

Forbrugerstyrelsen

Kategorisering af gebyrer

29. april 2005

Ref	
Udg.	2
Dato	
Godk.	
Kontrol	
Udarb.	

Rambøll Management
Nørregade 7A
DK-1165 København K
Denmark

Tlf: 3397 8200
www.ramboll-management.dk

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	2
1.1	Formålet med undersøgelsen	2
1.2	Projektets design og metode	2
2.	Otte kategoriseringer for gebyrer	2
2.1	Identifikation af gebyrer samt udvikling af forskellige forslag til kategorisering af gebyrer	2
2.2	1) Virksomhedernes hensigt	3
2.3	2) Stadier i kundeforholdet	3
2.4	3) Begrundelser/argument	4
2.5	4) Valgbarhed/frivillighed	4
2.6	5) Brancher	5
2.7	6) Forbrugssituationer	5
2.8	7) Hvad udløser gebyret	6
2.9	8) Prissætning	6
2.10	Kategoriseringernes anskuelsesvinkler	6
3.	Identifikation og test af gebyrkategoriseringer	7
3.1	Gebyrer i et forbrugerperspektiv - kategorisering af gebyrer og udviklingen af gebyr kategorier ud fra et forbrugersynspunkt	7
3.2	Faktorer der hyppigst er langt til grund for kategorisering.	8
3.3	Forbrugernes vurdering af forskellige kategoriseringers anvendelighed	9
4.	Gebyrer i et legitimitets perspektiv	10
4.1	Kriterier der influerer på forbrugernes vurdering af gebyrernes legitimitet	10
4.2	Identificering af legitime og illegitime gebyrer	12
5.	Fremstilling af gebyrkategoriseringer	14
5.1	Gebyrkategorisering i et forbrugerperspektiv	14
5.2	Gebyrkategorisering i et juridisk perspektiv	15
5.3	Forslag til kategorisering af gebyrer	15
6.	Måling af gebyrpres ud fra modelfamilier	16
7.	Konklusion og perspektivering	17
7.1	Definition	17
7.2	Kategorisering	17
7.3	Navngivning	18
7.4	Kommunikation med forbrugere	18
7.5	Regler	18
7.6	Kortlægning	18
8.	Bilag	19
8.1	Metodebeskrivelse	20
8.2	Gebyrliste anvendt ved kortsortering	21
8.3	Kortsortering med forbrugere	22
8.4	Ekspertinterviews	34

1. Indledning

1.1 Formålet med undersøgelsen

Formålet med projektet "Kategorisering af gebyrer" har været at udvikle et fælles sprog på gebyrområdet. Igennem en afdækning, kategorisering og navngivning af eksisterende gebyrtyper har projektet medvirket til udvikling af en kategorisering, der kan tjene som fundament for politiske og juridiske diskussioner såvel som udvikling af god og letforståelig forbrugerinformation på gebyrområdet.

I projektet har vi anvendt følgende definition af gebyr som grundlag for afgrænsning af kortlægningen:

Gebyr: Betaling for en ydelse som er direkte eller indirekte (naturligt) knytter sig til erhvervelse eller levering af en anden vare eller ydelse. Der må ikke være tale om en selvstændig ydelse, som det vil være naturligt at erhverve separat.

I udarbejdelsen af definitionen er der lagt vægt på at denne er så rummelig som muligt, så kortlægning og identifikation af gebyrer ikke afgrænses uhensigtsmæssigt fra emner der i praksis udvirkes som gebyrer (om end betegnelsen måtte variere herfra).

1.2 Projektets design og metode

Udviklingen af et fælles sprog på gebyrområdet er søgt igennem en dynamisk proces, hvor Forbrugerstyrelsens egne perspektiver på gebyrproblematikken er blevet suppleret af desk research samt diskuteret med en række forbrugere og eksperter.

Følgende eksperter er interviewet i forbindelse med undersøgelsen:

- Henrik Juel, Handelshøjskolen i København, Center for kreditret og kapitalmarkedsret
- Tina Morell Nielsen, Forbrugerklagenævnet.
- Tea Krogh Sørensen, Jyllands Posten (Århus)
- Casper Schmith, Advokat, Rambøll Management

Ved inddragelse af disse forskelligartede perspektiver er det blevet muligt at få en samlet, nuanceret forståelse af, hvordan man meningsfuldt kan kategorisere og kommunikere gebyrer i det offentlige rum.

2. Otte kategoriseringer for gebyrer

2.1 Identifikation af gebyrer samt udvikling af forskellige forslag til kategorisering af gebyrer

Via samarbejde mellem Forbrugerstyrelsen og Rambøll Management samt ved inddragelse af eksperter, er der identificeret 49 forskellige gebyreksempler, der optræder i relationen mellem private virksomheder og forbrugere.

Disse er samlet i sæt bestående af alle 49 gebyrer individuelt repræsenteret på kort til brug for kategorisering blandt forbrugeren - samt to bunker med halvdelen i hver, i det de 49 kort blev fordelt så de begge rummede alle væsentlige typer, idet nogle testpersoner skønnedes at have svært ved at overskue alle 49 kort på én gang. Opdelingen af kortene i to bunker er således sket ud fra et ønske om at øge overskueligheden og mindske kompleksiteten af undersøgelsen. Ved redueringen er gebyrtyper, der ligger tæt op af hinanden samlet under en betegnelse.

Via arbejdet med disse gebyrer, er der etableret otte forskellige kategoriseringer. Hver af de otte kategoriseringer blev underkastet en vurdering i forhold til de input og kategoriseringsforslag, der er opnået via ekspertinterviews. De 8 kategoriseringer kan navngives som følger:

1. Virksomhedernes hensigt med gebyret
2. Stadier i kundeforholdet
3. Begrundelse/virksomhedernes argument for gebyret
4. Valgbarhed i forhold til gebyret (muligt at undgå/uundgåeligt)
5. Brancher (kategorisering i forhold til hvilken branche gebyret forekommer i)
6. Forbrugssituationer
7. Udløsende årsag til gebyret
8. Prissætningsmodel

De 8 kategoriseringer resulterer hver især i identifikation af en række forskellige kriterier, der er anvendelige til kategorisering af gebyrer. I det følgende præsenteres hver af de otte kategoriseringer kortfattet.

2.2 1) Virksomhedernes hensigt

Beskrivelse:

- **Sløring af prisen**
 - Gebyrer der har til formål at sløre den samlede pris for produktet, f.eks. Brændstofgebyrer på flybilletter
- **Fastholdelse af kunden**
 - F.eks. Et gebyr for at skifte pensions- eller forsikringselskab
- **Dækning af faktiske udgifter**
 - F.eks. Hver gang man skal have aflæst sin varme, vand el eller gasmåler
- **Ændring af kundens adfærd**
 - Gebyrer der har til formål at få kunden til at vælge løsninger der er bedre eller billigere for virksomheden at håndtere, f.eks. personlig kassebetjening frem for netbank eller PBS
- **Mersalg – evt. ikke gebyr**
 - F.eks. 20 kr. for en pladsbillet hos DSB
 - F.eks. 100 kr. hver gang du vil overføre penge til et udenlandsk pengeinstitut

2.3 2) Stadier i kundeforholdet

Beskrivelse:

- **Bestillingsgebyr / Aftaleindgåelse**
 - F.eks. 18 kr. i billetgebyr hver gang du bestiller en koncert eller teaterbillet

- **Oprettelse / opstart**
 - F.eks. 99 kr. når du opretter et telefon- eller internetabonnement
- **Levering / modtagelse**
 - F.eks. Et forsendelsesgebyr hver gang du skal have en vare leveret
- **Drifts- og vedligeholdelsesgebyrer**
 - F.eks. 60 kr. hver gang du skal have aflæst din varme, el eller gasmåler
- **Indlevering / undersøgelse**
 - F.eks. 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag/klage
- **Straf / misligholdelsesgebyrer**
 - 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse
- **Opsigelsesgebyrer**
 - F.eks. Et gebyr hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. Et telefonabonnement
- **Generhvervelse**
 - 400 kr. når du skal have din el og varme genåbnet
- **Refusion**
 - F.eks. 25 kr. hver gang du refunderer en ubrugt togbillet
- **Bortskaffelse**
 - F.eks. Et beløb til dækning af miljøhensyn når du har din bil til mekanikeren
- **Mersalg – evt. ikke gebyr**
 - F.eks. gebyr for deltagelse i tv-konkurrence via sms

