

U.2007B.268

## Pris- og kreditoplysninger

*I artiklen præsenteres og diskuteres regler vedrørende, pris- og kreditoplysninger, som gælder henholdsvis forud for, i forbindelse med og efter aftaleindgåelse. På trods af en række overlap mellem reglerne er der ikke indbyrdes konflikter, som gør det umuligt i praksis at overholde alle reglerne.*

*Af adjunkt, ph.d. Jan Trzaskowski, Juridisk Institut, CBS Handelshøjskolen i København*

Prismærkningslovens regler blev den 1. juli 2006 i udvidet form overført til markedsføringsloven, som den 1. december 2007 udvides med oplysningskrav i forbindelse med købsopfordringer. Markedsføringsloven er hermed den centrale lov, der skal sikre prisgennemsigtighed på markedet.

Forud for et køb tjener krav vedrørende pris- og kreditoplysninger et oplysningsformål, som skal bidrage til, at potentielle kunder kan træffe informerede valg på et oplyst grundlag. Oplysningerne gør det muligt at sammenligne forskellige tilbud og understøtter dermed en effektiv priskonkurrence. I forbindelse med indgåelse af en købs- eller kreditaftale tjener oplysningerne en informationsfunktion, der skal sikre klarhed over, hvad der reelt indgås aftale om. Der er oftest en naturlig sammenhæng og en glidende overgang mellem de oplysninger, der gives forud for aftaleindgåelse, og de oplysninger, der gives i forbindelse med aftaleindgåelse. De krav, der vedrører perioden efter aftaleindgåelsen, tjener primært et kontrol- og dokumentationsformål.

Artiklen fokuserer på krav om pris- og kreditoplysninger, men ikke krav vedrørende prissætning, der som udgangspunkt er fri, eller regler, der generelt omhandler prismarkedsføring (fx brug af før- og nu-priser etc. samt vildledende markedsføring).[1] Artiklen behandler de centrale regler på området samt udvalgt særlovgivning. Det skal bemærkes, at der generelt foreligger en skærpelse af kravene i markedsføringsloven, når markedsføringen er rettet mod børn og unge (§ 8, stk. 1).

### 1. Oplysninger forud for aftaleindgåelse

#### 1.1. Oplysninger i annoncer m.v.

Der er ikke noget generelt krav om, at der ved annoncering og lignende markedsføring af produkter skal gives pris- eller kreditoplysninger. Der findes dog på særlige områder krav om oplysning af pris i annoncer og anden markedsføring. Efter lov om omsætning af fast ejendom § 5 skal der således i annoncer og anden markedsføring gives oplysning om ejendommens kontantpris, eller dens skønnede kontantpris. Økonomiske oplysninger skal endvidere fremstå ensartet, i det omfang de oplyses. Tilsvarende følger det af § 5 i lov om pakkerejser, at prisen for en pakkerejse tydeligt og let forståeligt skal fremgå af brochurer, annoncer og andet markedsføringsmateriale.

I det omfang den erhvervsdrivende vælger at give pris- eller kreditoplysninger ved annoncering eller på anden måde i markedsføringsmateriale, skal oplysningerne dog gives i overensstemmelse med markedsføringslovens regler om pris- og kreditoplysninger (§ 13, stk. 3), som er behandlet nedenfor under 1.2, herunder bekendtgørelserne, som er behandlet under 1.2.1. Oplysningspligten gælder også for mundtlige prisoplysninger og prisoplysninger, der gives i fx fjernsyn og radio.[2]

Det følger af e-handelslovens § 8, at prisen skal angives klart og tydeligt, når der gives oplysning om pris for en informationssamfundstjeneste. Dette lægger dog ikke yderligere til det krav, der følger af markedsføringsloven. Det skal i den forbindelse bemærkes, at kravene vedrørende prisoplysning ifølge e-handelsdirektivet gælder, når »der

i forbindelse med informationssamfundstjenester angives priser« (art. 5, stk. 2), og altså ikke når der er tale om »pris for en informationssamfundstjeneste«. Denne både sproglige og indholdsmæssige afvigelse fra direktivet er ikke foretaget bevidst.[3] Efter samme bestemmelse skal det endvidere fremgå, hvorvidt prisen er inklusive afgifter og leveringsomkostninger, hvilket må indebære et krav om eksplicit oplysning. Reglerne i e-handelsloven er i modsætningen til markedsføringslovens regler ikke begrænset til udbud af produkter til forbrugerne.

269

#### 1.1.1. Købsopfordringer

Markedsføringslovens § 12 a, om købsopfordringer (også »opfordring til køb«), som træder i kraft den 1. december 2007, udgør implementeringen af art. 7, stk. 4, i direktivet om urimelig handelspraksis.[4] Efter denne bestemmelse betragtes det som en vildledende, og efter markedsføringsloven strafbar, udeladelse ikke at give en række nærmere specificerede oplysninger.

En opfordring til køb er en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb. En købsopfordring kan omfatte enhver form for reklamering og annoncering samt udstilling af varer. Begrebet »købsopfordring« er i denne sammenhæng et rent offentligt begreb og må ikke forveksles med det aftaleretlige begreb »opfordring til at gøre tilbud«.

For at der er tale om en købsopfordring, skal der angives både en karakteristik af produktet og en pris, som tilsammen skal sætte forbrugeren i stand til at foretage et køb - uden at der nødvendigvis foreligger et tilbud i aftaleretlig forstand. I modsætning til generel reklame for en virksomhed eller et varemærke kan omtale af specifikke produkter udgøre en købsopfordring, hvis omtalen af det pågældende produkt indeholder centrale faktuelle oplysninger samt pris.[5]

I modsætning til fjernsalgsreglerne, som er behandlet nedenfor under 2.1, er det ikke en betingelse, at den kommercielle kommunikation indeholder bestillingskupon, telefonnummer eller lignende. Annoncering på internettet kan således være omfattet, selvom der ikke findes en bestillingsfacilitet på hjemmesiden. I praksis skal det vurderes, om oplysningerne om produktet har en sådan karakter og detaljeringsgrad, at forbrugeren kan foretage et køb. Kravet til detaljeringsgraden er større ved mere komplicerede produkter.

Det primære formål med bestemmelsen om købsopfordringer er ikke at tilvejebringe prisoplysninger, hvilket også følger af, at prisoplysningen i sig selv er et væsentligt element i definitionen af en købsopfordring. I forbindelse med købsopfordringer skal der gives en række oplysninger, herunder om varen, den erhvervsdrivende og salgsbetingelser[6] samt oplysning om prisen inklusive moms og afgifter. Det kan virke cirkulært, at prisen skal oplyses, når selve prisoplysningen er et væsentligt element i definitionen af en købsopfordring. Kravet må forstås som en præcisering af, at prisen skal oplyses tydeligt samt in-

klusive moms og afgifter. Der er ikke knyttet formkrav til oplysningsforpligtelsen, men oplysningerne bør gives i umiddelbar tidsmæssig forbindelse med købsopfordringen. Det er fx ikke tilstrækkeligt at oplyse en internetadresse eller et telefonnummer, hvor oplysningerne kan findes.[7]

Hvis produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal beregningsmåden angives. Det kan fx være tilfælde, hvor en tjenesteydelse kræver yderligere opmålinger, før prisen kan beregnes. Der skal endvidere oplyses om yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto. Hvis disse oplysninger ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at sådanne omkostninger tillægges eller kan forekomme - fx hvis omkostningerne til fragt afhænger af det samlede køb.

