearly half the climate impact of a virgin plastic bottle[1].





FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Nyere sager







Bæredygtigt badetøj og sweat-tøj ud af genanvendt plastik fra havet.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Klimaudsagn baseret på klimakompensation



Klimaudsagn baseret på kompensation

- Hvis en virksomhed siger, den kompenserer for CO2-udledning, så skal den kunne dokumentere, at den påståede mængde CO2 er blevet bundet/undgået udledt. Det er ikke nok at sandsynliggøre kompensationen
- Klimakompensationsordninger skal desuden beskrives i markedsføringen og kunne verificeres ved en uafhængig tredjeinstans
- Det har i praksis vist sig **svært at dokumentere klimaeffekten ved projekterne.** Komplekse problematikker i forhold til:
  - Additionalitet (gør initiativet en forskel eller ville dette være sket alligevel)
  - Samtidighed (sker det ca. nu)
  - Permanens (er det virkelig et sikkert, permanent kulstoflager)
  - Lækage (flytter problemet ikke bare til naboskoven)





FORBRUGEROMBUDSMANDEN



Klimakompensation ved skovbevarelse

- Markedsføringen var egnet til at give forbrugerne det indtryk, at forbrugerne ved at tilvælge CO_2-kompensation kan kompensere CO_2-udledningen ved deres brændstofforbrug som følge af virksomhedens investeringer i skovbevarelsesprojekter
- Kunne ikke dokumentere, at en fremtidig afskovning af skovområderne *faktisk* ville finde sted, hvis områderne ikke var omfattet af skovbevarelsesprojekterne
- MFL § 13 ikke opfyldt => markedsføringen var vildledende

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Fælles nordisk holdning fra 18. april 2024

- ”Arla-sagen” fra Sverige – vanskeligt at dokumentere udsagn om klimakompensation
  - Patent- och marknadsdomstolen: *”Netto nul klimaaftryk”* gav forbrugerne det indtryk, at det pågældende produkt slet ikke påvirkede klimaet, eller i hvert fald at klimaaftrykket var blevet fuldt kompenseret
    - Samtidighed (100 år)
    - Permanens (hvad sker der, når projektet efter 20 år er færdigt)
    - Markedsføringen var derfor vildledende
- Principperne i dommen bør tages i betragtning af alle virksomheder, der benytter udsagn om klimakompensation i deres markedsføring
- Anbefaling: Hvis en virksomhed fx støtter et skovprojekt, så skriv dét i markedsføringen – men uden at love forbrugerne, at CO2-udledningen ved et produkt eller aktivitet derved bliver kompenseret eller neutraliseret. Sådanne udsagn vil nemlig nemt være vildledende og dermed i strid med markedsføringsloven
- Forbud på vej med ændringen af UCPD til september 2026 (mere om det senere)

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Bæredygtige produkter?



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Udsagn om bæredygtighed

- En bæredygtig udvikling betegner en udvikling, som opfylder de nuværende generationers behov uden at bringe fremtidige generationers mulighed for at opfylde deres behov i fare, jf. Brundtland-rapporten 1987 (FN)
- Det er meget vanskeligt at kalde et produkt m.v. bæredygtigt uden at vildlede
- Forbrugerombudsmanden anbefaler derfor, at virksomheder ikke benytter bæredygtighedsudsagn i deres markedsføring

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Sager med udsagn om bæredygtige produkter
- enkelte miljøfortrin er ikke dokumentation for bæredygtighed

» Virksomheder markedsførte deres produkter med udsagn om absolut bæredygtighed, fx *"bæredygtig flaske", bæredygtigt køkken", "bæredygtigt legetøj", "bæredygtige styles", "bæredygtige designs"* mv. eller med deres eget "bæredygtighedsmærke"

» Virksomhederne kunne ikke fremlægge dokumentation for bæredygtighed

» Flere af virksomhederne oplyste, at baggrunden for udsagnene var, at produkterne bestod af fx 100 % økologisk bomuld, 50 % genanvendt materiale, fri for BPA, eller at de havde et mærke fra en mærkningsordning, en certificering mv. (fx FSC-certificeret træ eller GOTS)

