

Forbrukerombudets
retningslinjer

for

Postordresalg

1 Innledning

Forbrukerombudet skal, ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at de næringsdrivendes¹ markedsføring og avtalevilkår er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.).

Med *postordresalg* menes kjøp av varer på bakgrunn av at selgeren i katalog, brosjyre, annonse eller annen markedsføring har tilbudt å sende tingen til kjøperen. Ved slikt salg har kjøperen normalt ikke anledning til å se varen på forhånd og får ikke opplysninger utover de som er gitt i annonser og annet reklamemateriell. Forbrukeren er av denne grunn gitt særlig rettigheter ved avtaler som inngås ved postordre.

Forbrukerombudet redegjør i det følgende for de generelle krav som med hjemmel i markedsføringsloven er blitt stilt og vil bli stilt når det gjelder postordresalg.

Selv om retningslinjene gjelder postordresalg vil, i hovedsak, de samme kravene gjelde for varer som blir solgt via andre fjernsalgsmetoder, som Internett (e-handel), fjernsyn o.l. Forbrukerombudet har utarbeidet egne retningslinjer for telefonsalg².

Retningslinjene angir krav på to nivåer; i form av "skal-regler" og "bør-regler". Der det er benyttet "skal", "må" eller lignende angir de krav Forbrukerombudet vil stille etter markedsføringsloven. "Bør" angir en anbefaling. Forbrukerombudet har ikke tatt stilling til om det i alle tilfeller vil være i strid med loven ikke å følge en slik anbefaling, men vil vurdere dette konkret.

Retningslinjene tar først og fremst sikte på å gi næringsdrivende en enkel oversikt over de viktigste kravene som stilles i forbindelse med postordresalg. På denne bakgrunn er det ikke tatt med en nærmere begrunnelse for standpunktene. Henvisninger til rettskilder, eksempler o.l. er til en viss grad tatt med i fotnoter.

Retningslinjene er ikke forskrifter, og gir ikke en uttømmende fremstilling.

¹ Markedsrådet og Forbrukerombudet har i sin praksis lagt til grunn en vid forståelse av hva som anses som næringsvirksomhet. Ulike organisasjoner, idrettslag, veldedige organisasjoner vil også kunne bli ansett som næringsdrivende i de tilfellene det dreier seg om salg av varer eller tjenester, som f.eks. salg av lodd, kort. Rene innsamlingsaksjoner omfattes ikke.

² For nærmere info: se www.forbrukerombudet.no.

2 Lovgivning

Disse retningslinjene er i hovedsak basert på de krav som stilles til postordresalg etter markedsføringsloven og angrerettloven.

Markedsføring som er i strid med bestemmelser i spesiallovgivningen satt til å beskytte forbrukerne, vil kunne bli ansett for å være i strid med mfl. § 1 første ledd.³

Avtalevilkår som er i strid med ufravikelig lovgivning vil være urimelig og vil således rammes av mfl. § 9a. Er vilkåret i strid med fravikelig rett, er det et rimelig utgangspunkt at kontraktsvilkårene i standardkontrakter vurderes på bakgrunn av disse.⁴

Markedsføring og avtalevilkår som er i strid med angrerettloven vil derfor i utgangspunktet rammes av henholdsvis § 1 første ledd og § 9a i markedsføringsloven.

2.1 Markedsføringsloven⁵

Den som driver postordresalg må følge de krav som gjelder for markedsføring etter markedsføringsloven.

Dette innebærer et generelt krav om at markedsføringstiltaket ikke skal være urimelig eller være i strid med god markedsføringsskikk (mfl. § 1), at den ikke skal være villedende eller utilstrekkelig veiledende (mfl. § 2 og § 3), eller at det ikke skal benyttes utenforliggende lokkemidler som tilgift eller utlodning (mfl. § 4 og § 5).

I tillegg skal det ikke benyttes urimelige avtalevilkår (mfl. § 9a).

I lovens kapittel IIa er det gitt egne bestemmelser for bruk av garantier overfor forbrukere.