2.4 3) Begrundelser / argument

Beskrivelse:

- **Administrationsudgifter**
 - Vi gør noget for dig, f.eks. ændrer dine abonnementsforhold
 - Vi har en udgift pga. dig, f.eks. opsætning af telefonforbindelse
- **Straf / adfærdsændrende**
 - Vi har udgifter fordi du misligholder aftalen, f.eks. Udsendelse af rykkerskrivelser
 - Vi har udgifter som følge af din adfærd, f.eks. At du vælger at blive betjent ved kassen frem for at bruge din netbank
- **Service**
 - Vi udfører en service for dig, f.eks. formidler billetbestilling
- **Overførte afgifter fra staten**
 - F.eks. Miljøafgifter på plastikposer, eller miljøgebyr hos mekanikeren

2.5 4) Valgbarhed / frivillighed

Beskrivelse:

- **Kan fx måles på en skala**
 - Fra "Det skal du, og der er sanktioner"
 - Til "Det er fuldstændig frivilligt"
- **Påtvungne gebyrer**
 - Gebyrer som du ikke har nogen mulighed for at undgå, f.eks. Brændstofgebyr på flybillet, måleraflæsningsgebyr, gardero-begebyr, opkaldsafgift på telefoner

- **Juridisk bundne gebyrer**
 - f.eks. miljøgebyr
- **Frivilligt påtagede gebyrer**
 - Gebyrer som du selv vælger, f.eks. gebyr for opgradering til andet telefonabonnement eller for at skifte telefonnr.
- **Gebyrer ved ændringer / flytninger**
 - F.eks. Flytning af abonnement, flytteaflysning af varme, vand etc.

2.6 5) Brancher

Beskrivelse:

- **Detailhandel**
 - F.eks. et beløb når man bruger kreditkort
 - F.eks. 25 % i hammerslagsgebyr/salær når du køber varer på auktioner
- **Service / transport / fritid**
 - F.eks. 150 kr. brændstofgebyr på flybilletter
 - F.eks. 18 kr. i administrationsgebyr når du køber koncertbilletter
 - F.eks. et gebyr når du afleverer videofilm for sent
- **Forsikring**
 - F.eks. Et gebyr hvis du flytter din forsikring fra et selskab til et andet
- **Finans**
 - F.eks. Et stiftelsesgebyr ved låntagning
 - F.eks. Et gebyr ved personlig betjening i banker eller gebyr for at hæve i bankens hæveautomat
- **Kommunikation (IT og tele)**
 - F.eks. 99 kr. oprettelsesgebyrer på abonnementer
 - F.eks. gebyrer ved skift mellem forskellige løsninger, f.eks. Tv-pakker hos kabel tv.
 - F.eks. Opsigelsesgebyrer
- **Forsyning (el, vand, varme, gas)**
 - F.eks. 60 kr. hver gang du skal aflæst din varme, vand, el og gasmåler

2.7 6) Forbrugssituationer

Beskrivelse:

- **"Nødvendighedstjeneste"**
 - F.eks. 900 kr. i oprettelsesgebyr på telefonabonnement
 - F.eks. 99 kr. hver gang du opretter et mobilabonnement
- **Forbrug af dagligvarer (ude og hjemme)**
 - F.eks. et beløb når man bruger kreditkort
 - F.eks. 25 % i hammerslagsgebyr/salær på auktioner
- **Større indkøb/salg (bil, bolig, båd mv.)**
 - F.eks. Markedsføringsgebyr ved salg af bolig via ejendoms-mægler
- **Finans (indlån, udlån, pension, forsikring mv.)**
 - F.eks. Stiftelsesgebyr ved låntagning
 - F.eks. Et gebyr for at flytte din pensionsopsparing fra et selskab til et andet
- **Service i hjemmet**

- F.eks. Et gebyr hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig
- **Service uden for hjemmet**
 - F.eks. gebyrer ved køb af flybilletter og koncertbilletter, hygiejnetillæg hos tandlæge

2.8 7) Hvad udløser gebyret

Beskrivelse:

- **Gebyrer ved køb**
 - F.eks. oprettelse af telefonabonnement
- **Løbende aftalebestemte gebyrer**
 - Ad hoc – Gebyrer for specielle services, f.eks. flyttegebyrer
 - "Klikafgift" – løbende efter forbrug, f.eks. Kreditkortgebyr, plastikposer
 - I intervaller – løbende efter en særlig nøgle, f.eks. måleraf-læsning

2.9 8) Prissætning

Beskrivelse:

- **Gebyrer fastsat som procentsats af produktpris**
 - F. eks. hammerslagspris/salær ved auktioner
- **Gebyrer fastsat som faste beløb**
 - F.eks. kreditkortgebyr
 - F.eks. oprettelsesgebyr
 - F.eks. rykkergebyrer
- **Gebyrer fastsat efter interval**
 - F.eks. Brændstofgebyr ved flybilletter – efter kilometer
 - F.eks. Påtvunget forsikringsgebyr ved leje af bil – efter kategori eller kunde
- **Mulighed for ændring af gebyret**
 - F.eks. Ved samling af kundeforhold i bank eller forsikrings-selskab
- **Beregningsgrundlag**
 - Leverandør –
 - Tidsforbrug, omkostninger,
 - Kunde –
 - Ønsker, adfærd, karakteristika, betalingsmåde
- **Eventuelle kombinationer**

2.10 Kategoriseringernes anskuelsesvinkler

Flere af de otte kategoriseringer relaterer til fælles anskuelsesvinkler og rummer en del af de samme elementer. En klarlægning heraf er hensigtsmæssig i forhold til at identificere hvilken hovedvægt, der er i forbrugernes valg af kategorisering. De relaterede kategoriseringer skitseres i nedenstående:

Kontekstafhængig kategorisering

De kontekstafhængige kategoriseringer bygger på kategorisering i forhold til, hvilken sammenhæng gebyrerne forekommer i. For eksempel referer kategoriseringen "Stadier i kundeforholdet" til kategorisering i forhold til, hvor i et kundeforhold de enkelte gebyrer optræder (oprettelsesgebyr refererer til

kundeforholdets begyndelse mens måleraflæsning referer til driften og opsigelsesgebyrer refererer til kundeforholdets afslutning). Tilsvarende refererer kategoriseringen "brancher" til en kategorisering i forhold til, hvilke brancher gebyrerne optræder i, mens forbrugssituationer referer til de aktuelle situationer hvor kunden møder gebyret, for eksempel ved større indkøb, finansiering og stiftelse af lån eller køb af service i hjemmet.

Forklaringsbaseret kategorisering

De forklaringsbaserede kategoriseringer bygger på en kategorisering i forhold til baggrunden for gebyrerne. Således refererer kategoriseringen "Begrundelse/argument for gebyrer" til en kategorisering på baggrund af de argumenter, der anvendes for gebyret, for eksempel dækning af omkostninger ved en serviceydelse, ekstra administrativt tidsforbrug foranlediget af kunden eller overførte afgifter fra staten (f.eks. passagerafgift ved flyrejser). Tilsvarende refererer kategoriseringen "Hensigt med gebyrerne" til en kategorisering på baggrund af virksomhedens hensigt eller den praktiske konsekvens af gebyrerne. For eksempel vil et opsigelsesgebyr medvirke til fastholdelse af kunden ligesom et stort antal gebyrer tilknyttet et enkelt produkt kan medvirke til at sløre den reelle pris for dette.

