

BEK nr 1085 af 14/09/2007 Gældende

Offentliggørelsesdato: 25-09-2007

Ministeriet for Familie- og Forbrugeranliggender

Accession

B20070108505

Entydig dokumentidentifikation

BG000746

Dato for førstegangsinlæggelse

25-09-2007

Dato for indlæggelse

25-09-2007

Dokumenttype

BEK H

Dokumentets rangering

B

Status (Gældende/Historisk)

Gældende

Forskriftens nummer

1085

År for udstedelse

2007

Dato for underskrift

14-09-2007

Offentliggørelsesdato

25-09-2007

Offentliggjort i (publiceringsmedie)

Lovtidende A

Forskriftens titel

Bekendtgørelse om urimelig markedsføring i forbrugerforhold

Ressortministerium

Ministeriet for Familie- og Forbrugeranliggender

Administrerende myndighed

Forbrugerstyrelsen

Ressortministeriets journalnummer

Familie- og Forbrugermin., Forbrugerstyrelsen, j.nr. 2007-101/1-1000

Oversigt (indholdsfortegnelse)

Bilag

Den fulde tekst

Bekendtgørelse om urimelig markedsføring i forbrugerforhold ¹⁾

I medfør af § 3, stk. 4, og § 30, stk. 5, i lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring, som senest ændret ved lov nr. 1547 af 20. december 2006, § 4 i lov nr. 181 af 28. februar 2007 og § 1 i bekendtgørelse nr. 889 af 26. oktober 1994 om henlæggelse af visse beføjelser til Forbrugerstyrelsen, fastsættes følgende:

§ 1. Denne bekendtgørelse finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed samt på offentlig virksomhed i det omfang, der udbydes varer og tjenesteydelser på markedet.

Stk. 2. Bekendtgørelsen finder dog ikke anvendelse på finansielle virksomheder i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler på det pågældende område.

§ 2. De former for markedsføring, der er opregnet i bilaget til denne bekendtgørelse, anses under alle omstændigheder for at være urimelige i forbrugerforhold.

§ 3. Markedsføring, der jf. § 2 anses for urimelig i forbrugerforhold, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

§ 4. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. december 2007.

Forbrugerstyrelsen, den 14. september 2007

Louise Holck

/ John Roy Vesterholm

Bilag

Former for markedsføring, som under alle omstændigheder anses for urimelige

Vildledende markedsføring

- 1) Den erhvervsdrivende hævder at have underskrevet et adfærdskodeks, selv om det ikke er tilfældet.
- 2) Den erhvervsdrivende fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse.
- 3) Den erhvervsdrivende hævder, at et adfærdskodeks er godkendt af en offentlig myndighed eller anden myndighed, selv om det ikke er tilfældet.
- 4) Den erhvervsdrivende hævder, at en erhvervsdrivende (herunder dennes handelspraksis) eller et produkt er blevet godkendt eller tilladt af en offentlig eller privat instans, selv om det ikke er tilfældet, eller fremsætter en sådan påstand uden at opfylde betingelserne for godkendelse eller tilladelse.
- 5) Den erhvervsdrivende opfordrer til at købe produkter til en bestemt pris uden at gøre opmærksom på, at der kan være rimelige grunde til at antage, at han ikke vil være i stand til at levere eller få en anden erhvervsdrivende til at levere de pågældende eller tilsvarende produkter til den pågældende pris inden for en periode og i en mængde, som er rimelig i forhold til produktet, omfanget af den reklame, der er gjort for produktet, og den opgivne pris (bait advertising).
- 6) Den erhvervsdrivende opfordrer til køb af produkter til en bestemt pris, men
 - a) nægter at vise det averterede produkt for forbrugerne, eller
 - b) nægter at tage imod bestilling af det eller levere det inden for et rimeligt tidsrum, eller
 - c) fremviser en defekt udgave af det, fordi han agter at promovere et andet produkt (bait and switch).

