

# Forbrukerombudets retningslinjer for stands- og dørsalg

# 1 Innledning

Forbrukerombudet skal, ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at de næringsdrivendes<sup>1</sup> markedsføring og avtalevilkår er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.).

Disse retningslinjene omfatter alt salg utenfor fast utsalgssted. Da de vanligste salgsformene utenfor fast utsalgssted er dørsalg og salg fra stand, vil disse betegnelsene brukes i det følgende.

Ved dørsalg mottar forbrukeren en salgshenvendelse i privatsfæren, noe som kan oppleves som en forstyrrelse av privatlivets fred. Forbrukeren er ofte uforberedt på en salgshenvendelse, og det kan være vanskelig å avslå et tilbud som framsettes på denne måten. Samtidig mangler forbrukeren ofte mulighet til å se eller undersøke varen, men må bygge kjøpsbeslutningen på beskrivelser fra selgeren. Forbrukerne er blant annet av denne grunn gitt særlige rettigheter ved avtaler som inngås ved salg utenfor fast utsalgssted. Forbrukerombudet redegjør i det følgende for de generelle krav som med hjemmel i markedsføringsloven og angrerettloven oppstilles når det gjelder stands- og dørsalg.

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 FO vil stille etter markedsføringsloven. "Bør" angir en anbefaling. FO 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 stands- og dørsalg. 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.<sup>2</sup> Retningslinjene er ikke forskrifter, og gir ikke en uttømmende fremstilling.

# 2 Lovgivning

Disse retningslinjene er basert på de krav som stilles til salg utenfor fast utsalgssted 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.<sup>3</sup>

Avtalevilkår som er i strid med ufravikelig (preseptorisk) lovgivning vil være urimelig og i strid med mfl. § 9a. Er vilkåret i strid med fravikelig

---

<sup>1</sup> 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 imidlertid ikke.

<sup>2</sup> Lover og forskrifter som det er henvist til i retningslinjene/fotnotene kan finnes i sin helhet på [www.lovdatab.no](http://www.lovdatab.no) eller i noen grad på [www.forbrukerombudet.no](http://www.forbrukerombudet.no)

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

(deklaratorisk) rett, er det et rimelig utgangspunkt at kontraktsvilkårene i standardkontrakter vurderes på bakgrunn av disse.<sup>4</sup>

Markedsføring og avtalevilkår som er i strid med angrerettloven eller annen spesiallovgivning vil derfor ofte være i strid med henholdsvis § 1 første ledd og § 9a i markedsføringsloven.

## 2.1 Markedsføringsloven<sup>5</sup>

Den som driver stands-/ dørsalg 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 markedsføringen 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).

## 2.2 Angrerettloven – angrerett og opplysningsplikt<sup>6 7</sup>

Angrerettloven inneholder en rekke regler om opplysningsplikt før og etter avtaleinngåelsen, samt regler om angrerett. Formålet med loven er blant annet å gi forbrukerne særlige rettigheter når de uventet utsettes for en salgssituasjon i sitt hjem eller på gaten og 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. Reglene er noe forskjellig avhengig av hvilken salgssituasjon som benyttes. I disse retningslinjene vil kun reglene som gjelder stands- og dørsalg bli berørt.

## 3 Begrensinger i adgangen til å kontakte forbrukere

Dersom forbrukeren gir uttrykk for at han ikke ønsker kontakt med selgere, skal selgeren respektere dette. Særlig aktuelt er dette hvor selgeren oppsøker forbrukerens hjem og det gjennom skilt eller annen tydelig merking fremkommer at det ikke ønskes kontakt med selgere.<sup>8</sup> En henvendelse i strid med dette vil kunne anses som urimelig overfor forbrukere og i strid med god markedsføringsskikk og dermed i strid med mfl. § 1.

Det bør utvises varsomhet knyttet til hvilke tidspunkt man kontakter forbrukere i salgsoyemed, særlig gjelder dette ved dørsalg.<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> NOU 1976:61

<sup>5</sup> Lov av 16. juni 1972 nr. 47

<sup>6</sup> Lov av 21. des. 2000 nr. 105

<sup>7</sup> Dørsalgdirektivet (85/577/EØF) er gjennomført i norsk rett gjennom bestemmelsene i angrerettloven.