Andre kategoriseringer til kategorisering

Udover ovenstående er anvendeligheden af yderligere tre kategoriseringer til kategorisering af gebyrer testet blandt forbrugerne. Det gælder kategoriseringer i forhold til, hvorvidt det er muligt at fravælge et gebyr eller ej, hvilket betegnes med kategoriseringen "valgbarhed/frivillighed", samt hvilket hovedforhold der udløser gebyret (gebyrer ved køb eller løbende aftale bestemte gebyrer) hvilket betegnes med kategoriseringen "hvad udløser gebyret". Herudover testes kategoriseringen "prissætningsmodel", der bygger på hvorledes gebyrets pris er beregnet.

I det følgende afsnit er hver af de otte kategoriseringer blevet vurderet af en gruppe af forbrugere i forhold til deres anvendelighed som et logisk kategoriseringsværktøj for faktiske gebyrer (de 49 eksempler).

3. Identifikation og test af gebyrkategoriseringer

3.1 Gebyrer i et forbrugerperspektiv - kategorisering af gebyrer og udviklingen af gebyr kategorier ud fra et forbrugersynspunkt

De 49 identificerede gebyrer er præsenteret for 8 forskellige forbrugere med besked om at kategorisere gebyrerne efter selvvalgte kriterier samt at angive betegnelser for kategorierne og begrunde deres måde at inddele disse på. Herved opnås et billede af, hvilken kategorisering forbrugere umiddelbart selv ville anvende.

Yderligere har forbrugergruppen bedømt de enkelte gebyrers legitimitet samt vurderet de forslag til inddelinger, der er foretaget af Forbrugerstyrelsen og Rambøll Management.

Udviklingen af en konsistent kategorisering af gebyrerne opfattes af forbrugere som en kompleks opgave. Dette afspejles resultatmæssigt i, at den valgte kategorisering er inkonsistent blandt en del af forbrugerne. Respondenternes evne til at kategorisere samt udvikle og begrunde deres valgte kategorisering var i betydelig grad sammenhængende med deres uddannelsesniveau. Ligeledes afspejlede valget heraf i høj grad typen af uddannelse (en jurist anvendte for eksempel et kriterium om, hvorvidt gebyret var lov-

hjelmet som en faktor i sin kategorisering, mens en proceskonsulent inddelte gebyrerne på baggrund af deres forekomst i forhold til et kundeforløb).

Nedenstående er et udpluk af de kategorier og navne for kategorier, der blev anvendt blandt forbrugerne:

- Servicegebyrer
- Bestillingsgebyrer
- Refusionsgebyrer
- Skjult indtjening/gebyrer der gør prisen uklar
- Rykkergebyrer
- Skiftegebyrer/ændringsgebyrer
- Kendt praksis/vante gebyrer
- Videreførte statslige afgifter og gebyrer
- Sagsomkostninger/administrationsgebyrer
- Transportgebyrer
- Bank og finans relaterede gebyrer
- Tele/tv og it relaterede gebyrer
- Fritids- og forlystelsesrelaterede gebyrer
- Uundgåelige gebyrer
- Frit valgs-gebyrer
- Fastholdelsesgebyrer
- Monopolbaserede gebyrer
- Rimelige gebyrer
- Urimelige gebyrer, høje
- Urimelige gebyrer, lave men hyppige
- Urimelige men forhandlingsbare gebyrer
- Selvforskyldte gebyrer
- Strafgebyrer/misvedligeholdelsesgebyrer
- Videreførte statslige gebyrer
- Lovhjelmede gebyrer
- Gebyrer uden begrundelse

3.2 Faktorer der hyppigst er langt til grund for kategorisering.

Som det fremgår af ovenstående udpluk af gebyrkategorier, er der stor variation i de kriterier, som forbrugerne har valgt at inddele gebyrerne efter. Yderligere er der ofte inkonsistens i brugen af kategoriseringen, hvilket betyder at gebyrerne er inddelt på baggrund af flere forskellige kriterier. Sammenholdes den kategorisering og de kategoriseringer, der er foretaget af de otte forbrugere, fremstår enkelte faktorer som havende stor betydning for kategoriseringen:

Hvilke aktiviteter relaterer gebyrerne sig til: Er der tale om bestillingsgebyrer, gebyrer for ændringer, transport, refusion etc.

Rimelighed af gebyrerne: Får forbrugeren en service eller modydelse for gebyret, har kunden forårsaget omkostninger for den gebyrudstedende virksomhed, er der tale om overførte gebyrer fra staten m.m. Er gebyrstørrelsen rimelig i forhold til virksomhedens omkostninger og er gebyret eventuelt selvforskyldt.

Valgmulighed: Har forbrugeren mulighed for at undgå gebyret eller er det påtvunget, udnytter virksomheden en monopolsituation etc.

Mål med gebyrerne: Hvad er målet med gebyret, dækker det over en skjult indtjening/forsøg på at forvanske den samlede pris?, er det et forsøg på at fastholde kunden eller er målet at indføre brugerbetaling for en ydelse for at kunne tilbyde lavere priser for de der ikke benytter denne.

Branche: Hvilken type virksomhed, er det, der udsteder gebyret

Et samlet perspektiv på de enkelte forbrugeres kategorisering indikerer, at der er en relation mellem den måde, som forbrugerne har valgt at inddele gebyrerne på, samt i hvilket omfang, de vurderer, at gebyrerne er legitime eller ej. Dette afspejles blandt andet i forbrugernes vægt på rimelighed af gebyrerne, valgmuligheden omkring disse, gennemskueligheden i forhold til hvilken aktiviteter gebyrerne er relateret til samt, hvad virksomhedernes hensigt med gebyret er.

3.3 Forbrugernes vurdering af forskellige kategoriseringers anvendelighed

Erfaringer fra de otte forbrugeres kategorisering er anvendt til at revidere den kategorisering, der er udviklet af forbrugerstyrelsen og Rambøll Management. Herefter er forbrugerne blevet bedt om at vurdere anvendeligheden af hver af de otte kategoriseringer. Resultatet heraf fremgår af nedenstående tabel.

Forbrugernes vurdering af forskellige kategoriseringer
- rangeret efter egnethed:

Vurdering	Egnede	Delvist egnede	Ikke egnede
Kategorisering			
Virksomhedens hensigt	6	1	1
Stadier i kundeforholdet	6	0	2
Begrundelser/argument	4	1	3
Valgbarhed/frivillighed	3	1	4
Brancher	2	1	5
Forbrugssituationer	2	1	5
Prissætning	1	0	7
Hvad udløser gebyret	0	1	7

Seks af de otte forbrugere fandt at "Virksomhederne hensigt" er en logisk og anvendelig kategorisering af gebyrer (tre fandt at det var den bedste af de 8 kategoriseringer). Begrundelsen herfor er, at denne kategorisering ruste forbrugerne til at forholde sig kritisk til rimeligheden af de gebyrer, de opkræves, og skaber gennemskuelighed i forhold til den effekt, gebyret kan have (for eksempel fastholdelse i et kundeforhold).

"Stadier i kundeforholdet" vurderes at være en egnet kategorisering blandt seks af de otte forbrugere (hvoraf 3 vurderer, at det er den bedste af de 8 kategoriseringer). Begrundelsen herfor er, at denne kategorisering er logisk og let at overskue og relaterer til de gebyrer, forbrugerne møder i deres hverdag. Kategoriseringen er endvidere med til at synliggøre, hvor mange steder en virksomhed kræver gebyrer fra forbrugeren, og giver et godt overblik og vurderingsgrundlag.

"Begrundelse/argument" vurderes at være en anvendelig kategorisering blandt 4 af de otte forbrugere mens yderligere en vurderer at det er en delvist egnet kategorisering. Begrundelsen herfor er, at den skaber forståelse for gebyrernes grundlag og øger muligheden for at vurdere gebyrernes rimelighed.

