



NOTAT

Dato: 3. september 2012

Sag: FOS-12/02681-20

Forbrugerombudsmandens indsatsområder 2011/12

1. Finansielle sager

Som udløber af den finansielle krise er mange sager om mangelfuld eller aggressiv investeringsrådgivning under behandling ved Forbrugerombudsmanden eller verserer ved Pengeinstitutankenævnet. Disse sager, der har høj prioritet, vil lægge et betydeligt beslag på Forbrugerombudsmandens ressourcer i de kommende år.

Forbrugerombudsmanden vil gennem behandlingen af disse sager ikke blot hjælpe forbrugerne med at opnå en økonomisk kompensation for fx mangelfuld rådgivning, men vil også medvirke til at klarlægge retstilstanden mellem finansielle virksomheder og deres kunder. Forbrugerombudsmanden vil herudover have opmærksomhed på overholdelse af god skik på det øvrige finansielle område.

2. Betalingstjenester

En korrekt og sikker betalingsformidling får en stadig større betydning som følge af den teknologiske udvikling og de nye betalingsmetoder. Som eksempel kan nævnes de nye betalingsmuligheder med mobiltelefon.

Forbrugerombudsmanden vil løbende følge udviklingen tæt på betalingstjenestområdet og vurdere, om forbrugerne får den gennemsigtighed og beskyttelse, som er tilsigtet med lovgivningen. Retten til at få tilbageført betalinger ved visse indsigelser i forbindelse med fjernsalg er i denne forbindelse en vigtig forbrugerbeskyttelsesregel.

3. Kreditmarkedet

Nye krav til oplysninger om omkostningerne ved indgåelse af kreditaftaler trådte i kraft 1. november 2010. Kreditgiver skal give oplysningerne til forbrugeren forud for indgåelse af en kreditaftale. De nye regler omhandler bl.a. krav til kreditgivers vurdering af forbrugers kreditværdighed, oplysninger om renteændringer, indførelse af en 14-

dages fortrydelsesret og regler for det økonomiske opgør ved forbrugerens helt eller delvise førtidige indfrielse af kreditaftalen.

Forbrugerombudsmanden vil bl.a. have fokus på, om kredit- og låneudbydere, der ikke er underlagt tilsyn efter den finansielle lovgivning, overholder de nye oplysningsregler i markedsføringsloven og kreditaftaleloven.

4. Prismarkedsføring

Efter udstedelse af nye retningslinjer for prismarkedsføring i 2010 vil Forbrugerombudsmanden have fokus på, om erhvervsdrivendes besparelsesudsagn er reelle, og om særligt favorable tilbud er til stede ved tilbudets start, og om eventuelle forbehold er klare og tydelige.

Forbrugerombudsmanden vil løbende iværksætte kontrol- og håndhævelsesforanstaltninger til opfølgning på retningslinjerne.

5. Miljø og etik

Forbrugerombudsmandens nye vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande i markedsføringen opstiller rammer for, hvornår en virksomhed kan sælge sine varer og tjenesteydelser som klimaneutrale, bæredygtige, økologiske og etisk forsvarlige, så forbrugerne fx ikke vildledes om varens miljøpåvirkning. Vejledningen omhandler også de erhvervsdrivendes brug af profilering, opbygning af omdømme, mærkningsordninger, symboler og certifikater.

Der vil nu være behov for at håndhæve vejledningen og tage initiativer, som sikrer udbredelsen af de erhvervsdrivendes kendskab til vejledningen.

6. Sociale medier og indholdstakserede tjenester

Markedsføring på sociale netværk er i rivende udvikling og en relativ ny mulighed for de erhvervsdrivende til at komme i kontakt med forbrugerne.

Der er derfor behov for, at Forbrugerombudsmanden klargør spillereglerne for de erhvervsdrivende på dette område.

De stadig mere sofistikerede netfællesskaber, der udbyder spil og forskellige indholdstakserede tjenester målrettet børn og unge, rejser fortsat en række problemstillinger i relation til markedsføring,

aftaleindgåelse samt sikkerhed ved betaling og vil derfor fortsat være et fokusområde.

Markedet for de såkaldte ”apps” til bl.a. mobiltelefoner er hastigt voksende. De giver anledning til særlige problemer i forhold til børn og unge, idet ”apps” ofte markedsføres som gratis og ikke er undergivet beløbsgrænser som på teleområdet. Sammenkoblingen mellem fx mobiltelefon og betalingskort rejser bl.a. spørgsmål om betalingsikkerhed, når de afgivne betalingskortoplysninger kan anvendes gentagende gange til køb af ydelser over internettet uden fornyet autorisation i forbindelse med betalingstransaktionen.

7. Bindingsperioder og ulige bundethed i kontrakter

Folketinget har vedtaget en ændring af forbrugeraftaleloven, der trådte i kraft den 1. januar 2010. Lovændringen sikrer, at forbrugerne kan komme ud af et abonnement efter et halvt år.

Forbrugerombudsmanden vil have fokus på, om de nye regler bliver overholdt.

Endvidere vil anvendelse af særlige handelsvilkår ved indgåelse af aftaler på internettet være et særligt fokusområde. Det drejer sig om vilkår, der bevirker, at forbrugerne er bundet af sin bestilling, mens den erhvervsdrivende efterfølgende kan træde tilbage fra aftalen, hvis en fastholdelse af aftalen er ufordelagtig for den erhvervsdrivende.

8. Indsamling af samtykker til reklame

Forbrugerombudsmanden modtager mange klager over spam og uanmodede telefoniske henvendelser, hvor forbrugerens samtykke er indhentet fx via konkurrencer på internettet.

Forbrugerombudsmanden vil derfor se nærmere på initiativer på dette område.