<sup>8</sup> Dette gjelder enten et slikt ønske er gitt uttrykk for i tilknytning til den enkelte forbrukers bolig eller på vegne av et større antall boliger samlet. Et slikt ønske vil også omfatte henvendelser som skjer i markedsføringshensikt uten at det er tale om et konkret salg.

<sup>9</sup> Ved vurderingen av hvilke tidspunkt man med rimelighet kan drive dørsalg vil regler/bransjenormer som gjelder for telefonsalg gi en viss pekepinn. Hensynene bak disse reglene for telefonsalg gjør seg i hovedsak også gjeldende for dørsalg da dette er en minst like påtrengende salgsform. Etter dagens retningslinjer for telefonsalg følger det at det ikke bør foretas oppringninger før kl 0900 og ikke senere enn kl 2100 på hverdager eller kl 1800 på lørdager og søn- og helligdager.

## 4 Under salgssamtalen – før avtaleinngåelsen

### 4.1 Presentasjon av navn og formål<sup>10</sup>

Selgeren skal ved innledningen av samtalen

- presentere seg med firmanavn
- opplyse om at formålet med samtalen er markedsføring/salg dersom dette ikke klart og tydelig fremgår av situasjonen
- forsikre seg om at den som henvendelsen retter seg mot har myndighet til å inngå avtale om kjøp av det markedsførte produkt eller tjeneste.<sup>11</sup>

### 4.2 Oppførsel

Standalg og spesielt dørsalg er en påtrengende salgsform, hvilket medfører at det bør vises varsomhet ved disse salgsmetodene. En for aggressiv og pågående oppførsel kan i seg selv være lovstridig.<sup>12</sup>

Selgeren skal straks respektere et ønske fra forbrukeren om ikke å innlede eller å avslutte salgssamtalen. Det bør vises særskilt varsomhet ved salg til grupper som kan være særlig sårbare.

### 4.3 Presentasjon av tilbudet

Selgeren skal gi en klar, korrekt og fullstendig beskrivelse av tilbudet.<sup>13</sup> Det må ikke anvendes ord som er egnet til å gi overdrevne eller villedende forestillinger om tilbudet, eller på annen måte bryter med de generelle reglene i markedsføringsloven.<sup>14 15</sup>

### 4.4 Krav til kundens aksept – negativt salg

Etter markedsføringsloven (mfl) § 2a, er det forbudt for næringsdrivende å:

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

For at mottaker skal være avtalerettslig forpliktet, må mottakeren selv gi et positivt uttrykk for at han/hun aksepterer tilbudet.

Det er den næringsdrivende som må dokumentere eller sannsynliggjøre at det er inngått en avtale.<sup>16</sup> Den næringsdrivende må ha tilstrekkelig gode rutiner og retningslinjer som kan gjøre det mulig å sannsynliggjøre at det er inngått en avtale i hvert enkelt tilfelle.

---

<sup>10</sup> Mfl. § 1,4. ledd: "All markedsføring skal utformes og presenteres på en slik måte at den tydelig framstår som markedsføring. Ved muntlig markedsføringshenvendelse til en forbruker skal en næringsdrivende straks presentere seg og opplyse forbrukeren om at henvendelsen skjer i markedsføringshensikt."

<sup>11</sup> Det siktes her blant annet til mindreåriges manglende evne til å inngå rettslig bindende avtaler og å stifte gjeld, jf. vergemålsloven § 2.

<sup>12</sup> Det skal ved vurderingen av om markedsføringen er urimelig eller strider mot god markedsføringskikk legges vekt på om den framstår som særlig påtrengende, jf. mfl. § 1, første jf. tredje ledd

<sup>13</sup> Se også pkt. 4.6

<sup>14</sup> Jf. mfl. §§ 2 og 3.