De fem øvrige kategoriseringer vurderes alle at være mindre egnede kategoriseringer i et forbrugersperspektiv. Begrundelsen herfor er, at de er for ukonkrete, virker ulogiske, er for tekniske eller komplekse, mudrer ge-

byrbilledet, ikke bidrager med noget eller er svære at relatere til for forbrugere.

4. Gebyrer i et legitimitets perspektiv

Opfattelsen af legitimitet er en meget fremtrædende faktor i forbrugernes bevidsthed omkring gebyrerne. I hovedparten af de gennemførte interviews spiller overvejelserne omkring de forskellige gebyrers rimelighed en vigtig rolle. Selvom legitimitetsforståelsen delvist bygger på subjektive tolkninger og holdninger, hvorfor de samme gebyrer kan betragtes meget forskelligt, er en række sondringer og principper gennemgående for respondenternes ræsonnement.

De otte forbrugere er alle blevet bedt om at angive, hvilke gebyrer eller gebyrtyper, som de opfatter som legitime henholdsvis illegitime samt at uddybe, hvilke kriterier og overvejelser, de har lagt til grund for denne vurdering. Resultaterne heraf præsenteres i det følgende afsnit.

4.1 Kriterier der influerer på forbrugernes vurdering af gebyrernes legitimitet

Nedenstående præsenterer de kriterier, der er angivet af forbrugerne som afgørende for om et gebyr opfattes som legitimt eller illegitimt. Betydningen af hvert kriterium varierer mellem de otte forbrugere. Præsentationen er tilsigtet hierarkisk i forhold til kriteriets betydning for legitimitetsbedømmelsen.

- Er gebyret proportionelt med virksomhedens omkostninger?
- Pålægges virksomheden et ekstra stykke arbejde?
- Er gebyret udtryk for en ekstra ydelse?
- Er gebyret valgbart?
- Er gebyret traditionsbundet/hævdvundent? (subjektiv)
- Er gebyret udtryk for en selvforskyldt straf?
- Er gebyret udtryk for en merpris eller profitmaksimering?
- Er der fri konkurrence eller monopol på det pågældende område?

Overordnet set betragtes det som afgørende for gebyrets legitimitet, at der er gennemskuelighed i forhold hvilke elementer der berettiger gebyret. Alternativt er der risiko for at gebyret betragtes som et forsøg på at udnytte kundeforholdet for at maksimere virksomhedens profit. Valgbarheden af gebyret er ligeledes en afgørende faktor. Gebyrer der udstedes af monopolvirksomheder risikerer i særlig grad at blive betragtet som illegitime (samt som forsøg på udnyttelse af et kundeforhold), med mindre der er fuld gennemskuelighed over for hvilke aktiviteter eller omkostninger, der berettiger gebyret. Gebyrer der er selvforskyldte regnes i særlig grad som legitime. Disse kan være forårsaget af aftalebrud som for eksempel manglende fremmøde til en operation, manglende betaling af regninger etc.

I det følgende uddybes hvert enkelt kriterium med de begrundelser, forbrugerne har tilknyttet disse. Kriterierne præsenteres i forhold til deres relation til hver af de to hovedfaktorer for vurderingen af et gebyrs legitimitet, gennemskuelighed i forhold til gebyrets berettigelse samt valgbarhed af gebyret.

Et enkelt kriterium for legitimitet falder uden for disse kategorier: Gebyrer der er traditionsbundne (har vundet hævd) vurderes ofte uden for ovenstående hovedfaktorer. Dette kriterium uddybes slutteligt.

Gebyrets berettigelse

- **Er gebyret proportionelt med virksomhedens omkostninger? (subjektiv)**

Forbrugerpanelet vurderer generelt gebyrer, hvis størrelse svarer til de faktiske omkostninger, som fuldt ud legitime. Derimod opfattes gebyrer, som ikke er proportionelle med omkostningerne som illegitime (F.eks. oprettelsesgebyrer på telefoni og motionscentre, hvor gebyrbeløbet vurderes at være langt større end virksomhedens reelle administrationsomkostninger) idet de udnytter muligheden for at tjene penge på et område, der ikke kan opfattes som hovedydelsen.

- **Er gebyret udtryk for virksomheden pålægges et ekstra stykke arbejde?**

Hovedparten af deltagerne i forbrugergruppen accepterer gebyrer som legitime, hvis de oplever at virksomheden til gengæld udfører et stykke arbejde. Hvis det er tydeligt, at der betales for en reel handling fra virksomhedens side opfatter de fleste forbrugere gebyrerne som en helt legitim form for brugerbetaling.

- **Er gebyret udtryk for en ekstra ydelse?**

Meget lig ovenstående, opfatter forbrugergruppen gebyrer der modvares af en ekstra service som legitime. Der er stor forståelse for at visse forbrugsmønstre er mere omkostningstunge end andre og, at man må betale for de ekstra services man efterspørger. Hvis udbyderen ikke kan sandsynliggøre at kunden modtager en ekstra ydelse, opleves gebyrerne meget illegitime.

- **Er gebyret udtryk for en selvforskyldt straf?**

Gebyrer, der bliver pålagt en forbruger som følge af dennes aftaleforbødelse eller misvedligeholdelse af aftaler, opfattes generelt som legitime. I enkelte tilfælde vurderes, at gebyret kunne være højere, for eksempel ved udeblivelse fra aftaler med tandlæge, sygehus m.m.. Hermed vil der dog være tale om en bøde frem for et gebyr. Hovedargumentet for legitimiteten af denne type gebyrer er, at gebyret medfører andre omkostninger og kunne være undgået af den gebyrpålagte person selv.

- **Er gebyret udtryk for en merpris eller profitmaksimering?**

Gebyrer, der ikke umiddelbart er udtryk for en ekstra service eller tidsforbrug på forbrugeren, eller hvor der hersker uigennemsigtighed i forhold til gebyrets baggrund, opfattes af forbrugerne som profitmaksimering eller som et forsøg på at hive ekstra penge op af forbrugeren for et produkt. Disse gebyrer opleves entydigt som illegitime.

Gebyrets valgbarhed

- **Er gebyret valgbart?**

Flere af deltagerne i forbrugerpanelet oplever, at de på at stigende antal områder møder gebyrer, det reelt ikke er muligt at undgå. Selvom de tvungne gebyrer opfattes mere illegitime end de valgbare, oplever mange alligevel, at visse af de ikke valgbare gebyrer er legitime. Dette bundes ofte i at en af de 3 ovenstående kriterier for legitimitet er overholdt.

- **Er der fri konkurrence eller monopol på det pågældende område?**

Enkelte forbrugere har angivet monopolforhold som en faktor for gebyrets legitimitet. Gebyrer fra monopoler vurderes at være delvist illegitime. Afgørende herfor er om gebyret er knyttet til bestemte services eller aktiviteter og kan undgås samt om forbrugeren føler at virksomheden udnytter sin monopol(-lignende) status til at prissætte gebyret højt i forhold til den ydelse der leveres.

