

## Sølufrémjandi tiltøk og slagtilboð

### Innihald

Sølufrémjandi tiltøk og slagtilboð.....	1
Leiðreglur og vegleiðing .....	1
Vegleiðing Brúkaraumboðsins.....	1
Samandráttur.....	1
1. Inngangur.....	3
2. Um hugtakið sølufrémjandi tiltak.....	4
3. Hvat liggur nágreiniliga í tilboðstreytunum.....	5
4. Nágreiniligari um hugtøkini greitt og lætt atkomiligt.....	8
5. Hugtakið virðið á móguligum eykaveitingum.....	11
6. Kravið um, at virðið á móguligum eykaveitingum skal vera greidliga upplýst .....	13
7. Serskilt viðvíkjandi § 9, stk. 4, um slagtilboð.....	13
8. Serstakt viðvíkjandi nýtslu av sølufrémjandi átøkum móttvegis børnum og ungum .....	15

### Leiðreglur og vegleiðing

Tá ið vinnurekandi gera tiltøk, sum til dømis at býta vøruroyndir út, bonusskipanir, útsølu og slagtilboð fyri at vaksa um umsetningin, kann vera talan um sølufrémjandi átøk. Vegleiðingin er eitt yvirlit yvir, hvussu Brúkaraumboðið fatar hugtakið og, hvussu tað skal frémjast.

### Vegleiðing Brúkaraumboðsins

#### Samandráttur

§ 9, stk. 1 í lóg um marknaðarføring um upplýsingarskyldu í sambandi við sølufrémjandi átøk varð broytt frá við gildi frá 1. juni 2015. Endamálið við krøvunum um upplýsing er at tryggja gjøgnumskygni.

Eftir at hava hoyrt Felagið fyri føroysk marknaðarfólk og Handilsvinnufelagið, verður í hesari vegleiðing greitt frá, hvørja áskoðan Brúkaraumboðið hevur á krøvini til meginreglu, sum sambært § 9 í lógini, skulu vera til alla marknaðarføring og nýtslu av sölufremjandi átøkum. Kunningin lýsir eisini sambandið við hinar ásetingarnar í lógini um marknaðarføring og kann henda vegleiðing til fyrimuns lesast saman við leiðreglunum um prísmarknaðarføring.

Eitt sölufremjandi átak umfatar, eftir fatan Brúkaraumboðsins, tiltøk út um tey vanligu, sum eru eyðkend við at vara eitt avmarkað skeið og/ella undir ávísam treytum, og sum vanligu hava til endamáls at økja um søluna av vørum og tænastrum við at geva brúkarinum varhugan av peningaligum fyrimoni.

Treytirnar, sum galda fyri at fáa part í tilboðnum, skulu vera rættar, skilliga orðaðar og viðkomandi. Treytirnar mugu ikki elva til misskiljingar, tvítýdd ella skeivar tulkningar, og eiga at vera so greiðar sum til ber og ikki at innihalda óneyðugar upplýsingar. Møgulig fyrivarni ella avmarkingar í einum tilboði, skulu vera marknaðarførd soleiðis, at fyrivarnið er líka skilligt sum tilboðið sjávt.

Treytirnar skulu vera lættar at síggja – t.e., at brúkarin beinleiðis og uttan trupulleikar skal kunna seta seg inn í tær, áðrenn hann keypir vøruna/tænastruna, sum sölufremjandi átakið er knýtt at. Hereftir er tað grundleggjandi fyri kravið til atkomileikan, at hann er samstundis og í sama miðli, har marknaðarføringin er. Tey útgreinaðu krøvini til atkomileika skifta alt eftir slagi av vøru/tænastru og sölufremjandi átøkunum og av miðlinum, har marknaðarføringin er.

Er sölufremjandi átakið ein eyka veiting, skal greidliga verða upplýst um handilsvirðið á henni. Ber tað ikki til, skal ein gjøllig lýsing av hesi veitingini fylgja við. Við sölufremjandi átøk, sum ikki eru eyka veitingar – t.d. øll sløg av avsláttum og príslækkingum – skal upplýsast um prísir fyrr/nú og líknandi sum partur í tí vanligu kravinum um eina lýsing av tí, ið tilboðið fevnir um.

Við marknaðarføring av slagtilboðum eftir § 9, stk. 4, skal greidligt fyrivarni takast fyri avmarkaðum nøgdum, um tann vinnurekandi hevur rímiligar grundir at halda, at hann ikki megnar eftirspurningin. Er nøgdin ógvuliga avmarkað, eigur í lýsingini at verða upplýst, hvussu stór nøgdin er, sum er til sølu. Sjávt fyrivarnið/upplýsingin skal standa beinleiðis tengd at slagtilboðnum. Eitt alment fyrivarni á for- ella

baksíðuni á einum tilboðsblaði lýkur tí ekki treytirnar um upplýsingar. Eitt fyrivarni um at ein vøra ikki er á goymslu og tí skal flytast heim, sleppur vanliga ikki tí vinnurekandi undan at tryggja, at vøran er tøk ella at taka fyrivarni eftir § 9, stk. 4.

## 1. Inngangur

Tann broytta § 9 í lógini um marknaðarføring um upplýsingarskyldu fekk gildi 1. juni 2015.