<sup>15</sup> Det må herunder ikke gis feilaktig inntrykk av at tilbudet ikke er tilgjengelig til tilsvarende betingelser gjennom andre salgskanaler eller at tilbudet er tidsbegrenset, jf. pkt. 4.6 f.

<sup>16</sup> Det følger av Ot.prp. nr. 62 (1999-2000) pkt. 3.1.4.2. at det er den som hevder at det foreligger en avtale som også har bevisbyrden for dette.

Dersom rutinene og retningslinjene for salget er dårlige, vil det være vanskelig å sannsynliggjøre at det er inngått en avtale, og salget vil lett kunne komme i konflikt med markedsføringsloven § 2a. Selv om salgssamtalen er en dialog mellom kunden og selger, bør det utarbeides samtalemaler og retningslinjer som tjener til å sikre at alle vesentlige avtalevilkår blir presentert på en klar og forståelig måte.

Det bør foreligge rutiner som sikrer at malene blir fulgt, for eksempel opplæringsprogram og kontroll av selgere.<sup>17</sup>

Ved leveranse i strid med § 2a er mottaker ikke forpliktet til å betale kravet.

Hvor selgeren gir uriktige opplysninger, eller holder tilbake opplysninger som kan antas å ha betydning for inngåelsen av avtalen, vil dette kunne medføre at avtalen ikke anses bindende.<sup>18</sup>

Den næringsdrivende bør derfor kunne sannsynliggjøre at forbrukeren har fått den nødvendige informasjon, herunder om alle vesentlige avtalevilkår, og har forstått innholdet i avtalen.

#### 4.5 Skriftlig fullmakt ved inngåelse av visse avtaler

Ved inngåelse eller bytte av

- Låneavtale<sup>19</sup>
- Strømlleverandør<sup>20</sup>
- Telefonileverandør<sup>21</sup>

må det innhentes et skriftlig samtykke fra forbruker før endring kan iverksettes.

#### 4.6 Opplysningsplikt<sup>22</sup>

Før avtaleinngåelsen, dvs. under salgssamtalen, skal forbrukeren få alle opplysninger som forbrukeren har grunn til å regne med å få.<sup>23</sup>

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

---

<sup>17</sup> I FO-sak 06/492 (SEA – Norge) påpekte FO overfor selskapet at det ikke er tilstrekkelig kun å utarbeide gode samtalemaler, selskapet måtte også påse at disse samtalemalerne ble fulgt i selskapets salgsvirksomhet.

<sup>18</sup> Det følger av avtaleloven § 30 at en aksept som er gitt en tilbyder ikke er bindende dersom tilbyderen svikaktig har gitt uriktige opplysninger om omstendigheter som kan antas å ha hatt betydning for aksepten, eller dersom han svikaktig har holdt tilbake slike opplysninger.

<sup>19</sup> jf. finansavtaleloven § 48, første ledd

<sup>20</sup> jf. kapittel 2 i forskrift nr 301 av 3. november 1999 til energiloven

<sup>21</sup> jf. §§ 2-2, 3-3 og 3-6 i forskrift nr.401 av 16. februar 2004 til ekomloven. Post- og teletilsynet har utarbeidet retningslinjer for tolkningen og forståelsen av skriftlighetskravet ved bytte av telefonileverandør, se [www.npt.no](http://www.npt.no)

<sup>22</sup> Minimumskrav etter angrerettloven § 7 første ledd a-h, som blant annet er en kodifisering av de krav som tidligere er blitt stilt etter markedsføringsloven. Disse kan også suppleres av markedsføringsloven, prinsipper innenfor avtaleforhold og annen lovgivning.

<sup>23</sup> Opplysninger om vesentlige avtalevilkår skal også gis muntlig hvor markedsføringen foregår muntlig. Det vil her ikke være tilstrekkelig at opplysningene utelukkende gis skriftlig, jf. FO-sak 06/492 "Sea Norge", 06/318 "B2C" og 06/1641 "Elitele".