Traditionsbundne gebyrer

- **Er gebyret traditionsbundet / hævdvundet? (subjektiv)**

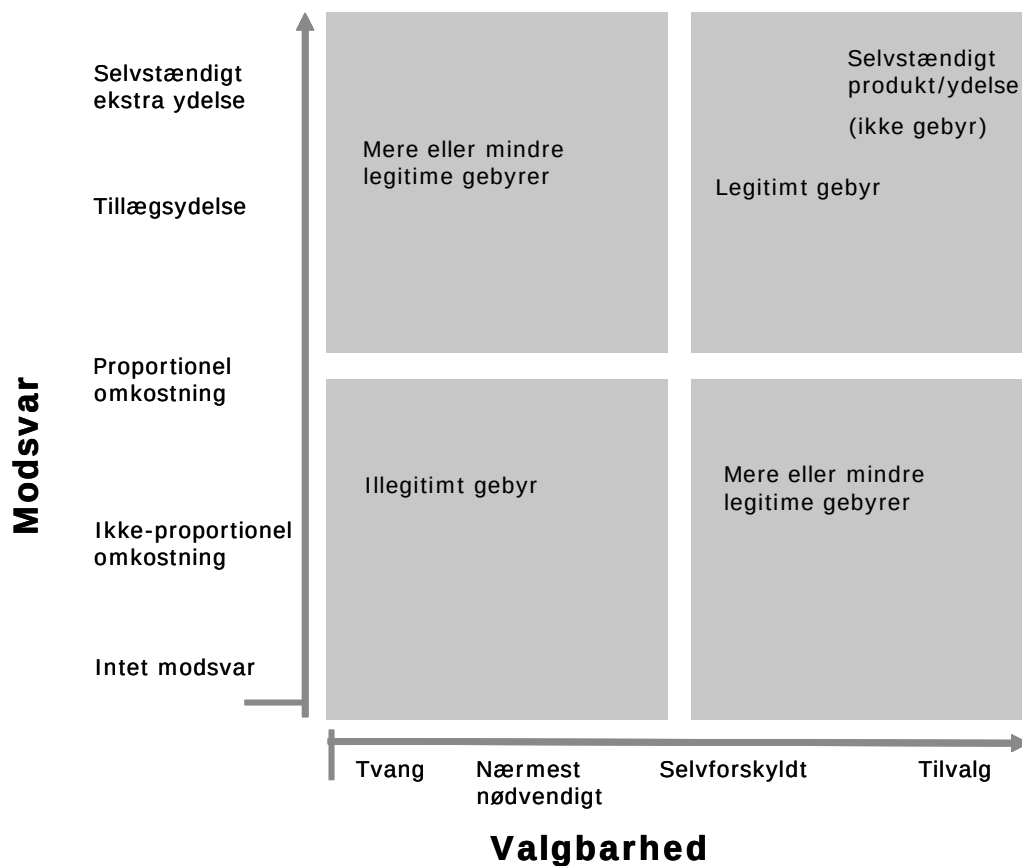
En stor del af forbrugergruppen tenderer til at opfatte vante gebyrer som legitime, uanset om disse er udtryk for en ekstra service/tidsforbrug eller ej. Gebyrer, der ud fra forbrugers grundlæggende legitimitetsprincipper ville blive betragtet som illegitime, opnår legitimitet efterhånden som de bliver en vane eller en accepteret forudsætning for at få adgang til et produkt (et eksempel fra kortsorteringsøvelsen er 100 kr. i gebyr for at overføre penge til en bank i udlandet). Da det ikke giver mening at operere med en kategorisering udelukkende på baggrund af gebyrers traditionsbundenhed, fungerer traditionsbundne gebyrer i praksis som "undtagelsen der bekræfter reglen" i forhold til de forskellige kategoriseringer.

4.2 Identificering af legitime og illegitime gebyrer

Alle legitimitetskriterierne (med undtagelse af traditionsbundenhed) er relateret til to hovedforhold, der begge kan udmøntes i et kontinuum. Det muliggør fremstillingen af en matrix, der skaber oversigt over, hvilke typer gebyrer, der generelt regnes som legitime henholdsvis illegitime blandt forbrugere. En sådan matrix præsenteres i det følgende.

X-aksen i nedenstående matrix betegnes *valgbarhed* og repræsenterer forbrugernes mulighed for at undgå et gebyr. Valgbarhed udgør et kontinuum, der strækker sig fra tvang (tvunget gebyr) til tilvalg (gebyrer, der knytter sig til et frit valg).

Y-aksen betegnes *modsvar* og repræsenterer, i hvilket omfang gebyret modsvarer at forbrugeren modtager en service eller er årsag til en omkostning i den gebyrudstedende virksomhed. Modsvar består af et kontinuum, der strækker sig fra ingen modsvar til gebyret, til at forbrugeren modtager en ekstra selvstændig service.



Som det illustreres i matrix, betragtes gebyrer, der ikke har et modsvar i en service eller omkostning forårsaget af kunden, og som samtidig ikke er valgfri, som værende særligt illegitime. Omvendt betragtes gebyrer, der klart fremstår som betaling for en tillægsydelse og som samtidig er resultat af et frit valg, som værende særligt legitime – eller som værende en selvstændig ydelse snarere end et gebyr.

"Gebyrer", der er betaling for en selvstændig ekstra ydelse, og som det samtidig står forbrugeren helt frit for at erhverve, strækker sig ud over dette projekts definition på et gebyr og betragtes som et selvstændigt køb af et produkt.

Alle øvrige gebyrtyper kan indplaceres i ovenstående matrix. Placeringen af et gebyr i kontinuummet "Modsvar" afspejler naturligvis forbrugernes vurdering af hvorvidt gebyret modsvares af en modsvarende service eller omkostning for virksomheden. At denne vurdering kan afvige fra det faktiske forhold, understreger vigtigheden af, at gebyrudstedende virksomheder synliggør, hvad gebyret dækker over, såfremt gebyret skal opfattes som legitimt af forbrugerne.

5. Fremstilling af gebyrkategoriseringer

5.1 Gebyrkategorisering i et forbrugerperspektiv

Kategoriseringen af gebyrer samt den efterfølgende vurdering af otte forskellige kategoriseringer blandt de interviewede forbrugere, viste, at en forklaringsbaseret kategorisering (bestående af en kombination af hensigt og begrundelse) samt en kategorisering, baseret på stadier i kundeforholdet, giver bedst mening for forbrugerne. Flere forbrugere var fortalere for eventuelt at kombinere disse to.

Forbrugernes markeringer omkring gebyrers legitimitet, illustrerer yderligere, at det afgørende for et gebyrs legitimitet, at der er gennemsækelighed i forhold hvilke elementer der berettiger gebyret, samt at der er sammenhæng mellem virksomhedernes omkostninger og gebyrets størrelse.

Sammenholdes identificeringen af de bedst egnede kategoriseringer med forbrugernes markering af de centrale kriterier i forhold til legitimiteten af gebyrer står følgende klart:

Fremstilling af kategorisering af gebyrer bør funderes med fokus på at disse skaber overblik over, **hvad** forbrugeren kan forvente at blive afkrævet gebyr for, samt **hvornår** i kundeforholdet, forbrugeren kan forvente at blive mødt med dette krav.

Denne betragtning har dannet grundlag for etableringen af en kombineret kategorisering bestående af en kontekstafhængig- såvel som en forklaringsbaseret kategorisering af gebyrer. På baggrund af den gebyrkategorisering, der er anvendt af de otte interviewede forbrugere samt under hensyn til projektets målsætning om at skabe en retvisende og letforståelig kategorisering på gebyrområdet, er der udviklet forslag til en gebyrkategorisering af hver af de to typer kategoriseringer der er anvendt i den kombinerede kategorisering. Denne kategorisering er anvendt i nedenstående tabel.

Tabel: Kombination af kategoriseringerne motiv (hensigt og begrundelse) og stadie ("fastholdelsesgebyrer" og "prisslørende gebyrer" er tonet i gråt pga. deres politiske fokus, mens "mersalgsgebyrer" tonet i gråt, da de kan betragtes som ydelser frem for gebyrer)