Viðtøkan um upplýsingarskyldu er fyri at tryggja størri gjøgnumskygni í sambandi við útboð av vørum og tænastrum og við tí eitt betri grundarlag hjá brúkarinum at taka avgerðir.

Ætlanin við hesari vegleiðing er at greiða frá, hvørja áskoðan Brúkaraumboðið hefur á krøvini, sum sambært § 9, stk. 1 og stk. 4 í lógini í høvuðsheitum skulu vera til alla marknaðarføring og nýtslu av sölufremjandi átøkum. Endamálið er at hjálpa teimum vinnurekandi at skilja viðtøkuna og at tryggja lýdni mótvegis nýggju reglunum, sum á mangan hátt broyta – og rúmka – núverandi støðu samstundis, sum nýggj krøv verða sett til upplýsingarskyldurnar hjá teimum vinnurekandi. Samstundis verður dentur lagdur á, at mett má verða um einstøku tiltøkini til marknaðarføring, um tey halda seg til viðtøkurnar.

Brot á lógina um marknaðarføring er revsivert, ber saman við lógina um marknaðarføring § 28, stk. 3. Til ber at lesa lógina um marknaðarføring á [www.bruk.fo](http://www.bruk.fo).<sup>[1]</sup>.

§ 9 í lógini um marknaðarføring ljóðar soleiðis:

“Sölufremjandi tiltøk

§ 9.4) Sölufremjandi tiltøk, eisini slík, ið geva eitthvørt framíhjá, t.d. avsláttarmerki, avsláttur, skipanir við eykaágóða og virðislønarkappingar, skulu marknaðarførast soleiðis, at tilboðstreytirnar eru týðiligar og greiðar fyri brúkaran og soleiðis, at brúkarin lættliga kann kunna seg um treytirnar. Týðandi upplýsingar, t.d. virði á eykaveitingum, sum greidliga kunnu avlaga búskaparligu atferð brúkarans, mugu ikki leggjast burturímillum.

---

1 : <http://bruk.fo/um-brukaraumbodid/marknadarfoeringslogin/>

Stk. 2. 4) Útsøla ella onnur søla, har søluprísir eru lækkaðir, má bert fráboðast, um so er, at príslækkingin er verulig. Príslækkingin skal, um neyðugt, skjalprógvast.

Stk. 3. 4) Tá søluprísir eru lækkaðir, skal prísmarkingin týðiliga vísa tann upprunaliga prísinn á vørunum.

Stk. 4. 4) Um ein vinnurekandi bjóðar eina vøru ella tænastru fyri ein ávísan prís, og tann vinnurekandi hevur rímliga orsøk til at halda, at tað ikki ber til at bjóða tær nøgdirnar, sum verða eftirspurdar og eru rímligar í mun til tað, sum bjóðað verður, og í mun til vavið á marknaðarføringini, skal tann vinnurekandi taka greitt fyrivarni fyri hesum í marknaðarføringini.

§ 9, sum bara stýrir átøkunum móttvegis brúkarum, nýtir soleiðis eina ávísan terminologi og ávís hugtøk, sum kunnu verða tulkað. Fyri at gera tað lættari at skilja tey kemur niðanfyri, hvussu Brúkaraumboðið tulkar tey.

## **2. Um hugtakið sölufremjandi tiltak**

Hugtakið ella málskan “sölufremjandi tiltak” er ikki allýst í lógini um marknaðarføring ella í fyrireikingunum til hana. Lógin um marknaðarføring fevnir um alla handa marknaðarføring. Eitt “sölufremjandi tiltak” fatar t.d. ikki bara um viðurskiftini, at ein vøra verður sett til sølu – møguliga á einum eyðsýndum og sjónligum staði. Talan skal vera um, at roynt verður at økja um söluna við áttakinum, sum ger vørunar ella tænastru hjá tí vinnurekandi meiri lokkandi ella dragandi fyri brúkarinum, enn tær høvdu verið, hevði sölufremjandi tiltakið ikki verið.

Eftir einari endamálstulking og málsligari tulking fatar hugtakið sambært Brúkaraumboðnum um tiltøk uttan fyri tað vanliga. Eitt eyðkenni er, at tey vara í avmarkaða tíð og/ella undir ávísnum treytum, og hava vanliga í hyggju at økja söluna av vørum og tænastru við at geva brúkarinum fatan av einum fíggarligum fyrimuni. Eitt eyðkenni er, at sölufremjandi áttakið er knýtt at söluni av ávísari vøru ella tænastru, men Brúkaraumboðið heldur eisini, at tiltøk, sum í síni heild roynd at menna umsetningin hjá tí vinnurekandi, eru fevnd av § 9, stk. 1.

