

# Praksis fra Forbrugerombudsmanden og kommende initiativer



# Status fra Forbrugerombudsmanden

---

- Situationen lige nu
- Tilgang til håndhævelse - vejledning og sanktioner
- Ny kommunikationsstrategi
- Årsberetning på vej
- Primære fokusområder i 2024



# Seneste praksis – skjulte abonnementer

## Skjulte abonnementer – UfR 2024.1114

---

- Højesteret, 7. december 2023:
  - Virksomhederne havde ikke overholdt deres forpligtelser til klart og tydeligt at angive, at forbrugeren ved købet af en vare blev pålagt en forpligtelse til at betale for et abonnement
  - Forbrugerne er ikke bundet af abonnementsaftalerne (FAFTL § 12, stk. 3)
  - Pålagt at orientere forbrugerne om, at de ikke var bundet af aftalerne.
  - Forbud mod at netbutikkerne opkræver betaling
  - Netbutikkerne skal tilbagebetale abonnementsbetalingerne, der er modtaget senere end tre år før sagernes anlæg

# Seneste praksis – spam

# Spam - samtykke skal være frivilligt

---

[Billede fjernet]

- Samtykket var ikke gyldigt
- Vildledende og utilbørlig fremgangsmåde

## Spam – samtykke skal let kunne trækkes tilbage

- Virksomhed henviste til log in på hjemmeside for at afmelde nyhedsbrev

[Billede fjernet]

- Var i praksis også muligt at afmelde ved udfylde formular, sende en e-mail eller ringe, men ingen af mulighederne gav mulighed for let at afmelde nyhedsbrevet
- Risiko for "chikaneafmelding" eller misforståelser ikke saglig grund. Desuden stiller mange andre virksomheder et afmeldingslink til rådighed
- I strid med markedsføringslovens § 10, stk. 1, 3. pkt.

# Seneste praksis – greenwashing



## Greenwashing-sager

---

- Fortsat fokus på information og håndhævelse
- Fire politianmeldelser i 2023 for virksomheders brug af udsagn om bæredygtighed, miljø og klima i markedsføringen
- Heraf er én sag afsluttet med en bøvedtagelse på 125.000 kr. (brændeovne)
- Indskærpede vildledningsforbuddet over for 35 virksomheder i 2023, 36 virksomheder orienteret om reglerne i 2023
- Kvikguiden om miljøudsagn er revideret – offentliggøres snart

# Fem udvalgte greenwashing-sager

---

[Billeder fjernet]

# Klimaudsagn baseret på klimakompensation

---

- Udsagn om fx "netto-nul udledning", "CO<sub>2</sub>-neutralitet" mv. skal kunne **dokumenteres**: Beregning af det samlede udslip af CO<sub>2</sub> fra produktet, aktiviteten eller virksomheden, der markedsføres, skal være **nul**
- Hvis en virksomhed siger, den kompenserer for CO<sub>2</sub>-udledning, så skal den kunne dokumentere det. Det er ikke nok at sandsynliggøre compensationen
- 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)

# Klimaudsagn baseret på klimakompensation

---

[Billede fjernet]

- Sag: Markedsføringen var egnet til at give forbrugerne det indtryk, at forbrugerne ved at tilvælge CO<sub>2</sub>-kompensation kan kompensere CO<sub>2</sub>-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

# Fælles nordisk holdning fra 18. april 2024

- Fælles nordisk holdning om klimaudsagn baseret på klimakompensation
- "Arla-sagen" fra Sverige – vanskeligt at dokumentere udsagn om klimakompensation
  - Patent- og 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
- Anbefaling: Hvis en virksomhed fx støtter et skovprojekt, så skriv dét i markedsføringen – men uden at love forbrugerne, at CO<sub>2</sub>-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

## Klimakontrolleret gris

---

- Forbrugerombudsmanden anmodede den 5. april 2024 Højesteret om at indtræde i sagen til støtte for Klimabevægelsen i Danmark og Dansk Vegetarisk Forening
- Efter vores opfattelse var Landsrettens afgørelse lidt uklar i forhold til vores praksis på området og kan tolkes som en lempelse af de krav, der er til dokumentationen for et klimaudsagn
- Efter vores opfattelse skal der mere dokumentation til at sige, at "Dansk gris er mere klimavenlig, end du tror"

[Billede fjernet]

# Seneste praksis – finansielle sager

# **“Alka-dommen”**

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



# “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.”

[Billede fjernet]

# Højesterets præmisser

---

- "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."
- Bøde på 16,9 mio.

# “Resurs Bank-sagen”

Østre Landsrets dom af 22. marts 2024 (anket til Højesteret for så vidt angår Forbrugerombudsmandens påstande)

# Finanstilsynets påbud om kreditværdigheds-vurderingspligten i vidt omfang opretholdt

Finanstilsynets påbud til Resurs Bank:

- 1) at beregne låntagers rådighedsbeløb for alle lån [opretholdt]
- 2) at foretage vurderingen af låntagers kreditværdighed på baggrund af fyldestgørende oplysninger, **hvilket indebærer, at Resurs Bank indhenter dokumenterede oplysninger om låntagers faktiske indtægter og faktiske udgifter** [2. led tilsidesat]
- 3) at beregne låntagers udgifter til det ansøgte lån på baggrund af scenariet med den højeste ydelse i de tilfælde, hvor låntager først vælger en afbetalingsordning og dermed den månedlige ydelse efter kreditaftalen er indgået [opretholdt]
- 4) at foretage en individuel vurdering i alle tilfælde af, om låntagers rådighedsbeløb er tilstrækkeligt til, at låntager kan servicere lånet [opretholdt]

# Forbrugerombudsmandens påstande [NB anket]

---

Forbrugerombudsmandens påstande:

- 1) Resurs Banks långivning til forbrugeren var sket i strid med kreditværdighedsvurderingspligten [afvist]
- 2) Resurs Banks indgåelse af kreditaftalen udgjorde en overtrædelse af god skik for finansielle virksomheder [afvist]
- 3) **aftalen var urimelig skulle derfor tilsidesættes som ugyldig** [frifindelse med henvisning til, at Forbrugerombudsmanden ikke havde løftet bevisbyrden for, at der forelå en grov tilsidesættelse af pligten til at foretage kreditværdighedsvurdering]

# “Tryg-sagen”

Sø- og Handelsrettens dom af 5. april 2024 (anket af Tryg)

# Tryg Forsikrings prisændringsvilkår fundet urimelige

Sø- og Handelsretten:

“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. [...]

Tryg [har] udvist en **adfærd i strid med redelig forretningsskik og god praksis** som anført i lov om finansiel virksomhed § 43, stk. 1 og stk. 2, jf. god skik-bekendtgørelsens § 19, stk. 1 (tidligere § 34). [...]

Der er tale om **klart retsstridige opkrævninger**, og forbrugerne har **krav på tilbagebetaling** af de uretmæssigt opkrævede beløb, medmindre kravene er ophørt.”

# Tak for opmærksomheden

Torben Jensen & Karen Søndergaard