## 1.2. Oplysninger i fysiske og elektroniske butikker

Markedsføringslovens regler om prisoplysninger gælder for erhvervs-mæssigt udbud af varer og tjenesteydelser til forbrugerne. Det gør ingen forskel, at også erhvervsdrivende handler med virksomheden.[8] Reglerne gælder dog ikke for salg af varer ved auktionssalg. Prisoplysningskravet for tjenesteydelser omfatter ydelser udbudt fra fast forretningssted, hvilket omfatter forretningslokaler, værksteder m.v., som forbrugerne normalt har adgang til, herunder fx frisørsaloner og fitnesscentre samt advokatfirmaers reception.[9] Det er afgørende, at der kan foretages bestilling i den pågældende sammenhæng,[10] men det er ikke afgørende, om man kan få varen med hjem eller ydelsen leveret på stedet. Kravet om prisoplysning gælder endvidere, når produkter udbydes elektronisk med mulighed for bestilling. I disse tilfælde skal også fjernsalgsreglerne, som er behandlet under 2.1., overholdes.

Den pris, der skal oplyses, er den samlede pris inklusive gebyrer,[11] omkostninger, moms og alle andre afgifter. Det er således den pris, forbrugeren skal betale

### 270

for varen, når denne modtager den erhvervsdrivendes regning. Hvis der kan betales på flere måder, og totalprisen er afhængig af betalingsmåden, skal den erhvervsdrivende oplyse totalprisen for den samme vare for hver af de betalingsmåder, der tilbydes.[12] Dette krav er særlig byrdefuldt for e-handelsvirksomheder, som ofte har forskellige gebyrer afhængig af betalingsmåden.

I den samlede pris indgår ikke afgifter eller omkostninger, som den erhvervsdrivende ikke er forpligtet til at opkræve direkte hos forbrugerne. Den erhvervsdrivende skal dog særskilt oplyse om sådanne afgifter eller omkostninger. I lovforslaget nævnes, som eksempel, tinglysning- og retsafgifter, men bestemmelsen omfatter også andre omkostninger, som er en konsekvens af salget, herunder fx lufthavnsafgifter.[13] Oplysningspligten kan dog næppe udstrækkes til også at omfatte udgifter, som nærmere er en konsekvens af ejerskabet/brugen af et produkt, fx medicinelicens eller vægtafgifter. Den nærmere afgrænsning er uafklaret.

Hvis det ikke er muligt at oplyse den samlede pris for en tjenesteydelse, skal grundlaget for beregningen af prisen oplyses - under forudsætning af at dette vil gøre det muligt for forbrugerne selv at beregne den endelige pris.[14] Der kan fx være tale om gulvlakering, som udbydes til en bestemt pris pr. kvadratmeter, eventuelt suppleret med et fast grundbeløb. Der skal således ikke gives prisoplysninger for fx håndværksydelser, hvor prisen beregnes på baggrund af en timepris, når det ikke er muligt for forbrugeren at vurdere, hvor mange timer der medgår til udførelsen. Det samme gælder, hvis der indgår et pris-spænd i grundlaget for beregningen.[15]

Forbrugerombudsmanden har fastslået, at når den erhvervsdrivende skal angive beregningsgrundlaget for priser på tjenesteydelser, skal alle omkostninger, herunder gebyrer, som den erhvervsdrivende kan opføre til et samlet beløb, og som forbrugeren som minimum skal be-

tale, oplyses med det samlede beløb (de faste omkostninger). Heri indgår bl.a. bestillings-, betalings- og faktureringsgebyrer. Derudover skal den erhvervsdrivende oplyse om variable omkostninger og gebyrer, herunder fx SMS-takst i et mobiltelefonabonnement eller opkaldsafgift i et mobil- eller fastnetabonnement.[16]

Hvis det på grund af mængden af udbudte tjenesteydelser ikke er muligt at angive prisen eller beregningsgrundlaget for dem alle, skal prisen eller beregningsgrundlaget anføres for et relevant og repræsentativt udvalg. Ved udvælgelsen skal der bl.a. tages hensyn til, hvor hyppigt tjenesteydelsen udføres, og at forbrugeren skal kunne få et indtryk af prisniveauet for både billige og dyre ydelser.[17]

For så vidt angår varer, skal skiltningen ske på eller i forbindelse med præsentationen af varen.[18] Det er ikke nødvendigt at mærke hvert enkelt produkt, så længe der er let adgang til at finde ud af, hvad hver enkelt vare koster. For udstillingsvinduer gælder, at prismærkning skal være anbragt således, at den er synlig og letlæselig for den, der står uden for vinduet. Det er dog tilstrækkeligt, at prisen kan aflæses indefra, hvis udstillingsvinduet er uden bagbeklædning.[19] I forbindelse med elektronisk handel skal prisoplysningerne ikke nødvendigvis gives, første gang produktet nævnes, men der skal i så fald være en let adgang til at navigere sig frem til prisoplysningerne fra produktpræsentationen.[20]

For både varer og tjenesteydelser er det i det hele taget afgørende, at oplysningerne gives på en måde, som gør det muligt for forbrugeren at få oplysningerne uden at henvende sig til forretningens personale.[21] Tydelighedskravet for prisoplysninger indebærer, at forbrugeren i praksis hurtigt og rimelig enkelt på egen hånd skal kunne gøre sig bekendt med prisen, og at muligheden for prissammenligning ikke vanskeliggøres.

### 1.2.1. Bekendtgørelser vedrørende prisoplysning

Der er udstedt en række bekendtgørelser,[22] som indeholder særregler om og undtagelser fra kravene om prisoplysninger. Efter markedsføringslovens § 32, stk. 4, opretholdes regler udstedt i medfør af den nu ophævede prismærkningslov, indtil de ophæves eller afløses af bestemmelser udstedt i medfør af markedsføringsloven.

Efter bekendtgørelsen om oplysning om salgspris og enhedspris for forbrugsvarer[23] skal erhvervsdrivende, der udbyder varer til forbrugere, i salglokalet, eller hvor varerne i øvrigt udstilles til salg, oplyse om såvel salgspris

#### 271

som enhedspris for den udbudte vare eller varemængde (§ 3, stk. 1). Hvis salgsprisen er identisk med enhedsprisen, skal kun salgsprisen angives. Angivelse af enhedspris skal give forbrugerne et ensartet sammenligningsgrundlag for produkter, der udbydes i forskellige mængde. Kravet gælder i sagens natur ikke for tjenesteydelser.