Av kendum sölufremjandi átøkum skulu serliga verða nevnd framíhjágvur, sum er loyvdar, fríar lýsingagávur til dømis vøruroyndir, nøgdaravsláttur og annar avsláttur,

kappingar, lutakast og avsláttarseðlar, umframt “slagtilboð”, ber eisini saman við § 9, stk. 4. Harafturat kunnu loyaltetskráir/kundabindingarskráir verða nevndar, og uppi í teimum avsláttar- og bonusskipanir. Men eisini útsøla, tilboð dagsins/vikutilboð/ tilboð henda mánaðin, “vetrartilboð”, “tríggir stak góðir dagar” og líknandi eru sölufremjandi átøk. Tað sölufremjandi átakið kann tí vera ein hjáveiting afturat høvuðsveitingini, t.d. okkurt framíhjá, ella kann snúgva seg um sjálva høvuðsveitingina, t.d. príslækking, vera eitt sindur av báðum ella vera heilt leyst av vøru- og tænastráttinum hjá vinnurekandi. Ein gáva sum “takk fyri hjálpina” er eisini eitt sölufremjandi átak, verður hon marknaðarførd soleiðis, t.d. “Skaffa ein nýggjan haldara og fá ...”. Hevur gávan sum “takk fyri hjálpina” ikki beinleiðis til endamáls at vaksa um söluna av vørum ella tænastráttinum men verður givin fyri, at ein kundi svarar einum spurnablaði um, hvussu nøgd viðskiftafólkini eru við fyrirkunna, verður hon vanligar ikki fevnd av § 9.

Av tí at hon er orðað so alment leggur ásetingin eisini upp fyri øðrum og nýggjum marknaðarføringsháttum og fevnir sum heild um øll tiltøk, sum royna at vaksa um söluna við at gera vørur ella tænastráttur hjá tí vinnurekandi serliga lokkandi hjá brúkarinum, og hava vanligar knýtt eitt ella fleiri fyrivarni uppi.

### **3. Hvat liggur nágreiniliga í tilboðstráttinum**

Tað sæst í fyrirkunna til § 9, stk. 1, at ásetingin kemur afturat almennu krøvunum um góðan sið í marknaðarføring og forboðnum fyri at villleiða við at seta serlig krøv um upplýsing í sambandi við at nýta sölufremjandi átøk. Brúkarumboðið tulkar fyrirkunna soleiðis, at § 9, stk. 1, kann verða lögð oman yvir eitt sölufremjandi átak, sum ikki setur t.d. nakra avmarking í tilboðið, men sum annars ikki ger seg inn á góðan marknaðarføringssið, ber saman við § 1 í lógini um marknaðarføring, til dømis tí hon annars ikki eftir vanligum, samfelagsligum fyrilitum kann haldast at ganga ímóti góðum marknaðarføringssiði.

Verða sölufremjandi hættir sum t.d. framíhjá gáva og avsláttur sett saman við ásetingunum um upplýsingarskyldu, fær brúkarin høvi til sjálvur at meta um alt tilboðið og tí kunna taka støðu til, um tilboðið í roynd og veru loysir seg best fyri seg. Ásetingin ásetur ikki serstakt, hvørjar upplýsingar skulu vera, tí tað veldst um ta ítøkiliga marknaðarføringina. Lagt skal tó vera afturat, at til dømis vil ein vinnurekandi, sum nýtir sölufremjandi átøk, hava skyldu til greidliga at lýsa

möguligar treytir, sum eru knýttar at hesum sölufremjandi átaki. Tað kunnu t.d. vera tíðarbundnar ella aðrar avmarkingar í tilboðnum, krav um at brúkarin sjálvur skal gjalda ávísar útreiðslur ella serligar treytir, ein skal lúka fyri at fáa lut í tilboðnum.

Til eitt sölufremjandi átak eru vanliga knýttar fleiri treytir fyri at fáa lut í tilboðnum. Endamálið við teimum nýggju ásetingunum er at tryggja brúkarinum gjøgnumskygni, um tann vinnurekandi nýtir sölufremjandi átøk. Tí skal verða lýst, hvat tilboðið við einum sölufremjandi átaki fatar um ella snýr seg um, um neyðugt við at lýsa týðningarmestu eyðkennini við tilboðnum.

Brúkarin skal hava móguleikar á einum veruligum og væl upplýstum grundarlagi at meta um, um fyrimunurin, sum verður boðin við sölufremjandi átakingum, eisini er lokkandi fyri hann ella hana, ella um treytir ella avmarkingar hanga uppi í tilboðnum, ið innihalda átøk, sum gera tað minni – ella kanska als ikki – lokkandi.

Tað kunnu vera tíðarbundnar avmarkingar í tilboðnum – t.d. “tilboð hesa vikuna” – ella landafrøðiligar avmarkingar – t.d. at tilboðið bara er galdandi fyri ávísar partar av landinum ella ávís postnummur. Tað kann eisini vera talan um avmarkingar við aldri ella krøv um, at brúkarin skal keypa okkurt, ella sjálvur gjalda ávísar útreiðslur ella viðurlag (sum greiðslukostnað og postgjald umframt aðrar útreiðslur av at nýta tilboðið), ella serligar treytir, sum skulu vera loknar fyri at fáa lut í tilboðnum. Er nøgdin av eyka veitingum o.ø. avmarkað, ella eru aðrar avmarkingar í nøgd, skal tað verða upplýst (t.d.: “Tey fyrstu viðskiftafólkini fáa ein ókeypis kaffimunn og rundstykki”).

Er sölufremjandi átakið ein eyka veiting, sum ein annar vinnurekandi skal avhenda ella greiða úr hondum, ella á øðrum bústaði enn tí, har handilin verður avtalaður, skal tað verða greidliga upplýst og hin vinnurekandi ella adressan tilskilað.

