



FORBRUKERTILSYNET

1.1.2018

# Forbrukertilsynets retningslinjer for stands- og dørsalg

<b>1. Innledning</b>	<b>3</b>
<b>2. Lovgivning</b>	<b>3</b>
<b>Markedsføringsloven</b>	<b>3</b>
Forskrift om markedsføringsmetoder som alltid er urimelige	4
<b>Angrerettloven – opplysningsplikt og angrerett</b>	<b>4</b>
Forholdet til tidligere praksis	5
<b>3. Før salgssamtalen - begrensinger i adgangen til å kontakte forbrukere</b>	<b>5</b>
<b>4. Under salgssamtalen – før avtaleinngåelsen</b>	<b>6</b>
<b>4.1 Presentasjon av navn og formål</b>	<b>6</b>
<b>4.2 Selgerens oppførsel</b>	<b>6</b>
<b>4.3 Presentasjon av tilbudet</b>	<b>6</b>
<b>4.4 Opplysningsplikt før avtaleinngåelse - angrerettloven</b>	<b>7</b>
4.4.1 Opplysninger om varen eller tjenesten	7
4.4.2 Opplysninger om avtalen	7
4.4.3 Opplysninger om angrerett	9
4.4.4 Redusert opplysningsplikt ved avtaler under 1500 kr	10
<b>4.5 Skriftlig fullmakt ved inngåelse av visse avtaler</b>	<b>10</b>
<b>4.6 Krav til kundens aksept – negativt salg</b>	<b>11</b>
<b>5. Krav til avtalen – bekreftelse på inngått avtale</b>	<b>12</b>
<b>6. Førtidig oppstart – tjenester</b>	<b>12</b>
<b>7. Angrerett – forbrukerens rett til å gå fra avtalen</b>	<b>13</b>
<b>7.1 Generelt</b>	<b>13</b>
<b>7.2 Angrefristens lengde</b>	<b>13</b>
<b>7.3 Fristberegning</b>	<b>13</b>
<b>7.4 Unntak fra angrerett</b>	<b>15</b>
<b>7.5 Melding om angrerett</b>	<b>17</b>
<b>7.6 Gjennomføringen av angrerett</b>	<b>17</b>
7.6.1 Forbrukerens forpliktelser når angreretten brukes ved avtaler om levering av varer	17
7.6.2 Forbrukerens forpliktelser når angreretten brukes ved avtaler om tjenester	19
7.6.3 Den næringsdrivendes forpliktelser når angreretten brukes	20
7.6.4 Tilknyttede avtaler	21
<b>8. Vedtak og sanksjoner</b>	<b>21</b>
<b>8.1 Generelt</b>	<b>21</b>
<b>8.2 Tvangsmulkt (§ 42)</b>	<b>21</b>
<b>8.3 Overtredelsesgebyr (§ 43)</b>	<b>22</b>
<b>8.4 Opplysningsplikt og granskning (§ 34)</b>	<b>22</b>

## 1. Innledning

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivendes avtalevilkår og markedsføring som rettes til forbrukere ikke er i strid med markedsføringsloven.<sup>1</sup> Vi fører også tilsyn med at næringsdrivende overholder angrerettloven<sup>2</sup>, finansavtaleloven og forbrukervernregler i en rekke andre lover. For mer informasjon, se: <http://www.forbrukertilsynet.no/>.

Disse retningslinjene omfatter alle avtaler inngått utenom faste forretningslokaler. Da de vanligste salgsformene utenom faste forretningslokaler er dørsalg og salg fra stand, vil disse betegnelsene brukes i det følgende.

Ved stands- og 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. Forbrukerne er blant annet av denne grunn gitt særlige rettigheter ved avtaler som inngås ved salg utenom faste forretningslokaler. Forbrukertilsynet redegjør i det følgende for de generelle krav som med hjemmel i markedsføringsloven og angrerettloven oppstilles når det gjelder stands- og dørsalg av varer og tjenester (med unntak av finansielle tjenester).

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 og angrerettloven. "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 alltid tatt med en nærmere begrunnelse for standpunktene. Henvisninger til rettskilder, eksempler o.l. er til en viss grad tatt med i fotnoter.<sup>3</sup> Retningslinjene er ikke forskrifter, men baserer seg på de krav som stilles til salg utenom faste forretningslokaler etter markedsføringsloven og angrerettloven.

## 2. Lovgivning

### Markedsføringsloven

Markedsføringsloven trådte i kraft 1. juni 2009. Loven bygger på et EU-direktiv om urimelig handelspraksis<sup>4</sup> og er i hovedsak en videreføring av den tidligere markedsføringsloven av 1972, med de tilpasninger som er nødvendige som følge av direktivet.

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 i strid med god forretningsskikk og utgjøre en urimelig handelspraksis (mfl. § 6), samt at den ikke skal være

<sup>1</sup> Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. av 09.01.2009 (markedsføringsloven).

<sup>2</sup> Lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler av 20.06.2014 (angrerettloven).

<sup>3</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) og i noen grad på [www.forbrukertilsynet.no](http://www.forbrukertilsynet.no).

<sup>4</sup> Europarlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005.

villedende eller utilstrekkelig veiledende (mfl. §§ 7 og 8). Markedsføringen skal ikke være aggressiv (mfl. § 9) og negativt salg er forbudt (mfl. § 11). I tillegg skal det ikke benyttes urimelige avtalevilkår (mfl. § 22).

### **Forskrift om markedsføringsmetoder som alltid er urimelige**

Forskrift om urimelig handelspraksis<sup>5</sup> (heretter kalt forskriften) er hjemlet i mfl. § 6 femte ledd. Forskriften viser markedsføringsmetoder som under enhver omstendighet er sett på som urimelige og dermed forbudt.

Enkelte punkter i forskriften kan være relevante ved stands-/ dørsalg:

Punkt 10 setter forbud mot å framstille rettigheter som forbrukere har i henhold til loven, som en særlig egenskap ved den næringsdrivendes tilbud.

Punkt 19 setter forbud mot å hevde som ledd i handelspraksis at det avholdes en konkurranse eller en salgsfremmende kampanje med premier, uten å utdele premiene som beskrives eller noe rimelig tilsvarende.

Punkt 12 setter et forbud mot å framsette en faktisk uriktig påstand om art og omfang av risikoen for forbrukerens eller vedkommendes families personlige sikkerhet dersom forbrukeren ikke kjøper ytelsen.

Punkt 20 setter et forbud mot bruk av ord som «gratis», «vederlagsfritt», «uten betaling» eller lignende.

Punkt 21 setter et forbud mot å legge ved en faktura eller et lignende dokument som oppfordrer til betaling i markedsføringsmateriale som gir forbrukeren inntrykk av at vedkommende allerede har bestilt ytelsen som markedsføres, når det ikke er tilfellet.

I punkt 25 er det slått fast at «å personlig oppsøke forbrukerens bolig og overse forbrukerens anmodning om å forlate stedet eller ikke komme tilbake(...)" under enhver omstendighet er å anse som en urimelig handelspraksis.<sup>6</sup>

Punkt 29 forbyr å kreve at forbrukeren umiddelbart eller senere betaler for, returnerer eller oppbevarer ytelser som den næringsdrivende har levert, men som forbrukeren ikke har bedt om.

### **Angrerettloven – opplysningsplikt og angrerett**

Angrerettloven trådte i kraft 20. juni 2014. Loven gjennomfører deler av forbrukerrettighetsdirektivet<sup>7</sup>, og erstatter lov om opplysningsplikt og angrerett av 2000. Angrerettloven inneholder en rekke regler om opplysningsplikt før og etter avtaleinngåelsen, samt regler om angrerett.

