

I praksis vil det være relevant at vurdere, om oplysningerne om produktets karakteristika har en sådan karakter og detaljeringsgrad, at forbrugeren kan foretage et køb. Det er derimod ikke efter definitionen en udtrykkelig betingelse, at den kommercielle kommunikation indeholder en bestillingskupon, telefonnummer eller lignende, for at der foreligger en opfordring til køb. Tilsvarende kan det heller ikke kræves, at en annonce på internettet er forbundet med en bestillingsfacilitet, hvor forbrugeren kan erhverve den vare eller tjenesteydelse, som den kommercielle kommunikation omhandler.

Den kommercielle kommunikation kan omfatte enhver form for reklamering, annoncering eller lignende samt egentlige udstillinger af varer.

Der findes i praksis mange eksempler på reklamer og lignende, hvor der omtales varer og tjenesteydelser, direkte eller indirekte, men som ikke udgør opfordringer til køb. Egentlige reklamer for et varemærke, indeholder typisk ikke en omtale af specifikke varer og tjenesteydelser og er derfor ikke opfordringer til køb. Tilsvarende gælder reklamer, hvor en ny vareserie lanceres uden præciserende oplysninger om de enkelte produkter. Ved omtale af et helt specifikt produkt, vil der kunne foreligge en opfordring til køb, hvis omtalen af det pågældende produkt indeholder centrale faktuelle oplysninger samt pris.

Tilsvarende vil udstilling af eller mundtlig fremhævelse af en specifik vare med angivelse af prisen medføre, at der foreligger en opfordring til køb.

Det beror på en konkret vurdering, hvori indgår varens eller tjenesteydelsens art, om omtalen af en vares eller tjenesteydelsens karakteristika medfører, at der foreligger en opfordring til køb. Ved komplicerede varer og tjenesteydelser, vil kravene til omtalen af varens eller tjenesteydelsens karakteristika således være større end ved ukomplicerede varer og tjenesteydelser, for at der foreligger en opfordring til køb.

Det fremgår af definitionen på en købsopfordring, at angivelsen af varens eller tjenesteydelsens karakteristika og pris skal være passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel. Mediets art indgår derfor i den samlede vurdering af, hvorvidt der foreligger en købsopfordring.

Den foreslåede bestemmelse opregner fem typer oplysninger, der skal gives i forbindelse med en købsopfordring, såfremt de ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen. Oplysninger om eksempelvis varens karakteristika er ofte tydelig for forbrugeren, blot ved at det er udstillet i en forretning, hvorfor der ikke skal gives yderligere særskilt oplysning om varen.

Forbrugeren vil i disse tilfælde kunne finde varens karakteristika ved en umiddelbar besigtigelse af varen. Såfremt dette ikke er muligt, fx ved tekniske varer, skal der gives oplysning om varens karakteristika.

Bestemmelsen opstiller ikke formkrav til de oplysninger, der efter bestemmelsen skal oplyses forbrugeren i forbindelse med købsopfordringen. For at sikre at forbrugeren får alle oplysningerne i § 12 a, bør disse oplysninger gives i umiddelbar tidsmæssig forbindelse med købsopfordringen. Det vil derfor ikke være tilstrækkeligt, at der oplyses en internetadresse eller et telefonnummer, hvor oplysningerne kan findes.

Købsopfordringer i form af reklamer, skal indeholde alle de oplysninger, der fremgår af § 12 a, såfremt de ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen. Købsopfordringer der består i udstilling af en vare i forretninger vil være i overensstemmelse med § 12 a, hvis oplysningerne om pris og varens vigtigste karakteristika fremgår af selve varen og skiltning på varen. Oplysninger, der ikke vedrører selve varen, fx om betaling og fortrydelsesret, kan derimod gives ved tydelig skiltning i forretningen.

I det følgende gennemgås de enkelte oplysningskrav i § 12 a, hvis overtrædelse foreslås strafbelagt.

Til den nye § 12 a, stk. 1, nr. 1

Varens eller tjenesteydelsens vigtigste karakteristika skal ifølge direktivets art. 7, stk. 4, litra a, oplyses i et omfang, der svarer til mediet eller produktet.

Såfremt der foreligger en købsopfordring, vil oplysninger om varens eller tjenesteydelsens karakteristika ofte allerede findes på grund af definitionen på en købsopfordring, jf. ovenfor.

Bestemmelsen har derimod selvstændig betydning i forbindelse med udstilling af en vare i et forretningslokale, hvor en umiddelbar besigtigelse af varen ikke giver forbrugeren oplysninger om varens væsentligste karakteristika, men hvor der dog er tilstrækkelige oplysninger til, at der foreligger en købsopfordring.

Til den nye § 12 a, stk. 1, nr. 2

Oplysning om den erhvervsdrivendes adresse og navn kan ifølge direktivets art. 7, stk. 4, litra b, ske ved oplysning af eksempelvis et firmanavn. Såfremt den erhvervsdrivende handler på vegne af en anden erhvervsdrivende, skal navnet og adressen på den pågældende erhvervsdrivende oplyses.

Såfremt der foreligger en landsdækkende forretning, som er almindeligt kendt af forbrugeren, kan adressen anses for at fremgå af sammenhængen. Det vil i dette tilfælde være tilstrækkeligt at oplyse den erhvervsdrivendes navn.