Eitt dømi um hetta kann vera, at ein brúkari afturat einum keypi fær boðið at gista á hotelli ella líknandi hjá einum øðrum vinnurekandi. Skal brúkarin umframt at gista á hotellinum gjalda ávísar útreiðslur sjálvur, t.d. skal keypa allar máltíðirnar á hotellinum og/ella nýta eitt ávíst bussfelag til flutning til hotellið, eigur tað eisini greitt at vera upplýst um tað. Í hesum føri eigur navnið á hotellinum at vera upplýst, og hvønn tú skalt seta teg í samband við umframt kostnaðin á máltíðunum, talan er

um. Og sjálvandi eigur eisini at verða upplýst um bussfelagið, og hvønn tú skalt seta teg í samband við, og hvussu nógv bussferðin kostar.

Alment er galdandi, at eru fleiri útreiðslur at gjalda fyri at fáa gagn av sølufremjandi átakinum, skal tað verða greitt upplýst, hvønn brúkarin skal gjalda útreiðslurnar til.

Býður eitt tíðarrit t.d. sínum haldarum ein ávísan avslátt, tá ið haldararnir handla í einum ávísam handli, eigur tíðarritið at lýsa tilboðið, hvussu stórir tann veitti avslátturin er, og í hvørjum handlum hann fæst. Er møguleikin at fáa avslátt avmarkaður til eitt ávíst tíðarbil, skal eisini tað upplýsast. Í hesum sambandi verður harafturat víst til lógina um marknaðarføring § 16 um skipaðan avslátt [2].

Er tað sølufremjandi átakið eitt tilboð um eina ógviliga bíliga farteleson, sum ein kann fáa við ávísam treytum, sum t.d. at tekna eitt bindandi hald í 6 mánaðir, skal brúkarin upplýsast um hesar treytir. Sí harafturat leiðreglur um góðan marknaðarsíð á teleøkinum [3].

Avsláttarskipanir sum sølufremjandi átak kann hava serligar treytir. Kann ein vinnurekandi t.d. gera broytingar í avsláttarskipanina, eftir at brúkarin er komin upp í hana, t.d. at stytta um gildistíðina ella virðið á samanspardum avdráttarstigum, skal verða upplýst um tað.

Um ein vinnurekandi nýtir eina kapping sum sølufremjandi átak, skal hann upplýsa um treytirnar. Tað kunnu vera upplýsingar um, hvussu víðfevnd kappingin er, og møguligar landafrøðiligar avmarkingar ella avmarkingar í, hvør kann vera við. Eisini skal verða upplýst um úrveljingarmannagongdir tá ið virðislønir verða latnar og hvussu vinnarin verður almannakunngjörður.

Týðandi upplýsingar, t.d. virði á eykaveitingum, sum greidliga kunnu avlaga búskaparligu atferð brúkarans, tvs. um brúkarin tekur eina avgerð um keyp ella ikki, mugu ikki leggjast burturímillum.

---

2 Sambært § 16 skal tann vinnurekandi, sum gevur skipaðan avslátt sum avslátt ella aðrar serligar fyrimunir til limir í, feløgum, organisatiónum ella ávísam bólkum, lýsa við tí, bæði tá ið skipaður avsláttur fæst fyri vørur og tænastr, og fyri tænastrveitingar, sum eru fevndar av lógini um marknaðarføring § 13, stk. 2.

3 <http://bruk.fo/vegleidingar-og-leidreglur/leidreglur-um-marknadarfoering-a-tele-oekinum/>

#### 4. Nágreiniligari um hugtøkini greitt og lætt atkomiligt

Fyrirreikingarnar til ásetingarnar allýsa ekki, hvat liggur í tí, at treytirnar fyri tilboðunum skulu vera greiðar og lætt atkomiligar hjá brúkararanum.

Tað er fatanin hjá Brúkaraumboðnum, at kravið um, at treytirnar fyri tilboðnum skulu vera greiðar, merkir, at tær skulu vera rættar, greidliga orðaðar og viðkomandi. Treytirnar mugu ekki elva til misskiljingar, tvítýdd ella feiltulkingar, og eiga ekki fyri greidleikans skuld at innihalda óneyðugar upplýsingar. Kravið verður hert, um týdningarmiklar avmarkingar eru í tilboðnum, ella tá ið tað snýr seg um vørrur við torskiltum prísbygnaði og/ella lýsingarviðurskiftum (t.d. fjarskiftisvørrur og –veitingar ) ella sáttmálaviðurskiftum (t.d. avsláttarskipanir). Harafturat verður víst á, at vanlig mannagongd hjá Brúkaraumboðnum er, at fyrivarni ella avmarkingar í einum tilboði skulu verða marknaðarførd soleiðis, at tey verða fráboðað umleið líka væl sum sjálvst tilboðið.

Treytirnar skulu vera lættar at síggja. Tað hevur, eftir meting Brúkaraumboðsins við sær, at brúkarin beinan vegin og uttan trupulleikar skal kunna seta seg inn í treytirnar, og áðrenn hann møguliga keypir vøruna/tænastuna, sum tað sölufremjandi átakið er knýtt at. Tað skilst ekki á lógartekstinum ella viðmerkingunum, nær ið treytirnar skulu vera lætt atkomiligar. Sambært viðmerkingunum til lógina hevur ásetingin tó til endamáls at tryggja, “at brúkarin fær nóg nógvar upplýsingar til at meta um tilboð, sum innihalda sölufremjandi átøk”. Við at tulka endamálið metir Brúkaraumboðið tí, at brúkarin, bæði tá ið tað snýr seg um marknaðarføring og um keyp, skal kunna meta um tilboðið. At treytirnar skulu vera lætt atkomiligar merkir hereftir sum útgangsstøði samstundis og í sama miðli, har marknaðarføringin er.