Loven kan ikke fravikes til ulempe for forbrukeren.<sup>8</sup> Loven skal sikre at forbrukere får relevant og nødvendig informasjon før avtale inngås. Formålet med loven er blant annet å gi forbrukerne særlige rettigheter når de uventet

---

<sup>5</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2009-06-01-565>.

<sup>6</sup> Se FO-sak 10/1630 (Envirotect) der dette var en av problemstillingene som ble tatt opp.

<sup>7</sup> Europaparlamentets- og rådsdirektiv 2011/83/EU av 25. oktober 2011.

EU-Kommisjonen har utarbeidet en veileder til direktivet:

[http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_rights/rights-contracts/directive/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm).

<sup>8</sup> Angrl. § 3.

utsettes for en salgssituasjon i sitt hjem, uavhengig av om forbrukeren har bedt om besøket eller ikke<sup>9</sup>, eller på gaten, og å sikre at forbrukeren får relevant og nødvendig informasjon ved enkelte særlige salgssituasjoner. Formålet er videre å gi forbrukeren en viss betenkningstid ved at forbrukeren i visse tilfeller gis rett til å gå fra avtalen.

Reglene er stort sett de samme uavhengig av hvilken salgssituasjon som benyttes. I disse retningslinjene vil kun reglene som gjelder stands- og dørsalg bli berørt. Forbrukertilsynet har for øvrig utarbeidet en egen veiledning om regelverket ved telefonsalg. Se også Forbrukerrådets veileder til angrerettloven.<sup>10</sup>

Angrerettloven § 8 første ledd inneholder en rekke opplysninger som skal gis før avtale utenom faste forretningslokaler inngås. Se nærmere om dette i punkt 4.4 nedenfor.

#### Unntak fra lovens anvendelsesområde

Hvilke avtaler som faller utenfor angrerettlovens anvendelsesområde, fremgår av lovens § 2. Etter bestemmelsens bokstav g) gjelder ikke loven for avtaler om salg av varer og andre tjenester enn finansielle tjenester utenom faste forretningslokaler når den samlede kontraktssummen, inkludert frakt- og tilleggs kostnader som forbrukeren skal betale, er under kr 300. Salg av abonnementsavtaler, hvor forbrukerens forpliktelser etter avtalen overstiger kr 300, vil imidlertid falle inn under lovens anvendelsesområde. Eksempelvis hvis forbrukeren kjøper en «prøvepakke» på et helsekostprodukt til under kr 300 ved dør- eller standsalg, og i realiteten inngår en abonnementsavtale som innebærer at den samlede kontraktssummen vil overstige kr 300.

#### **Forholdet til tidligere praksis**

Markedsrådets og Forbrukertilsynets praksis etter den tidligere markedsføringsloven er gjennomgått og vurdert opp mot markedsføringsloven av 2009 og direktivet om urimelig handelspraksis. Henvisninger til praksis etter den tidligere markedsføringsloven gjelder standpunkter Forbrukertilsynet mener kan opprettholdes også etter den nye loven.

Det har skjedd flere endringer i angrerettloven sammenlignet med den tidligere loven av 2000. Der reglene er videreført, vil forarbeidene til den tidligere loven og Forbrukertvistutvalgets, Markedsrådets og Forbrukertilsynets praksis fortsatt være førende for tolkning av reglene i loven.

### **3. Før salgssamtalen - 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>11</sup> En henvendelse i strid

<sup>9</sup> Se fortalen til forbrukerrettighetsdirektivets avsnitt 21.

<sup>10</sup> Veilederen finner du på Forbrukerrådets nettsider

<http://www.forbrukerradet.no/forside/angrer-du-pa-et-kjop/>.

<sup>11</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.

med dette vil kunne anses som urimelig overfor forbrukere og i strid med god forretningsskikk, jf. mfl. § 6.

Det bør utvises varsomhet knyttet til hvilke tidspunkt man kontakter forbrukere i salgøyemed, særlig gjelder dette ved dørsalg. Ved vurderingen av hvilke tidspunkt man kan drive dørsalg vil reglene som gjelder for telefonsalg gi en viss pekepinn. Hensynene bak reglene for telefonsalg gjør seg i hovedsak også gjeldende for dørsalg da dette er en minst like påtrengende salgsform. I mfl. § 14 er det slått fast at det ikke skal foretas oppringinger før kl. 09.00 og ikke senere enn kl. 21.00 på hverdager, og at det er forbudt å rette markedsføring ved telefon til forbrukere på lørdager, helgedager eller dager som i lov er likestilt med helgedager. Det er naturlig som et minimum å legge til grunn de samme tidene for dørsalg.

## **4. Under salgssamtalen – før avtaleinngåelsen**

### **4.1 Presentasjon av navn og formål<sup>12</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>13</sup>

### **4.2 Selgerens oppførsel**

Standssalg 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>14</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, eksempelvis eldre.

### **4.3 Presentasjon av tilbudet**

Selgeren skal gi en klar, korrekt og fullstendig beskrivelse av tilbudet.<sup>15</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>16 17</sup>

Dersom det eksempelvis er abonnement og løpende avtaler som blir markedsført, er det viktig at det allerede innledningsvis i samtalen presiseres

---

<sup>12</sup> Mfl. § 3 første ledd: "Markedsføring skal utformes og presenteres slik at den tydelig framstår som markedsføring."

<sup>13</sup> Det siktes her blant annet til mindreåriges manglende evne til å inngå rettslig bindende avtaler og å stifte gjeld, jf. vergemålsloven § 9. I FO-sak 10/1910 (Telinet) så vi eksempler på at en annen person enn den som sto som sluttbruker i strømvartalen endret strømleverandør på vegne av husstanden ved inngåelse av strømvartale på stand.

<sup>14</sup> Se Forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 25 som også er omtalt ovenfor i punkt 2.2. <sup>15</sup> Se også punkt 4.4.

<sup>16</sup> Jf. mfl. §§ 6, 7, 8, samt Forskrift om urimelig handelspraksis.

<sup>17</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.

at henvendelsen gjelder et abonnement/medlemskap med løpende forpliktelser for forbrukeren.

Ved salg av abonnement og løpende tjenester må selgeren ikke starte samtalen ved å tilby en «gratis» eller «kostnadsfri» gave eller prøveprodukt, eller på annen måte gi inntrykk av at man inngår en uforpliktende avtale.<sup>18</sup> En slik fremgangsmåte vil lett kunne være villedende og i strid med § 7 i markedsføringsloven og forskriftens punkt 20.

#### **4.4 Opplysningsplikt før avtaleinngåelse - angrerettloven<sup>19</sup>**

Før det inngås en avtale ved stands- eller dørsalg, i praksis under salgssamtalen, er selger pålagt en omfattende opplysningsplikt.

Opplysningene som skal gis følger uttrykkelig av angrerettloven § 8 første ledd bokstav a-p. Opplysningsplikten knytter seg til varen eller tjenestens egenskaper, vesentlige forhold ved den avtalen som skal inngås, herunder om angrerett. Informasjonen må formidles på en *klar og forståelig måte*.<sup>20</sup>

Opplysningsplikten etter angrerettloven er svært omfattende. Nedenfor vil de mest relevante opplysningskravene for stands- og dørsalg presenteres:

##### **4.4.1 Opplysninger om varen eller tjenesten**

###### *a) Varen eller tjenestens viktigste egenskaper<sup>21</sup>*

Hvor detaljerte opplysninger den næringsdrivende må gi om varens/tjenestens egenskaper må tilpasses hva som er relevant og av nødvendig betydning for kjøpsbeslutningen. 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 telefoni- eller strømleverandør, vil det være nødvendig med mer spesifiserte opplysninger. Det må opplyses om avtalen innebærer et abonnement/medlemskap.

