

Markedsføring og mobil e-handel

IT Universitetet, 22. marts 2005

Jan Trzaskowski
Copenhagen Business School

Markedsføringsloven

Formål

Beskytte mod illoyal konkurrence

Konkurrencehensyn, forbrugerbeskyttelse og
overordnede samfundsinteresser

Anvendelsesområdet

Privat virksomhed og lign. off. virksomhed

Fagforeninger (faglige aktioner / kommercielle akt.)

Dansk Handicap Forbund (ikke erhvervsvirksomhed)

Red Barnet (kommercielle indsamlingsmetoder)

Undtagelser for finansiel virksomhed

På det danske område

Forbrugerombudsmanden

Arbejdsopgaver

Føre tilsyn med loven (forbrugerhensyn)

Påvirke erhvervsdrivende ved forhandling (tilsagn)

Udarbejde retningslinier (sanktioner)

Afgive forhåndsbesked (retsfølger)

Retsforfølgning

Indtale ensartede erstatningskrav (§ 20)

Nedlægge foreløbigt forbud

Klar overtrædelse og stadfæstelse følgende hverdag

Forholdet til Forbrugerklagenævnet

God markedsføringsetik

Generalklausulen ctr. specialbestemmelserne

Anden lovgivning

Fortolkningsbidrag

Retsafgørelser

Lovtekst og forarbejder

Erhvervslivets egne, vedtagne normer

ICC reklamekodeks

Retningslinier, vejledninger og pjecer

Forbrugerombudsmandens udtalelser

Case: Abonnement på oplysninger om politiets fartkontrol

Et firma solgte abonnemeter, som gav interesserede adgang til at få løbende opdaterede oplysninger om, hvor politiet aktuelt udførte fartkontrol. Firmaet meddelte sine oplysninger via en hjemmeside på Internettet og via såkaldte SMS-meddelelser til abonnenternes mobiltelefoner.

Justitsministeriet anmodede Forbrugerombudsmanden om at vurdere, hvorvidt denne form for virksomhed var i overensstemmelse med markedsføringsloven. det var en betingelse for abonnementet, at kunderne underskrev en erklæring om ikke at ville anvende oplysningerne til at bryde gældende dansk lov.

Vildledede markedsføring

Markedsføringslovens § 2

Urigtig, vildledende eller urimelig mangelfuld

Egnet til at påvirke udbud eller efterspørgsel

Utilbørlig over for erhvervdrivende eller forbrugere

På grund af form eller angår uvedkommende forhold

Også utilbørlige fremgangsmåder

Faktiske forhold skal kunne dokumenteres

Strafbelagt (bøde jf. § 22, stk. 3)

Eksempler

Skjult markedsføring (sml. § 1)

Misrekommandering

“Ulricks Garn ophører [hos os...], U1988.782SH

Almindelige (og indholdsløse) anprisninger

“Den rigtige optiker”, U 1988.269

Kvalitetsangivelser

“skrædersyet tøj” og “håndsyet tøj”, U 1975.927H

“Læderlook”, U1989.1143H

Eksempler

Prismarkedsføring

“Bilka er bare billigere”, “Billigst med det hele”

Salg til “engrospriser”, U1981.955H

Fast indbytningspris

Udsalg og ophørsudsalg

Før og nu priser

Garanti

Skal give en væsentlig bedre retsstilling

Information om garantiens indhold og nødvendige oplysninger for at gøre garantien gældende

Oplysning om at ufravigelige rettigheder ikke berøres af garantien

Skriftlig garanti på dansk efter anmodning

Ikke strafsanktioneret

Tilgift

Bi- og hovedydelse

Sml. lovlige kombinationssalg

Ikke ubetydelig værdi

Normal udsalgspris (“markedsværdi”)

Relativ (LEGO klods – U 1964.275SH)

Både ydelse af og reklamering for

Også overfor “forbrugende erhvervsdrivende“

Tilgift

Gratis gaver og mængderabat er lovligt

Undtagelse for flybonusprogrammer

Lovlig kombinationssalg (FO)

- Sælges samlet og ligestillet i annonceringen

- Anførelse af normal pris for de enkelte varer

- Rabatten må ikke henføres til en vare

- Varerne skal normalt sælges i forretningen

- Skal kunne købes hver for sig

- Naturlig og sædvanlig kombination

Sager vedrørende tilgift

EVA og eau de cologne (U 1984.306SH)

Dameur og strømpebukser (fortrydelsesret)

Gratis juleand ved oprettelse af konto

Gratis lånebil ved bilreparation

Samt § 2 for avertering med "gratis"

"Næsten gratis" (42 kr./dag)

Hvad med afhjælpningsreparationer?