Krøvini, sum verða sett atkomini, eru sum útgangsstøði galdandi, sama hvør miðil verður nýttur í marknaðarføringini.

Eftir føstu mannagongdum Brúkaraumboðsins merkir henda meginregla, at eisini í teimum sonevndum hvørvnu miðlunum – miðlum við serligum árinum og ógvuliga avmarkaðum møguleikum hjá móttakaranum at kanna boðskapin í lýsingini eina ferð afturat (t.d. sjónvarp) – verða somu krøv sett til greidligar upplýsingar um treytir til eitt tilboð sum við annað slag av marknaðarføring. Ætlar tann vinnurekandi at vissa



seg um, at hann heldur krøvini um atkomu, skulu allar treytir standa beinleiðis í sjálvari lýsingini.

Ber tað kortini ikki til at endurgeva allar treytirnar í lýsingini á ávísam miðili, men neyðugt er at vísa til ein annan miðil, er avgerandi, at lýsingin og undir henni umtalan av tí sölufremjandi átakinginum eru lýst greidliga og loyalt og javnviga fyrimunir og treytir/avmarkingar. Hetta hevur við sær, at fyrimunir og bágar skulu marknaðarførast við á leið sama ávirkan á brúkaran. Annars kann lýsingin vera villleiðandi, ber saman við § 3 í lógini um marknaðarføring – hóast treytirnar eru lýstar út í æsir á øðrum stað. Um kravið um atkomuleika í hvørjum føri er fylgt, kemur fram, tá ið mettt verður um átakið og treytirnar fyri tilboðnum og týðning teirra fyri møguleikanum hjá brúkaranum at meta um tilboðið.

Undir vanligari marknaðarføring merkir kravið um atkomuleika, at vanliga er ikki nóg mikið, at tú í einari lýsing í einum blaði, í einum lýsingarblaði ella einum líknandi prentaðum miðli verður víst/ur til at leita tær meira upplýsingar um treytirnar fyri tilboðnum á einari heimasíðu ella við at ringja til veitaran. Treytirnar fyri tilboðnum mugu vera skilligar í sjálvari lýsingini.

Við elektroniskari marknaðarføring og sølu (á netinum ella einum øðrum elektroniskum miðli) er kravið um lættari atkomu uppfyllt, um upplýsingarnar eru skilligar á sjálvari netsíðuni. Brúkaraumboðið heldur eisini, at tað nóg gott at verða vístur til at fáa sær upplýsingar á sama miðili. Tó verður kravt, at fyrstu ferð, tilboðið kemur fram ella verður umtalað, verður tað lýst greidliga og loyalt og javnvigað, íroknað eina eyka veiting, og samstundis skal verða klárt boðað frá, um treytir eru uppi í tilboðnum. Verður ein vøra marknaðarførd (og kanska seld) soleiðis, sum fráboðað á netinum, heldur Brúkaraumboðið, at kravið um atkomu er hildið, um tað t.d. er greitt og skilligt, at leinkið vísir til treytirnar fyri tilboðnum, og at tað bara við einum “klikki” ber til at koma til tær. Treytirnar við tilboðnum skulu so verða endurtiknar har, greidliga og í síni heild.

Brúkaraumboðið heldur, at kravið um atkomuleika við lýsingum við sms, sum er ein samskiptismøguleiki við avmarkaðum plássi, kann verða eftirlíkað við, at brúkarin vísir til eini talað boð ella til at senda eitt sms til eitt ávíst nummar fyri at fáa eitt sms afturat, har treytirnar standa. Eisini í hesum samskipti verður kravt, at fyrstu ferð tilboðið verður víst ella umrøtt verða fyrimunir og treytir/avmarkingar lýstar

greidliga og loyalt og javnvigað, og at samstundis verður víst á, at til ber at fáa fatur á öllum viðheftum treytum á ljóðposti ella sms. Tá skal talan vera um fría talutíð, ella at brúkarin í mesta lagi rindar vanligan takst, og at bíðitíðin skal ikki vera órímiliga long. Treytirnar við tilboðnum skulu harafturat ikki fylla meira, enn at brúkarin kann skilja tær við *einum* kalli, og tær skulu vera sagdar skilliga. Skyldan at upplýsa um treytirnar sum heild, kunnu eisini lúkast við, at brúkarin í fyrsta sms fær í boði at kunna fáa tær ígjøgnum telefon, við brævi ella telduposti.

Fyri lýsingar í útvarpi og sjónvarpi eru tað sambært lóg um útvarps- og sjónvarpsvirksemi ásettar serligar reglur um lýsing og sponsoring í útvarpi og sjónvarpi [4]. Brúkaraumboðið hevur – sama, hvør ið miðilin er – eftirlit við, at lýsararnir halda lógina um marknaðarføring.