##### **4.4.2 Opplysninger om avtalen**

###### *b) Den næringsdrivendes identitet<sup>22</sup>*

Det må opplyses om den næringsdrivendes foretaksnavn og geografiske adresse, og eventuelt telefonnummer og e-postadresse. Dersom det oppføres på vegne av en annen næringsdrivende, og som forbrukeren kan rette eventuelle klager til, må også dennes identitet og geografiske adresse oppgis.

---

<sup>18</sup> MR-sak 14/1597 (Uno Life AS) fant Markedsrådet at et stort antall forbrukere ikke hadde fått presentert avtalevilkårene på en tilstrekkelig klar måte. Dette medførte at en rekke av de som takket ja til tilbudet trodde det var et helt uforpliktende prøvetilbud, i motsetning til det selskapet hevdet var en abonnementsavtale. Markedsrådet konkluderte med at det ikke var etablert rettslig bindende avtaler for en rekke forbrukere, hvilket medførte at selskapet dermed hadde handlet i strid med mfl. § 11. Saken gjaldt telefonsalg, men er også illustrerende for stands- og dørsalg.

<sup>19</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav a-p angir opplysningskravene. Kravene suppleres av markedsføringsloven, alminnelige avtalerettslige prinsipper og annen særlovgivning.

<sup>20</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), 06/1641 (Elitele) og 10/1910 (Telinet). 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."

<sup>21</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav a).

<sup>22</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav d).

Formålet med å gi slike opplysninger er å lette forbrukerens mulighet til å komme i kontakt med den næringsdrivende.

c) *Den samlede prisen*<sup>23</sup>

Den næringsdrivende skal gi opplysninger om den samlede prisen for varen eller tjenesten *medregnet avgifter*. Prisen skal oppgis som én samlet pris, dvs. at prisopplysningen må fremstå som én sum inkludert alle relevante avgifter og tilleggskostnader, f eks porto.

For *abonnementsavtaler* stilles det særskilte krav til hvordan prisen skal opplyses. Her skal den samlede prisen omfatte kostnadene per faktureringsperiode. Betaler forbrukeren et fast beløp, skal det også opplyses om de samlede *månedlige* kostnadene.<sup>24</sup>

*Eksempel: En næringsdrivende som leverer sine produkter hver 3. måned til en fast pris på kr 600 må opplyse om den samlede prisen per faktureringsperiode (kr 600), samt den månedlige kostnaden (kr 200). Eventuelle avgifter og tilleggskostnader, eksempelvis frakt, må inkluderes i den samlede prisen.*

Dersom prisen ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, skal det opplyses om metoden for beregning av prisen og om eventuelle tilleggskostnader. Dersom tilleggskostnadene heller ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, skal det opplyses at slike tilleggskostnader kan forekomme.

Ved manglende opplysning om tilleggskostnader som frakt, levering og porto, slipper forbrukeren å betale disse kostnadene.<sup>25</sup>

d) *Avtalens varighet – vilkårene for å si opp en løpende avtale*<sup>26</sup>

Der det er relevant, skal forbrukeren få opplysninger om *avtalens varighet* og om *eventuell minste bindingstid*. Opplysning om en eventuell minste bindingstid er sentralt for forbrukeren å kjenne til før inngåelse av avtale, da dette utgjør en vesentlig del av forbrukerens beslutningsgrunnlag.

For løpende avtaler, herunder abonnementsavtaler, og for avtaler som fornyes automatisk, skal forbrukeren få opplyst *vilkårene for å si opp avtalen*. Dersom forbruker må betale et bruddgebyr for å si opp i bindingstid, må det derfor opplyses om at det forekommer et bruddgebyr, samt størrelsen på dette. Den næringsdrivende bør også opplyse om oppsigelsesfristen og eventuelle opplysninger om beregning av denne.

Dersom den næringsdrivende gir manglende eller tilslørte opplysninger om hvordan en løpende avtale skal avsluttes kan dette medføre at forbrukeren ikke kommer seg ut av avtaleforholdet, og blir pliktig til å betale for ytelser som ikke lenger er ønsket.

e) *Ordningene for betaling, levering, oppfyllelse og leveringsfrist, og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner*<sup>27</sup>.

<sup>23</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav e).

<sup>24</sup> Eksempelvis må en næringsdrivende som leverer sine produkter hver 3. måned med fast beløp på kr 600 opplyse om den samlede prisen per faktureringsperiode (kr 600), samt den månedlige kostnaden (kr 200). Eventuelle avgifter må inkluderes i den samlede prisen.

<sup>25</sup> Angrl. § 9.

<sup>26</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav n).

<sup>27</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav g).



Eksempelvis om betaling skjer ved bruk av faktura, om hele beløpet skal betales med en gang, eller om det kan deles i flere innbetalinger. Opplysning om den næringsdrivendes ordninger for håndtering av reklamasjoner vil primært gjelde den næringsdrivendes egne interne klageordninger.

*f) Den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktmessig vare<sup>28</sup>*

Bakgrunnen for en slik opplysningsplikt er at forbrukere ofte blander sammen reklamasjon og angrerett. Opplysningen vil bidra til at forbrukeren oppfatter at han eller hun i tillegg til 14 dagers angrerett på helt feilfrie varer, har en lengre frist til å foreta seg noe når varen ikke er kontraktmessig.

*g) Om eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier som gir forbrukeren rettigheter i tillegg til lovens regler, samt vilkårene for disse.<sup>29</sup>*

Ettersalgsservice vil eksempelvis være vedlikehold, ettersyn eller annen service som selger tilbyr.

*h) Om relevante atferdsregler, dvs. bransjenormer eller andre regler for god atferd, og hvor disse kan finnes.<sup>30</sup>*

*i) Om eventuelle depositum eller lignende, samt vilkårene for disse.<sup>31</sup>*

*j) Der dette er relevant, om mulighet for å benytte seg av utenrettslig klage- og erstatningsordning som den næringsdrivende er tilknyttet, samt fremgangsmåten for å få tilgang til denne.<sup>32</sup> Utenrettslige tvisteløsningsorganer er eksempelvis nemnder i regi av Forbrukerrådet, bransjeorganisasjoner og Forbrukertvistutvalget.*

#### **4.4.3 Opplysninger om angrerett**

*k) At forbrukeren har angrerett, og at det foreligger standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema)<sup>33</sup>, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten.<sup>34</sup>*

*l) At forbrukeren må bære kostnadene ved å returnere varene dersom angreretten benyttes. Dersom varene etter sin natur normalt ikke kan returneres med post, skal kostnadene ved å returnere varene opplyses.<sup>35</sup>*

Ved manglende opplysning om slike kostnader, er forbrukeren likevel ikke forpliktet til å dekke kostnadene.<sup>36</sup>

---

<sup>28</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav l).

<sup>29</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav l).

<sup>30</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav m).

<sup>31</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav o).

<sup>32</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav p).

<sup>33</sup> Departementet har i forskrift nr. 777 om opplysningsplikt og angrerett mv. Av 20. juni 2014 fastsatt i § 1 at forbrukere, ved avtaler der forbrukeren har angrerett, skal motta standardisert skjema for bruk av angrerett. Se nærmere om dette i punkt 5 om bekreftelse på inngått avtale.

<sup>34</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav h).

<sup>35</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav i).

<sup>36</sup> Angrl. § 9. Se også § 25 andre ledd og punkt 7.6.1.

- m) At forbrukeren som bruker angreretten, etter å ha bedt om oppstart av tjenesteleveringen etter § 12, selv er ansvarlig for rimelige kostnader, dvs. et beløp som står i forhold til det som er levert.<sup>37</sup>
- n) Om avtalen er unntatt fra angrerett skal dette opplyses om, eventuelt om under hvilke omstendigheter angreretten kan tapes.<sup>38</sup>

For å oppfylle opplysningsplikten om angreretten, kan den næringsdrivende benytte skjema for opplysninger om angreretten.<sup>39</sup> Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet har utarbeidet et skjema som kan tilpasses av den næringsdrivende.<sup>40</sup> Forbrukertilsynet anbefaler at dette skjemaet blir benyttet for å oppfylle opplysningsplikten. Skjemaet må imidlertid ikke forveksles med angreskjemaet, som kommer i tillegg, se punkt 5 nedenfor.