I FO-sak 06/492 (SEA – Norge) uttalte FO at " [...] når det gjelder den direkte markedsføringen, ved dørsalg eller salg fra stands, gjelder de samme krav til at forbrukerne gis korrekt og tilstrekkelig opplysning om produktet som ved øvrig markedsføring. Ved denne type markedsføring må vesentlige avtalevilkår i praksis presenteres muntlig av selgerne."

*a) Varen eller tjenestens viktigste egenskaper*

Hva som ligger i dette vil avhenge av hvilke varer og tjenester det er snakk om. For enkelte varegrupper, som f.eks. aviser, vil en kort beskrivelse av egenskapene være tilstrekkelig. For mer kompliserte varer eller tjenester, som f.eks. tilbud om å bytte telefonileverandør, vil det være nødvendig med mer spesifiserte opplysninger. Et minimumskrav vil i alle tilfelle være at det opplyses om avtalen gjelder en enkeltytelse eller et abonnement/løpende avtale.

*b) Totale kostnader*

Med totale kostnader menes det som forbrukeren totalt skal betale, inkludert alle avgifter og leveringskostnader. I tillegg skal de enkelte elementene i totalprisen spesifiseres.

*c) Angrerett*

Det skal opplyses om forbrukeren har angrerett.

*d) Alle vesentlige avtalevilkår*

Eksempler på vilkår som vil være vesentlige er: betaling, levering, kontraktens varighet, vilkår for avbestilling av enkeltytelser og oppsigelse av avtalen. Alle vesentlige begrensninger i avtalen skal oppgis.<sup>24</sup>

*e) Selgerens eller tjenesteyterens navn og adresse*

*f) Tidsrommet prisen er gyldig i*

*g) Hvilket språk informasjon og avtalevilkår er tilgjengelig på*

## **5 Etter avtaleinngåelsen<sup>25</sup>**

### **5.1 Hva det skal opplyses om**

Etter avtalen er inngått skal forbrukeren motta følgende opplysninger:

*a) Opplysningene som nevnt under pkt. 4.6*

*b) Angrerett*

Det skal opplyses om vilkårene og fremgangsmåten for å benytte angreretten, samt virkningene av angreretten.<sup>26</sup>

Som et minimum skal følgende opplysninger gis:

- Angrefristens lengde – se pkt. 6.2 og 6.3.
- At forbrukeren må gi melding om at angreretten vil bli benyttet, og hvem slik melding kan gis til
- At selger skal betale returkostnader
- At forbrukeren kan holde varen tilbake inntil han eller hun har mottatt tilbakebetaling for denne, samt beløp tilsvarende returkostnaden<sup>27</sup>

<sup>24</sup> I FO-sak 06/492 (SEA – Norge) slo FO fast at det ville være villedende og utilstrekkelig veiledende og i strid med mfl. §§ 2 og 3 dersom vilkår om forskuddsbetaling på strøm og om bindingstid og oppsigelsesgebyrer på strøm og telefoni ikke ble opplyst om muntlig i markedsføringen, da dette vil være informasjon som er av helt sentral betydning for at kunden skulle kunne vurdere tilbudet som markedsføres på en tilstrekkelig måte.

<sup>25</sup> Angrerettloven § 9 og Ot.prp. nr. 36 (1999-2000) s. 100-102. (Unntatt retningslinjenes pkt. 5.1 bokstav f)

<sup>26</sup> Se pkt. 6

<sup>27</sup> Angrerettloven § 14

Angrefristskjema skal vedlegges.<sup>28</sup>

*c) Opplysninger om ettersalgsservice og gjeldende garantivilkår*  
Ettersalgsservice vil eksempelvis være vedlikehold, ettersyn eller annen service som selger tilbyr.

*d) Vilkår for oppsigelse*  
Dette gjelder kun for avtaler som er tidsubestemte dvs. de som løper til de er oppsagt eller avtaler med mer enn ett års varighet.

*e) Bekreftelse av bestillingen*  
En slik bekreftelse skal inneholde opplysninger om hva som er bestilt, betaling og pris.