→ Sådanne miljøfortrin er **ikke dokumentation for bæredygtighed**, men kan i stedet fremhæves med konkrete udsagn i markedsføringen

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Nyere bødevedtagelser

Verdens mest bæredygtige bilproducent







Anbefaling

» Gør man en **væsentlig** indsats for miljøet:
- Så er det et vigtigt budskab at kunne markedsføre



» Vær så **konkret** som muligt – konkrete udsagn er betydeligt **lettere at dokumentere** og giver mere **præcis information** til forbrugerne

» Husk at **helhedsindtrykket** er afgørende

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Kommende ændringer fra EU



Revideret direktiv om urimelig handelspraksis (UCPD)

Ændringer pr. 27. september 2026 vil betyde, at det bliver

- Forbudt at bruge **generiske miljøudsagn uden en "excellent environmental performance"**
- Forbudt at bruge **bæredygtighedsmærker**, der ikke er baseret på certificeringsordning eller er etableret af offentlig myndighed
- Forbudt at bruge udsagn om CO2-neutralitet, CO2-kompensation, CO2-reduktion mv. om et produkt **baseret på klimakompensation uden for produktets værdikæde**
- Forbudt at bruge miljøudsagn om **hele produktet**, når miljøfortrinnet kun vedrører **dele af produktet**

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Juridisk rådgivning

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Oversigt

- Tilblivelse/historik
  - Lov om juridisk rådgivning
  - Bekendtgørelse om god skik for juridisk rådgivning
- Anvendelsesområdet
- Lovens indhold
- Eksempler fra praksis

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Tilblivelse

- Lov om juridisk rådgivning
  - Afløste "vinkelskriverloven"
  - Arbejdsgruppe – rapport i 2004
  - JM → lovforslag
  - BKG → forhandling med EM
- Bekendtgørelse om god skik for juridisk rådgivning
  - I vidt omfang en gentagelse af lovens bestemmelser
  - Tidl. også et forbud mod at indgå aftale om et resultatafhængigt salær (pactum de quota litis).

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Anvendelsesområdet – LJR § 1

”Denne lov finder anvendelse på **enhver**, der **i erhvervsmæssigt øjemed** driver virksomhed med **rådgivning af overvejende juridisk karakter**, når modtageren af rådgivningen (forbrugeren) hovedsagelig handler uden for sit erhverv. Rådgiveren har bevisbyrden for, at rådgivningen ikke er omfattet af loven.

Stk. 2. Loven omfatter ikke juridisk rådgivning, der ydes af **advokater** som led i udøvelsen af selvstændig advokatvirksomhed.

Stk. 3. Loven omfatter ikke juridisk rådgivning ydet af **finansielle virksomheder**, i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler om god skik på det pågældende område.

Stk. 4. § 2, stk. 6 og 7, omfatter ikke erhvervsmæssig juridisk rådgivning ydet i forbindelse med **køb af fast ejendom**, i det omfang der er fastsat særskilte regler herom.”

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Lovens indhold

- Krav om skriftlig aftale
  - Oplysningskrav
- Adfærdskrav
  - God skik for juridisk rådgivning
  - Forbud mod modtagelse af betroede midler
  - Forbud mod interessekonflikt
- Bestemmelse om tilsyn og straf

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Eksempler fra praksis

- Forbud mod modtagelse af betroede midler
  - Juridisk rådgiver idømt bøde på 50.000 kr. af Retten i Lyngby (2023)
- Inkassovirksomhed >< juridisk rådgivning
  - Sager om flykompensationsvirksomheder (afventer pt. anketilladelse)
- Gældsrådgivning
  - Indskærpelse for overtrædelse af god skik for juridiske rådgivere

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

”Alka-dommen”

Højesterets dom af 25. september 2023 (UfR 2023.5589 H)

(Sagen ført af Forbrugerombudsmanden på vegne af Rigsadvokaten)

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

”Hvis du får en skade, sætter vi ikke prisen op”

”Hos Alka synes vi, at forsikring skal være enkelt. Det gælder også vores bilforsikring. **Hvis du får en skade, sætter vi ikke prisen op.** Til gengæld stiller vi en lånebil til rådighed, så du er hurtigt videre. Det synes vi er det mest enkle. Få et pristjek på 70 12 14 16.”



