



Forslaget til ny Markedsføringslov

set fra et forbrugersynspunkt

Jakob Steenstrup
Juridisk konsulent

Forbrugerrådet
Tænk

Hvem er jeg?



- Ansat i Forbrugerrådet (Tænk) siden 2007
- Cand.jur, 2010 (cookies og markedsføring)
Købelov, markedsføring, e-handel...
- Forbrugerklagenævnet, Alkoholreklamenævnet, Ankenævnet for feriehusudlejning, Tandskadeankenævnet...
- Markedsføringsudvalget 2015-2016

ias@fbr.dk

Hvad vil jeg tale om?

- Hvem er vi?
- Markedsføringsudvalget
- Overordnet syn på anbefalinger og lovudkast
- Konkrete problemstillinger i udkastet
 - Positive elementer for forbrugerne
 - Negative elementer for forbrugerne
- Konklusion – samlet set
- Spørgsmål?



Ældste forbrugerorganisation i Europa

- 1947:
Danske Husmødres Forbrugerråd
- 1960'erne:
Forbrugerrådet og Tænk
- 2007/2008:
Personlige medlemmer
- 2013:
Forbrugerrådet Tænk



Forbrugerrådet
Tænk

Det er os, der har holdningerne!

Privat

Forbrugerrådet
Tænk



En medlemsorganisation, der arbejder uafhængigt af offentlige myndigheder, erhvervsliv og politiske partier.

Varetager forbrugerinteresser gennem aktiv forbrugerpolitik.

Offentlig

Ministerier og styrelser, fx:



Konkurrence- og
Forbrugerstyrelsen

Finanstilsynet

...

Forbruger-
klagenævnet

Forbruger-
ombudsmanden

Forbrugerrådet
Tænk



Mission:

**Vi styrker
forbrugernes
handlekraft**

Vision:

**Et Danmark,
hvor alle
forbrugere
kan foretage
et trygt valg**

Rådsforsamling
Bestyrelse
Formand

Politisk ledelse

Direktion

Sekretariat

Lars Pram

Vagn Jelsø

Direktør

Vicedirektør

Kommunikation

Claus Dithmer

Magasiner
Presse
Brand
Web

**Ressourcer
& Service**

Peter Bro-Jørgensen

Økonomistyring
HR
IT
Intern service

**Medlemmer
& Rådgivning**

Jeanette Hartz

Medlemmer
Rådgivning
Forretningsudvikling

**Test
& Analyse**

Hanne Damsted Vilsbøll

Produkt- og servicetest
Analyse
Forbrugerrådet Tænk Kemi

**Politik
& Kampagner**

Vagn Jelsø

Politik
Kampagner

**Passager-
pulsen**

Lone Fruerskov

Forbrugerrådet Tænks
Passagerpuls
Transportpolitik

**Strategi
& Fundraising**

Mette Raun Fjordside

Strategi
Fundraising
Gældsprojekter
Fødevarepolitik

**Forbrugerrådet
Tænk**

Overordnet

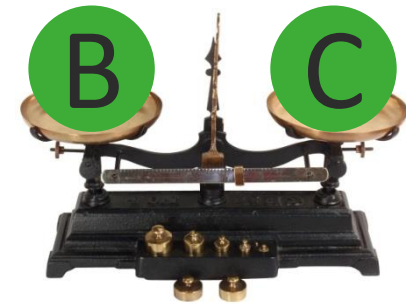
- Støtter (med væsentlige forbehold) en vedtagelse
- Ekspertudvalg... grænsende til lovkontor?
 - Struktur, teknik og præciseringer (med en vis fornuft)
 - Klarhed og logik (?)
 - Up-to-date (?)
 - Håndhævelse (?)
- Hvad med indhold og ambitioner?
 - "Overimplementering"
 - "Direktiv-konform" / "tekstnær"
 - Åbningsskrivelser og kommissorium (+ supplement)



Overordnet

Forbruger- og erhvervsinteresser (modsatninger?)

- Unødige byrder for erhvervslivet?
- Højt forbrugerbeskyttelsesniveau?
- Aktive forbrugere og økonomisk performance, 2011:



"Danmarks Statistik (2009) viser, at ca. hver fjerde af de, der ikke handler på nettet, fravælger internetkøb på grund af bekymring for sikkerhed ved betaling eller bekymring for at give personoplysninger over internettet. Derudover angiver hele 41 %, at de ikke e-handler, fordi de ønsker at handle personligt, hvilket både kan være et udtryk for at de ikke får den samme kontakt og vejledning på internettet, som de kan få ved direkte handel, men også kan skyldes mistillid til den konkrete e-handelspartner specifikt eller til e-handel generelt."

- Shitstorms, brugeranmeldelser, klager... er det "trygt" at handle?

SPAM – B2C

Forbudt... men:

- Stk. 2. Uanset stk. 1 kan en erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af en vare eller en tjenesteydelse, markedsføre **egne tilsvarende produkter** eller tjenesteydelser til kunden via elektronisk post. Dette forudsætter dog, at kunden har mulighed for let og gebyrfrit at **frabede** sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved efterfølgende henvendelser.
- "Bildæk eksemplet" – er det ikke mere relevant?
 - Jo, men det drejer sig om "opt out" contra "opt in"
- "EU-konformt" at udvide fortolkningen?
 - Holland og (måske) UK. Sverige, Norge, Tyskland ...?