Enhedsprisen er den endelige pris, inklusive moms og alle øvrige afgifter for måleenheden et kilogram, en liter, en meter, en kvadratmeter eller en kubikmeter af varen eller for en anden almindelig og udbredt mængdeenhed.[24] For varer, der sælges i løs vægt, skal kun enhedsprisen angives. Enhedsprisen udregnes på grundlag af varens nettoindhold (evt. drænede nettovægt). Der findes en række undtagede varer, herunder forskellige varer pakket i samme emballage (fx et »maler-sæt«), forskellige varer, hvoraf et bestemt antal sælges til en samlet pris (fx 10 forskellige frugter for 20 kr), og ikke-levnedsmidler med et nettoindhold på under 50 g eller 50 ml (fx kosmetikprodukter og printerblæk).[25]

Det er muligt at foretage kortvarige (maks 2 uger) generelle prisnedsættelser for flere varer uden at skulle ændre den enkelte prismærkning. Nedsættelsens størrelse i procent eller i kr. pr. vareenhed kan oplyses ved skiltning og eventuel annoncering. Nettokontantprisen forud for prisnedsættelsen skal dog angives.[26]

Ved udstilling af motorkøretøjer[27] med henblik på erhvervsmæssigt salg til private forbrugere skal der ved tydelig skiltning gives oplysning om køretøjets mærke og model, nettokontantprisen (prisen inklusive alle afgifter, men eksklusive eventuelle leveringsomkostninger) samt størrelsen af det eventuelle leveringsomkostningsbeløb inklusive moms.[28]

Ved detailsalg af øl og mineralvand i returflasker skal der gives tydelig og letlæselig oplysning om varenes nettokontantpriser inklusive moms og andre afgifter, men eksklusive flaske. De i forretningen gældende depositumsbeløb for returflasker til øl og mineralvand skal på tydelig og letlæselig måde oplyses på et skilt, der er anbragt på et for kunderne iøjnefaldende sted (§ 3).[29]

### 1.2.2. Organiseret rabat

Der skal efter markedsføringslovens § 16 skiltes med organiseret rabat, både når den ydes for varer og for tjenesteydelser. Bestemmelsen gælder for rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger eller organisationer eller til bestemte persongrupper - dog ikke organiseret rabat til ansatte.

I forretningslokaler skal der ved tydelig skiltning ved alle indgangsdøre oplyses, hvilke grupper der modtager organiseret rabat, samt størrelsen heraf. Skiltningen skal foretages i overensstemmelse med anvisningerne i rabatbekendtgørelsen.[30] Ved fjernsalg, som defineret i forbrugeraftaleloven, skal oplysningerne gives i forbindelse med prisoplysning. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende forevise en liste over/give oplysning om de produkter, der er omfattet af den organiserede rabat, samt over rabattens størrelse.

### 1.2.3. Forholdet til købsopfordringer

Der er en nær sammenhæng mellem reglerne om prisoplysning og købsopfordringer. I det omfang der er krav om prisoplysninger efter § 13, vil der som udgangspunkt også være tale om en købsopfordring. Det vil normalt også være tilfældet, når der i annoncer m.v. opgives priser. Efter reglerne om prisoplysning skal der oplyses »den samlede pris for varen inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre afgifter«, hvorimod kravet for købsopfordringer er »prisen inklusive afgifter«. Forskellen ligger således i »gebyrer« og andre »omkostninger«. For købsopfordringer skal der, hvor det er relevant, og forudsat at dette kan beregnes på forhånd, angives alle yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto. I praksis er der intet til hinder for at overholde begge regelsæt ved fx at opstille et regnestykke, der tydeligt angiver de enkelte priser.

Bekendtgørelserne vedrørende prisoplysning gælder ikke for købsopfordringer. I forbindelse med salg af øl og mineralvand i returflasker og motorkøretøjer skal henholdsvis pant og leveringsomkostninger efter bekendtgørelserne oplyses separat, hvilket er i tråd med reglerne om købsopfordringer, som fastslår, at gebyrer og andre omkostninger skal angives separat. Reglerne om købsopfordringer omfatter i modsætning til reglerne om prisoplysning også udbud af fast ejendom.[31]

For købsopfordringer gælder prisoplysningskravet ikke, i det omfang produktets art medfører, »at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd«. Denne undtagelse gælder for både varer og tjenesteydelser, idet den tilsvarende undtagelse efter § 13 alene gælder tjenesteydelser, »hvor det ikke er muligt at oplyse den

#### 272

samlede pris«. I begge situationer skal beregningsgrundlaget angives. For prisoplysninger (men ikke købsopfordringer) dog kun hvis dette vil gøre det muligt for forbrugerne selv at beregne den endelige pris. Efter reglerne om købsopfordringer kan der således være behov for at oplyse fx en time- eller kvadratmeter pris.

Undtagelsen om, at der i visse situationer kun skal oplyses pris eller beregningsgrundlag for et udvalg af tjenesteydelser, gælder ikke for

købsopfordringer. I praksis giver det næppe anledning til problemer, idet reglerne om købsopfordringer kun gælder, når der rent faktisk oplyses en pris.

### 1.3. Udlånsaktiviteter

Reglerne om prisoplysning ved udbud af tjenesteydelser gælder ikke for virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed. Varer som fx sparebøger, bøger m.v. er omfattet af reglerne om prisoplysning. Reglerne om købsopfordringer samt prisoplysninger i markedsføringsmateriale, herunder regler udstedt i medfør af § 13, stk. 6, nr. 1,[32] finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed, i det omfang der er udstedt regler på det pågældende område (§ 2, stk. 2). Pr. 1. december 2007 ændres undtagelserne til at omfatte »finansielle virksomheder«, hvilket dog alene har karakter af en »præcisering«.[33]

Prisoplysninger for finansielle tjenesteydelser er reguleret i to bekendtgørelser, der gælder for virksomheder, som henholdsvis er og ikke er underlagt lov om finansiel virksomhed.[34] I medfør af § 43, stk. 3, i lov om finansiel virksomhed er der udstedt en prisoplysningsbekendtgørelse,[35] der gælder for pengeinstitutter, som udøver virksomhed i Danmark. Den 1. maj 2007 trådte skiltningbekendtgørelsen for ikke-finansielle virksomheder i kraft.[36] Bekendtgørelsen gælder for erhvervsdrivende, som ikke er underlagt lov om finansiel virksomhed, når de udbyder egne eller andre erhvervsdrivendes låne- eller kredittilbud til forbrugere.

Oplysningskravene ved udlån til forbrugere er efter de to bekendtgørelser tæt ved identiske. For pengeinstitutter skal oplysningerne gives i forretningslokalet ved skiltning eller på anden tilsvarende tydelig måde samt på instituttets hjemmeside, og for andre virksomheder på det sted, hvor lånet udbydes med mulighed for bestilling. Oplysningerne skal efter begge bekendtgørelser være frit tilgængelige for forbrugerne.