Kravið um atkomuleika er sum nevnt eisini galdandi, tá ið keypt verður – t.e., at treytirnar antin mugu standa á pakkitilfarinum, skilliga á skeltum ella í einum faldara tætt við vøruna. Er talan um tænar, lýkur eitt skelti aloftast treytirnar. Men treytirnar verða harafturímóti ikki hildnar, um tað einans ber til at fáa hendur á upplýsingum við at seta seg í samband við eitt av avgreiðslufólkunum í handlinum, ella um neyðugt er at lata pakkitilfarið upp fyri at kunna seg um treytirnar fyri tilboðnum. T.d. vilja upplýsingar á etikettini á baksíðuni á einari fløsku ella innarumegin á lokinum á einari eskju við smyrjissjokulátu ella líknandi ikki lúka kravið um atkomuleika.

Marknaðarføring við einum sokallaðum teasara kann eftir umstøðunum hava eitt so lítið ítøkiligt og greinað snið, tá ið veldst um, hvat ið marknaðarátakið inniheldur, t.d. ein eyka veiting, at tað sambært Brúkaraumboðnum ikki kunnu setast krøv um fleiri upplýsingar um treytir o.a. í sjálvum teasaranum. Tað hevði t.d. kunnað verið støðan, tá ið tað bara verður lýst við, at fólk kunnu fáa gávur ella ferðir, uttan at tað er neyvari greinað. Í slíkum serligum førum vil tann vinnurekandi kunna vísa brúkarinum til at lesa meira um innihaldið í tilboðnum (og avmarkingar) aðrastaðni, har ásetingarnar í § 9 skulu kannast til lítar.

---

4 <http://www.logir.fo/ViewLaw.aspx?id=17875>

## 5. Hugtakið virðið á mögulegum eykaveitingum

Í fyrireikingunum til § 9 sæst, at tað sum útgangsstøði er handilsvirðið á eykaveitingini, sum skal gevast upp. Harafturat verður sagt, at kennir tann vinnurekandi ikki handilsvirðið, kann hann lýsa eykaveitingina so mikið neyvt, at brúkarin fær mett um sanna virðið.

Hugtakið eykaveiting er ikki allýst í fyrireikingararbeiðinum, har bara framíhjágáva verður nevnt sum dømi um eykaveiting.

Brúkaraumboðið heldur, at ein eykaveiting kann verða allýst sum tað, ið fæst “afturat” fyri at keypa vøruna ella útvega tænastrá. Tað kann vera ein eyka vøra ella tænastrá ella vinningur, sum drigið verður um í einari kapping.

Tað er kortini ikki neyðugt, at nøkur eykaveiting er uppi í einum sölufremjandi átaki. Eingin eykaveiting er í avslátttri og vanligari prís-lækking sum t.d. dagsins tilboð /vikutilboð/ tilboð henda mánaðin, útsøla, “tríggir kvett dagar” og líknandi. Her er tað sjálv veitingin, sum er fyrimunurin, og upplýsingar um prísir fyrr/nú og/ella möguleg sparing við at keypa vøruna á útsølu, tilboði o.s.fr. verða givnar sum partur í vanligu kravinum um at lýsa, hvat ið tilboðið fevnir um og snýr seg um. Víst verður til fráboðanina hjá Brúkaraumboðnum um hetta í 3. parti um treytir til tilboð. Við prís-lækking skal tann vinnurekandi ansa eftir reglunum um prísupplýsingar. Her verður eisini víst til vegleiðing frá Brúkaraumboðnum um prís-marknaðarføring [5], og krøvini, eisini skjalfesting, sum verða sett, tá ið upplýst verður um sparingar og prísir fyrr/nú.

Handilsvirðið er prísurin, sum tann vinnurekandi vanligu selur eykaveitingina fyri. Er einki handilsvirði, ber til, heldur Brúkaraumboðið, at áseta handilsvirðið eftir teimum mekanismum, undir hesum vinnings- og útreiðsluútrokningar, sum vanligu verða nýttar til at áseta handilsvirði fyri eina vøru ella tænastrá. Hetta er eisini galdandi, hóast framíhjágávan vanligu ikki verður seld í handlunum – t.d. tí at eykaveitingin bara er lýst við teirri ætlan at vera ein eykaveiting. Ber tann vinnurekandi saman við vanligu prísir hjá øðrum ella ávísan marknaðarprís, skal tað verða upplýst, og tað skal kunna skjalfest, at vøran verður seld til ásetta prísinn á tí parti á

---

5 <http://bruk.fo/vegleidingar-og-leidreglur/leidreglur-um-marknadarfoering-av-prisi/>

marknaðinum, sum tað er rímligt at bera seg saman við, sí nærri í vegleiðing um prísmarknaðarføring. [6]

Hóast prísur kann setast á eina eykaveiting, kann tað gerast neyðugt við fleiri upplýsingum um veitingina. Kann ein eykaveitingin – t.d. ein bók ella ein DVD-filmur – beinleiðis berast saman við eina vøru, sum longu er á marknaðinum, er greitt, at upplýsast skuldi, um bókin ella DVD-filmurin vóru av verri góðsku ella á annan hátt vóru øðrvísi enn kuranta bókin ella fløgan, sum verður boðin til sølu á marknaðinum. Hetta kann t.d. vera, tá ið bókin er prentað á pappír við verri góðsku, ella DVD-filmurin ikki hevur tað sama eyka tilfarið, sum tilsvarandi DVD. Ber tað í hesum føri kortini ikki til at upplýsa handilsvirðið, skal ein nágreinilig lýsing gevast av bókini ella filminum, sum eisini innihalda tær nevndu upplýsingarnar.