2.2 Angrerettloven⁶ – angrerett og opplysningsplikt

Angrerettloven inneholder en rekke regler om opplysningsplikt før og etter avtaleinngåelsen, samt regler om angrerett.

Formålet med loven er å sikre at forbrukeren får relevant og nødvendig informasjon ved enkelte særlige salgssituasjoner hvor forbrukeren, sammenlignet med butikksalg, ikke kan se varen eller danne seg et inntrykk av tjenesten. Formålet er videre å gi forbrukeren en viss betenkningstid ved at forbrukeren i visse tilfeller gis rett til å gå fra avtalen (angrerett).

³ Lovstridsprinsippet. MR-sak nr. 13/93, 17/93, 1/97, 2/00.

⁴ Ot. prp. nr. 38 (1979-80) s. 18).

⁵ Lov om kontroll av markedsføring og avtalevilkår av (Nr. 47 av 16. juni 1972)

⁶ Lov om opplysningsplikt og angrerett mv. ved fjernsalg og salg utenfor fast utsalgssted (Nr. 105 av 21. desember 2000)

Reglene er noe forskjellig avhengig av hvilken salgssituasjon som benyttes. I disse retningslinjene vil kun reglene som gjelder postordresalg bli berørt.

2.3 Personopplysningsloven⁷

Personopplysningsloven inneholder generelle regler om behandling av personopplysninger. Datatilsynet holder tilsyn ned denne loven.

Når behandling av personopplysninger blir en del av avtalen eller markedsføringsmetoden til en næringsdrivende som handler med forbrukere, vil både markedsføringsloven og personopplysningsloven gjelde.⁸

I tillegg til kravene i markedsføringsloven og angrerettloven, vil det derfor ved postordresalg også kunne være nødvendig å se hen til kravene i personopplysningsloven.

Med unntak av en henvisning til det sentrale reservasjonsregisteret i Brønnøysund i pkt. 3.5, vil ikke behandling av personopplysninger bli omtalt i disse retningslinjene.

3 Generelt

3.1 Varebeskrivelse, produktopplysninger o.l.

Generelt

Annonser og annet markedsføringsmaterieell må gi en klar, korrekt og fullstendig beskrivelse av varene.

Det må ikke anvendes ord og uttrykk som gir overdrevne forestillinger om varen og dens egenskaper.

Bruk av påstander/superlativer

Når det settes frem en påstand i markedsføringen må annonsøren dokumentere riktigheten av påstanden. Forbrukerombudet og Markedsrådet har lang praksis for at det er urimelig overfor forbrukerne, og av denne grunn i strid med mfl. § 1, å benytte udokumenterte påstander i markedsføringen.

Dokumentasjon for påstander som benyttes skal foreligge på markedsføringstidspunktet, og skal kunne framlegges når Forbrukerombudet krever det. Det må derfor på forhånd være foretatt undersøkelser som bekrefter at påstanden er riktig.

⁷ Lov om behandling av personopplysninger (Nr. 31 av 14. april 2000)

⁸ Mer informasjon om krysningpunktet mellom markedsføringsloven og personopplysningsloven finnes på våre internettside: www.forbrukerombudet.no.

Bruk av spørsmålstegn etter utsagnet, "jeg tror", "vi mener" e.l. utsagn med samme meningsinnhold, fritar ikke for plikten til å dokumentere påstandene.⁹

Utsagn fra fornøyde kunder, eller andre som uttaler seg om produktet eller tjenesten, anses fremsatt av annonsør selv, og er underlagt de samme dokumentasjonskravene.

Bruk av påstander i et firmanavn utelukker ikke at forholdet rammes av markedsføringsloven.¹⁰

3.2 Prisopplysninger

Forbrukerombudet og Markedsrådet har lang praksis for at opplysninger om pris skal være klare, entydige og så fullstendige som mulig.¹¹

Markedsføringen skal inneholde opplysninger om det som forbrukeren **totalt** skal betale, inkludert alle avgifter, leveringskostnader. I tillegg skal de enkelte elementene i totalprisen spesifiseres.¹²

Størrelsen på utgifter som porto, oppkravsgebyr, ekspedisjonsutgifter, toll etc. skal oppgis, eventuelt antydes, dersom eksakte opplysninger ikke kan gis.¹³

Merverdiavgift og andre avgifter skal være inkludert i den oppgitte prisen i all markedsføring som henvender seg til forbrukerne.

