



Store bøder til 2 bilforhandlere for overtrædelse af markedsføringslovens regler om markedsføring af kreditaftaler



Annemette Ellermann
Partner, Head of Litigation & regulatory



Anette Moll Berg
Partner

Markedsføringsloven § 18 bestemmer, at markedsføring af kreditaftaler over for forbrugere skal angive de standardoplysninger om kreditaftalen, som er oplyst i bestemmelsen. Oplysningerne skal angives klart, kort og på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel. Højesteret har i nylige domme idømt to bilforhandlere bøder på hhv. kr. 190.000 og kr. 250.000 for ikke at leve op til dette krav i annoncer fra 2015 og 2016 for kreditsalg af biler.

De annoncer, som sagen handlede om, reklamerede for kreditsalg af personbiler. Annonceringen var sket på plakater ophængt på 538 plakatsandere samt i helsidesannoncer i gratisavisen MetroXpress.

I den ene bilforhandlers annonce i MetroXpress bestod overskriften af stor, hvid tekst på grøn baggrund, hvor der stod "KUN 995,-/MD.*". De lovpligtige standardoplysninger blev vist lige under overskriften med en mindre,

sort tekst på grøn baggrund. På forhandlerens plakater fremgik "KUN 995,-/MD.*" med stor, sort tekst på hvid baggrund nederst i plakatenes venstre side, mens standardoplysningerne stod lige under overskriften med en mindre, sort tekst på hvid baggrund.

I den anden forhandlers annonce, stod der "995 KR./MD." i overskriften med stor, hvid tekst på rød baggrund, mens standardoplysningerne blev vist med annoncens mindste skriftstørrelse nederst på siden. Oplysningerne fremgik efter en afslutningslinje og efter oplysningerne om bilens brændstofforbrug og CO₂-udslip.

Fortolkningen af § 18

Højesteret fastslog i en dom af 9. januar 2019, at de to annoncer ikke opfyldte markedsføringslovens krav til angivelse af kreditoplysninger. Højesteret fandt, at udtrykket "på en fremtrædende måde" i markedsføringslovens § 18 skal forstås sådan, "at teksten med standardoplysninger ikke må være for lille eller for svær at læse set i forhold til anden tekst i annoncen", og at særligt standardoplysningerne og det repræsentative eksempel skal skille sig ud i annoncen.

Højesteret fremhævede i dommene, at det afhænger af en konkret helhedsvurdering, om standardoplysningerne står "på en fremtrædende måde".

Sammenhæng med tidligere overtrædelser

En af forhandlerne havde bestilt og bragt bilannoncen i MetroXpress, efter at den samme forhandler i 2015 havde vedtaget en bøde på 100.000 kr. for overtrædelse af de tilsvarende regler i den dagældende markedsføringslov.

I den tidligere avisannonce havde forhandleren angivet standardoplysningerne allernederst i annoncen, sammenblandet dem med andre oplysninger, og vist dem med en tekst, som var for lille og vanskelig at læse set i forhold til reklamens budskab om ydelsen.

Den tidligere bøde blev omtalt i Landsrettens afgørelse, hvor man bemærkede, at selvom kreditoplysningerne i de nye annoncer var flyttet, så de stod umiddelbart under annoncerens budskab om ydelsen, har bilforhandleren med de to nye annoncer fra 2016 handlet uagtsomt.

Højesteret adresserede ikke direkte placeringen af standardoplysningerne, men foretog en samlet vurdering af det "visuelle udtryk", og lagde til grund at de pligtmæssige standardkreditoplysninger i annoncerne ikke kan anses for at være angivet på en fremtrædende måde. Tekstens placering har givetvis indgået i vurderingen af annoncerens visuelle udtryk, men om Højesteret når frem til konklusionen pga. tekststørrelsen eller placeringen eller en kombination af begge, fremgår ikke helt klart.

Bøden

Højesteret fastsatte bøderne til hhv. 190.000 kr. og 250.000 kr. Det svarede til mere end det dobbelte af de markedsføringsudgifter (ca. 90.000 kr. og 110.000 kr.) der var afholdt i forbindelse med annonceringen. Det

følger af forarbejderne til markedsføringsloven, at man ved udmåling af bøden kan lægge vægt på de afholdte omkostninger. Højesteret idømte mere end det dobbelte de afholdte omkostninger i bøde og lagde vægt på, at der havde været tale om betydelig udbredelse af annoncerne, at bilforhandlerne var større erhvervsvirksomheder, samt - for den ene bilforhandlers vedkommende - at denne tidligere havde overtrådt samme krav i markedsføringsloven.

DLA Pipers kommentarer til dommen

Dommene viser, at Højesteret er parat til at give ganske høje bøder for overtrædelse af de regler om markedsføring af kreditaftaler til forbrugere, som tjener til at sikre forbrugerne, at man får alle relevante oplysninger klart præsenteret. Som kreditgiver skal man altså være meget opmærksom på, hvordan standardoplysninger om kreditaftalen visuelt præsenteres. Dette gælder i de konkrete sager både tekstens størrelse og dens placering i den samlede tekst.