FORBRUGEROMBUDSMANDEN



Højesteret: ”Vildledende”

”Ts reklameudsagn er **egnet til at give gennemsnitsforbrugeren indtryk af, at en skade ville være prisneutral for kunden**, og at T dermed bl.a. ikke ville have mulighed for at forhøje præmien i tilfælde af en skade. Imidlertid havde T ifølge forsikringsvilkårene mulighed for at sætte præmien op efter en skade, og Højesteret finder derfor, at **udsagnet i Ts reklamefilm om, at prisen ikke sættes op, hvis kunden får en skade, var vildledende**, jf. markedsføringslovens § 5, stk. 1. Hertil kommer, at en skade ifølge forsikringsvilkårene i visse tilfælde ville medføre udsættelse af præmienedsættelse og forhøjelse af forsikringens selvrisiko. Højesteret finder, at reklamen i den foreliggende sammenhæng også for så vidt angår disse forhold er vildledende, og at der er tale om udeladelser af væsentlige oplysninger efter markedsføringslovens § 6, stk. 1.

Det er efter det, der er anført ovenfor, **uden betydning**, om T efterfølgende undlod at bruge sin mulighed i forsikringsvilkårene for at forhøje prisen eller selvrisikoen efter en skade eller udsætte den årlige præmienedsættelse.”

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Ensidige aftaleændringer

("prisændringsklausuler" mv.)

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Aftalers bindende karakter

Aftalelovens § 1:

*"§ 1. **Tilbud** og **svar på tilbud** er **bindende** for afgiveren.* […]"

Christian den femtes Danske Lov (1683) 5-1-1 og 5-1-2:

"**1.** Een hver er pligtig at efterkomme hvis hand med Mund, Haand og Segl, lovet og indgaaet haver.

2. Alle Contracter, som frivilligen giøris af dennem, der ere Myndige, og komne til deris Lavalder, være sig Kiøb, Sal, Gave, Mageskifte, Pant, Laan, Leje, Forpligter, Forløfter og andet, ved hvad Navn det nævnis kand, som ikke er imod Loven, eller Ærbarhed, skulle holdis i alle deris Ord og Puncter, saa som de indgangne ere."

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Ændring af løbende kontraktsforhold

Udgangspunktet:

- En aftale om et **løbende kontraktsforhold** er lige så bindende som en aftale om et enkeltstående køb, jf. AFTL § 1.
- Udgangspunktet er derfor: Ønsker en part at komme ud af et løbende kontraktsforhold, må han/hun **opsige** kontrakten (hvis der er opsigelsesadgang), eller også må han/hun foreslå sin aftalepart, at de sammen ændrer aftalen. Og hvis aftaleparten afviser at ændre aftalen, må han/hun **opfylde kontrakten** efter dens indhold.

Men udgangspunktet kan fraviges:

- Det ses ofte, at aftaler om løbende kontraktsforhold indeholder **ensidige ændringsvilkår**, dvs. vilkår om, at den ene part kan ændre aftalen.
- Dog strenge betingelser for, at sådanne ensidige ændringsvilkår er gyldige og for at der er varslet korrekt.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

”Tryg-dommen” (NB: Anket)

Sø- og Handelsrettens dom af 5. april 2024 i

Forbrugerombudsmanden
mod
Tryg Forsikring A/S

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Ensidigt ændringsvilkår

”Vi varsler **væsentlige ændringer af betingelserne og/eller prisen** senest 30 dage før forsikringsperioden udløber. Når du betaler for forsikringen for en ny periode, accepterer du samtidig ændringerne, og forsikringen fortsætter med de ændrede betingelser og/eller pris.”

