

# **Åbent brev til Forbrugerombudsmanden: Nye retningslinjer for brugeranmeldelser gavner ikke forbrugerne**

KØBENHAVN - 28. april 2015 - Et nyt sæt retningslinjer for brugeranmeldelser træder i kraft den 1. maj 2015. Forbrugerombudsmanden, der er afsender af retningslinjerne, vil skabe større tillid og troværdighed til brugeranmeldelser. Retningslinjerne kommer dog på flere punkter ikke forbrugerne til gode. Det mener Eniro, Anmeld-haandvaerker.dk og Trustpilot, der alle tre har stor erfaring med platforme, hvor forbrugere kan anmelde virksomheder. De opfordrer i fællesskab Forbrugerombudsmanden til at skrive dele af retningslinjerne om.

## **Virksomheder, der vil manipulere, får nemmere ved det**

Det er afgørende, at forbrugerne kan stole på brugeranmeldelser, og derfor er de tre portaler positive over for ethvert initiativ, der vil øge tilliden til brugeranmeldelser på nettet.

“Intentionen bag de nye retningslinjer er åbenlyst god, men vi er bekymrede for, at virksomheder, som vil manipulere med anmeldelser, får nemmere ved det med de nye retningslinjer. Det er rigtig ærgerligt for forbrugerne,” siger kommunikationschef i Eniro, Kristoffer Apollo, og fortsætter:

“Eksempelvis kan virksomheder med de nye retningslinjer kræve en anmeldelse fjernet, hvis den ikke indeholder en præcis datering og fyldestgørende beskrivelse af købsoplevelsen. Langt de fleste anmeldelser er ret korte, særligt de positive. Det gør dem dog ikke mindre relevante for andre forbrugere. Vi ser en fare for, at en virksomhed kan misbruge de nye regler til at få fjernet negative anmeldelser uden rimelig grund – eller måske endda til at få fjernet positive anmeldelser af konkurrerende virksomheder.”

## **Forbrugere må ikke længere opdatere deres anmeldelser**

Ifølge de nye retningslinjer må forbrugere ikke ændre deres anmeldelser, når de først er tilgængelige på nettet.

“I dag kan forbrugere og virksomheder have en konstruktiv dialog, hvis de er uenige om en anmeldelse. Indeholder anmeldelsen fx links eller injurier, kan forbrugeren opdatere sin anmeldelse, så den fortsat er til gavn for andre forbrugere. Det system fungerer rigtig godt, men med de nye retningslinjer må forbrugere ikke længere opdatere deres anmeldelser. Ifølge retningslinjerne er det altså forkert, hvis en forbruger vil tilføje ny information, som andre forbrugere kan have glæde af,” siger kommunikationschef i Trustpilot, Mathilde Lykke Bülow.

## **Risiko for langt færre anmeldelser**

De tre portaler forudser, at de nye retningslinjer vil betyde, at mange flere forbrugere vil få deres anmeldelser fjernet, fordi anmeldelserne ganske enkelt ikke lever op til Forbrugerombudsmandens krav.

Anmeld-haandvaerker.dk, der siden 2005 har hjulpet danskerne med at finde en god håndværker, påpeger, at den påkrævede detaljeringsgrad i Forbrugerombudsmandens retningslinjer er for høj og i yderste konsekvens vil stille forbrugerne dårligere.

“Jo flere anmeldelser, vi som forbrugere kan læse om en virksomhed, desto bedre indtryk får vi af for eksempel en virksomheds kundeservice. Det er meget uheldigt, hvis store mængder af anmeldelser bliver slettet, fordi de ikke lever op til et sæt unødigt detaljerede krav,” siger stifter af Anmeld-haandvaerker.dk Peter Birkelund og fortsætter:

“I Australien har myndighederne udarbejdet nogle retningslinjer, som gælder for alle, dvs. både udbyderne af platformen, virksomhederne og brugerne, hvilket vi ser som en meget bedre løsning.”

## **Opfordrer til dialog**

Det er afgørende for alle tre portaler, at forbrugere kan stole på brugeranmeldelser. De tre portaler understreger, at de støtter alle initiativer, der styrker tillid og troværdighed til brugeranmeldelser. De håber, at Forbrugerombudsmanden vil tage dele af retningslinjerne op til revision, også før retningslinjernes evalueringssklausul træder i kraft i 2018.

De opfordrer Forbrugerombudsmanden til at indgå i en dialog om, hvordan retningslinjerne kan tage højde for portalernes, forbrugernes og virksomhedernes fælles ønske om at fremme troværdighed i brugeranmeldelser.

## **Fakta: Det betyder de nye retningslinjer for forbrugerne**

1. Forbrugere skal kunne huske den nøjagtige dato for deres køb. Som oftest skriver forbrugere en anmeldelse i umiddelbar forlængelse af et køb eller en oplevelse. Angiver de ikke datoen, eksempelvis fordi de ikke kan huske den, strider anmeldelsen imod retningslinjerne. Samtidig kan det være svært at sætte en præcis dato på fx en håndværkerydelse, der strækker sig over en periode.
2. Forbrugere skal give en præcis beskrivelse af købsoplevelsen. Langt de fleste forbrugere i dag skriver dog korte anmeldelser, især når det gælder positive oplevelser. Hvis en anmeldelse ikke indeholder en præcis beskrivelse af købsoplevelsen, strider anmeldelsen imod retningslinjerne.

3. Forbrugere må ikke længere ændre deres anmeldelser, når først de er tilgængelige på nettet. Ofte ønsker forbrugerne imidlertid at opdatere eller supplere deres anmeldelser, fx hvis virksomheden har rettet op på en fejl. Dette giver netop andre forbrugere et reelt og opdateret indtryk af virksomhedens kundeservice. Med de nye retningslinjer fjernes denne mulighed.
4. Retningslinjerne tager ikke højde for, at virksomhederne også har et ansvar for at sikre troværdighed i brugeranmeldelser. Det betyder, at virksomheder, der vil manipulere med anmeldelser, kan få nemmere ved fx at få egne negative anmeldelser eller konkurrenternes positive anmeldelser fjernet.

**Fakta: Her er retningslinjerne uklare**

1. Retningslinjerne præciserer ikke, om de kun omfatter nye anmeldelser skrevet efter retningslinjernes ikrafttræden den 1. maj 2015, eller om de gælder for de millioner af anmeldelser, der er skrevet og lagt på nettet før 1. maj 2015.
2. Retningslinjerne indeholder en række formuleringer og definitioner, som er uklare. Eksempelvis bruger retningslinjerne begreber, som er defineret i EU's e-handelsdirektiv. I retningslinjerne får begreberne imidlertid en ny betydning, der ikke er klart defineret.

**Kontakt:**

Kommunikationschef hos Eniro, Kristoffer Apollo, tlf.: 27 90 31 02,  
email: kristoffer.apollo@eniro.com

Kommunikationschef hos Trustpilot, Mathilde Lykke Bülow, tlf.: 31 50 12 45,  
email: mlb@trustpilot.com

Stifter af Anmeld-haandvaerker.dk, Peter Birkelund, tlf.: 40 57 08 08,  
email: info@anmeld-haandvaerker.dk