Efter de to bekendtgørelser skal der bl.a. gives følgende oplysninger om de mest almindeligt forekommende udlånskonti/låne- og kredittilbud: 1) nominelle årlige rente, 2) højeste og laveste nominelle årlige rente ved forskellige rentesatser, 3) særlige vilkår knyttet til det enkelte udlån, 4) om renten er fast eller variabel, 5) årlig provision eller andre omkostninger ved oprettelse af lånet/kredit og 6) de årlige omkostninger i procent (ÅOP). For kredit med variabelt lånebeløb angives de årlige omkostninger i procent ved udnyttelsesgrader på 100 %, 50 % og 25 %.[37]

I det omfang et pengeinstitut eller en anden erhvervsdrivende udbyder udlånsformerne kredit med variabelt lånebeløb (kassekredit/kontokort), billån, boliglån og forbrugslån, skal pengeinstituttet for en af hver af de omtalte udlånsformer, ud over de ovenfor nævnte oplysninger, anvende standardforudsætninger anført i bilag til de respektive bekendtgørelser.

Hvis der i markedsføringsmateriale oplyses om prisen på udlånsprodukter, herunder renten, månedlig ydelse eller kreditomkostninger, skal der efter bekendtgørelserne gives oplysning om den nominelle årlige rente og ÅOP på en lige så fremtrædende måde som de øvrige oplysninger. Det gælder også, hvis udlånsprodukter, som fx forbrugslån, markedsføres i detailhandlendes fysiske eller elektroniske butikker. Hvis der er et tættere samarbejde mellem detailsælgeren og långiveren om finansiering af varekøb, kan der være tale om kreditkøb, jf. nedenfor under 1.3.1.

Markedsføringslovens regel om organiseret rabat gælder ikke for virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed, men der findes i prisoplysningsbekendtgørelsen tilsvarende regler for pengeinstitutter, som yder rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger, organisationer eller andre bestemte persongrupper, herunder ansatte i bestemte virksomheder (§ 9).

### 1.3.1. Kreditkøb

Hvis varer udbydes erhvervsmæssigt til forbrugere med oplysning om omkostninger ved at erhverve dem ved kreditkøb, skal der gives oplysning om kontantprisen, kreditomkostningerne angivet som et beløb og de årlige omkostninger i procent for kreditten (markedsføringslovens § 14, stk. 1). Oplysningerne skal også gives, hvis der fx reklameres med »rentefri kredit«.[38] Oplysninger om årlige omkostninger i procent skal gives på en lige så fremtrædende måde som de øvrige kreditoplysninger.

#### 273

Fra den 1. december 2007 finder bestemmelsen tilsvarende anvendelse, såfremt varerne udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling.[39] Bestemmelsen omfatter genstandsbestemt kredit, men ikke salg af tjenesteydelser på kredit eller generelle forbrugslån.

Kreditomkostningerne og de årlige omkostninger i procent skal beregnes i henhold til kreditaftaleloven, og oplysningerne skal gives på samme måde som prisoplysninger (mærkning, skiltning eller anden tydelig måde). Oplysninger i forbindelse med kreditkøb kan gives i form af et repræsentativt eksempel, hvis dette er den eneste hensigtsmæssige fremgangsmåde - fx hvis renten varierer fra dag til dag (§ 14, stk. 3).

## 2. Oplysninger i forbindelse med aftaleindgåelse

Prisoplysninger i forbindelse med aftaleindgåelse har primært til formål at sikre klarhed over aftalens nærmere indhold. Udlevering af aftalevilkårene, herunder pris- og kreditoplysninger, tjener herudover et dokumentationsformål. Købeloven tager højde for, at parterne kan slutte et køb, uden at købesummen er fastlagt. I så fald skal køber betale, hvad sælger fordrer, for så vidt det ikke kan anses for ubilligt (§ 5). I forbrugerkøb skal der dog kun betales, hvad der under hensyn til salgsgenstandens art og beskaffenhed, gængs pris ved aftalens indgåelse samt omstændighederne i øvrigt må anses for rimeligt (§ 72).

Der er med visse undtagelser frihed med hensyn til aftalers indhold og form. Skriftlige forbrugerftaler skal af den erhvervsdrivende være udarbejdet på en klar og forståelig måde, og ved tvivl om forståelsen af et aftalevilkår, som ikke har været genstand for individuel forhandling, skal vilkåret fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren (aftalelovens § 38 b). Der findes endvidere særlovgivning, som fastsætter yderligere krav.

For fx teleydelser gælder således udbudsbekendtgørelsens[40] krav om, at teleudbyderen skal sikre, at der foreligger en kontrakt som grundlag for ethvert kundeforhold med en slutbruger. Kontrakten skal bl.a. indeholde oplysninger om »alle relevante priser, herunder hvordan der kan indhentes ajourførte oplysninger herom«. Det følger af kreditaftaleloven, som er behandlet nedenfor, at en kreditaftale skal udfærdiges skriftligt, og at forbrugeren i forbindelse med aftalens indgåelse skal have overgivet en genpart af aftalen (§ 8). Tilsvarende gælder efter lov om pakkerjser, at arrangøren inden aftalens indgåelse skal meddele kunden aftalevilkårene samt give oplysning om en række nærmere specificerede forhold (§ 6).

Erhvervsdrivende, ud over advokater og i et vist omfang finansielle virksomheder, som driver virksomhed med rådgivning af overvejende juridisk karakter til forbrugere, skal endvidere iagttage lov om juridisk rådgivning. Rådgiveren skal i en rådgivningsaftale bl.a. angive timepris, samlet pris eller eventuelt beregningsgrundlaget for ydelsen. Tilsvarende regler findes i de advokatetiske regler. Advokaten skal i forbindelse med aftaleindgåelsen, efter anmodning, give klienten oplysning om de vigtigste elementer i den påregnede bistand og om størrelsen af det vederlag, advokaten agter at beregne sig. Hvis der ikke kan oplyses et fast vederlag, skal advokaten enten angive beregningsgrundlaget eller et begrundet overslag. Der skal endvidere oplyses om forventede udlæg,

herunder afgifter til det offentlige (punkt 3.4.2). Hvis klienten er forbruger, skal advokaten af egen drift give oplysningerne skriftlig.

## 2.1. Fjernsalgsaftaler

Forbrugerftaleloven indeholder krav om bl.a. prisoplysninger i forbindelse med visse forbrugerftaler indgået ved fjernsalg.[41] Som fjernsalg betegnes en aftale, der indgås ved brug af fjernkommunikation og indgås som led i et system for fjernsalg (§ 4). Kravet om et system for fjernsalg indebærer, at den erhvervsdrivende har truffet visse foranstaltninger med henblik på aftaleindgåelse ved brug af fjernkommunikation. Det anses for tilstrækkeligt, at det fremgår af den erhvervsdrivendes markedsføring, at han ønsker bestillinger ved anvendelse af fjernkommunikation (fx annoncer med bestillingskupon eller et ordretелефонnummer). Fjernsalget behøver ikke at have et bestemt omfang eller være særligt velorganiseret.[42]

Oplysningerne efter forbrugerftaleloven skal gives i rimelig tid, inden der indgås en aftale, og senest på bestillingssiden.[43] Oplysningerne efter markedsføringsloven skal gives i forbindelse med udbud af varerne, og således tidligere end oplysningerne efter forbrugerftaleloven. Reglerne om prisoplysninger og købsopfordringer supplerer forbrugerftalelovens regler.