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Sø- og Handelsretten: "Ugyldigt vilkår"

"En formulering som i det omtvistede aftalevilkår er **et uigennemsigtigt, bredt, ensidigt og arbitrært redskab for Tryg** i fortolkningen af, hvad der er væsentligt for at gennemføre en ændring uden varsel. **Desuden vil et sådant vilkår kunne medføre betydelige uvarslede forhøjelser set over flere år**. Dette er efter rettens opfattelse i strid med aftalelovens § 38 c, stk. 1, jf. § 36, stk. 1. Vilkåret har ikke været genstand for individuel forhandling og skal derfor **tilsidesættes i sin helhed**, jf. § 38 c, stk. 2. Vilkåret vil således medføre en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren."

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

”Jyske Bank-sagen” (negative renter m.m.)

Forbrugerombudsmanden
mod
Jyske Bank A/S

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

”Renten er variabel”

Forbrugerombudsmanden vil have afklaret, om vilkåret **”renten er variabel”** giver Jyske Bank ret til **ensidigt** at indføre og opkræve negative renter af forbrugernes indlån på en række konti med binding

Sagen drejer sig også om, hvorvidt de særlige regler om de to helt basale kontoformer - basale betalingskonti og indlånskonti – er til hinder for, at der kan opkræves negative renter på disse

» Lov om basal betalingskonto: ”… vederlagsfrit eller mod betaling af et **rimeligt gebyr**”

» Basal indlånskonto: ”… vederlagsfrit eller mod et **gebyr, der højest må udgøre 180 kr.** om året [2024-niveau: 214 kr.]”

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Sø- og Handelsretten i U 2000.2064 SH (Jysk)

”Markedsføringslovens § 22, stk. 6, jf. stk. 3, fastsætter sammenholdt med § 2, stk. 1, straf af bøde for den, der anvender urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke bl.a. efterspørgsel efter varer. Denne lovovertrædelse **må anses fuldbyrdet ved selve udsendelsen af tv-reklamen**, der indeholder sådanne angivelser, og der stilles ikke krav om, at reklamen faktisk har påvirket efterspørgslen, idet lovgiver ved at anvende udtrykket »som er egnet til« har **fremrykket fuldbyrdelsesmomentet** til selve markedsføringen med den angivelse, der er urigtig, vildledende eller urimeligt mangelfuld.”



FORBRUGEROMBUDSMANDEN


Totalkredit tiltalt for vildledende reklame

Anklagemyndigheden ved Københavns Politi har rejst tiltale mod kreditforeningen Totalkredit for vildledende reklame, oplyser Forbrugerombudsmanden.

totalkredit

U 2018.2545 Ø (Totalkredit)

Vedr. skyldsspørgsmålet (byretten):

”Som følge heraf finder retten det godtgjort, at T **ved i sine produktark at beskrive ydelsen som kendt i hele lånets løbetid uden at anføre, at ydelsen kunne ændre sig som følge af bidragsstigninger**, har vildledt en gennemsnitsforbruger til at tro, at ydelsen ikke kunne ændre sig i lånets løbetid, så længe renten var fast. T har dermed anvendt urigtige angivelser ved at angive, at ydelsen var kendt i hele lånets løbetid samt udeladt væsentlige informationer om, at selv om renten var fast, så kunne bidragssatsen ændre sig og dermed den samlede ydelse. T findes derfor skyldig i overtrædelse af første led af markedsføringslovens § 3, stk. 1.”

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

FO-17/12314 (forhåndsbesked vedr. kviklån)



Hvis jeres klient lovligt skal markedsføre sig med udsagnet "maksimal ÅOP på 99 %", må jeres klient i sine aftalevilkår ikke betinge sig en kontraktlig ret til at opkræve mere end 99 % i ÅOP. Hvis jeres klient efter aftalevilkårene kan kræve mere end 99 % i ÅOP, vil ÅOP ikke maksimalt være 99 %.