SPAM – B2C

- *"Den erhvervsdrivende skal, senest på tidspunktet for den erhvervsdrivendes registrering af adressen, specificere over for modtageren, hvad der forstås ved egne tilsvarende produkter. I modsat fald skal begrebet egne tilsvarende produkter fortolkes snævert. Det er en konkret vurdering hvad der skal forstås ved egne tilsvarende produkter. Det afgørende er de forventninger, den erhvervsdrivende har skabt hos forbrugeren i forbindelse med afgivelsen af adressen. Det er ikke afgørende hvad den erhvervsdrivende selv forstår ved begrebet."*
- *Har sidste sætning et reelt indhold?*



SPAM – B2B (og så alligevel C)

Forbudt... men:

- Stk. 3. En erhvervsdrivende kan, uanset stk. 1 og stk. 2 rette henvendelse til en **bestemt person** hos en **anden erhvervsdrivende** ved brug af elektronisk post med henblik på direkte markedsføring af egne produkter, når der er et **kundeforhold** mellem de to erhvervsdrivende. Tilsvarende gælder, når afsenderen har fået modtagerens elektroniske adresse direkte fra modtageren i forbindelse med **erhvervsmæssig kontakt** mellem de to personer. Der må dog kun sendes markedsføring, som har **relevans** for den pågældende modtagers arbejdsfunktion, og den erhvervsdrivende skal give modtageren klar og utvetydig mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig yderligere elektronisk markedsføring ved hver henvendelse.
- Entydigt, eller gråzoner?
- Håndhævelse?
- "EU-konformt"?



©PNTS

SPAM – samlet set

- Stigning i antal klager... og det fortsætter!
- Er det nu vi skal lempe på reglerne?
- Proportionelt / "nødvendigt"?
- Hvad med et "rigtigt" samtykke?
- *"Hvis et samtykke indhentes i forbindelse med f.eks. en konkurrence eller en spørgeskemaundersøgelse, skal det være klart for forbrugerne, at der samtidig med deltagelsen i konkurrencen m.v. gives samtykke til at modtage markedsføring"*



Væsentlig forvridning

- § 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.
- § 7. En erhvervsdrivende må i sin handelspraksis ikke benytte chikane, ulovlig tvang, vold, eller utilbørlig påvirkning, der er egnet til væsentligt at indskrænke forbrugerens valgfrihed i forbindelse med et produkt.
- § 8. Det er en betingelse for at der er handlet i strid med §§ 4 - 7, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren, eller hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.
- §2, stk. 1, nr. 6. Væsentlig forvridning af forbrugernes økonomiske adfærd: Anvendelse af en handelspraksis, som mærkbart indskrænker forbrugerens evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som vedkommende ellers ikke ville have truffet
- §3, stk. 2 (nuværende): Markedsføring som i sit indhold, sin form eller den anvendte fremgangsmåde er vildledende, aggressiv eller udsætter forbrugerne eller erhvervsdrivende for en utilbørlig påvirkning, og som er egnet til mærkbart at forvride disses økonomiske adfærd, er ikke tilladt.
- Almindelig obligationsret, købelov, garantier osv.



Skjult reklame

- § 6, stk. 4. En erhvervsdrivende skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 8 finder tilsvarende anvendelse.
- § 4 (nuværende). En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset, i hvilket medium den bringes.
- Også "imagemarkedsføring" (præcisering)
- Ikke aftalekrav (præcisering?)

[illegible]

Oplysningsforpligtelser

- Ikke (længere) direkte krav til prisoplysninger i selve loven
 - Hæmmende for prisgennemsigtighed og konkurrence
- Kreditkøb, skiltningsbekendtgørelse m.v.
 - Ringere muligheder for at sammenligne lån på tværs
- Positiv ændring af krav til specificeret regning (ikke længere forbeholdt "særlige situationer")



Salgsfremmende foranstaltninger

- Konkurrencer m.v.
 - Hvilke krav stilles?
 - Opmærksomhedspunkter?
- Bemærkninger ct. lovtekst
- Klarhed i loven
 - Hvor finder jeg svaret?



– Vi fører kun første classes varer.
– Nå – men hvorfor får jeg aldrig nogen af dem?

Organiseret rabat

- *§ 16. Erhvervsdrivende, som yder organiseret rabat i form af rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger eller organisationer eller til bestemte persongrupper vedrørende varer eller tjenesteydelser omfattet af § 13, stk. 2, skal ved tydelig skiltning ved samtlige indgangsdøre til forretningslokalet oplyse, hvilke grupper der modtager organiseret rabat, samt størrelsen heraf.*

Stk. 2. Den erhvervsdrivende skal efter anmodning forevise en liste over de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den organiserede rabat, samt over rabattens størrelse.

Stk. 3. Ved fjernsalg skal de i stk. 1 nævnte oplysninger gives i forbindelse med prisoplysning, mens de i stk. 2 nævnte oplysninger skal gives efter anmodning.

- Reguleret af vildledningsbestemmelserne?



Garantier

- *Nu: Over for forbrugere må erklæring om ydelse af garanti el.lign. kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen...*
- *Allerede no go: "Rettigheder, som forbrugeren har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud"... men heller ikke det samme!*
- *Lempelse af sprogkrav (markedsføring er afgørende)*
- *Typisk henvendelse "Forhandleren siger, at der ikke er noget at gøre, da producentens garanti ikke dækker..."*



Vejledningspligt

- § 7. 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.
- Ikke (100%) sammenfaldende med civilretlige regler...





- Lempelser af SPAM bestemmelser
- Lempelser af prisoplysningskrav
- Ophævelser af en række væsentlige bestemmelser
- Uhensigtsmæssige og unødvendige tilføjelser



- Overordnet struktur
- Klarhed i loven (visse steder)
- Præciseringer omkring skjult reklame og samtykker
- Faktureringsforpligtelser
- Håndhævelse

Konklusion – samlet set





Tak for
opmærksomheden

jas@fbr.dk

Forbrugerrådet
Tænk