*f) Øvrige standardvilkår/-kontrakt*<sup>29</sup>

## 5.2 Hvordan skal opplysningene gis

Forbrukeren skal ved avtaler der forbrukeren har angrerett i medhold av angrerettloven motta et angrerettskjema.<sup>30</sup>

Opplysningene skal være lesbare og være lagret på et papir eller annet varig medium.<sup>31</sup>

Forbrukerne skal motta opplysningene i en slik form at de kan lese dem og ha dem 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.<sup>32</sup>

## 5.3 Når skal opplysningene gis

Tjenester  
Snarest mulig etter avtaleinngåelsen.

Varer  
Senest ved levering av varen.

# 6 Angrerett – rett til å gå fra avtalen<sup>33</sup>

## 6.1 Generelt

Ved stands- og dørsalg 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.

---

<sup>28</sup> Angrerettloven § 10, se også pkt. 6.3

<sup>29</sup> Utledet av mfl. § 9a.

<sup>30</sup> Angrerettloven § 9, jf forskrift om angreskjema §§ 1 og 2.

<sup>31</sup> Angrerettloven § 9 første ledd

<sup>32</sup> Ot.prp. nr. 36 (1999-2000) s. 100.

<sup>33</sup> Angrerettloven kapittel 4 og 5

Forbrukeren kan ikke pålegges noe gebyr eller liknende for å benytte seg av angreretten.<sup>34</sup>

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

## 6.2 Fristens lengde

Angrefristens lengde er i utgangspunktet 14 dager<sup>35</sup> dersom angrerettsskjema og alle de påkrevde opplysninger er mottatt på foreskrevet måte.

### Unntak:

Har kjøper ikke mottatt opplysninger på foreskrevet måte,<sup>36</sup> har heller ikke angrefristen begynt å løpe.<sup>37</sup> Angreretten vil da være i behold. Se pkt. 6.3 om fristberegning. Forbrukeren skal ved avtaler der forbrukeren har angrerett i medhold av angrerettloven motta angreskjema etter forskrift om angreskjema.<sup>38</sup>

Påkrevde opplysninger er ikke mottatt på foreskrevet måte før forbrukeren har mottatt skjemaet lesbart og lagret på papir eller annet varig medium som forbrukeren råder over.

Endringer i skjemaene er ikke tillatt. Forbrukerne skal motta angreskjema i identisk kopi.<sup>39</sup>

Skjemaet må dessuten være fullstendig fylt ut i de felter som selger plikter å fylle ut.<sup>40</sup>

## 6.3 Fristberegning

Angrefristen starter å løpe fra:

### Tjenester

- avtaleinngåelsen, dersom opplysningene som nevnt under pkt. 5.1 er mottatt<sup>41</sup>

---

<sup>34</sup> Ot.prp.nr.36 (2004-2005) s 51.

<sup>35</sup> Jf. angrerettloven §§ 11 og 18

<sup>36</sup> Se pkt. 5.1 og 5.2

<sup>37</sup> Ot. Prp. nr 36. (2004 – 2005) s 41.

<sup>38</sup> Forskrift 2001-02-27 nr 221, jf. angrerettloven § 10

<sup>39</sup> Forskrift 2003-05-30 nr 776: Forskrift om endring i forskrift om angreskjema § 2. Dersom skjemaet er forminskert ved kopiering, vil det ikke anses å være utfyllt i forskriftsmessig stand.

<sup>40</sup> Rubrikken som angir hvilke opplysninger som skal fylles ut av selgeren/ tjenesteyteren må i tillegg være fullstendig utfyllt. Angrerettsskjemaet skal fylles ut med selgers navn, adresse, telefonnummer, E-postadresse, Kontrakt/ordre/bestillingsnummer, beskrivelse av varen, og dato for når avtalen ble inngått og når skjemaet er levert/sendt. Det er imidlertid tilstrekkelig at rubrikken om varer viser til en ordrebekreftelse vedlagt skjemaet, der de bestilte varene er spesifisert. Hvor selger har forsømt å fylle ut opplysninger, vil dette medføre at forbrukeren har angreretten i behold.

<sup>41</sup> Unntatt pkt. 5.1 bokstav f.