Stadier	Bestillingsgebyr	Opstartsgebyr	Leveringsgebyr	Betalingsgebyr	Driftsgebyr	Ændringsgebyr	Misligeholdelsesgebyr	Opsigelsesgebyr	Generhvervelsesgebyr	Refusionsgebyr	Miljøgebyr	Mersalgsgebyr
Motiv												
Omkostningsdækkende gebyr	Billetgebyr, hvor billet udskrives og fremsendes Et beløb for at bestille en vare via postordre Et beløb til lufthavnen for at bestille en flybillet	99 kr. for at oprette abonnement på tele/web 30 kr. for at starte en taxatur Håndværkers kørselstillæg Et beløb for blive medlem af motivationscenter Beløb for at modtage dekoderkort til satellit-tv	Et beløb for at få en vare leveret	%-sats eller beløb for at betale med dit kreditkort i en butik Et beløb når du opkræves penge, f.eks. af telefonselskaber Et beløb for at få en regning tilsendt 12 kr. for at betale et girokort på posthuset	Aflæsning af varme, el, gas 25 øre for at taste et telefonnummer Et beløb for at få udspecificeret din regning 80 kr. for at få undersøgt en sag, eller klage	Et beløb for at skifte mellem ydelser, f.eks. TV-pakker eller telefonabonnementer 160 kr. for flytteaflæsning af el og varme 475 kr. for at ændre dit telefonnummer		Et beløb for at afbestille en vare	400 kr. for få din el og varme genåbnet	25 kr. for at refundere en ubrugt billet 50 kr. hver gang et flerturkort til Øresundsbroen ønskes refunderet	Et beløb til dækning af miljøhensyn hos mekanikeren 150 kr. til dækning af brændstof, for at købe en flybillet 2 kr. for en plasticpose i et supermarked	Enkeltværelsestillæg på hotel 25 % for at købe en vare på auktion
Adfærdsregulerende gebyr	Et beløb for at bestille dine flybilletter over telefonen (web- bestilling er gratis)			100 kr. for at modtager en rykkerskrivelse	Et beløb for at få personlig betjening ved kassen		Et beløb for at aflevere en videofilm for sent 250 kr. for at udeblive fra tandlægeaftale	Et beløb for at opsigse en aftale, f.eks. telefonabonnement eller motionscenter.	50 kr. for at miste dit medlemskort (fx video eller motion)			
Fastholdelsesgebyrer								Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab				
Prisslørende gebyrer	Billetgebyr i døren 5 kr. for at bestille din biografbillet over Internet-tet									Et beløb for at indlevere en defekt vare til undersøgelse og med henblik på reparation		5 kr. for postevand på en café 20 kr. for at få tøj hængt op i garderoben
Mersalgsgebyr	20 kr. For at bestille en siddeplads hos DSB			4 kr. for at bruge Visakort i en restaurant 5 kr. for at betale regning over PBS								4 kr. For at deltage i en TV konkurrence eller afstemning

5.2 Gebyrkategorisering i et juridisk perspektiv

Som det fremgår af ovenstående tabel, begrundes de fleste gebyrer med at de er indført for at "dække omkostninger" for virksomheden (for eksempel ved udførelse af administrative aktiviteter for kunden, levering af ekstra service eller betaling af kunderelaterede afgifter der er pålagt af staten). Dette argument modsvares i et juridisk perspektiv, idet mange virksomheder er underlagt retlige bestemmelser der foreskriver at gebyrets størrelse maksimalt må modsvare virksomhedens omkostninger ved det forhold der opkræves gebyrer for. Der er dog ikke entydige regler på området, idet visse gebyrer har særlig lovhjemmel – i nogle tilfælde med fastsat beløbsstørrelse – mens andre gebyrer er underlagt de generelle regler for gebyropkrævning.

Den kombinerede kategorisering kan evt. danne udgangspunkt for ny regulering, idet tabellen kan bruges som udgangspunkt for at pålægge virksomheder at udarbejde en oversigt, der tydeliggør, hvad kunden skal betale for hvad, i hvilke stadier af kundeforholdet.

5.3 Forslag til kategorisering af gebyrer

På baggrund af de gennemførte ekspert- og forbruger interviews samt den informationsbearbejdning og analyse der er gennemført i dette projekt, anbefaler Rambøll Management at Forbrugerstyrelsen anvender den kombinerede kategorisering på gebyrtypeniveau, der er præsenteret i ovenstående model. Med udgangspunkt i ovenstående tabel og den kategorisering der anvendes heri, kan hvert enkelt gebyr benævnes ud fra den placering gebyret har i tabellen. Hvorvidt den kategorisering der vælges for gebyrerne konstrueres som en kombination af de to gebyrtypebetegnelser, eller blot anvender den ene af disse, bør bero på en vurdering af behovet i forhold til gebyret størrelse samt hvor og hvordan gebyret anvendes. I nedenstående præsenteres forskellige eksempler på brug af den kombinerede kategorisering.

Motiv-kategoriseringen kan ofte udelades når der er tale om meget små gebyrer, gebyrer der er bredt accepteret eller gebyrer der opkræves hvor motivationen er underforstået.

- Eksempel: En forbruger køber en computer via en internetbutik og opkræves et gebyr for levering af denne på kundens adresse. Her vil det være hensigtsmæssigt at benytte betegnelsen "for-sendelsesgebyr" eller "leveringsgebyr".

Stadie-kategoriseringen kan udelades når der er tale om gebyrer der kan forekomme i alle stadier af et kundeforhold eller hvor motivet med gebyret er en afgørende faktor.

- Eksempel: En forbruger opkræves et gebyr på 4 kr. for at deltage i en tv-konkurrence via sms. Eksemplet kan enten siges ikke at være et gebyr (fordi der foreligger en selvstændig ydelse, som tilfører værdi og er valgfri) eller man kan kalde det et "tillægsydelsesgebyr" for at illustrere pointen om en værdifuld, valgbar, selvstændig ydelse.

For en del gebyrers vedkommende vil en kombineret betegnelse være hensigtsmæssig da den informerer forbrugeren om den serviceydelse som gebyret opkræves for og medvirker til at legitimere gebyret over for forbrugeren

- Eksempel: En forbruger påkræves et gebyr for aflæsning af el, vand og varme. Da gebyret er uundgåeligt og gebyropkræveren vurderes i forvejen at nyde godt af kundeforholdet, er det hensigtsmæssigt at gebyrbetegnelsen understreger begrundelsen for

gebyret. Her foreslås termen "omkostningsdækkende driftsgebyr" anvendt.

6. Måling af gebyrpres ud fra modelfamilier

En egentlig kortlægning af forbrugernes faktiske "gebyrpres" (omfanget af gebyrer i kroner) indgår ikke i det aktuelle projekt. Kategoriseringerne kan imidlertid anvendes i en sådan kortlægning gennem brug af modelfamilier. Det er muligt at sammensætte modelfamilier ud fra repræsentativitet af forskellige familietyper i samfundet eller ud fra en strategisk målsætning om at opnå forskellighed.

Som et eksempel kan man forestille sig de tre modelfamilier der indgår i nedenstående figur og sammenholde disse med de forbrugssituationer (gebyrdomæner), som de aktualiserer, samt i hvilken grad forbrugssituationen aktualiseres. Hermed kan der opnås et overordnet billede af gebyrtrykket for hver type modelfamilie, om end sammenligneligheden af gebyr trykket mellem familierne afhænger af gebyrtrykket inden for de forbrugssituationer som familierne aktualiserer i forskellig grad.

Modelfamilie	Velhavende familie med to børn, samt dyr, hus, bil, båd og stort forbrug	Single i lejlighed og lille forbrug	Par uden børn i andelslejlighed og med et selektivt forbrug
Gebyrdomæne			
Finansielle produkter (konti, boliglån, forbrugslån)	Meget	Lidt	Noget
Store forbrugsgode (Bil, båd)	Meget	Intet	Lidt
Forbrug af ting (indkøb af fysiske goder)	Meget	Noget	Noget
Immaterielle forbrugsservices (TV, telefon/web)	Noget	Noget	Noget
Service uden for hjemmet (rejser)	Meget	Lidt	Noget
Service omkring hjemmet (håndværkere, udlejning anden service)	Meget	Lidt	Lidt

Som nævnt indgår selve kortlægningen af gebyrer ikke i rammerne af nærværende projekt. Den aktuelle rapport peger derfor blot på, at domænebetragtningen er særlig relevant, såfremt man ønsker at foretage en måling af gebyrpreset. Selvom forbrugssituationer ikke anbefales som udgangspunkt for kategorisering af gebyrer, kan forbrugssituationer være en meget anvendelig synsvinkel i kortlægningen af gebyrer og gebyrpres.

