

Redigeret af Anders Mørkbak Bruun

ERHVERVSJURA

Kun i dag: GRATIS KLUMME

PRISSKILTE Forbrugerombudsmanden udsender sammen med flere branche- og forbrugerorganisationer nye retningslinjer for prismarkedsføring.



Lars Bo Langsted, professor, Juridisk Institut, Aalborg Universitet

»**KNALDTILBUD**«, »ophørsudsalg«, »spar 50 pct.«, »gratis«, »før 10.000 kr. – nu 500 kr.«, »fabrikssalg«, »factory outlet«, »grossistpriser«.

De mangefarvede streamere i vinduet vil ingen ende tage, og selvom vi ikke helt tror på dem, vil man jo gerne spare 9.500 kr. eller i hvert fald gøre "et godt køb". Så kan man varme sig ved tanken om alle de penge, man har tjent, og har man købt to brødrister og sparet 50 pct. på hver, har man jo sparet 100 pct. – eller hvordan er det lige, det er med den procentregning.

Alle ved, at butikkerne er nødt til at trække kunder til, og alle ved, at kunder kommer, hvis de tror, at de kan gøre en god handel. Alle ved også, at de bliver meget vrede, hvis de opdager, at de alligevel ikke har gjort en god handel.

Selvom de stadig har givet de samme 50 kr. for den samme automatiske kattehårstøvsuger, kan glæden forandre sig til skuffelse, hvis de opdager, at den koster 50 kr. alle steder i byen. De er ganske vist ikke på nogen måde blevet stillet dårligere, men de føler sig ikke desto mindre snydt og bedraget.

For så vidt muligt at undgå den slags – og andre tilsvarende – skuffelser har forbrugerombudsmanden sammen med en række branche- og forbrugerorganisationer lavet et sæt retningslinjer om "prismarkedsføring". Retningslinjerne træder i kraft d. 1. marts i år og erstatter en vejledning, der blev udstedt første gang i 1997.

»**SPAR 50 PCT.**« er jo set i det lys en særdeles rimelig forbrugeroplysning. Blot kan man komme i tvivl: Kan jeg spare 50 pct., fordi varen generelt er faldet i pris? Eller er det sammenlignet med prisen i Düsseldorf? Eller er det måske sammenlignet med prisen for en ny af samme slags (underforstået, den vare butikken sælger er brugt (eller som de nogle gange skri-

ver på den anden side af dammen: "pre-owned"). Her bestemmer retningslinjerne meget fornuftigt, at hvis ikke der står andet, er der tale om en sammenligning med den handlendes egen førpris. Tilsvarende gælder også udtryk som: "før/nu", "normalpris/tilbudspris". Den normalpris, der sammenlignes med, skal som udgangspunkt have været gældende i mindst seks uger forud for reklamerings-tidspunktet. Har prisen været svingende i de forudgående seks uger, er det den laveste pris, der har været gældende indenfor de seks uger, man må sammenligne med.

Ovenikøbet må den handlende kun reklamere med, at der "spares 50 pct." i to sammenhængende uger. Fortsætter den nedsatte pris – og ønsker forhandleren fortsat at reklamere med, at den er nedsat – kan det også ske, hvis blot kunderne samtidig oplyses om, hvor længe tilbuddet har været gældende. Endelig er det den erhvervsdrivende, der skal kunne dokumentere såvel normalpris som længden af den forudgående periode m.v.

ET NYERE – kreativt – skud på stammen for opfindsomme besparelsesmuligheder er at handle i et såkaldt "Factory Outlet" eller som "engrossalg". Den prisbevidste forbruger ser her for sig, hvorledes detailbranchens (efter kundens opfattelse uhyrlige) avance konverteres til en rigtig og kontant besparelse i kundens tegnebog.

Sådan skal det faktisk også være ifølge retningslinjerne, idet udtrykkene kun må bruges, hvis »forbrugeren ikke skal betale mere, end hvad detailhandleren normalt skal betale for varen«. Og man må kun anvende ordet "fabrikpris" »hvis den erhvervsdrivende kan dokumentere, at denne sælger varerne uden at beregne sig nogen form for avance.« Også her er det den erhvervsdrivende, der skal kunne dokumentere rigtigheden af det skrevne.

SPECIELT hvad angår "Factory Outlets" siges det i bemærkningerne til retningslinjerne: »..., at Factory Outlets består af mærkevarebutikker, der drives af de enkelte producenter af mærkevarerne, og hvorfra overskydende varelagre, tidligere sæsoners kollektioner eller produkter, der ikke i tilstrækkeligt omfang er blevet solgt i den almindelige detailhandel, sælges direkte til forbrugerne. Varerne markedsføres som regel med store besparelser.

me regler som ved disse.«

Også ord som "prisgaranti" er reguleret i retningslinjerne. Her fastslås det bl.a., at betingelserne for at udløse garantien ikke må indeholde begrænsninger, så garantien ikke reelt kan bruges, og man må heller ikke anvende ordet i forbindelse med varer, som kun sælges i den pågældende forretning. Forretningen må heller ikke kræve uforholdsmæssigt meget af kundens dokumentation for, at varen kan købes billigere et andet sted. F.eks. skal fremlæggelse af en annonce fra en anden forretning, hvorefter varen kan købes billigere dér, som udgangspunkt være tilstrækkelig dokumentation.

Salgsformen, der har været kendt i udlandet i mange år, er relativ ny i Danmark, og Forbrugerombudsmanden har ikke nogen praksis vedrørende den form. Det er imidlertid Forbrugerombudsmandens opfattelse, at salgsformen – bortset fra at der ofte er mange fabriksudsalg samlet på ét sted – ikke adskiller sig væsentligt fra almindelige fabriksudsalg/fabrikssalg.

Der gælder derfor de sam-

Kreativ anvendelse af f.eks. røde prisskilte, hvor skiltene i butikken normalt er hvide, eller prisskilte med en stor stjerne ved e.l. indeholder ikke direkte prisoplysninger og er ikke omfattet af retningslinjerne.

RETNINGSLINJERNE er ikke direkte bindende for den erhvervsdrivende, der således ikke kan straffes blot fordi, retningslinjerne ikke overholdes.

På den anden side vil en overtrædelse af disse retningslinjer som udgangspunkt blive anset som en tilsidesættelse af kravene til "god markedsføringsskik". Har der således fundet en

grov overtrædelse af retningslinjerne sted, vil Forbrugerombudsmanden kunne rejse en sag med påstand om bødestraf for overtrædelse af markedsføringslovens § 3, stk. 1, der siger:

»Erhvervsdrivende må ikke anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer, såfremt dette er egnet til mærkbart at forvirre forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet.«

Retningslinjerne med bemærkningerne kan ses i deres fulde udstrækning på Forbrugerombudsmandens hjemmeside: www.forbrugerombudsmanden.dk. ■

Arkivfoto: Anette Sønderby Madsen



HOVEDPUNKTER

■ Der er nye retningslinjer på vej for, hvordan butikker må skilte med nedsættelser af priser.

■ Grov overtrædelse af retningslinjerne kan betyde, at Forbrugerombudsmanden rejser en sag, hvilket kan føre til en bøde.