#### Varer

- hele varen<sup>42</sup> og opplysningene som nevnt under pkt. 5.1 er mottatt

### **6.4 Unntak fra angrerett**

Angreretten gjelder ikke

a) For salg utenfor fast utsalgssted når den samlede kontraktsummen inkludert frakt- og tilleggskostnader som forbrukeren skal betale er under kr 300,-.<sup>43</sup>

b) 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.<sup>44</sup>

c) Varer der selve leveringens medfører at de ikke kan leveres tilbake.<sup>45</sup>

d) Varer som raskt forringes fysisk<sup>46</sup>  
Eksempler på dette kan være: ferske matvarer, avskårne blomster.<sup>47</sup>

### **6.5 Melding om angrerett**

Forbrukeren må innen fristen<sup>48</sup> melde fra til selger om at angreretten vil bli benyttet.

Det stilles ingen formkrav til meldingen.<sup>49</sup> Selv om skriftlighet av bevisensyn vil være en fordel, er dette ikke nødvendig.

### **6.6 Gjennomføringen av angrerett**

#### Varer

Ved bruk av angreretten faller partenes plikt til å oppfylle avtalen bort.<sup>50</sup>

---

<sup>42</sup> Angreretten løper ikke før man har mottatt hele varen. Eks.: Ved kjøp av PC, der avtalen omfatter maskinen, skjerm og tastatur vil angreretten ikke starte å løpe før forbrukeren har mottatt alle elementene.

<sup>43</sup> Jf. angrerettloven § 2 b

<sup>44</sup> Unntak for brutt forsegling på CD, datamaskinprogram. Opplysningene om at angreretten bortfaller skal framgå tydelig på selve forseglingen, jf. Angrerettloven § 12 andre ledd.

<sup>45</sup> Et eksempel på dette kan være et jordlass som fylles i hagen el. Unntaket vil normalt være lite praktisk i forhold til de varer og tjenester som normalt selges ved stands- og dørsalg.

<sup>46</sup> Se Ot.prp.nr.36 (1999-2000) s. 70.

<sup>47</sup> Hva som skal regnes for å forringes rask må vurderes konkret. Matvarer vil kunne omfattes av unntaket, mens produkter som helsekost/omega3 eller lignende må kunne sies å ha en lengre levetid, og vil ikke kunne sies å forringes raskt fysisk. Når det gjelder helsekost, medisiner og kosmetikk er dette særskilt omtalt i forarbeidene Ot.prp. nr. 36 (1999-2000), pkt. 3.16.4.3 hvor det konkluderes med at det ikke er grunnlag for å unnta disse produktene fra angreretten.

<sup>48</sup> Jf. pkt. 6.2 og 6.3

<sup>49</sup> Selv om påkrevd angreskjema leveres ut (se pkt. 6.2) er ikke forbrukeren forpliktet til å benytte dette ved melding om bruk av angreretten.

<sup>50</sup> Angrerettloven §14, første ledd

Forbrukeren kan holde varen tilbake inntil tilbakebetaling og evt. beløp tilsvarende returkostnader fra selger er mottatt.<sup>51</sup>

Selger skal dekke returkostnadene.<sup>52</sup>

Tilbakebetaling skal skje innen 14 dager fra melding om angrerett er mottatt.<sup>53</sup>

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.

#### Tjenester:

Dersom noen av partene har oppfylt avtalen helt eller delvis, skal det skje en tilbakeføring av ytelsene så langt dette er mulig.

Ellers gjelder reglene for gjennomføringen av angreretten tilsvarende som for varer.

### **6.7 Rutiner for håndtering av angrerett**

Næringsdrivende som driver salg som omfattes av angrerettloven bør ha rutiner som sikrer registrering og effektivering av inngitte angrebegjæringer. Mangelfulle rutiner for håndtering av dette vil kunne være i strid med mfl. § 1.

---

<sup>51</sup> Angrerettloven §14, tredje ledd

<sup>52</sup> Angrerettloven §14, annet ledd

<sup>53</sup> Angrerettloven §14, annet ledd