#### 4.4.4 Redusert opplysningsplikt ved avtaler under 1500 kr<sup>41</sup>

Den næringsdrivendes opplysningsplikt i forkant av avtaleinngåelsen reduseres noe i tilfeller hvor forbrukeren tar kontakt med den næringsdrivende og

- uttrykkelig ber<sup>42</sup> om å få utført reparasjoner eller vedlikehold
- partene umiddelbart utfører sine forpliktelser etter avtalen
- kontraktssummen ikke overstiger kr 1500.

Den næringsdrivende er i slike tilfeller forpliktet til å gi skriftlige opplysninger om selskapets identitet og om pris, inkludert et prisoverslag over den samlede prisen.

Forbrukeren må også få opplysninger om tjenestens viktigste egenskaper og om angrerett, eventuelt om avtalen er unntatt fra angrerett. Disse opplysningene kan imidlertid gis muntlig, så fremt forbrukeren uttrykkelig samtykker<sup>43</sup> til dette.

Forbruker skal få en bekreftelse av avtalen<sup>44</sup>, jf. punkt 5.

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

For noen avtaler gjelder et krav om skriftlig fullmakt og skriftlig avtaleinngåelse.

Dette gjelder ved inngåelse eller bytte av:

- Kredittavtale<sup>45</sup>
- Strømlleverandør<sup>46</sup>

<sup>37</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav j). Se punkt 6 om førtidig oppstart, samt 7.6.2.

<sup>38</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav k). Se punkt 7.4 om hvilke avtaler som er unntatt fra angrerett.

<sup>39</sup> Det følger av angrl. § 8 andre ledd at den næringsdrivende skal anses for å ha gitt opplysninger etter første ledd bokstav h, i og j dersom denne har gitt forbrukeren korrekt utfyllt skjema om opplysninger om angreretten. Se forskrift nr. 777 om opplysningsplikt og angrerett mv. av 20. juni 2014 § 2.

<sup>40</sup> Skjemaet er tilgjengelig på <http://signform.no/dss/> - Angrerett.

<sup>41</sup> Angrl. § 13.

<sup>42</sup> Ikke et krav om skriftlighet, det må være tilstrekkelig at forbrukeren muntlig ber om tjenesten, jf. Prop. 64 L (2013-2014) s. 119.

<sup>43</sup> Ikke et krav om et skriftlig samtykke, men om tydelighet, jf. Prop. 64 L (2013-2014) s. 120.

<sup>44</sup> Angrl. § 13 andre ledd.

<sup>45</sup> Jf. finansavtaleloven § 48 første ledd.

<sup>46</sup> Jf. kapittel 2 i forskrift nr. 301 av 3. november 1999 til energiloven. Se FO-sak 10/1910 der dette kom på spissen.

- Telefonileverandør<sup>47</sup>

For disse tilfellene må det innhentes et skriftlig samtykke fra forbruker før endring kan iverksettes. I tillegg til de generelle kravene som følger av angrerettloven må også særskilte tilleggskrav som følger av forskriftene for de aktuelle produktene oppfylles.

#### 4.6 Krav til kundens aksept – negativt salg

Etter markedsføringsloven § 11 er det forbudt for næringsdrivende å;

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

Ved leveranse i strid med § 11 b) vil ikke mottaker være forpliktet til å betale. Det følger av forskrift om urimelig handelspraksis punkt 29 at forbrukeren heller ikke har plikt til å returnere eller oppbevare produkter som den næringsdrivende har levert uten 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>48</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. Den næringsdrivende bør derfor forankre avtalene skriftlig, da det vil tjene både den næringsdrivende og forbrukeren for å unngå uklarheter i ettertid.

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 § 11. 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>49</sup>

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>50</sup>

<sup>47</sup> Jf. §§ 2-2, 3-3 og 3-6 i forskrift nr. 401 av 16. februar 2004 til ekomloven. Se retningslinjer fra Nasjonal kommunikasjonsmyndighet på [www.nkom.no](http://www.nkom.no).

<sup>48</sup> Det følger av Ot.prp. nr. 62 (1999-2000) punkt 3.1.4.2. at det i tråd med alminnelige avtalerettslige prinsipper vil være den som hevder at det foreligger en avtale som også har bevisbyrden for dette.

<sup>49</sup> I Forbrukerombuds-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 samtalemalene ble fulgt i selskapets salgsvirksomhet. I MR-sak 14/1597 (Uno Life AS) fant Markedsrådet at det hadde forekommet omfattende avvik fra den samtalemalen som selskapet hevdet at ble benyttet i salget (og som ifølge selskapet var underlagt omfattende kvalitetssikring). Markedsrådet fant det bevist at et stort antall forbrukere ikke hadde fått presentert avtalevilkårene på en tilstrekkelig klar måte, med den følge at det ikke hadde blitt inngått avtaler med det innhold selskapet hevdet. Saken gjaldt telefonsalg, men er også illustrerende for stands- og dørsalg.

<sup>50</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

Den næringsdrivende bør derfor kunne sannsynliggjøre at forbrukeren har fått den nødvendige informasjon, herunder alle vesentlige avtalevilkår, og har forstått innholdet i avtalen. Det følger for øvrig uttrykkelig av angreterrettsloven § 7 at den næringsdrivende har bevisbyrden for at opplysningsplikten i loven er oppfylt.

## 5. Krav til avtalen – bekreftelse på inngått avtale<sup>51</sup>

Avtaler inngått ved stands- og dørsalg skal inneholde opplysningene som følger av angrl. § 8 første ledd.<sup>52</sup> Opplysningene skal anses som en del av avtalen og skal ikke endres, med mindre det er uttrykkelig avtalt mellom partene. Opplysningene skal være lett leselige, og utformet på et enkelt og forståelig språk. Hvis opplysningene er gitt på norsk, skal avtalen utformes på norsk.

Den næringsdrivende skal gi forbrukeren et eksemplar av undertegnet avtale eller bekreftelse av avtalen på papir, eventuelt på et annet varig medium<sup>53</sup> dersom forbrukeren samtykker til det.

Der avtale har blitt inngått, og forbrukeren har angreterrett i medhold av loven, skal forbrukeren også motta et angreskjema.<sup>54</sup> Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet har utarbeidet et skjema som den næringsdrivende kan benytte.<sup>55</sup> Skjemaet skal være korrekt utfylt i feltene som den næringsdrivende plikter å fylle ut. Den næringsdrivende kan alternativt lage sitt eget skjema, men må i så fall sørge for at skjemaet stemmer overens med vedlegg 1B til forbrukerrettighetsdirektivet. Forbrukertilsynet anbefaler at den næringsdrivende benytter skjemaet som er utarbeidet av departementet.

Skjemaet skal gis til forbrukeren i papirform, på mail eller på annet varig medium. Det vil ikke være tilstrekkelig å vise til at skjemaet eksempelvis er tilgjengelig på den næringsdrivendes nettsted.

## 6. Førtidig oppstart – tjenester<sup>56</sup>

I enkelte tilfeller kan forbrukeren ha et ønske om rask tilgang til tjenesten, før angrefristen utløper. I så fall skal den næringsdrivende kreve at forbrukeren uttrykkelig ber om dette på et varig medium, for eksempel ved å sende en e-post.

Den næringsdrivende kan aktivt foreslå at forbrukeren fremsetter en slik anmodning. Den næringsdrivende er derimot ikke forpliktet til å tilby en slik mulighet, ei heller til å akseptere en eventuell anmodning fra forbrukeren.<sup>57</sup>

---

betydning for aksepten, eller dersom han svikaktig har holdt tilbake slike opplysninger. Se også MR-sak 14/1597 (Uno Life AS).