Markedsføringslovens regler om prisoplysning gælder også, når produkter udbydes elektronisk til forbrugere med mulighed for bestilling. I disse tilfælde vil der normalt være tale om et system for fjernsalg. Forbrugerftaleloven omfatter dog også ikke-elektronisk fjernsalg. I praksis har denne forskel næppe den store betydning, eftersom fx postoresalg typisk består af kun et

#### 274

markedsføringselement, som indeholder både markedsføring og bestillingsfunktion (kupon eller lignende).

Prisoplysningerne efter forbrugerftaleloven omfatter 1) den samlede pris for produktet inklusive gebyrer, omkostninger, herunder eventuelle leveringsomkostninger, moms og alle andre afgifter, herunder afgifter eller omkostninger, der ikke betales af den erhvervsdrivende eller pålægges af denne, eller, hvis en nøjagtig pris ikke kan oplyses, grundlaget for beregningen af prisen, 2) eventuelle specifikke ekstraomkostninger for forbrugeren ved anvendelse af den pågældende kommunikationsteknik, og 3) hvor længe varen eller tjenesteydelsen udbydes til den anførte pris (§ 11, stk. 1, nr. 3, 6, og 7). Kravet om prisoplysning efter 1) og 2) er sammenfaldende med kravet om prisoplysning efter markedsføringslovens § 13, bortset dog fra leveringsomkostninger, som typisk er afhængig af det samlede køb.[44] Begge regelsæt kan overholdes ved fx at give oplysningerne i form af et regnestykke, under forudsætning af at prisen i henhold til de forskellige regler fremgår tydeligt.

Oplysningerne efter forbrugerftaleloven skal være klare, tydelige og forståelige, hvilket indebærer, at forbrugere i den relevante personkreds skal kunne forstå betydningen og konsekvenserne heraf.[45] Det skal fremgå klart, at oplysningerne gives med henblik på indgåelse af en aftale, og oplysningerne skal gives på en måde, som er egnet under hensyn til den anvendte kommunikationsteknik, og som tager særligt hensyn til umyndige personer, hvilket indebærer, at markedsføringen skal udformes hensynsfuldt og i lyset af disse persongruppers særlige behov for beskyttelse mod »aggressiv« markedsføring.[46] Kravet må forstås som en god skik-regel i tråd med markedsføringslovens § 1.

### 2.1.2. Finansielle tjenesteydelser

Finansielle tjenesteydelser er tjenester, der har karakter af bank-, kredit-, forsikrings-, individuel pensions-, investerings- eller betalingstjenesteydelse (forbrugerftalelovens § 5). Hvis der er tale om en fjernsalgsaftale vedrørende en finansiell tjenesteydelse, skal der ud over de ovenfor nævnte oplysninger bl.a. oplyses om eventuelle særlige ri-

sici ved tjenesteydelsen og det beløb, som kan afkræves forbrugeren for levering inden fortrydelsesfristen i henhold til lovens § 22, stk. 1 (§ 13, stk. 1, nr. 4 og 5).

Oplysningerne skal meddeles på papir eller andet varigt medium, som forbrugeren har adgang til, inden indgåelse af aftalen. Forbrugeren skal på samme måde have oplysning om aftalevilkårene (§ 14), herunder vilkår vedrørende pris- og kreditforhold. Hvis aftalen indgås på forbrugers anmodning under anvendelse af fjernkommunikationsteknik, som ikke gør det muligt at give oplysningerne på den nævnte måde inden aftalens indgåelse, skal forpligtelsen opfyldes straks efter aftalens indgåelse (§ 14, stk. 2).

## 2.2. Kreditaftaler

Kreditaftaleloven gælder for kreditaftaler, hvor en erhvervsdrivende (kreditgiveren) yder eller giver tilsagn om at yde kredit som led i sit erhverv, når kreditten hovedsagelig er bestemt til ikke-erhvervs-mæssig anvendelse for den anden part (forbrugeren), samt hvor kreditten ydes af en ikke-erhvervsdrivende, hvis aftalen er indgået eller formidlet af en erhvervsdrivende. Der er dog visse undtagelser.[47] Markedsføringslovens regler om kreditkøb, som er behandlet ovenfor under 1.3.1, supplerer oplysningskravene efter kreditaftaleloven.

Der findes i §§ 9 og 10 en række oplysningsforpligtelser for kreditaftaler med henholdsvis fast og variabelt lånebeløb. Oplysningerne efter kreditaftaleloven skal gives ved »indgåelse af en kreditaftale«, hvilket i forbindelse med butikssalg er forud for indgåelse af aftalen. I forbindelse med fjernsalg, i forbrugerftalelovens forstand, skal køberen have oplysningerne på skrift ved fremsendelse af varen.[48]

Oplysningspligten efter § 9 påhviler kreditgiveren, men dog sælgeren for så vidt angår kreditkøb.[49] Et lånekøb foreligger, når lånet er indrømmet køberen af en tredjemand på grundlag af en aftale mellem långiver og sælger. Tilfælde, hvor sælger indgår samarbejde om at markedsføre långivers ydelser på en måde, hvor långiver tilkendegiver at være villig til på sædvanlige vilkår at yde lån til finansiering af køb i forretningen, er som udgangspunkt også omfattet af bestemmelsen, selvom der ikke foreligger en egentlig aftale. Mulighed for at afslå låneansøgninger på grundlag af kreditvurdering ændrer ikke ved dette forhold.[50]

For kreditaftaler med fast lånebeløb skal der bl.a. gives følgende oplysninger: 1) lånebeløbet, 2) størrelsen af en eventuel udbetaling, 3) kreditomkostningerne angivet som et beløb, 4) de årlige omkostninger i procent og 5) det samlede beløb, der skal betales. Ved kreditkøb skal sælger endvidere oplyse kontantprisen ved aftalens indgåelse.

### 275

Kreditomkostningerne omfatter alle omkostninger, herunder stiftelsesomkostninger, renter, løbende provisioner og alle andre omkostninger, som forbrugeren skal betale for kreditten.[51] Der er dog ikke krav om specifikation af kreditomkostningerne.[52] Hvis størrelsen af omkostningerne kendes, skal kreditgiver om muligt oplyse beregningsmåden for omkostningerne eller foretage et skøn over omkostningernes størrelse (§ 14). Kravet om oplysning af årlige omkostninger i procent skal tages ret bogstaveligt, idet det ikke er tilstrækkeligt at skrive »omkostningsbestemt rente« eller »kreditomkostninger i %«, men dog er »omkostningsprocent p.a.« accepteret.[53]

Der er noget overlap mellem markedsføringslovens regler om kreditkøb og kreditaftalelovens regler, men da der ikke er uoverensstemmelse mellem de oplysninger, der skal gives, og fordi oplysningerne skal gives på forskellige tidspunkter, giver dette overlap ikke anledning til problemer i praksis.