Varer må ikke nevnes eller avbildes med tilbehør eller liknende som ikke inngår i den angitte pris, uten at det i teksten eller på annen måte gjøres tydelig oppmerksom på hvilke varer/deler som inngår i prisen.

⁹ I MR-sak nr. 9/79 averterte et bruktbilfirma med "byens billigste?" Markedsrådet viste til at det i MR-sak nr. 2/74 og 2/75 var lagt til grunn at reklameutsagn om å være "billigst" eller "rimeligst" e.l. hadde et så konkret innhold at annonsøren måtte godtgjøre utsagnets riktighet. Markedsrådet fant at bruk av spørsmålstegn etter et utsagn av denne art ikke fritok fra plikten til å dokumentere selve utsagnet.

¹⁰ Det vises her til MR-sak 8/78, hvor Markedsrådet forbød firmaet Fabrikksalget AS å bruke betegnelsen "fabrikk" i sitt firmanavn, fordi firmaet verken drev salg av egenproduserte varer på produksjonsstedet eller holdt særlige lave priser. I FO-sak nr.:00-1714 som gjaldt firmanavnet "Eiendomsmegler 1", kom Forbrukerombudet til at bruk av dette firmanavnet i seg selv ikke innebar en påstand om å være best/størst.

¹¹ Forbrukerombudet har utarbeidet "Orientering om praksis – Prisopplysninger – markedsføringsloven", som kan fås ved henvendelse til Forbrukerombudet.

¹² Angrerettloven § 7 b). Se pkt. 4 b) i retningslinjene.

¹³ Markedsrådet fant i sak 3.78 at det var utilstrekkelig i en postordreannonse for et biljardbord bare å opplyse at «frakt kommer i tillegg til de oppgitte priser».

3.3 Villedende presentasjon av tilbudet - eksklusivitet/lokketilbud

Det er ikke tillatt å utforme personlig adressert markedsføring slik at det gir forbrukerne et inntrykk av at de er mottakere av et eksklusivt eller personlig spesialtilbud, eller tilhører en begrenset gruppe av personer som oppnår en spesiell fordel, dersom dette ikke er riktig.^{14 15}

Det er heller ikke tillatt å utforme adressert markedsføring slik at det gir inntrykk av at mottakerne har vunnet en gave/premie av en høy kvalitet/verdi, dersom det er misforhold mellom de reklameskapte forventningene og gavens/premiens reelle kvalitet/verdi.¹⁶

3.4 Negativt salg

Det er forbudt å

- kreve betaling for varer, tjenester eller andre ytelser uten etter avtale
- levere varer, tjenester eller andre ytelser med krav om betaling uten etter avtale¹⁷

Det er den næringsdrivende som må sannsynliggjøre at det er inngått en avtale, og hva avtalen går ut på.

Dersom det ikke foreligger dokumenter, eller annet som viser at det foreligger avtale eller bestilling, må selger ha interne rutiner e.l. som kan gjøre det mulig å sannsynliggjøre at en avtale er inngått.

3.5 Adressert og uadressert reklame

Adressert reklame

Det er forbudt¹⁸ å sende adressert reklame til privatpersoner som har reservert seg i det sentrale reservasjonsregisteret i Brønnøysund.

Den som skal sende adressert reklame til privatpersoner skal "vaske" sitt register mot reservasjonsregisteret før første gangs tilsendelse. Etterpå må dette gjentas minst fire ganger i året.

