



ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTEREN

27. maj 2011

**Besvarelse af spørgsmål 26 ad L 160 stillet af Erhvervsudvalget den 26. maj 2011 efter ønske fra Benny Engelbrecht (S).**

ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTERIET  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål:**

I lyset af, at Forbrugerombudsmanden i sine retningslinjer for SMS-lån har fastsat ganske omfattende oplysningskrav, der skal opfyldes per sms, og i lyset af, at Forbrugerombudsmanden med en udtalelse fra IT- og Telestyrelsen af 10. december 2008 har sikret, at dette kan lade sig gøre, bedes ministeren oplyse, hvorfor oplysningspligten i forbindelse med markedsføring af rabatkuponer på sms ikke vil kunne opfyldes tilsvarende, jf. ministerens svar på spørgsmål 22 og 24?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax 33 12 37 78  
CVR-nr 10 09 24 85  
[oem@oem.dk](mailto:oem@oem.dk)  
[www.oem.dk](http://www.oem.dk)

**Svar:**

Som anført i min besvarelse af spørgsmål 24 er oplysningskravene til rabatkuponer de samme, uanset om rabatkuponen er i en avis, på internettet eller sendes via en sms.

For at sikre at forbrugeren får alle de oplysninger, som kræves efter loven, er det anført i lovforslaget, hvordan den erhvervsdrivende skal sikre, at forbrugeren får adgang til samtlige relevante oplysninger, hvis den erhvervsdrivende vælger at markedsføre sig via sms.

Lovforslaget er således ikke til hinder for, at den erhvervsdrivende giver alle oplysninger forbundet med brugen af en rabatkupon via sms.

Meget omfattende tilbudsbetainger i forbindelse med brugen af rabatkuponer kan dog indeholde så mange oplysninger, at de for visse mobiltelefoners vedkommende ikke kan indeholdes eller aflæses i enkelte sms'er eller på enkelte skærbilleder. I stedet vil forbrugeren skulle læse adskillige sms'er eller skærbilleder for at kunne sætte sig ind i tilbudsbetaingerne.

De tilbudsbetainger, der er knyttet til brugen af rabatkuponen, skal konkret leve op til lovens krav om, at de skal være let tilgængelige for forbrugeren, og at forbrugeren umiddelbart kan sætte sig ind i betaingerne inden købet. Vurderes tilbuddet i den konkrete situation at være beskrevet klart og tydeligt, og er det lettilgængeligt for forbrugeren, vil oplysningsforpligtelsen ved markedsføring af rabatkuponer derfor kunne opfyldes via sms.

På den baggrund er jeg ikke enig i spørgerens antagelse om, at oplys-

ningsforpligtelserne i forbindelse med markedsføring af rabatkuponer via sms ikke vil kunne opfyldes. Det bemærkes, jf. ovenfor, at der selvsagt altid vil være tale om en konkret vurdering i det enkelte tilfælde.