7. Konklusion og perspektivering

Nærværende rapport har vist, at gebyrer kan kategoriseres på mindst otte forskellige måder – og at hver af de otte kategoriseringer kan bruges afhængig af formålet med kategoriseringen. Rapporten har også vist, at særligt virksomhedens motiv (begrundelse eller hensigt) og stadier i kundeforløbet er gode kategoriseringsmetoder med henblik på at informere forbrugere om gebyrer.

Kategoriseringen kan bruges på seks forskellige måder – og rapporten bidrager til hver af dem på følgende vis.

7.1 Definition

Projektet har som nævnt i indledningen taget udgangspunkt i følgende definition:

- Betaling for en ydelse som direkte eller indirekte (naturligt) knytter sig til erhvervelse/levering af en anden vare eller ydelse. Der må ikke være tale om en selvstændig ydelse, som det vil være naturligt at erhverve separat.

Kategoriseringen bidrager til en definition af gebyrer ved at pege på følgende:

Ud over erhvervelse/levering kan det også være anvendelse, ændring, opsigelse/generhvervelse eller refusion

Definitionen kan testes på gebyreksempler. Er følgende f.eks. gebyrer:

- Flaskepant, hvor der sker en uomgængelig pengebinding?
- Klikafgift, f.eks. i databaser, hvor man har adgang til en række artikler, men må betale ekstra for at gå tilbage i arkivet? Er klikafgiften eller abonnementet så gebyret?
- Videoudlejning, hvor man får en bøde for at aflevere for sent?
- Bindingsperioder på f.eks. avisabonnementer eller medlemskab af motionscentre. Gebyr eller rabat?
- Afledte udgifter, fx emballage, man senere skal betale for at bortskaffe?

7.2 Kategorisering

Kategoriseringen har vist otte forskellige kategoriseringsmuligheder, der alle er anvendelige til forskellige formål og derfor alle kan bruges fremadrettet.

Kategorisering:	Eksempler på anvendelsesmulighed:
Virksomhedernes hensigt med gebyret	Politikformulering
Stadier i kundeforholdet	Forbrugervejledning
Begrundelse/virksomhedernes argument for gebyret	Forbrugervejledning
Valgbarhed i forhold til gebyret (muligt at undgå/uundgåeligt)	Politikformulering
Brancher (kategorisering i forhold til hvilken branche gebyret forekommer i)	Kortlægning, Forbrugervejledning
Forbrugssituationer	Kortlægning, Forbrugervejledning
Prissætningsmodel	Politikformulering, Forbrugervejledning
Udløsende årsag til gebyret	Politikformulering, Forbrugervejledning

7.3 Navngivning

Både stadier i kundeforholdet og virksomhedernes motiv (begrundelse eller hensigt) har vist sig at være egnede kategoriseringer, som kan bruges til at navngive gebyrer – også i et forbrugerperspektiv, da forbrugerinterviewene viser, at de giver mening for forbrugere.

7.4 Kommunikation med forbrugere

Kategoriseringerne kan bruges i kommunikation med forbrugere som vist i ovenstående tabel. Følgende emner kan f.eks. inddrages i en eventuel pjece:

- Hvilke begrundelser er der for gebyrer?
- I hvilke forbrugsområder er der gebyrer?
- Hvornår i processen fra køb til bortskaffelse kan man møde gebyrer?
- Hvilke gebyrer er lovlige?

7.5 Regler

Kategoriseringen kan bruges som udgangspunkt for udarbejdelse af anbefalinger eller regler på området. Her peger rapporten på, at legitimitetsbetragtninger kan være et godt udgangspunkt for regler og vejledninger til virksomheder. Særligt er modsvar og valgbarhed relevante parametre at vurdere gebyrers legitimitet på – og dermed et udgangspunkt for regler og vejledninger.

Kategoriseringen af gebyrer i dimensionerne begrundelse og/eller stadier i kundeforholdet kan også anvendes som udgangspunkt for en evt. informationspligt. Således kan man forestille sig, at virksomheder får pligt til at oplyse om deres gebyrer – og pligt til at indplacere dem i kategorier fra nærværende rapport.

7.6 Kortlægning

Kategoriseringen er endelig et udgangspunkt for at lave en egentlig kortlægning af forbrugspresset – evt. med udgangspunkt i modelfamilier som beskrevet i afsnittet herom.

Disse seks områder er således mulige perspektiver for at arbejde videre med området på baggrund af bla. nærværende rapport.

8. Bilag

8.1 Metodebeskrivelse

8.2 Gebyrliste anvendt ved kortsortering

8.3 Kortsortering: Forbrugernes kategorisering

8.4 Ekspertinterviews

8.1 Metodebeskrivelse

Udviklingen af kategorier på gebyrområdet er gennemført i en dynamisk proces med en række afgrænsede faser.

Indledningsvist formulerede Rambøll Management et diskussionsoplæg, hvor man med udgangspunkt i tilbudet præsenterede og diskuterede en række mulige kategoriseringer på gebyrområdet.

Dernæst blev der afholdt en opstartstutorial med Forbrugerstyrelsen. Her gennemførte Rambøll Management en brainstorm og kortsortering på gebyrer med de tilstedeværende, som udgangspunkt for en diskussion af mulige kategoriseringer på gebyrområdet. Med udgangspunkt i deltagernes tilkendegivelse skete en fælles kvalificering af oplæget og relevante eksperter på gebyrområdet blev udpeget med henblik på gennemførelse af interviews. (Tea Krogh Sørensen, journalist på JP; Peter Møgelvang-Hansen, Lektor ved CBS; Lennart Lynge Andersen, professor ved CBS; Henrik Davidsen, Sekretariatschef for pengeinstitutternes klagenævn og Tina Morell Nielsen, jurist i Forbrugerklagenævnet).

Rambøll Management gennemførte dernæst 4 telefoninterviews med de ovennævnte eksperter på gebyrområdet. Med udgangspunkt i resultaterne fra disse interviews og materialer tilsendt fra Forbrugerstyrelsen blev der udarbejdet en liste med i alt 49 forskellige gebyrer til kortsortering med en række forbrugere.

Afslutningsvis er resultaterne fra henholdsvis den indledende workshop, ekspertinterviews og kortsortering med forbrugere blevet samlet og analyseret. Dette giver udgangspunkt for formuleringen af en række anvendelige kategoriseringer og Rambøll Managements indstilling til Forbrugerstyrelsens valg af kategorier.

Udvælgelse af respondenter til kortsortering

Fordeling af respondenterne til kortsortering på alder, stilling og køn:

Alder	Stilling	Køn
24 år	Studerende	Mand
30 år	Konsulent (jurist)	Mand
30 år	Service Assistent	Kvinde
31 år	Klinisk diætist	Kvinde
31 år	Studerende	Mand
33 år	Business Manager	Mand
51 år	Kontorleder (HK)	Kvinde
55 år	Sekretær	Kvinde

I udvælgelsen er følgende kriterier tilstræbt:

- Ligelig kønsmæssig fordeling
- Spredning i jobfunktioner og uddannelser
- Aldersmæssig spredning

4 interviews er gennemført med sortering af alle 49 kort, mens andre 4 interviews er gennemført med kun 25 kort. Reduktionen er gennemført på en måde, hvor sættet stadig er repræsentativt i forhold til det samlede gebyrbillede. Denne metode er anvendt for at klarlægge, hvorvidt antallet af kort influerer på forbrugerens evne til at kategorisere og navngive gebyrer.

8.2 Gebyrliste anvendt ved kortsortering

Nedenstående gebyrer har dannet grundlag for forbrugerundersøgelsen. Gebyrerne blev udleveret som et sæt af individuelle kort, placeret i vilkårlig rækkefølge.