<sup>51</sup> Angrl § 11.

<sup>52</sup> Se punkt 4.4.

<sup>53</sup> Med "varig medium" menes enhver innretning som gjør forbrukeren eller den næringsdrivende i stand til å lagre opplysningene på en slik måte at opplysningene i fremtiden er tilgjengelige i uendret form, jf. angrl. § 5 bokstav f).

<sup>54</sup> Se angrl. § 8 femte ledd og forskrift nr. 777 om opplysningsplikt og angreterrett av 20. juni 2014 § 1.

<sup>55</sup> Skjemaet er tilgjengelig på <http://signform.no/dss/> - Angreterrett.

<sup>56</sup> Angrl. § 12.

<sup>57</sup> Se EU-Kommisjonens veileder punkt 6.5.

Dersom en forbruker anmoder om slik førtidig oppstart vil han fortsatt kunne angre på avtalen, men han vil være ansvarlig for å betale for den del av tjenesten som er levert. Se mer om dette i punkt 7.6.2.

## **7. Angrerett – forbrukerens rett til å gå fra avtalen<sup>58</sup>**

### **7.1 Generelt**

Ved stands- og dørsalg kan forbrukeren gå fra avtalen innen en bestemt frist, se punkt 7.2.

Forbrukeren behøver ikke å angi noen grunn til at han eller hun ønsker å gå fra avtalen.

Forbrukeren kan ikke pålegges noe gebyr eller liknende for å benytte seg av angreretten.<sup>59</sup>

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

### **7.2 Angrefristens lengde**

Hovedregelen er 14 dager både for avtaler om varer og tjenester<sup>60</sup>. I fristen inkluderes alle kalenderdager. Dersom fristen ender på en lørdag, helligdag eller høytidsdag forlenges fristen til nærmeste virkedag.

*Unntak:*

Ved manglende opplysninger om angreretten, utvides angrefristen med inntil 12 måneder i tillegg til den opprinnelige fristen.

Se punkt 7.3 om fristberegning.

### **7.3 Fristberegning<sup>61</sup>**

*Tjenester:*

Ved kjøp av tjenester vil angrefristen utløpe 14 dager fra den dag avtalen om tjeneste ble inngått, forutsatt at forbrukeren har fått de lovpålagte opplysningene om angrerett.

Fristen må ses i sammenheng med reglene om fristberegning i angrl. § 6. Som følge av dette løper fristen fra *dagen etter* avtale om tjeneste ble inngått. Den dagen avtalen inngås regnes altså ikke med i fristen.

*Varer:*

Ved kjøp av varer utløper angrefristen 14 dager fra den dag forbrukeren (eller hans representant)<sup>62</sup> får varen i *fysisk besittelse*, forutsatt at forbrukeren har fått de lovpålagte opplysningene om angrerett.

Angrerettloven regulerer angrefristen ved forskjellige typetilfeller av vareleveranser:

---

<sup>58</sup> Angrl. kapittel 6.

<sup>59</sup> Angrl. § 24 annet ledd og § 25 annet ledd.

<sup>60</sup> Angrl. § 21.

<sup>61</sup> Angrl. § 21.

<sup>62</sup> Likt med forbrukeren regnes annen tredjeperson enn fraktføreren, som forbrukeren har utpekt i sitt sted, jf. angrl. § 21 andre ledd.

a) *Flere varer bestilt samlet i en ordre og levert separat.*<sup>63</sup>

Angrefteren vil løpe fra den dag forbrukeren får den *siste* varen i fysisk besittelse. Dette vil omfatte ulike varer, også selv om det er samme varetype, for eksempel to DVD-er, der angrefteren vil gjelde fra den siste DVD-en er levert.

b) *Ved varer som består av flere partier eller deler*<sup>64</sup>

Eksempelvis ved kjøp av stasjonær pc, hvor harddisk og skjerm blir levert til forskjellig tid. Angrefteren løper her fra den dag forbrukeren får det *siste* partiet eller den siste delen i fysisk besittelse.

c) *Ved avtaler om regelmessig levering av varer (abonnement)*<sup>65</sup>

Det siktes her til *ensartede* varer som leveres regelmessig. Eksempelvis abonnement på helsekost, hvor forbrukeren mottar det samme produktet regelmessig frem til avtalen blir sagt opp. Angrefteren vil her løpe fra den dag forbrukeren får den *første* varen i fysisk besittelse.

Bestemmelsen gjelder både dersom abonnementsperioden er tidsbestemt, eksempelvis at avtalen gjelder for ett år, og der den løper til den blir sagt opp. Begrunnelsen for at det ikke er angrerett på hver enkelt forsendelse er at forbrukeren, etter å ha mottatt den første forsendelsen, bør kunne fastslå hvorvidt det er ønskelig å motta flere forsendelser av det samme produktet.

Ved levering av ikke-identiske varer, eksempelvis der forbrukeren er medlem i en bokklubb og mottar bøker som ikke er blitt avbestilt, regnes det en ny angrefter ved mottak av hver enkelt bok. Variasjonen i bøkernes innhold medfører at disse ikke vil anses for å være ensartede varer.

Også ved kjøp av varer må fristen ses i sammenheng med reglene om fristberegning i angrl. § 6. Selv om det i § 21 står at fristen skal regnes "fra den dag forbrukeren får varen i fysisk besittelse", følger det av § 6 at fristen først løper fra *dagen etter*. For eksempel hvis forbrukeren *henter* varen på posthuset den 14. april, løper angrefteren fra og med 15. april. Siste dag angrefteren kan brukes blir dermed 28. april, kl. 24.00.

Utvidelse av angrefteren ved brudd på opplysningsplikten:

For at angrefteren skal begynne å løpe, må den næringsdrivende ha oppfylt sin opplysningsplikt om angreretten. Dersom den næringsdrivende ikke oppfylder lovens krav om på forhånd å gi lovpålagte opplysninger om angreretten, utvides angrefteren med:

- 12 måneder etter utløpet av den opprinnelige fristen på 14 dager<sup>66</sup>  
*eller*
- 14 dager etter den dagen forbrukeren mottar opplysningene, dersom opplysningene gis innen 12 måneder fra dagen avtalen om tjenesten ble inngått eller at forbrukeren har fått varen i fysisk besittelse.<sup>67</sup>

Angreretten vil som følge av dette uansett opphøre 12 måneder og 14 dager etter avtalen ble inngått/varen er mottatt.

---

<sup>63</sup> Angrl. § 21 første ledd bokstav a.

<sup>64</sup> Angrl. § 21 første ledd bokstav b.

<sup>65</sup> Angrl. § 21 første ledd bokstav c.

<sup>66</sup> Angrl. § 21 tredje ledd.

<sup>67</sup> Angrl. § 21 fjerde ledd.

## 7.4 Unntak fra angrerett<sup>68</sup>

En rekke avtaler er unntatt fra angrerett. I dette punktet omtales de unntak som anses relevante ved stands- og dørsalg. Oppregningen er derfor ikke uttømmende.

Det presiseres at selv om det ikke foreligger angrerett på de nevnte varer og tjenester, vil den næringsdrivende likevel måtte overholde reglene om opplysningsplikt, herunder plikten til å opplyse forbrukeren om at avtalen er unntatt fra angrerett.<sup>69</sup> Avtalene som er unntatt fra angrerett må ikke forveksles med avtaler som er unntatt angrerettlovens anvendelsesområde, se punkt 2.3. Dette betyr at avtaler om salg av varer og andre tjenester enn finansielle tjenester utenom faste forretningslokaler, når den samlede kontraktssummen inkludert frakt- og tilleggskostnader som forbrukeren skal betale er under 300 kr, er unntatt lovens virkeområde uavhengig av om avtalene omfattes av de nedenstående unntakene fra angrerett.