I har i jeres anmodning om forhåndsbesked oplyst, at jeres klients låneprodukt har en ÅOP på ca. 700 %. Jeres klient vil derfor ikke lovligt kunne markedsføre sig med udsagnet "maksimal ÅOP på 99 %", da en sådan markedsføring vil være en overtrædelse af vildledningsforbuddet i markedsføringslovens §§ 5 og 6.

Det kan ikke ændre herpå, at jeres klient eventuelt agter at eftergive kreditomkostninger, der måtte overstige, hvad der svarer til en ÅOP på 99 %. Ved finansielle produkter, såsom en kreditaftale, udgøres produktets egenskaber af aftalens vilkår, dvs. lånebetingelserne. Hvis disse ikke giver forbrugeren et kontraktligt krav på højst at blive opkrævet, hvad der svarer til 99 % i ÅOP, vil det være i strid med markedsføringsloven at markedsføre sig med et udsagn om "maksimal ÅOP på 99 %", eftersom det ikke stemmer overens med kreditaftalens vilkår.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

FO-18/05015 (Indskærpelse over for teleselskab)



Brugen af udsagnet "for altid"

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at jeres markedsføring med brugen af udsagnet "for altid" gav gennemsnitsforbrugeren det indtryk, at denne ved at tegne et abonnement på mobiltelefoni hos jer ville få sikkerhed for, at prisen på abonnementet pr. md. ikke ville stige.

Denne markedsføringsform er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse vildledende, jf. markedsføringslovens § 5, stk. 1, sammenholdt med § 8, hvis det samtidig fremgår af virksomhedens aftalevilkår, at I har mulighed for at ændre aftalen, herunder prisen.

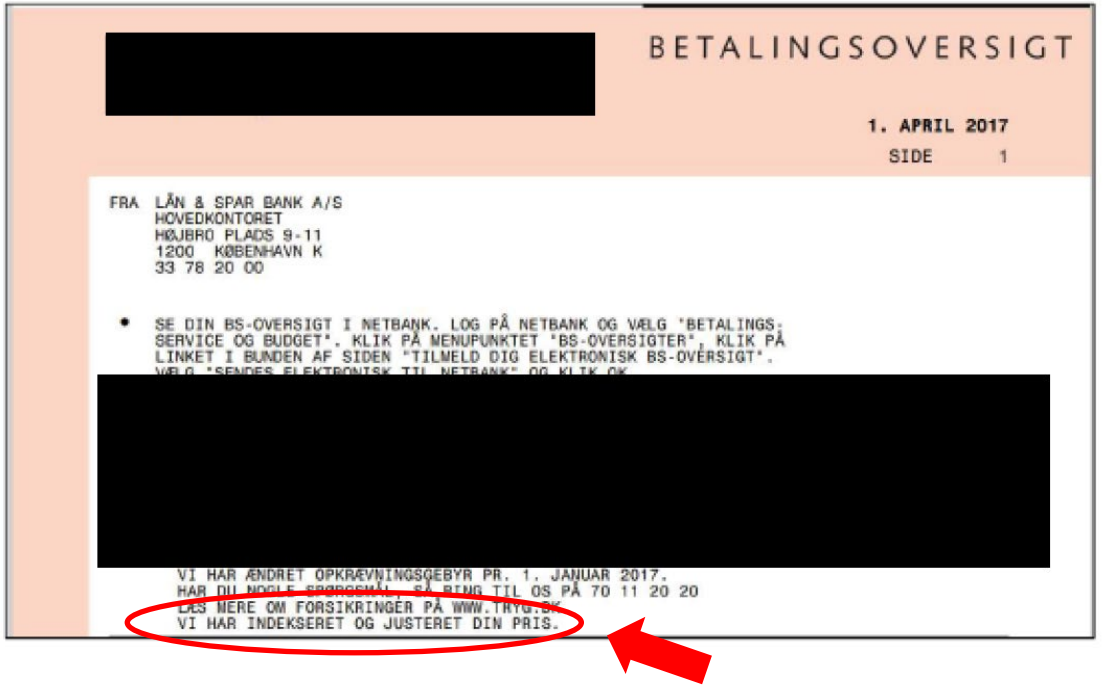
Forbrugerombudsmanden har imidlertid ikke taget denne del af sagen op, da forholdet er forældet, jf. straffelovens § 93, stk. 1.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Ugyldigt ændringsvilkår og utilstrækkelig varsling