Vasking mot reservasjonsregisteret gjelder ikke markedsføring av egne produkter overfor personer markedsføreren har et *løpende kundeforhold* til.¹⁹

¹⁴ Jf. MR-sak nr 31/1999, 23/1999, 7/1998, 22/2000

¹⁵ Det er ikke lovstridig i seg selv å utforme et tilbud som et brev skrevet i en personlig form, ved f.eks. at mottakerens navn flettes inn i teksten. Det vises her til Markedsrådssak nr 10.75.

¹⁶ MR-sak 8/2000, 31/1999, 30/1999, 7/1998, 22/2000

¹⁷ Mfl. § 2a. Bestemmelsen bygger på avtalelovens regler om at det må foreligge et tilbud og en aksept av dette tilbudet for at det skal foreligge en bindende avtale. Passivitet fra mottakeren av et tilbud er med andre ord ikke nok. Ved leveranse i strid med § 2a er mottaker ikke forpliktet til å betale kravet.

¹⁸ Personopplysningsloven § 26, jf. mfl. § 1 første ledd (lovstridsprinsippet)

¹⁹ Datatilsynet har laget retningslinjer om hva som anses som løpende kundeforhold .

Forbrukeren har også rett til å reservere seg mot adressert reklame i den enkelte markedsførers adresseregister.

Uadressert reklame

Det er forbudt å levere, eller få andre til å levere, uadressert reklame til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de ikke ønsker å motta uadressert reklame²⁰.

4 Opplysningsplikt før avtaleinngåelse ²¹

Før avtaleinngåelsen skal forbrukeren få opplysninger som forbrukeren har grunn til å regne med å få.

Forbrukeren skal som et **minimum** gis følgende opplysninger på en klar og tydelig måte:

a) Varens viktigste egenskaper

Hva som ligger i dette vil avhenge av hvilke varer og tjenester det er snakk om. For enkelte varegrupper, som f.eks. bøker, vil en kort beskrivelse av egenskapene være tilstrekkelig. For mer kompliserte varer eller tjenester vil det være nødvendig med mer spesifiserte opplysninger.

b) Totale kostnader

Med totale kostnader menes det som forbrukeren totalt skal betale, inkludert alle avgifter, leveringskostnader.

I tillegg skal de enkelte elementene i totalprisen spesifiseres.

Se punkt 3.2 ovenfor.

c) Angrerett

Det skal opplyses om forbrukeren har angrerett, eller ikke.

d) Alle vesentlige avtalevilkår

Eksempler på vilkår som vil være vesentlige er: betaling, levering, kontraktens varighet og oppsigelse.

Alle vesentlige begrensninger i avtalen skal oppgis.

²⁰ Mfl. § 2c. Har mottakeren merket postkassen/utgangsdøren med en lapp, klistremerke o.l. er dette i utgangspunktet tilstrekkelig. Forbudet gjelder ikke reklameinnstikk som legges inn i aviser.

²¹ Minimumskrav etter angrerettloven § 7 første ledd a-h, som blant annet er en kodifisering av de krav som tidligere er blitt stilt etter markedsføringsloven. Kan også suppleres av markedsføringsloven, prinsipper innenfor avtaleforhold og annen lovgivning.

e) *Firmanavn, adresse, telefonnummer o.l.*

Markedsføringsmaterialet skal være merket med navnet til firmaet som står bak.²²

Det er ikke tillatt å bruke et annet firmanavn, midlertidig adresse og lignende.

Markedsføringsmaterialet skal også inneholde opplysninger om selgerens adresse og telefonnummer, eller annen informasjon som er nødvendig for at kundene lett kan komme i kontakt med den næringsdrivende.

f) Tidsrommet prisen er gyldig i

g) Hvilket språk informasjon og avtalevilkår er tilgjengelig på

5 Opplysningsplikt etter avtaleinngåelse

5.1 Hva det skal opplyses om

Etter avtalen er inngått skal forbrukeren motta følgende opplysninger:

a) *Opplysningene som nevnt under pkt. 4*

b) *Angreskjema – informasjon om angrerett*

Forbrukeren skal sammen med varene motta et angreskjema.²³

Angreskjema kan fås ved henvendelse til Barne- og Familiedepartementet.²⁴

Skjemaet kan benyttes av kjøperen for å gi melding til selgeren om at angreretten benyttes. Kjøperen er imidlertid ikke forpliktet til å benytte angreskjema.