## 3. Oplysninger efter aftaleindgåelse

I handelskøb har køber pligt til at gøre indsigelse mod den i en regning (faktura eller nota) anførte pris, så snart det er muligt. Ellers skal han

betale regningen, medmindre lavere pris er aftalt, eller regningen er åbenbart urimelig (købelovens § 6). I visse situationer er det som anført ovenfor et krav, at oplysningerne forud for eller i forbindelse med aftaleindgåelsen skal gives i en form, som ligeledes kan fungere som efterfølgende dokumentation for det aftalte.

### 3.1. Faktureringskrav

Markedsføringslovens § 13, stk. 4, vedrørende tjenesteydelser udført efter regning, fastslår, at der på forbrugers begæring skal tilstilles denne en specificeret regning, som sætter forbrugeren i stand til at kontrollere prisen for de varer og tjenesteydelser, der indgår i ydelsen. Bestemmelsen gælder dog ikke for virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed.

Fakturaen skal indeholde oplysninger til identifikation af ydelsen, dens bestanddele og pris, herunder i nødvendigt omfang oplysninger om løn, time- og materialeforbrug, kørsel, brug af fremmed arbejde m.v. Der gælder dog en bagatelgrænse for detaljeringsniveauet. Smådele i forbindelse med håndværkerydelser skal fx ikke præciseres i fakturaen, men kan angives med en samlet pris. Tilsvarende gælder, hvis fx en tjenesteydelse består af en række enkelt-ydelser, der har en sådan indbyrdes sammenhæng, at det ikke med mening er muligt at prisfastsætte hver enkelt ydelse (fx advokaters delydelser i forbindelse med retssag). I så fald kan faktureringskravet opfyldes ved at oplyse den samlede pris, samt hvilke ydelser der indgår heri.[54]

Der er udstedt faktureringsbekendtgørelser for flyttee arbejde, formidling af annoncer og reklamer, autoreparation, diverse håndværksarbejde, bogførings-, regnskabs- og revisionsvirksomhed, reparationsarbejde for husholdningsapparater til elektricitet og gas og reparationsarbejde for audio/videoprodukter.[55] Bekendtgørelserne, som kan være vejledende for fastlæggelse af faktureringskravets indhold,[56] nævner bl.a. tidspunktet for arbejdets udførelse, specifikation af arbejdsydelsen m.v., angivelse af materialeforbruget og eventuelt fremmed arbejde.

Markedsføringslovens regler suppleres af momslovens § 53, der fastslår, at enhver afgiftspligtig person for levering af varer og ydelser skal udstede en faktura til modtageren. Bestemmelsen er ikke begrænset til forbrugerforhold. Krav til fakturaens nærmere indhold er fastlagt i bekendtgørelse om merværdiafgiftslovens § 40 og omfatter bl.a. 1) afgiftsgrundlaget, pris pr. enhed uden afgift, eventuelle prisnedslag, bonus og rabatter, hvis disse ikke er indregnet i prisen pr. enhed, 2) gældende afgiftssats og 3) det afgiftsbeløb, der skal betales.

Formålet med momslovens faktureringskrav er at sikre modtageren et bevis på, at der er betalt moms og afgifter, samt at sikre skattemyndighederne et kontrolgrundlag. Specifikationskravet skal tolkes i lyset af dette formål. Efter momslovgivningen er det tilstrækkeligt, at fakturaen indeholder oplysninger om det samlede beløb.[57] Markedsføringslovens regler om fakturering fordrer i modsætning til momslovgivningen også en angivelse af tidsforbruget, hvis der faktureres efter timepriser. I praksis giver det ikke anledning til problemer at overholde begge regelsæt.

#### 3.1.1. Teleydelser

Der findes i særlovgivningen specielle regler, som bl.a. skal gøre det muligt for kunderne at kontrollere forbruget. Udbydere af teleydelser skal i henhold til udbudsbekendtgørelsens nærmere regler tilbyde deres kunder saldooplysning samt takstopdelt regning og specificeret regning. Ved takstopdelt regning forstås en regning opdelt efter takseringskategorier. En specificeret regning skal sætte slutbrugeren i stand til at identificere forbruget af tjenesten, herunder oplysninger om det kaldte

### 276

nummer, dato, klokkeslæt, varighed, pris eller tilsvarende data, som danner grundlag for debiteringen.

### 3.2. Kvitteringskrav

Mange transaktioner gennemføres ved brug af andre betalingsmidler end kontanter. Efter lov om visse betalingsmidler har brugeren krav på kvittering for transaktioner, som iværksættes med betalingsmidler omfattet af loven, medmindre brugeren på anden måde har let adgang til oplysninger om, hvorvidt og hvornår den pågældende transaktion er gennemført (§ 8). Oplysningerne skal ikke nødvendigvis gives i papirform, men kvitteringen må nødvendigvis indeholde information om det beløb, der trækkes på kortet. Der er intet til hinder for, at oplysningerne gives sammen med opfyldelsen af fakturakravene.

I fysiske butikker opfyldes kravet typisk ved, at brugeren får en kvittering på papir. Ved elektronisk handel kan der sendes en e-mail til brugeren eller gives adgang til oplysningerne på udstederens hjemmeside. Ved forudbetalte betalingsmidler kan det være tilstrækkeligt, at brugeren elektronisk får oplyst saldo på betalingsmidlet, før og efter betaling foretages.[58]

### 3.3. Fjernsalgsaftaler

For fjernsalgsaftaler om en vare eller en ikke-finansiell tjenesteydelse med forbrugere skal der meddeles forbrugeren en række oplysninger på papir eller på et andet varigt medium, som forbrugeren har adgang til. Dog ikke hvis forbrugeren allerede har modtaget oplysningerne på denne måde (forbrugerftalelovens § 12). Der er bl.a. tale om de oplysninger, der skal gives forud for indgåelse af en fjernsalgsaftale, jf. ovenfor under 2.1. Oplysningerne skal gives snarest muligt efter aftalens indgåelse. Ved køb af varer, der overgives til forbrugeren, skal oplysningerne meddeles senest ved overgivelsen. For finansielle tjenesteydelser har forbrugeren fået oplysningerne i denne form i forbindelse med aftaleindgåelsen.

Der findes en undtagelse primært for indholdstakserede teletjenester, når 1) ydelsen leveres samlet på én gang, 2) vederlaget for ydelsen opkræves af udbyderen af kommunikationsmidlet, 3) prisen ikke overstiger 75 kr., og 4) forbrugeren er bekendt med prisen og fortrydelsesretten. Forbrugeren skal dog efter anmodning have oplysning om en fysisk adresse, hvor han kan henvende sig med eventuelle klager (§ 12, stk. 4 og 5).