Ein nágreinilig lýsing av eykaveitingini kann eisini hava týdning, um hetta er 2. floks vøra, vøru- ella kolleksjónsroyndir ella vørur úr úrvalum frá árunum fyri. Hvat viðvíkur vøruroyndum, ber til at fáa upplýsingar um t.d. nógv vøruroyndin er borið saman við virðið og nøgdina á vøruni, sum eykaveitingin er ein roynd av.

Sum útgangsstøði er hvørki ovara- ella niðara mark á virðinum á einari eykaveiting, men aloftast er hon minni verd enn høvuðsveitingin. Tað veldst um ta ítøkiligu marknaðarføringa, hvør partur av einum tilboði, má metast at vera eykaveitingin. Prísurin á høvuðsframleiðsluni má tó ikki fjalast ella kámast av sølufremjandi áttakinum.

Harafturat er tað ikki krav, at til ber at keypa eykaveiting uttan at keypa høvuðsveitingina, og tað er heldur ikki krav, at tað er eitt natúrligt samband ímillum høvuðsveitingina og eykaveitingina. Tað, sum higartil hevur verið galdandi fyri sonevnda “lógliga kombinatióssølu” hevur tí ongan týdning longur.

Verða vørur buntaðar saman og seldar, er vanliga ikki talan um eykaveiting, men harafturímóti eitt slag av avslátri. Upplýsast skal um prísinn á buntinum.

Ber samanpakkingin sjálv ella marknaðarføringin av henni dóm av ella bendir hon á, at tað er søla av einari framleiðslu og einari eykaveiting saman, eru tey vanligu krøvini um upplýsingar í § 9 í lógini um marknaðarføring tó galdandi.

---

6 <http://bruk.fo/vegledningar-og-leidreglur/leidreglur-um-marknadarfoering-av-prisi/>

Virðið á einari eykaveiting, sum er luttøka í einari kapping um vinningar, eigur at verða uppgivið við upplýsingum um tal, slag og virði á vinningunum.

Tá ið upplýst verður um virðið á einari eykaveiting, sum er at lata bonusstig til eina bonusskipan, skal verða sagt, hvat ið bonusstigini skulu nýtast til - t.d. avslátt ella vørukeyp, sum virði so verður sett á ella lýst nágreiniliga soleiðis, sum tað stendur í tí frammanundan. Er talan um eina bonusskipan, sum kann lýsast sum ein stór fløkjaslig skipan, t.d. ein bonusskipan til flogleiðir, kann eftir umstøðunum vera nóg mikið hjá tí vinnurekandi at geva eina stutta men greiða, loyalty og javnvigaða lýsing av skipanini. Hetta er bara galdandi í teimum førum, tá ið ein nágreinilig lýsing av, hvat ið bonusstigini skulu nýtast til, verður ógvuliga umfatandi og heilt óneyðug byrða hjá tí vinnurekandi. Tá skal brúkarin kunna fáa fullu lýsingina av bonusskipanini við at venda sær til tann vinnurekandi skrivliga ella ígjøgnum telefon. Tann vinnurekandi skal upplýsa um henda møguleika í stuttu lýsingini, har tað annars eigur at bera til at vísa til eina heimasíðu.

## **6. Kravið um, at virðið á møguligum eykaveitingum skal vera greidliga upplýst**

Somu krøv um greidleika og atkomuleika verða sett upplýsingunum um virðið á eykaveitingini sum til kravið um, at treytirnar fyri tilboð skulu vera greið og lættliga atkomilig, ber saman við 4. part. Hetta hevur við sær, at upplýsingarnar skulu vera rættar, viðkomandi og ikki kunna elva til misskiljingar, og upplýsingarnar skulu harafturat vera beinleiðis atkomiligar bæði við marknaðarføring – t.d. við lýsing – og við søluni av tænaðstuni ella vøruni. Teir skulu harafturat boðast soleiðis, at teir hava áleið somu ávirkan sum høvuðsboðskapurin í marknaðarføringini.

Upplýsingarskyldan kann t.d. ikki metast at vera hildin, um tað í sambandi við marknaðarføringina av tilboðnum bara verður skrivað “... so sparir tú X kr.”, har upplýsingin um tann sparda peningin annars er virðið á eykaveitingini. Sum dømi kann nevast, at eykaveitingin er ein fløska av shampoo, sum hevur handilsvirðið 10 kr. Tað er ikki nøktandi at boða frá, at keypir tú tilboðið, sparir tú 10 kr. Handilsvirðið, sum er 10 kr., skal vera lýst fyri seg.