Angreretten gjelder ikke avtaler om:

- a) *Varer som ikke kan skilles fra andre varer etter levering*<sup>70</sup>
- b) *Levering av varer som forringes eller raskt går ut på dato*<sup>71</sup>

Eksempler på dette kan være: ferske matvarer, avskårne blomster.

- c) *Fullførte tjenester*<sup>72</sup>

Forutsetningen for at angreretten bortfaller er at leveringen av tjenesten har begynt med forbrukerens uttrykkelige forhåndssamtykke, og forbrukeren har erkjent at angreretten vil gå tapt når avtalen er oppfylt fullt ut av den næringsdrivende.

Det er nødvendig med *skriftlig samtykke* fra forbrukeren<sup>73</sup>. Merk at det ikke er tilstrekkelig at levering av tjenesten er startet opp for at angreretten skal bortfalle. Tjenesten må være *fullstendig levert*. Dette i motsetning til levering av digitalt innhold, hvor angreretten bortfaller allerede når leveringen er begynt.

- d) *Tilvirkningskjøp*<sup>74</sup>

Det må være snakk om varer som er fremstilt etter forbrukerens spesifikasjoner eller som har fått et tydelig personlig preg. Eksempelvis skreddersydde gardiner, bunad, bryllupskjole eller foto av forbrukerens familie.

---

<sup>68</sup> Angrl. § 22.

<sup>69</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav k).

<sup>70</sup> Angrl. § 22 bokstav a). 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>71</sup> Angrl. § 22 bokstav b). Hva som skal regnes for å forringes raskt 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 og kosmetikk vil dette etter gitte vilkår kunne være unntatt fra angrerett etter § 22 bokstav g), se bokstav e nedenfor. Det fremgår for øvrig av Prop. 64 L (2013-2014) s 58 at sesongvarer ikke vil anses for å falle inn under unntaket.

<sup>72</sup> Angrl. § 22 bokstav c).

<sup>73</sup> Prop. 64 L (2013-2014) s. 56.

<sup>74</sup> Angrl. § 22 bokstav e).

Begrunnelsen for unntaket er at angrerett kan påføre den næringsdrivende store tap, fordi det ikke er mulig eller svært vanskelig å selge varen til andre. Unntaket omfatter ikke standardvarer som den næringsdrivende, for å unngå lagringskostnader, først tilvirker etter bestilling fra forbruker som gjør visse mindre valg.

Unntaket skal tolkes snevert. Kjøp av masseproduserte varer med påtrykt årstall kan ikke anses som tilvirkningsvare selv om det kan være vanskelig å få solgt varen året etter, og angreretten må derfor være i behold. Det må være den næringsdrivendes risiko å selge denne typen varer.

*e) Varer som av hensyn til helsevern eller hygiene ikke er egnet for retur<sup>75</sup>*  
For at unntaket skal komme til anvendelse må det være snakk om *forseglede* varer. Forseglingen må i tillegg ha blitt brutt etter levering. Typiske varer kan være helsekostprodukter, kosmetikk, under- eller badetøy.

Med forsegling menes en særlig emballasje som beskytter varen og tjener som sikkerhet for at varen ikke har vært åpnet. Eksempelvis en plastfolie som omslutter produktet. At forbrukeren har åpnet *fraktemballasjen* for å vurdere produktet nærmere vil ikke medføre at angreretten bortfaller.

Unntaket må ses i sammenheng med forbrukerens forpliktelser ved bruk av angrerett. Se punkt 7.6 nedenfor.

*f) Reparasjoner eller tjenester som det haster å få utført<sup>76</sup>*  
Unntaket gjelder når forbrukeren uttrykkelig ber den næringsdrivende om å besøke forbrukeren. Tilleggstjenester eller tilleggsvarer som ytes samtidig, og som forbruker ikke har anmodet om eller som er nødvendig for å utføre reparasjonen, vil likevel være omfattet av angreretten.

*g) Forseglede lyd- eller bildeopptak eller forseglet programvare<sup>77</sup>*  
Unntaket gjelder for digitalt innhold som leveres på et fysisk medium, slik som på CD eller DVD. For at unntaket skal komme til anvendelse må forbrukeren ha brutt forseglingen etter levering.

Det er ikke lenger et krav at det skal fremgå av selve forseglingen at angreretten bortfaller når denne brytes. Næringsdrivende har imidlertid en opplysningsplikt i forkant av avtaleinngåelsen dersom avtalen er unntatt fra angrerett, eventuelt om *under hvilke omstendigheter angreretten kan tapes*, se punkt 4.4.3. Den næringsdrivende vil ved salg av slike forseglede varer derfor være forpliktet til å opplyse før avtaleinngåelsen at angreretten bortfaller hvis forseglingen blir brutt etter levering.

*h) Levering av en avis, et tidsskrift eller et magasin<sup>78</sup>*  
Unntaket gjelder ved enkeltkjøp. Det er likevel angrerett på en abonnementsavtale på slike publikasjoner.

---

<sup>75</sup> Angrl. § 22 bokstav g).

<sup>76</sup> Angrl. § 22 bokstav i). Hvorvidt noe haster, må vurderes konkret. Som eksempel kan nevnes reparasjon av en vaskemaskin, eller åpning av tett avløp eller tømning av en oversvømt kjeller. Det er ikke et vilkår for unntak fra angreretten at tjenesten faktisk er utført, jf. Prop. 64 L (2013-2014) s. 60-61.

<sup>77</sup> Angrl. § 22 bokstav j).

<sup>78</sup> Angrl. § 22 bokstav k).



## 7.5 Melding om angrerett<sup>79</sup>

For å benytte angreretten, må forbrukeren melde fra til den næringsdrivende. Melding må gis før utløpet av angrefristen<sup>80</sup>. Fristen anses overholdt dersom melding er *sendt* før utløpet av fristen.

Forbrukeren kan gi melding ved å benytte angreskjema mottatt fra den næringsdrivende, eller ved fremsettelse av annen utvetydig erklæring. Meddelelser som "oppsigelse", "jeg trekker meg fra avtalen" eller lignende vil også være tilstrekkelig for å oppfylle kravet om utvetydig erklæring, så fremt det er mulig å identifisere forbrukeren og avtalen. Passivitet i form av at forbrukeren unnlater å hente en bestilt vare, vil derimot ikke være tilstrekkelig.

Det kan ikke kreves at forbrukeren gir skriftlig melding om angrerett. Melding kan derfor også gis muntlig per telefon. Selv om det ikke foreligger noen krav til skriftlighet, vil det av bevis hensyn likevel være en fordel å melde fra skriftlig om at angreretten vil bli benyttet. Det er forbrukerens ansvar å dokumentere at melding om angrerett er gitt innen fristens utløp dersom det skulle oppstå tvil om dette<sup>81</sup>.

### Elektronisk melding om angrerett

Den næringsdrivende kan gi forbrukeren adgang til å gi melding om angrerett elektronisk, eksempelvis ved at angreskjemaet fylles ut på den næringsdrivendes nettside. Selv om forbrukeren gis anledning til å angre på avtalen elektronisk, skal angreskjemaet likevel gis til forbrukeren. Muligheten til å angre på avtalen elektronisk kommer derfor i tillegg til den mulighet forbrukeren har til å melde fra om angreretten som beskrevet over. Gis forbrukeren adgang til å gi elektronisk melding om angrerett, skal den næringsdrivende umiddelbart bekrefte på et varig medium at meldingen er mottatt.<sup>82</sup>

## 7.6 Gjennomføringen av angrerett

Ved bruk av angreretten faller partenes plikt til å oppfylle avtalen bort.<sup>83</sup>

### 7.6.1 Forbrukerens forpliktelser når angreretten brukes ved avtaler om levering av varer<sup>84</sup>

- *Forbrukeren må returnere varene*

Dette skal skje uten unødig opphold, og senest innen 14 dager fra melding om angrerett ble gitt. Forbrukeren kan derfor ikke vente med å returnere varene til han eller hun har fått pengene tilbake. Med mindre den næringsdrivende har tilbudt seg å hente varene, skal de derfor sendes tilbake, eller overleveres til den næringsdrivende innen denne fristen.