Sø- og Handelsrettens dom af 5/4-2024 (Sagen rejst og ført af Forbrugerombudsmanden)

”Vi varsler **væsentlige ændringer af betingelserne og/eller prisen** senest 30 dage før forsikringsperioden udløber. Når du betaler for forsikringen for en ny periode, accepterer du samtidig ændringerne, og forsikringen fortsætter med de ændrede betingelser og/eller pris.”



[redacted]

BETALINGSOVERSIGT

1. APRIL 2017

SIDE 1

FRA LÅN & SPAR BANK A/S
HOVEDKONTORET
HØJBRO PLADS 9-11
1200 KØBENHAVN K
33 78 20 00

• SE DIN BS-OVERSIGT I NETBANK. LOG PÅ NETBANK OG VÆLG "BETALINGS-SERVICE OG BUDGET". KLIK PÅ MENUPUNKTET "BS-OVERSIGTER". KLIK PÅ LINKET I BUNDEN AF SIDEN "TILMELD DIG ELEKTRONISK BS-OVERSIGT". VÆLG "SENDES ELEKTRONISK TIL NETBANK" OG KLIK OK

[redacted]

VI HAR ÆNDRET OPKRÆVNINGSGEBYR PR. 1. JANUAR 2017.
HAR DU NOGLE SPØRGSMÅL, SÅ RING TIL OS PÅ 70 11 20 20
LÆS MERE OM FORSIKRINGER PÅ WWW.TRYG.DK
VI HAR INDEKSERET OG JUSTERET DIN PRIS.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Kontantreglen

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Kontantreglen





- Betalingslovens § 81
  - En betalingsmodtager er forpligtet til at modtage betaling med kontanter i tidsrummet fra kl. 06.00 til kl. 22.00, hvis denne modtager betalingsinstrumenter omfattet af denne lov, jf. dog § 5 i hvidvaskloven og stk. 2-6.
- Formålet med reglen
  - *"Reglen indeholder et **forbud mod diskrimination af kontantkunder** til fordel for kortindehavere, således at en betalingsmodtager ikke blot på grund af betalingsmåden (kort/kontant) kan nægte at indgå en forpligtelse til at (ud)levere varer/tjenesteydelser.", jf.* Betænkning af 15. maj 1984, FT 1983/84, 2. samling, tillæg B, sp. 896.

Kontantreglen

» Undtagelser

- » Stk. 1, 2. pkt.: Kontantbetalinger, der overstiger købesummen med mere end 750 kr.
  - » Indført efter Nationalbankens indkaldelse af 1000-kronesedlen. Ophæves den 1. juni 2025.
- » Stk. 2: Fjernsalg og selvbetjeningsmiljøler
  - » Fx betalinger på webshops og ved ubemandede tankstationer.
- » Stk. 3: Røveriudsatte områder
  - » Erhvervsministeriet udpeger de områder i Danmark, hvor modtagelse af kontanter medfører en forhøjet risiko for røverier.
- » Stk. 4: Betalinger mellem erhvervsdrivende
  - » Kontantreglen kan fraviges ved aftale i erhvervsmæssige forhold.
- » Stk. 5: Midlertidige arrangementer
  - » Gælder for betalingsmodtagere, der indgår i festivaler, byfester og andre lignende arrangementer af midlertidig karakter.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Prismarkedsføring

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Markedsføringslovens vildledningsforbud

» **§ 5** En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren

» **Stk. 2**.Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:

» (…)

» 5) **prisen, den måde, prisen beregnes på, eller en særlig prismæssig fordel**

» (…)

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Markedsføringslovens vildledningsforbud