Forbrugeren har på ethvert tidspunkt under aftaleforholdet ret til efter anmodning at få udleveret aftalevilkårene, herunder de dele, der vedrører pris- og kreditforhold, på papir (§ 15). For så vidt angår elektronisk handel, følger det af e-handelsloven, at kontraktbetingelser m.v. skal stilles til rådighed på en sådan måde, at tjenestemodtageren har mulighed for at oplagre eller gengive dem (§ 11, stk. 2). Kravet efter e-handelsloven gælder ved elektroniske transaktioner i både handels- og civiltkøb, hvorimod forbrugerftalelovens bestemmelser alene gælder forbrugerftaler, men til gengæld uanset medium.

### 4. Sanktioner

Regler om pris- og kreditoplysninger har karakter af både offentligretlig og civilretlig regulering. Oplysninger før og efter aftaleindgåelse har primært et offentligretligt sigte, hvorimod oplysninger i forbindelse med aftaleindgåelse i sagens natur vedrører et civilretligt forhold. Reglerne er primært sanktioneret med bødestraf, men manglende overholdelse af reglerne kan også få betydning for overtræderens omdømme gennem dårlig omtale i medierne (»alternativ retshåndhævelse«).[59]

Overtrædelse af markedsføringslovens regler om pris- og kreditoplysninger straffes med bøde. Det skal dog bemærkes, at det i nogen grad er overladt til den erhvervsdrivende at udfylde rammerne for oplysningspligten.[60] Pligten til at give korrekte prisoplysninger efter forbrugerftaleloven er kun strafsanktioneret ved grov eller oftere gentaget overtrædelse af oplysningspligten efter § 13, stk. 1, nr. 4, (bl.a. særlige risici ved visse finansielle tjenesteydelser). Efter art. 7,

stk. 5, i direktivet om urimelig handelspraksis, er det en vildledende udeladelse ikke at honorere fællesskabsretlige oplysningskrav, som f.eks. dem, der gælder for fjernsalg. Overtrædelse kan efter implementering i dansk ret straffes med bøde jf. markedsføringsloven §§ 3 og 30.

Ved overtrædelse af lov om finansiell virksomhed, herunder prisoplysningsbekendtgørelsen, kan Finanstilsynet i henhold til § 348, stk. 2, 1. pkt., give påbud om berigtigelse efter at have indhentet en redegørelse fra pengeinstituttet. Den, der undlader at efterkomme Finanstilsynets påbud, kan straffes med bøde. Efter skiltningbekendtgørelsen for ikke-finansielle virksomheder kan urigtige eller vildledende oplysninger medføre bødestraf (§ 7).

Udstilling af prismærkede varer i fysiske og elektroniske butikker er som udgangspunkt et tilbud.[61] Der gælder en civilretlig forudsætning om, at oplyste priser lever op til de krav, der følger af markedsføringsloven, hvilket bl.a. indebærer, at priser oplyst til forbrugere er inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre

#### 277

afgifter.[62] Manglende overholdelse af regler om pris- og kreditoplysninger kan også indgå i vurderingen af, om en virksomhed har handlet ansvarspådragende, eller om en aftale helt eller delvist skal ændres eller tilsidesættes efter aftalelovens regler.[63] Mangelfulde eller fejlagtige oplysninger efter kreditaftaleloven kan begrænse det, kreditgiver kan kræve hos forbrugeren.[64] Grov eller oftere gentagen overtrædelse af oplysningsforpligtelsen kan endvidere straffes med bøde (§ 56, stk. 2). For fjernsalgsaftaler medfører manglende oplysning, at fristen for fortrydelse forlænges op til 3 måneder.

### 5. Diskussion

Regler om pris- og kreditoplysninger findes i en række forskelligartede regelsæt. Der er med de nyere regler i markedsføringsloven sket en betydelig ensretning af reglerne for henholdsvis traditionel og elektronisk handel samt varer og tjenesteydelser. For så vidt angår finansielle tjenesteydelser, gælder der dog fortsat særlige regler. Med udstedelsen af skiltningbekendtgørelsen for ikke-finansielle virksomheder er der sket en betydelig tilnærmelse af regler for forbrugerkredit, uanset om udbyderen er en finansiell virksomhed.

Der er tale om et kompliceret område, som dog hverken er blotlagt for systematik eller overlap. Området kompliceres navnlig af, at de forskellige regler om pris- og kreditoplysninger tilgodeser forskellige hensyn i forbindelse med forskelligartede produkter eller situationer. På trods af en række overlap, herunder navnlig mellem markedsføringslovens generelle regler (prisoplysning og købsopfordringer) og forbrugerftalelovens særlige regler, er det i praksis muligt at overholde de forskellige regler - eventuelt ved at opstille regnestykker, der tydeligt angiver de relevante beløb.

1. Se generelt Peter Møgelvang-Hansen, Thomas Riis og Jan Trzaskowski, Markedsføringsretten, 2007, s. 152ff.
2. Se Forbrugerombudsmanden, sag 11103/5-509, om et teleselskabs annoncering i radiospots.
3. Det fremgår af forarbejderne, at kravet i § 8, stk. 2, er fastlagt i overensstemmelse med direktivet. Se lovforslag L53 (24.10.01).
4. Se lov 1547 (20.12.06) og lovforslag L2 (4.10.06).
5. Lovforslag L2 (4.10.06), bem. til nr. 7.
6. Se Peter Møgelvang-Hansen, Thomas Riis og Jan Trzaskowski, Markedsføringsretten, 2007, s. 148ff., og Palle Bo Madsen, Markedsret Del 2, 5. udgave, 2007, s. 220ff.
7. Lovforslag L2 (4.10.06), bem. til nr. 7.
8. Se U 1989.847 H, hvor Højesteret lagde vægt på, at Metro (selvbetjeningsengros-lager) ved sin indretning og markedsføring muliggjorde og byggede på, at kunder også indkøbte varer til anvendelse i deres almindelige private forbrug. Virksomheden fandtes dermed omfattet af den dagældende pris-