- *Forbrukeren skal som hovedregel dekke returkostnadene*

Forbrukeren skal i så fall bare betale de *direkte kostnadene* ved retur av varene. Med direkte kostnader menes leveringskostnader, samt emballasje, dersom den originale fraktemballasjen ikke kan gjenbrukes. Andre kostnader, for eksempel forsikring eller erstatning i fall varen skades på returen,

---

<sup>79</sup> Angrl. § 20.

<sup>80</sup> Se punkt 7.2 og 7.3.

<sup>81</sup> Angrl. § 20 fjerde ledd.

<sup>82</sup> Angrl. § 20 tredje ledd.

<sup>83</sup> Angrl. § 23.

<sup>84</sup> Angrl. § 25.

ekspedisjons- eller administrasjonsgebyr, vil ikke regnes som direkte kostnader. Forbrukeren velger selv hvordan retur skal skje.

Den næringsdrivende dekker likevel returkostnadene hvis det er avtalt at denne skal betale disse, eller dersom den næringsdrivende ikke har opplyst forbrukeren i forkant av avtaleinngåelsen at forbrukeren er ansvarlig for slike kostnader.<sup>85</sup> Manglende oppfyllelse av opplysningsplikten på dette punkt får dermed økonomiske konsekvenser for den næringsdrivende, som må dekke disse kostnadene selv.

- *Forbrukerens rett til å undersøke varen – ansvar for eventuell verdireduksjon*

Forbrukeren kan undersøke varen før han eller hun angrer på kjøpet, men bare i den utstrekning som er nødvendig for å fastslå varenes art, egenskaper og funksjon. Undersøkelsen må gjøres på en forsvarlig måte, uten at varen tar skade.

Som utgangspunkt bør forbrukeren kunne håndtere og undersøke varen på samme måte som vedkommende hadde fått anledning til i en butikk. Dette innebærer at forbrukeren blant annet må kunne åpne emballasjen eller innpakningen for å undersøke varen uten at angreretten bortfaller, med unntak av forseglede varer som nevnt under punkt 7.4 bokstav e og g. Forbrukeren må også kunne prøve et klesplagg, men bør ikke ha på seg plagget over lenger tid.

En forsvarlig undersøkelse, prøving eller testing av varen for å fastslå varens egenskaper og funksjon medfører ikke at angreretten faller bort eller at det kan kreves kompensasjon for en eventuell verdiforringelse som følge av undersøkelsen.

Der forbrukerens håndtering av varene går utover det som er nødvendig for å fastslå varens art, egenskaper og funksjon, vil forbrukeren fortsatt kunne angre på kjøpet, men den næringsdrivende kan kreve at forbrukeren erstatter en eventuell verdireduksjon som følge av håndteringen. Hvorvidt forbrukerens undersøkelse har gått utover hva som er nødvendig for å fastslå varens art, egenskaper og funksjon, må vurderes fra sak til sak i tilfelle av en tvist. Hvor grensen går vil derfor bli nærmere klarlagt gjennom praksis.

Dersom den næringsdrivende har unnlatt å opplyse forbrukeren om angreretten i forkant av avtaleinngåelsen, kan forbrukeren likevel ikke holdes ansvarlig for en eventuell verdireduksjon. Manglende oppfyllelse av denne opplysningsplikten medfører også at angrefristen utvides med inntil 12 måneder. Dette betyr at en forbruker kan angre på avtalen, og i realiteten ha tatt varen i bruk, uten at han eller hun kan holdes ansvarlig for at varen har fått redusert verdi. Den næringsdrivende bør derfor sørge for å opplyse forbrukeren om angreretten.

---

<sup>85</sup> Angrl. § 25 andre ledd. Se også punkt 4.4.3.

## 7.6.2 Forbrukerens forpliktelser når angre retten brukes ved avtaler om tjenester<sup>86</sup>

Angrerettloven § 12 åpner for at forbrukeren kan be om tilgang til tjenesten før angrefristen er utløpt.<sup>87</sup> Dette kan f. eks. være tilfelle ved inngåelse av strømvavtaler eller ved avtale om mobiltelefoni, hvor det er forbrukerens interesse å få rask tilgang til tjenesten. Den næringsdrivende skal da kreve at forbrukeren uttrykkelig ber om slik førtidig oppstart. Den næringsdrivende kan aktivt foreslå at forbrukeren fremsetter en slik anmodning. Den næringsdrivende er derimot ikke forpliktet til å tilby en slik mulighet, ei heller forpliktet til å akseptere en eventuell anmodning fra forbrukeren.

Forutsatt at forbrukeren har bedt om slik førtidig oppstart, vil forbrukeren ved bruk av angre retten som hovedregel være forpliktet til å betale for *den del av tjenesten han har benyttet* frem til han meldte fra om bruk av angre rett.

Som det fremgår av punkt 7.4 er *fullførte tjenester* unntatt fra angre rett, så fremt levering har begynt med forbrukerens uttrykkelige forhåndssamtykke og erkjennelse av at angre retten dermed går tapt. Dette unntaket må sees i sammenheng med forbrukerens eventuelle anmodning om førtidig oppstart. Hvis tjenesteavtalen er av en slik art at den kan oppfylles fullt ut innen angrefristens utløp, f.eks. en installasjonsavtale, bør den næringsdrivende også innhente forbrukerens bekreftelse på at angre retten ikke lenger er gjeldende når avtalen er oppfylt fullt ut.

- *Forbrukeren skal betale et forholdsmessig beløp for levert tjeneste ved bruk av angre rett*

Beløpet forbrukeren skal betale skal stå i forhold til det som er levert. Dette beløpet skal som utgangspunkt beregnes på grunnlag av den samlede prisen fastsatt i avtalen. Dersom den samlede prisen er urimelig høy, skal beløpet beregnes på grunnlag av *markedsverdien* av det som er levert. Dette gjør man ved å sammenligne prisen på en tilsvarende tjeneste utført av andre næringsdrivende på det tidspunktet avtalen ble inngått.

- *Forbrukerens betalingsplikt bortfaller når*<sup>88</sup>:

- Den næringsdrivende ikke har gitt opplysninger om angre retten<sup>89</sup> eller unnlatt å opplyse forbrukeren om at han ved å be om førtidig oppstart av tjenesten vil være ansvarlig for å betale rimelige kostnader ved bruk av angre retten<sup>90</sup>.
- Betalingsplikten faller også bort dersom forbrukeren ikke uttrykkelig har bedt om førtidig oppstart av tjenesten i samsvar med angrl. § 12.

Den næringsdrivendes rett til å få oppgjør for levert ytelse vil her avhenge av om vedkommende har startet levering før angrefristen utløper av *eget tiltak*, eller etter *anmodning fra forbrukeren*. Det er kun dersom tidlig levering skjer etter anmodning fra forbrukeren at den næringsdrivende har rett til forholdsmessig oppgjør for levert ytelse.

---

<sup>86</sup> Angrl. § 26.

<sup>87</sup> Se punkt 6.

<sup>88</sup> Angrl. § 26 andre ledd.

<sup>89</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav h).

<sup>90</sup> Angrl. § 8 første ledd bokstav j).