Endringer i angreskjemaene er ikke tillatt. Forbrukerne skal motta angreskjema i original eller identisk kopi.

c) *Opplysninger om ettersalgsservice og gjeldende garantivilkår*

Ettersalgsservice vil eksempelvis være vedlikehold, ettersyn eller annen service som selger tilbyr.

d) *Ordrebekreftelse*

²² Forbrukerombudet har i sin praksis lagt til grunn at det er i strid med mfl. § 1 første ledd, å sende ut markedsføringstiltak som ikke er merket med navnet til selskapet som står bak.

²³ Fastsatt i forskrift om angreskjema (av 27.02.01), jf. angrerettloven § 10. Finnes på <http://odin.dep.no/archive/bfdvedlegg/01/03/Forsk070.doc>

²⁴ Internett: <http://odin.dep.no/bfd/norsk/publ/blanketter/004061-100002/index-dok000-b-n-a.html>

En slik bekreftelse skal inneholde opplysninger om hva som er bestilt, betaling og pris.

*e)Øvrige standardvilkår/-kontrakt*²⁵

5.2 Hvordan skal opplysningene gis

Opplysningene skal være lesbare og være lagret på et papir eller annet varig medium.²⁶

Forbrukerne skal motta opplysningene i en slik form at de kan lese dem og ha de tilgjengelige uten å måtte foreta seg noe særskilt i form av opptak, registrering, kopiering e.l. Opplysningene kan sendes per e-post. Det er ikke tilstrekkelig å henvise til opplysninger på selgers hjemmeside.²⁷

5.3 Når opplysningene skal gis

Før eller senest ved *leveringstidspunktet*

6 Angrerett – rett til å gå fra avtalen²⁸

6.1 Generelt

Ved postordresalg kan forbrukeren gå fra avtalen innen en bestemt frist, se pkt. 6.2.

Forbrukeren behøver ikke å angi noen grunn til at man ønsker å gå fra avtalen.

Angreretten må ikke blandes sammen med forbrukernes rettigheter etter garanti eller lovgivning ved mangler eller forsinkelse på varen/tjenesten.

6.2 Fristens lengde²⁹

Utgangspunktet 14 dager.

Unntak:

Angrefristen utvides i realiteten til henholdsvis **3 måneder** og **1 år** i enkelte tilfeller ved manglende opplysninger. Se pkt. 6.3 om fristberegning.

²⁵ Utleddet av mfl. § 9a.

²⁶ Angrerettloven § 9 første ledd

²⁷ Ot.prp. nr. 36 (1999-2000) s. 100.

²⁸ Angrerettloven kapittel 4.

²⁹ Angrerettloven § 11

6.3 Fristberegning³⁰

Angrefristen starter å løpe fra når

- hele varen³¹ er mottatt, og
- opplysningene som nevnt under pkt. 5.1 er mottatt.³²

Dersom disse opplysningene ikke er gitt på foreskreven måte:

- **3 måneder** etter varen er mottatt, eller
- **1 år** hvis opplysninger om angrerett overhode ikke er nevnt.

6.4 Unntak fra angrerett³³

Angreretten gjelder ikke

- a) Dersom varen ikke kan leveres tilbake i tilnærmet samme stand og mengde, og beskadigelsen ikke skyldes uaktsomhet eller manglende omsorg fra forbrukerens side.

Forbrukerens rett til å undersøke varen etter levering innebærer at det ikke er adgang til å nekte retur av varen med den begrunnelse at forpakningen er brutt.³⁴

- b) Varer der selve leveringens medfører at de ikke kan leveres tilbake.

Eksempler på dette kan være: fyringsolje som er fylt på tank, jordlass som fylles i hagen osv.

- c) Varer som raskt forringes fysisk

Eksempler på dette kan være: ferske matvarer, avskårne blomster.

6.5 Melding om angrerett³⁵

Forbrukeren må innen fristen melde fra til selger om at angreretten vil bli benyttet.