- mærkningslov. Det er uden betydning, at anvendelsesområdet (sprogligt) er ændret fra at »udbyde varer i detailsalg« til at »udbyde varer til forbrugere«.
- Se også Peter Møgelvang-Hansen, Forbrugerrollen som retligt begreb, Hyldestskrift til Jørgen Nørgaard, 2003, s. 535f.
9. Forbrugerombudsmandens forhåndsbesked om advokaters prisoplysning, sag 2006-1100/5-712.
  10. Se også Erling Borchert og Frank Bøggild, Markedsføringsloven, 2. udgave, s. 367.
  11. Betaling for en særlig tjeneste, funktion eller ydelse, som er knyttet til købet, men som ikke har karakter af en selvstændig ydelse (§ 13, stk. 5).
  12. Forbrugerombudsmandens orienteringsskrivelse om den nye markedsføringslov (12.06.06), www.fs.dk.
  13. Se Forbrugerombudsmandens brev om prisoplysninger til flyselskaber (24.10.06), sag 1107/5-107.
  14. Der kan typisk oplyses en samlet pris for fx en klipning eller farvning hos en frisør, advokaters faste priser på skødeskrivning m.v.
  15. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 2.
  16. Forbrugerombudsmandens orienteringsskrivelse om den nye markedsføringslov, 12. juni 2006, www.fs.dk.
  17. Se også Forbrugerombudsmandens forhåndsbesked til en advokatforening, sag 2006-1100/5-712.
  18. Se fx Forbrugerombudsmandens forhåndsbesked om prisoplysninger hos optikere, sag 2006-1100/5-664.
  19. Lovforslag af 3. marts 1977, FT 1976-77, Tillæg A, sp. 601, sp. 607. Se bet. 597/1971, s. 19.
  20. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 1.
  21. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 2.
  22. Se Peter Møgelvang-Hansen, Thomas Riis og Jan Trzaskowski, Markedsføringsretten, 2007, s. 137ff.
  23. Bek. 866 (18.9.00) som ændret ved bek. 859 (15.9.05). Se også dir. 98/6 og forordning 648/2004. Bekendtgørelsen finder ikke anvendelse på antikviteter og kunstgenstande eller varer, der sælges på auktion eller leveres i forbindelse med en tjenesteydelse. Se også Kommissionens meddelelse om gennemførelsen af direktivet, KOM(2006) 325 (21.06.06).
  24. For køkkenruller og toiletpapir skal enhedsprisen angives pr. kg, hvorimod enhedsprisen skal angives pr. m for andre varer i rulleform (bagepapir m.v.). For materialer til beklædning af gulve, lofter og vægge, herunder tekstiler, vinyl, linoleum, tapet, fliser, kork- og gipsplader m.v. skal enhedsprisen angives pr. dækket m<sup>2</sup> (§ 4). For særlige produkter skal prisen oplyses pr. stk. (fx æg, servietter og bleer). For så vidt angår kogevaske og finvaske midler til maskinvask af tøj, skal enhedsprisen angives pr. standardvaske-maskinfuld på 4,5 kg henholdsvis 2,5 kg tørt tøj.
  25. Forbrugerstyrelsens vejl. til bekendtgørelse om enhedsprismærkning (nov. 2000).
  26. Bek. 10002 (16.3.88).
  27. Personbiler, motorcykler og visse varebiler.
  28. Bek. 10011 (4.7.78).
  29. Bek. 10003 (1.11.83). Se også kap. 7 i bek. 113 (1.2.07).
  30. Bek. 866 (12.10.94).
  31. Medlemsstaterne kan for fast ejendom opretholde eller stille krav, som er mere restriktive eller præskriptive (art. 3, stk. 9).
  32. Særregler om og undtagelser fra stk. 1-4, herunder regler om oplysninger i forbindelse med ydelse af kredit.
  33. Lovforslag L2 (4.10.06), bem. til nr. 3 og 4.
  34. Loven gælder bl.a. for pengeinstitutter, forsikringselskaber og kreditinstitutter.
  35. Bek. 44 (24.1.06).
  36. Bek. 193 (1.3.07).
  37. Efter begge regelsæt skal kreditaftalelovens §§ 13 og 16 anvendes ved beregning af ÅOP. Der skal oplyses om forudsætninger anvendt ved beregningen af ÅOP, som i øvrigt skal være i overensstemmelse med udlånspraksis hos den erhvervsdrivende.
  38. Palle Bo Madsen, Markedsret, 5. udgave, 2007, s. 117.
  39. Lov 1547 (20.12.06).
  40. Bek. 1031 (13.10.06).
  41. Se i det hele Benedikte Holberg, Lene Pagter Kristensen, Peter Møgelvang-Hansen, Tina Morell Nielsen og Henrik Øe, Forbrugeraftaleloven (kommenteret), 2006, og Sonny Kristoffersen, Forbrugeraftaleloven - med kommentarer, 2004.
  42. Lovforslag L213 (1.3.00), bem. til §§ 10-10 b. Se også Forbrugerklagenævnet, sag 2004-650/7-479 (27.11.06).
  43. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 1.
  44. Dette er i tråd med anbefalingerne i bet. 1457/2005, s. 255.
  45. Benedikte Holberg, Lene Pagter Kristensen, Peter Møgelvang-Hansen, Tina Morell Nielsen og Henrik Øe, Forbrugeraftaleloven (kommenteret), 2006, s. 229.
  46. Lovforslag L213 (1.3.00), kommentar til § 11.
  47. Se Lennart Lyngge Andersen og Erik Werlauff, Kreditretten, 4. udgave, 2005, s. 96ff. Reglerne om kreditgiverens oplysningspligt gælder ikke for kreditaftaler, hvor det samlede beløb, der skal betales, ikke overstiger 1.500 kr., eller hvor der ikke betinges vederlag for kreditten.
  48. Bek. 497 (13.6.94), § 2.
  49. Se også Lennart Lyngge Andersen, lov om kreditaftaler, 3. udgave, 2001, s. 113f.
  50. U 1995.192/2 H. Se også U 1995.432 H.
  51. Der skal ses bort fra en række omkostninger, specificeret i § 13, stk. 2, som dog skal oplyses ved indgåelse af aftalen.
  52. U 2004.1697 Ø.
  53. Henholdsvis U 2000.2162 Ø, U 2002.2741 Ø og U 2003.1112 Ø.
  54. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 4.
  55. Se Peter Møgelvang-Hansen, Thomas Riis og Jan Trzaskowski, Markedsføringsretten, 2007, s. 141ff.
  56. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 4.
  57. Bet. 1457/2005, afsnit 11.4.1.
  58. Lovforslag L63 (27.10.99), bem. til § 8.
  59. Forbrugerombudsmanden og andre myndigheder er ikke tilbageholdende med at orientere pressen om verserende sager. Finanstilsynet kan i visse sager om påbud om berigtigelse offentliggøre navnet på den virksomhed, en afgørelse vedrører (lov om finansiel virksomhed § 354 a). Se også Peter Blume, den digitale gabestok, U 2006B.251.
  60. Lovforslag L13 (6.10.05), bem. til § 11, stk. 2.
  61. Se U 1985.877 H og U 1991.43 H samt Lennart Lyngge Andersen og Palle Bo Madsen, Aftaler og Mellemmænd, 5. udgave, 2006, s. 53 ff. Se også Kim Frost, Tilbud og opfordringer i elektronisk handel, U 2003B.359.
  62. Se Lennart Lyngge Andersen og Palle Bo Madsen, Aftaler og Mellemmænd, 5. udgave, 2006, s. 442 ff.
  63. Se fx Forbrugerklagenævnet, sag 2004-4054/7-748, hvor to børn var bibragt det berettigede indtryk, at det, som de bestilte, var gratisydelse.
  64. §§ 23 og 24. Se dog U 1996.200/2 H, hvor låntager var fuldt forpligtet på trods af fejlagtige oplysning om tidspunktet for lånets forventede endelige tilbagebetaling. Se også Lennart Lyngge Andersen og Nina Dietz Legind, Civilretlig sanktionering af overtrædelse af oplysningskravene ved lejekøb, U 2004B.246 med henvisning til U 2004.317 H og U 2004.329/1 H.