## **7. Serskilt viðvíkjandi § 9, stk. 4, um slagtilboð**

“Slagtilboð” eru beinleiðis fevnd av § 9, stk. 4 í lógini, sum er orðað soleiðis:

Stk. 4. <sup>4)</sup> Um ein vinnurekandi bjóðar eina vøru ella tænastru fyri ein ávísan prís, og tann vinnurekandi hevur rímliga orsøk til at halda, at tað ikki ber til at bjóða tær nøgdirnar, sum verða eftirspurdar og eru rímligar í mun til tað, sum bjóðað verður, og í mun til vavið á marknaðarføringini, skal tann vinnurekandi taka greitt fyrivarni fyri hesum í marknaðarføringini.

Endamálið við hesum staðiliga kravi um upplýsing er at tryggja, at ein vinnurekandi skilliga boðar frá um avmarkingar í tilboðum fyri serliga lagaligar treytir. Soleiðis verða brúkararnir tryggjaðir best møguligt grundarlag at meta um líkindini at keypa eina vøru ella tænastru til ein lagaligan prís og ikki royna eftir henni til fánýtis. Ein greið kunning um, at tilboðið bara er í avmarkaðari nøgd, treytar harumframt, at kunningin stendur beinleiðis í samband við tilboðið. Tað merkir, at ein vinnurekandi, sum marknaðarførir eitt slagtilboð uttan at kunna nøkta tann væntaða eftirspurningin, skal skriva “avmarkað nøgd” ella “so leingi nakað er á goymslu” í tilboðið í marknaðarføringini.

Kravið um upplýsingar fær gildi, um tann vinnurekandi hevur rímliga grund at halda, at hann ikki hevur nóg nógv vøru at selja at nøkta eftirspurningin, sum tilboðið fer at elva til. Tá ið mett verður, um tað í marknaðarføringini skulu takast fyrivarni um avmarkað tal, skal dentur leggjast á vørslag ella tænastru, góðsku og prís umframt, hvussu ógviliga lýst er við tilboðnum. Tað hevur sambært fyrireikingunum týdning, um tilboðið til dømis bara er marknaðarført eina einastu ferð í einum lokalblaði, ella um stórt marknaðaráttak hevur verið við lýsingum í sjónvarpi, og bløð við tilboðnum eru býtt út til húskini.

Tann vinnurekandi skal altíð meta, um hann hevur nóg nógv vøru at nøkta eftirspurningin, sum kann væntast av marknaðarføringini av slagtilboðnum. Brúkarumboðið heldur, at tað í hesum sambandi eisini – afturat vørslagi, góðsku og vavi av lýsingum – kann vera umráðandi at leggja dent á, um tað fyrr hevur hent tí vinnurekandi, at hann ikki hevur fingið nóg mikið av vøru frá útvegaranum, ella at ein líknandi vøra hevur verið útseld eftir ógvuliga stutta tíð. Tað hevur eisini týdning, um talan er um eina árstíðarvøru burturav. Hevur tann vinnurekandi eftir hetta ríkiliga grund at halda, at hann ikki fær nøktað eftirspurningin, skal hann í marknaðarføringini taka greitt fyrivarni fyri avmarkaðu nøgdini. Tað kann verða gjørt við t.d. at skriva “so leingi nakað er á goymslu” ella “avmarkað nøgd”. Er nøgdin ógviliga avmarkað, eigur í lýsingini at standa tal á vøruni, sum verður seld. Eitt fyrivarni skal standa greitt og ásynligt í tilfarinum við tilboðnum.

Eitt fyrirvarni í marknaðarföringini um, at ein vøra ikki er á goymslu og skal fáast heim, vil sambært Brúkaraumboðnum vanliga ikki sleppa tí vinnurekandi undan at tryggja, at nóg mikið er til av vøruni ella at taka neyðuga fyrirvarnið eftir § 9, stk. 4.

Kravið um, at fráboðanin skal standa í beinleiðis sambandi við slagtilboðið, merkir sambært Brúkaraumboðnum, at fyrirvarnið skal vera eyðkent, og at eitt alment fyrirvarni á t.d. for- ella baksíðu á einum lýsingarblaði tí ikki lýkur kravið um upplýsing.

Sí eisini leiðreglur um marknaðarföring av prísi.[7]

## **8. Serstakt viðvíkjandi nýtslu av sölufremjandi átøkum mótvegis børnum og ungum**

§ 8 í lógini um marknaðarföring ásetir eitt serstakt slag av marknaðarföring mótvegis børnum og ungum, av tí at serligt fyrilit skal takast fyri vantandi royndum og størri góðtrúni hjá hesum móttakarabólki. Tað merkir, at lýsingin av tí sölufremjandi átakinginum (tilboðið og treytirnar fyri tilboðnum) sum heild skal vera neyvari og jarðbundnari enn í tiltøkum vendum ímóti vaksnum, og tey vinnurekandi skulu vera afturhaldandi og varin at nýta hættir til marknaðarföring, sum kunnu flyta uppmærsemið frá vøruni ella tænastruni, sum verður seld. Tað kunnu vera gávur ella kappingar við góðum vinningum, har ið fyrilit skal takast fyri, at børn og ung eru lættari at lokka við tilboðum, har t.d. ein gáva er uppií.

Víst verður til vegleiðing Brúkaraumboðsins “Børn, ung og marknaðarföring”. [8]

---

7 <http://bruk.fo/vegledning-og-leidreglur/leidreglur-um-marknadarfoering-av-prisi/>

8 <http://bruk.fo/vegledning-og-leidreglur/vegledning-um-born-ung-og-marknadarfoering/>