Ved stands- og dørsalg kan det være vanskelig å etterprøve om det var forbrukeren som bad om at leveringen skulle starte i løpet av angrefristen, eller om det ble avtalt etter den næringsdrivendes initiativ. Det antas at i praksis må forbrukeren ta uttrykkelig stilling til spørsmålet om oppstart, slik at den næringsdrivende har dokumentasjon på at anmodningen fra forbruker er gitt. Det vil videre være praktisk at det fremgår av den næringsdrivendes eksemplar av undertegnede avtale eller bekreftelse av avtalen på papir som gis til forbruker, at forbrukeren har anmodet om slik førtidig oppstart.

Dersom forbrukeren får tilgang til tjenesten uten at de ovennevnte opplysninger om angreretten er gitt, eller uten å ha bedt om at tjenesten starter opp, kan forbrukeren angre på avtalen uten at den næringsdrivende kan kreve at forbrukeren betaler for den del av tjenesten som er levert. Dersom det er gitt manglende opplysninger om angrerett, utvides også angrefristen.

### 7.6.3 Den næringsdrivendes forpliktelser når angreretten brukes<sup>91</sup>

#### Varer og tjenester:

- Plikt til å tilbakeføre beløp som forbrukeren har betalt

Den næringsdrivende skal tilbakeføre alle beløp mottatt fra forbrukeren, herunder eventuelle leveringskostnader.

Dersom forbrukeren uttrykkelig har valgt en annen og mer kostbar leveringsmåte enn den standardlevering som den næringsdrivende tilbød (eksempelvis ekspresslevering fremfor vanlig postgang), skal slike tilleggsutgifter likevel betales av forbrukeren. Forbruker kan da betale differansen mellom de to typene levering.

- Tidspunkt for tilbakebetaling – hvordan tilbakebetaling skal skje

Tilbakebetaling skal skje uten unødig opphold, og senest 14 dager fra da den næringsdrivende fikk melding om forbrukerens beslutning om å benytte angreretten.

Med mindre noe annet uttrykkelig er avtalt med forbrukeren, skal tilbakebetalingen skje ved samme betalingsmiddel som forbrukeren benyttet. Dette innebærer bl.a. at oppgjør i form av tilgodelapp, andre varer til tilsvarende verdi eller lignende ikke kan benyttes som betaling med mindre forbrukeren har godtatt dette. Forbrukeren skal ikke betale noen form for gebyr som følge av tilbakebetalingen.

- Den næringsdrivende kan vente med tilbakebetaling

Ved avtale om kjøp av varer kan den næringsdrivende vente med å tilbakebetale beløpet til varene er mottatt, *eller* til han har mottatt dokumentasjon på at varen er sendt tilbake. Fristen for tilbakebetaling knyttes til det som inntreffer først. Det er tilstrekkelig at forbrukeren dokumenterer at varen er innlevert til for eksempel postkontoret eller befrakter.

Det ovennevnte gjelder ikke hvis den næringsdrivende tilbudt seg å hente varen.

---

<sup>91</sup> Angrl. § 24.

- Der det er avtalt at varen skal hentes

Hvis det er avtalt at den næringsdrivende skal hente varen hos forbrukeren, men uten at dette skjer, tilfaller varen forbrukeren vederlagsfritt tre måneder etter at den næringsdrivende mottok melding om angrerett.

#### 7.6.4 Tilknyttede avtaler<sup>92</sup>

Dersom forbrukeren benytter seg av angreretten, faller alle tilknyttede avtaler bort uten kostnad. Dette gjelder uansett om den tilknyttede avtalen er inngått med den næringsdrivende eller med tredjemann. Forbrukeren må likevel dekke kostnadene som følger av bestemmelsene i §§ 24 til 26 ved oppevelse/bortfall av en slik avtale.

Etter å ha mottatt forbrukerens melding om bruk av angrerett skal den næringsdrivende straks gi beskjed til tredjeperson som har inngått en tilknyttet avtale med forbrukeren.

Eksempler på tilknyttede avtaler er kredittavtaler, forsikringsavtaler og serviceavtaler.

## 8. Vedtak og sanksjoner

### 8.1 Generelt

Forbrukertilsynet skal søke å påvirke næringsdrivende til å innrette seg etter markedsføringsloven (mfl.) og annet regelverk som Forbrukertilsynet fører tilsyn med (§ 35).

Ved brudd på markedsføringsloven, angrerettloven, finansavtaleloven eller annen lovgivning som vi håndhever, kan Forbrukertilsynet fatte vedtak om forbud (§ 40), påbud (§ 41), tvangsmulkt (§ 42) og i visse tilfeller overtredelsesgebyr (§ 43), jf. mfl. § 39. Forbrukertilsynets vedtak kan klages inn for Markedsrådet (§ 37).

Vedtak kan også rettes mot de som medvirker til lovbrudd (§ 39 tredje ledd). Medvirkningsansvaret omfatter fysiske personer, for eksempel daglig leder, styreleder eller styremedlemmer i et selskap. Det omfatter også andre selskaper som har medvirket til lovbruddene, for eksempel reklamebyråer som har bistått ved utformingen av den ulovlige markedsføringen og medier eller plattformer som har formidlet denne.

### 8.2 Tvangsmulkt (§ 42)

For å sikre at vedtak etter §§ 40 og 41 overholdes, skal det fastsettes en tvangsmulkt som den som vedtaket retter seg mot, skal betale dersom vedkommende overtrer vedtaket (§ 42). Fastsettelse av tvangsmulkt kan unnlates dersom særlige grunner tilsier det.

Tvangsmulkten kan fastsettes som et engangsbeløp, et beløp pr. overtredelse eller som en løpende mulkt (f. eks. pr. dag eller uke inntil den næringsdrivende slutter å bryte vedtaket).

Tvangsmulktens størrelse skal fastsettes etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle. Det skal legges vekt på at det ikke skal lønne seg å overtre vedtaket (§ 42 andre ledd siste setning). Andre relevante vurderingsmomenter er sakens art og innklagedes økonomiske forhold.

---

<sup>92</sup> Angrl. § 27.

### **8.3 Overtredelsesgebyr (§ 43)**

Forbrukertilsynet kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr ved overtredelse av blant annet forbudet mot urimelig handelspraksis i mfl. § 6, direktemarkedsføring i strid med reglene i mfl. kapittel 3 og ved brudd på forskrift om urimelig handelspraksis (§ 43). Overtredelsesgebyr kan også ilegges ved visse brudd på angrerettloven (angrl. § 42).<sup>93</sup> Vilkår for at overtredelsesgebyr kan ilegges, er at overtredelsen er forsettlig eller uaktsom og at den enten anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger.

Vedtak om overtredelsesgebyr kan treffes på selvstendig grunnlag, men det kan også treffes samtidig med vedtak om tvangsmulkt etter § 42.

Overtredelsesgebyr skal, i likhet med tvangsmulkt, utmåles etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle. Et overordnet prinsipp er at overtredelsesgebyr bør settes så høyt at det ikke skal lønne seg økonomisk å begå lovbrudd. Ved fastsettelse av gebyrets størrelse skal det blant annet legges vekt på overtredelsens grovhet, omfang og virkninger (§ 43 andre ledd).

### **8.4 Opplysningsplikt og granskning (§ 34)**

Enhver plikter å gi Forbrukertilsynet de opplysninger som tilsynet krever, og Forbrukertilsynet kan også foreta granskning og kreve utlevert dokumenter mv. (§ 34).

For å sikre at pålegg om å gi opplysninger etterkommes, kan Forbrukertilsynet fastsette en tvangsmulkt (løpende eller engangsbeløp) som den som pålegget retter seg mot, skal betale dersom pålegget ikke etterkommes (§ 42 tredje ledd).

---

<sup>93</sup> Ved brudd på blant annet angrl. § 8 første og tredje ledd, forskrift gitt i medhold av § 8 (opplysningspliktbestemmelsene), § 11 (bekreftelse av avtalen) og § 24 første ledd (den næringsdrivendes plikt til å tilbakeføre beløp)