



ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTEREN

30. maj 2011

**Besvarelse af spørgsmål 28 ad L 160 stillet af Erhvervsudvalget den 27. maj 2011 efter ønske fra Benny Engelbrecht (S).**

ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTERIET  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål:**

I svar på spørgsmål 26 skriver ministeren, at han er enig i, at oplysningsforpligtelserne i forbindelse med markedsføring af rabatkuponer vil kunne opfyldes ved SMS. Er ministeren i det lys enig i, at der ingen grund er til at pålægge forbrugerne byrden ved selv at skulle ringe op til en voice-mail eller sende en opfølgende sms med anmodning om at få tilsendt alle betingelser ved brug af rabatkuponer på SMS? Hvis ministeren deler den opfattelse, vil ministeren så være villig til at ændre L 160, så udbyderen af rabatkuponer forpligtes til at give forbrugerne alle oplysninger direkte, og uden at forbrugeren selv aktivt skal efterspørge disse? ”

Tlf. 33 92 33 50  
Fax 33 12 37 78  
CVR-nr 10 09 24 85  
[oem@oem.dk](mailto:oem@oem.dk)  
[www.oem.dk](http://www.oem.dk)

**Svar:**

Som det fremgår af min besvarelse af spørgsmål 27, er det afgørende, at tilbudsbetingelserne er *let tilgængelige* for forbrugeren. Det betyder, at forbrugeren umiddelbart og uden vanskeligheder skal kunne sætte sig ind i betingelserne inden købet af den vare/tjenesteydelse, som rabatkuponen er knyttet til. Det fremgår desuden af lovforslagets bemærkninger, at selve tilbuddet ved den første præsentation eller omtale bør være beskrevet klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til fordele og betingelser/begrænsninger.

Som det fremgår af svaret på spørgsmål 27, gør direktivet om urimelig handelspraksis det ikke muligt at stille specifikke krav til, hvordan forbrugeren skal modtage tilbudsbetingelserne, og således heller ikke, at forbrugeren skal have tilbudsbetingelserne i en enkelt sms. På den baggrund kan udbydere af rabatkuponer ikke ved lov forpligtes til at give forbrugeren alle oplysninger direkte pr. sms.

Som det i øvrigt fremgår af svaret på spørgsmål 27, kan langt de fleste mobiltelefoner i dag modtage meget store mængder data, men der er dog stadig enkelte mobiltelefoner på markedet, der ikke kan modtage meget omfattende tilbudsbetingelser i en enkelt sms. Meget omfattende tilbudsbetingelser i forbindelse med brugen af rabatkuponer kan således indeholde så mange oplysninger, at de for disse mobiltelefoners vedkommende ikke kan indeholdes eller aflæses i enkelte sms'er eller på enkelte skærmbilleder. Det kan derfor være nødvendigt, at tilbudsbetingelserne bliver præsenteret på et andet medie – som f.eks. en voicemail – idet det fortsat er et krav, at forbrugeren kan sætte sig ind i tilbudsbetingelserne.

Hvis tilbuddet i den konkrete situation vurderes at være beskrevet klart og tydeligt, og er let tilgængeligt for forbrugeren, vil oplysningsforpligtelsen ved markedsføring af rabatkuponer kunne opfyldes via sms.

Når det er nødvendigt at stille krav til virksomheden om, at forbrugeren skal kunne modtage tilbudsbetingelserne på en let tilgængelig måde, herunder i enkelte sms'er eller på et andet medie, sker det med henblik på at sikre, at alle forbrugere, også dem, der f.eks. ikke har en meget moderne mobiltelefon, også får adgang til tilbudsbetingelserne.

I alle tilfælde må det forventes, at udviklingen vil medføre, at stort set alle mobiltelefoner fremover vil være i stand til at modtage endog meget omfattende tilbudsbetingelser på sms.