

20. november 1995

Retningslinier for markedsføring af brænde

af november 1995

Efter forhandling mellem **Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet og Dansk Skovforening** er der udarbejdet nedenstående retningslinier:

FORBRUGEROMBUDSMANDEN
Forbrugerstyrelsen

ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTERIET

1. Retningslinierne gælder for markedsføring af brænde til forbrugere.
2. Når brænde udbydes i måleenheden "rummeter" forstås herved rummålet af det stablede træ i den form (kløvet/ikke-kløvet) og længde, hvori det leveres til forbrugeren. Enheden "skovrummeter" anses for synonym med "rummeter".
3. I annoncer, i reklamer og i forbindelse med aftalers indgåelse skal det oplyses, i hvilken form (kløvet/ikke-kløvet) og længde brændet leveres.
4. Hvis brændet udbydes i måleenheden "kasserummeter", skal dette tydeligt fremgå af annoncer og reklamer samt oplyses i forbindelse med aftalers indgåelse.

Når brænde leveres i måleenheden "kasserummeter", er brændestykkerne indbyrdes placering ved opmålingen vilkårlig. Sælgeren har undladt den fordyrende håndtering af brændet, som stablet kræver, og brændets stablede rummål kendes derfor ikke. Antallet af kasserummetre i en leverance opgøres ud fra det indre rumindhold målt i kubikmeter af den beholder, som anvendes ved opmålingen.

Det kræver en speciel måleteknik, som almindeligvis ikke er til rådighed for forbrugere, at afgøre, hvor meget fast træmasse, der er i en leveret kasserummeter brænde. Ved opmåling af brænde i kasserummeter skal der udvises god markedsføringsetik, således at der anvendes opmålingsmetoder, der sikrer et rimeligt indhold af fast træmasse.

5. Retningslinierne træder i kraft den 1. januar 1996.

København, den 20. november 1995

HAGEN JØRGENSEN