- **§ 6** En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde
- **Stk. 2** Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:
- (…)
- 5) **Prisen inkl. moms og afgifter**
- 6) Yderligere **omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto**, i det omfang sådanne omkostninger pålægges
- (…)
- **Stk. 3** Når produktets art medfører, at **prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd**, skal den erhvervsdrivende oplyse, hvordan prisen beregnes. Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at disse omkostninger kan forekomme

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Prismærkningsbekendtgørelsens § 9 a

- **Enhver** meddelelse om prisnedsættelser med **sammenligning med egen tidligere pris** skal angive varens normalpris. Som normalpris anses den **laveste pris**, som den erhvervsdrivende har anvendt for varen i en periode på **mindst 30 dage forud** for prisnedsættelsen.
- Stk. 2 For varer, som må antages at blive **forringet eller forældet hurtigt**, anses som normalpris, den laveste pris, som den erhvervsdrivende har anvendt for varen i en periode på mindst **14 dage** forud for prisnedsættelsen.
- Stk. 3 I tilfælde, hvor prisnedsættelsen i en **sammenhængende markedsføringskampagne** øges progressivt, anses normalprisen som den pris, der gjaldt før den første prisnedsættelse.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Praksis

”Bøde på 200.000 kroner for at få to tilbud til at fremstå mere fordelagtige end de reelt var”

”Delebilsplatform betalte bøde på 150.000 kroner for at have vildledt om udlejningspriser på biler”

”Markedsføringen af et restparti af høretelefoner var vildledende, fordi markedsføringen fremstod som et ”her og nu”-tilbud”