- 7) Det angives i modstrid med sandheden, at produktet kun vil være tilgængeligt i meget begrænset tid, eller at det kun vil være tilgængeligt på visse betingelser i meget begrænset tid, for at fremkalde en umiddelbar afgørelse og fratage forbrugerne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning.
- 8) Den erhvervsdrivende påtager sig at yde eftersalgsservice til en forbruger, med hvem han har kommunikeret forud for transaktionen på et sprog, som ikke er et officielt sprog i den medlemsstat, hvor den erhvervsdrivende er etableret, men yder kun en sådan service på et andet sprog uden tydeligt at have tilkendegivet dette over for forbrugeren, før denne forpligtede sig i forhold til transaktionen.
- 9) Det angives, eller der gives på anden måde indtryk af, at et produkt kan sælges lovligt, selv om dette ikke er tilfældet.
- 10) Rettigheder, som forbrugeren har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud.
- 11) Der anvendes redaktionelt indhold i medierne til at promovere produktet, hvor en erhvervsdrivende har betalt for en sådan reklame, uden at dette fremgår tydeligt af indholdet eller af billeder eller lyd, som tydeligt kan identificeres af forbrugeren. (Advertorial). Dette berører ikke direktiv 89/552/EØF ¹⁾.
- 12) Der fremsættes en faktisk ukorrekt påstand vedrørende arten og omfanget af risikoen for forbrugers eller dennes families personlige sikkerhed, hvis forbrugeren ikke køber produktet.
- 13) Der promoveres et produkt, der ligner et andet produkt fremstillet af en bestemt producent, på en sådan måde, at forbrugeren med overlæg forledes til at tro, at produktet er fremstillet af samme producent, uden at dette er tilfældet.
- 14) Etablering, drift eller promovning af en salgsfremmende pyramideordning, hvor forbrugeren erklærer et vederlag og til gengæld stilles kompensation i udsigt, som hovedsageligt er afhængig af, om han har introduceret andre for ordningen og i mindre grad af salg eller forbrug af produkter, medmindre forholdet er omfattet af § 5a i lovebekendtgørelse nr. 555 af 6. juni 2006 om offentlige indsamlinger og pyramidespil.
- 15) Det hævdes, at lukning af den erhvervsdrivendes virksomhed eller flytning til andre lokaler er forestående, selv om det ikke er tilfældet.
- 16) Det hævdes, at produkter kan gøre det lettere at vinde i hasardspil.
- 17) Det hævdes i modstrid med sandheden, at et produkt kan helbrede sygdomme, funktionsforstyrrelser eller misdannelser.
- 18) Der gives faktisk ukorrekte oplysninger om markedsvilkår eller om muligheden for at finde produktet med henblik på at få forbrugeren til at erhverve produktet på ringere vilkår end de normale markedsvilkår.
- 19) Det hævdes som led i handelspraksis, at der afholdes en konkurrence eller et salgsfremstød med præmier, men uden de omtalte præmier eller andre rimelige tilsvarende uddeles.
- 20) Et produkt omtales som "gratis", "vederlagsfrit", "uden betaling" eller lignende, selv om forbrugeren skal betale andet end de uundgåelige udgifter, der er forbundet med at reagere på den pågældende handelspraksis, samt afhentning eller betaling for levering af produktet.
- 21) I markedsføringsmaterialet indgår en faktura eller et lignende dokument, der opfordrer til betaling, og som giver forbrugeren indtryk af, at han allerede har bestilt det produkt, der markedsføres, selv om det ikke er tilfældet.
- 22) Den erhvervsdrivende, i modstrid med sandheden, hævder eller giver indtryk af, at han ikke handler som led i sit erhverv, sin forretning, sit håndværk eller sin profession, eller han, i modstrid med sandheden, udgiver sig for at være forbruger.
- 23) Der skabes det fejlagtige indtryk, at eftersalgsservicen i forbindelse med produktet er tilgængelig i en anden medlemsstat end den, hvor produktet sælges.

Aggressiv markedsføring

- 24) Forbrugeren bringes til at tro, at han ikke kan forlade lokalerne, før en kontrakt er indgået.
- 25) Der aflægges personlige besøg, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 6, på forbrugers bopæl, uden at forbrugers ønske om, at den erhvervsdrivende skal forlade stedet eller blive væk, respekteres, idet der dog gælder en undtagelse for besøg med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning.
- 26) Der foretages vedholdende og uønskede henvendelser pr. telefon, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 6, eller pr. telefaks, e-mail eller andre fjernkommunikationsmedier, idet der dog gælder en undtagelse for henvendelser med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning. .
- 27) Den erhvervsdrivende kræver, at en forbruger, som ønsker at anmelde en fordring i henhold til en forsikringspolice, skal fremlægge dokumenter, som ikke med rimelighed kan anses for at være relevante i forhold til fordringens gyldighed, eller han systematisk undlader at svare på korrespondance vedrørende sagen,

i den hensigt at afholde forbrugeren fra at udøve sine kontraktlige rettigheder.

- 28) En reklame opfordrer direkte børn til at købe eller til at overtale deres forældre eller andre voksne til at købe de produkter til dem, som reklamen vedrører. Denne bestemmelse berører ikke artikel 16 i direktiv 89/552/EØF om tv-radiospredningsvirksomhed.
- 29) Der afkræves omgående eller senere betaling for eller returnering eller oplagring af produkter, som den erhvervsdrivende har leveret, selv om forbrugeren ikke har anmodet herom, idet der dog gælder en undtagelse for erstatningsprodukter, der leveres i overensstemmelse med en fjernsalgsaftale vedrørende varer eller ikke-finansielle tjenesteydelser.
- 30) Det meddeles udtrykkeligt forbrugeren, at hvis han ikke køber produktet eller tjenesteydelsen, vil den erhvervsdrivendes job eller levebrød være truet.
- 31) Der skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at der enten – ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode,

eller

- at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.

Officielle noter

¹⁾ Bekendtgørelsen indeholder bestemmelser, som gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomhedernes urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004, (direktivet om urimelig handelspraksis), (EU-Tidende 2005, L 149, s. 22-39).

¹⁾ Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-radiovirksomhed (EFT L 298 af 17.10.1989, s. 23). Ændret ved Europa-Parlamentets direktiv 97/36/EF (EFT L 202 af 30.07.1997, s. 60).