Rabatmærker

Mærker, kuponer eller lignende

Forud for køb

Mærker til senere indløsning

Udstederens navn, værdi i dansk mønt og skal kunne indløses kontant (min. 20 kr.)

Ikke til hinder for organiseret rabat, gratis gaver eller kort, der giver ubegrænset rabat

Undtagelse for flybonusprogrammer

Præmiekonkurrencer

Beror helt eller delvis på tilfældet

Præstationskonkurrencer

Nettos kæledyr (U 1996.1131SH)

Farvelægning af smølfetegning (U 1981.1027SH)

Antallet af præmier

Betinget af køb

Entré på diskotek

Konkurrencebetingelser mv. på emballage

Alternativ adgang til deltagelse (U2004.872)

Præmiekonkurrencer

Særlige beløbsgrænser

100,- / 1000,- (børn under 15: 5,- / 50,-)

Periodiske skrifter

Redaktionelt indhold

Abonnementblad (U 1986.565SH)

4 gange årligt – ikke reklametryksag

En del af det redaktionelle stof

De fri Aktuelts hvervekampagne (U 1989.688H)

Uanmodede henvendelser

Forbud mod henvendelse uden samtykke

Elektronisk post, aut. opkaldssystem eller telefax

Mhp. afsætning af varer og tjenesteydelser mv.

Bødeniveauet

7.650-15.300 fax'er => 400.000 kr. (U2004.1141SH)

> 156 fax'er og mails => 15.000 kr. (U2003.1855SH)

Kan dog markedsføre egne tilsvarende produkter ved elektronisk post, hvis

Let og gebyrfri mulighed for frameldelse

I forbindelse med afgivelse af adresse og i

Efterfølgende henvendelser

Uanmodede henvendelser

Samtykke: Frivilligt, informeret og specifikt

”Nye eller forbedrede indlånsmuligheder”

”...målrettet information og markedsføring om teleservice fra Telia” (U 2002.2277/2SH)

Interessebank Danmark (U 2002.1282SH)

Tip en ven

Mærkning af kommerciel e-post

Nyhedsbreve, autosignaturer,
flyttemeddelelser, pressemeddelelser etc.

Uanmodede henvendelser

Andre midler til fjernkommunikation

Må ikke anvende hvis

Frabedt sig over for den erhvervsdrivende

Frameldt via CPR fortegnelsen (kvartal)

Bekendt med frameldelse i CPR

Medmindre modtageren har anmodet herom

Oplyse om (nem) frameldelse

I første henvendelse (ikke kræve betaling)

Forbrugeraftaleloven gælder stadig!

Telefonisk og personlig henvendelse

Opgaver

1. Præsenter de nordiske forbrugerombudsmænds standpunkt pkt. 1-3, 6, 8 og 9 (med fokus på betydningen for mobil e-handel)
2. Præsenter og diskuter Debitel sagen samt lovgivningen (mfl. § 6a)
3. Diskuter interaktive reklamer (argumenter for og imod et forbud). Diskuter lovgrundlaget (mfl. §§ 1 og 2)

Opgaver til næste gang

1. Sag om fortrydelsesret ved mobiltelefoner
2. Umyndige forbrugere
3. Indholdstakserede SMS-beskeder
4. Ukorrekte prisoplysninger
5. Telesex sag

Thank you for your attention!

Jan Trzaskowski

Copenhagen Business School (Law Department)

jan@extuto.dk / +45 25 37 02 05

www.legalriskmanagement.com / www.cbs.dk