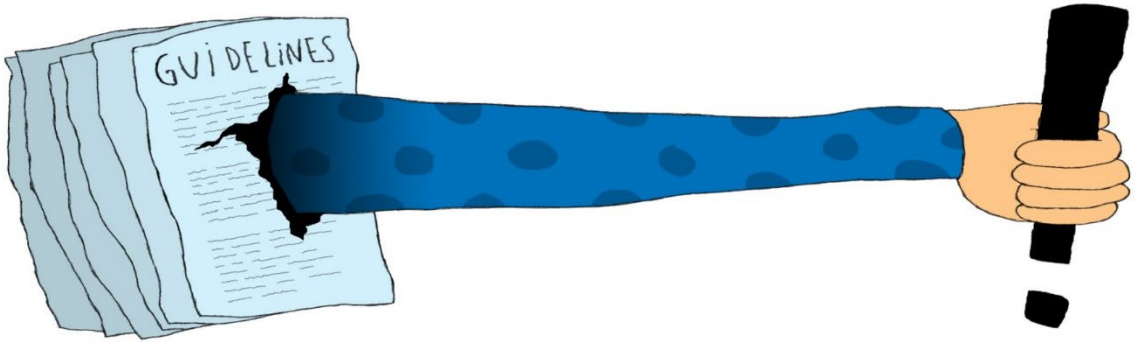
FORBRUGEROMBUDSMANDEN

God markedsføringsskik

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

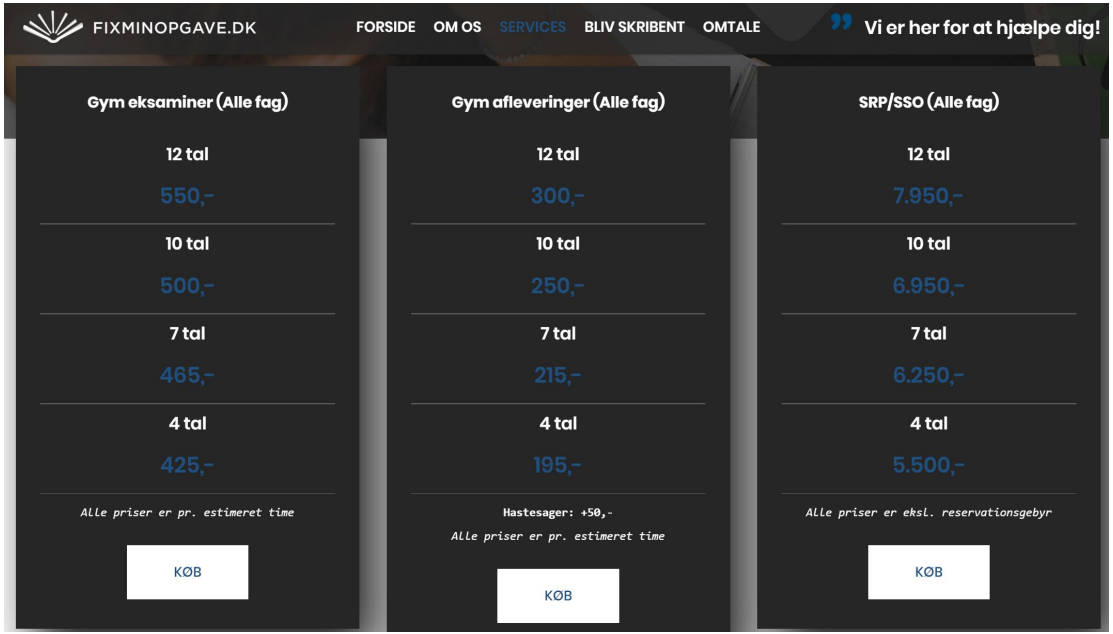
Markedsføringlovens § 3, stk. 1

Erhvervsdrivende skal udvise ***god markedsføringsskik*** *under hensyntagen til forbrugere, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser*



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

FixMinOpgave



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Brug af Kongehuset







FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Danske spils kampagne



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Reklame for herreunderbukser









FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Børn og unge

Influenter

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Handelspraksis

”En handling, udeladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne.”, jf. markedsføringslovens § 2, nr. 4

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

- **Forbud mod at afbillede eller beskrive farlige situationer eller situationer, der tilsidesætter almindelig sikkerhed**
- **pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse**



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

- **Forbud mod at omtale, vise billeder af eller henvise til alkohol**
- **Aldersfilter**





...men gælder kun

» hvis man er erhvervsdrivende og

» retter sig mod børn og unge

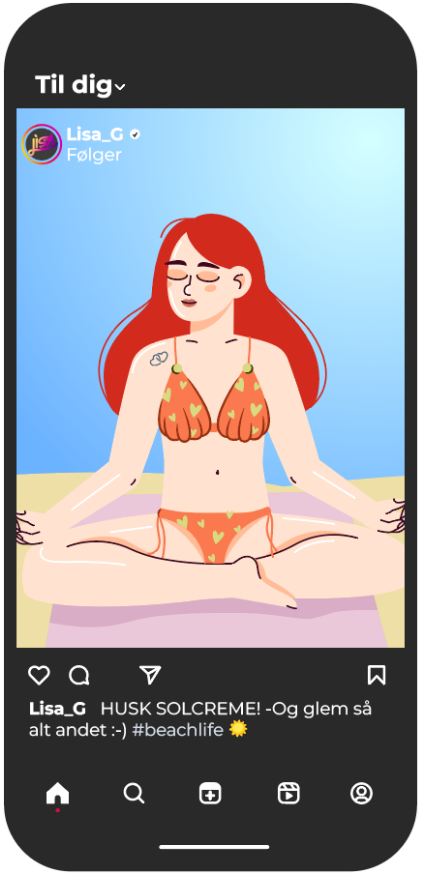
FORBRUGEROMBUDSMANDEN

- Forbud mod at omtale, vise billeder af eller henvise til **tatoveringer** og **andre uegnede produkter**
- **Aldersfilter**



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

- **Fremhæve**
- **Omtale**



FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Markedsføringsretten i fremtiden – udviklingstrends:

Digitalisering, herunder AI

Asymmetri i vidensniveau

Internationalisering

Øget behov for grænseoverskridende håndhævelse

Stigende fokus på sårbare forbrugere, usunde fødevarer mv.

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Tak for opmærksomheden

Torben Jensen