Det stilles ingen formkrav til meldingen. Selv om skriftlighet av bevis hensyn vil være en fordel, er dette ikke nødvendig.

³⁰ Angrerettloven § 11

³¹ Angreretten løper ikke før man har mottatt hele varen. Eks.: Ved kjøp av PC, der avtalen omfatter maskinen, skjerm og tastatur vil angrefristen ikke starte å løpe før forbrukeren har mottatt alle elementene.

³² Unntatt pkt. 5.1 bokstav e.

³³ Angrerettloven § 12

³⁴ Unntak for brutt forsegling på CD, datamaskinprogram. Opplysningene om at angreretten bortfaller skal framgå tydelig på selve forseglingen, jf. Angrerettloven § 12 andre ledd.

³⁵ Angrerettloven § 13

6.6 Gjennomføringen av angrerett³⁶

Ved bruk av angreretten faller partenes plikt til å oppfylle avtalen bort.

Forbrukeren skal dekke returkostnadene³⁷.

Forbrukeren skal returnere varen til selger innen rimelig tid. Det skal gjøres selv om forbrukeren ikke har fått pengene tilbake fra selger.

Selger plikter å betale tilbake det forbrukeren har betalt innen 14 dager.

Forbrukeren plikter ikke å motta eller innløse en vare før den returneres til selger, f.eks. ved å hente den på postkontor. Den som leverer varen (f.eks. postkontor, fraktfører) må få melding fra forbrukeren om at varen skal returneres. I tillegg må forbrukeren gi melding til selger om at angreretten benyttes, jf. pkt. 6.5.

7 Erstatningsvare

Varer som avviker fra avbildninger og beskrivelser i markedsføringsmateriellet, må ikke tilsendes uten at kunden på forhånd har gitt aksept på at han ønsker erstatningsvare.

Dersom kunden har akseptert å motta en erstatningsvare, må erstatningsvaren ikke avvike fra den beskrivelse selger har gitt. Er slik beskrivelse ikke gitt, må erstatningsvaren ikke avvike vesentlig fra den egentlig bestilte vare verken mht. utseende, funksjon, pris eller kvalitet.

Det må ved forsendelsen gjøres tydelig oppmerksom på hvilke av de tilsendte varer som er erstatningsvarer, og at kjøperen har full anledning til å returnere disse varene på selgers bekostning hvis de avviker vesentlig fra den beskrivelse selger har gitt.

8 Garantier³⁸

Det er forbudt å bruke ordet garanti eller tilsvarende uttrykk dersom kjøperen ikke gis rettigheter i tillegg til de rettighetene han ellers har i f.eks. forbrukerkjøpsloven, angrerettloven.³⁹

³⁶ Angrerettloven § 15

³⁷ Gjelder ikke dersom selger har misligholdt avtalen eller selger har levert erstatningsvare, fordi den avtale varen ikke var tilgjengelig.

³⁸ Mfl. kap IIa.

³⁹ Mfl. § 9c. I tillegg stilles det krav til opplysninger ved markedsføring av garantier, jf. § 9c, opplysninger ved inngåelse av avtale som inkluderer en garanti, jf. § 9d tredje ledd, innholdet i selve garantivilkårene, jf. § 9d første og andre ledd.

9 Forholdet mellom angrerett, reklamasjon og garantier

Garanti og *angrerett* må ikke forveksles med de rettigheter forbrukerkjøpsloven gir forbrukerne dersom det foreligger mangler på varen (*reklamasjon*).

En *garanti* er en frivillig ordning den næringsdrivende (selger) kan påta seg ved salg av varer, tjenester eller andre ting, hvor kjøperen gis tilleggsrettigheter i forhold til det han/hun ellers har. En garanti kan aldri begrense rettigheter kjøper ellers har etter lov.

Angrerett etter angrerettloven gir forbrukerne i visse situasjoner mulighet til å gå fra kjøpet *uten å angi noen bestemt grunn* innen en frist, jf. pkt. 5.