- 25 øre hver gang du løfter dit telefonrør og taster et nummer
- 4 kr. hver gang du betaler med dit Visa kort i en restaurant
- %-sats eller beløb hver gang du betaler med dit kreditkort i en butik
- 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut
- 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger
- 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café
- 4 kr. hver gang du deltager i en TV konkurrence eller afstemning
- 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet
- Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning
- Et beløb hver gang du skal opkræves penge, f.eks. af telefonselskaber
- 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet
- 25 % hver gang du køber en vare på auktion
- 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage
- Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen
- Et beløb hver gang du bestiller en vare via postordre
- Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige TV-pakker eller telefonabonnementer
- Et beløb hver gang du afbestiller en vare
- Et beløb hver gang du får en regning tilsendt
- 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset
- Et beløb hver gang du betaler et girokort igennem din bank
- 5 kr. hver gang du betaler din forsikringsregning over PBS
- 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur
- Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig
- 99 kr. når du opretter et telefon- eller Internetabonnement
- Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter
- Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation
- Et beløb hver gang du skal have en vare leveret
- 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet
- Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren
- 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked
- 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse
- Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent
- 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso
- 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen
- Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet
- Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse
- 60 kr. hver gang du skal have aflæst dine varme, vand, el og gas målere
- Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter.
- 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet.
- 25 kr. hver gang du refunderer en ubrugt togbillet
- 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet
- 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning eller motionscenter
- Et beløb hver gang du bestiller dine flybilletter over telefonen
- 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme
- 400 kr. hver gang du skal have din el og varme genåbnet
- 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer
- 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB
- Et beløb for at modtage dit dekoderkort til satellit-tv
- Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab

I nogle interviews blev kortene delt i to bunker - der hver havde alle typer gebyrer

8.3 Kortsortering med forbrugere

1. Profil:

Kortsortering med:
Studerende, 24 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier:

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
SERVICE/VARE	• Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet • 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB • 60 kr. hver gang du skal have aflæst dine varme, vand, el og gas målere • 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur • Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig • 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut • Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning • 25 % hver gang du køber en vare på auktion • 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger • kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked • Et beløb hver gang du bestiller dine flybilletter over telefonen • 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflæsning af el og varme • Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen Vurderes som overvejende legitime afhængig af pris
REFUSIONSGEBYRER	• 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen • 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet • Et beløb hver gang du afbestiller en vare • 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning eller motionscenter • Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter Vurderes som legitime
SKJULT INDTJENING	• 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet • Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. • 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet • 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet Vurderes som illegitime
RYKKERGEBYRER	• 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse • Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent • 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso Vurderes som legitime
SKIFTEGEBYRER	• 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet. • Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige Tv-pakker eller telefonabonnementer • 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer • Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab Vurderes som overvejende legitime afhængig af pris
KENDT PRAKSIS	• Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse • 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger Vurderes som legitime
MILJØAFGIFT	• Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren Vurderes som legitim
SAGSOMKOSTNINGER	• 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage • Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation Vurderes som legitime

3. Gebyrernes legitimitet:

Forbrugeren bedømmer gebyrernes legitimitet ud fra følgende sonddringer og overvejelser:

- Er gebyret udtryk for almen praksis på området? (Pladsbilletter, gar-derobebillet, enkeltværelsestillæg, rykkere m.v. er legitime) eller nye "lidt for kreative" gebyrer (F.eks. brændstofgebyr).
- Svarer gebyrets størrelse til virksomhedens faktiske udgifter? (Gebyrer, der bruges som en egentlig indtjeningsmulighed er illegitime).
- Forbrugeren bedømmer gebyrer, der sigter på at fastholde kunden i et forhold er særligt illegitime (F.eks. flyttegebyrer og opsigelsesgebyrer).
- Er der konkurrence eller monopoltilstande på det område, hvor gebyrerne opkræves?
- Er der tilstrækkelig information og åbenhed om gebyrer i aftalen?
- Gebyrer der er uomgængelige bør indgå i prisen på hovedydelsen og ikke benævnes som gebyr.

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

1. Stadier i kun-deforholdet	Dårlig, fordi den ikke bedømmer legitimitet og prisens rimelighed, men sammenstiller legitime og illegitime gebyrer på samme stadie.
2. Brancher	Virker ulogisk for forbrugeren, men kan måske anvendelig som udgangspunkt for regulering, hvis den bruges meget konsekvent
3. Forbrugssituationer	Virker ulogisk for forbrugeren, men kan måske sige noget om, hvor man kan forvente at møde gebyrer.
4. Begrundelser / argument	Rigtig god, fordi den rammer den måde forbrugeren selv tænker på. Måske kan man bryde nogle af kategorierne lidt op.
5. Virksomhedens hensigt	Harmonerer godt med begrundelser/argument og giver gode nuancer.
6. Valgbarhed / frivillighed	Giver et godt, hurtigt overblik. Godt supplement til begrundelser/argument.
7. Hvad udløser gebyret?	Knap så anvendelig for forbrugeren, svær logik.
8. Prissætning	Kan bruges til at inddrage et legitimitetsfokus.

5. Konklusion på kategorisering

Respondenten foretrækker en kategorisering, der tager udgangspunkt i begrundelse/argument/hensigt kombineret med et stærkt legitimitetsfokus. Gebyrer der ikke svarer til virksomhedernes reelle omkostninger, men udgør en selvstændig indtjeningsmulighed bør ikke kaldes gebyrer.

1. Profil 2

Kortsortering med:
Kontorleder (HK), 51 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
RIMELIGE GEBYRER	• Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren Vurderes som legitime

URIMELIGE GEBY- RER, HØJE	• Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige Tv-pakker eller telefonabonnementer • Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig • 99 kr. når du opretter et telefon- eller Internetabonnement • Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet • Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse • 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet • Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. • 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer • Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab
	Vurderes som illegitime
URIMELIGE GEBY- RER, LAVE MEN HYP- PIGE	• 25 øre hver gang du løfter dit telefonrør og taster et nummer • %-sats eller beløb hver gang du betaler med dit kreditkort i en butik • 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger • 4 kr. hver gang du deltager i en TV konkurrence eller afstemning • Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning • 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet • 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage • Et beløb hver gang du bestiller en vare via postordre • Et beløb hver gang du afbestiller en vare • Et beløb hver gang du får en regning tilsendt • Et beløb hver gang du betaler et girokort igennem din bank • 5 kr. hver gang du betaler din forsikringsregning over PBS • Et beløb hver gang du skal have en vare leveret
	Vurderes som illegitime
SELVFORSKYLDTE GEBYRER	• 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse • Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent • 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning eller motionscenter
	Vurderes som legitime

3. Gebyrernes legitimitet

Forbrugeren bedømmer gebyrernes legitimitet ud fra følgende overvejelser:

- Gebyrer er generelt en urimelig måde at tjene penge på. Må indregnes i den samlede pris, så det er muligt at sammenligne mellem forskellige udbydere af en ydelse.
- Uomgængelige gebyrer er mere illegitime end omgængelige gebyrer, f.eks. er udeblivelsesgebyr helt i orden.
- Gebyrer diskriminerer ofte ældre m.m. ved gebyrer på telefonbestilling, personlig betjening m.m. Endvidere forudsættes det ofte at alle har Internet.

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

1. Stadier i kundeforholdet	Ikke så god. Forbrugeren mener ikke, at man får tilstrækkelig information om de produkter, der er forbundet med gebyrer på denne måde.
2. Brancher	God, hvis den inddeles i underkategorier ud fra forbrugssituationer.
3. Forbrugs-situationer	God, hvis den inddeles i underkategorier med brancher.
4. Begrundelser / 5. argument	Ikke god, fordi både service- og administrationsgebyrer kan være urimeligt høje, og man betaler langt mere, end det egentlig koster.
6. Virksomhedens 7. hensigt	Bedre, men stadig lidt for positiv over for gebyrer

8. Valgbarhed / 9. frivillighed	God inddeling, men valgfri gebyrer bliver dog ofte tvungne hen ad vejen.
10. Hvad udløser gebyret?	Ikke så god, svær at forstå.
11. Prissætning	God, fordi den sætter fokus på, hvordan størrelsen på gebyret fastlægges.

5. Konklusion på kategorisering

Forbrugeren anlægger et meget stærkt pris- og legitimitetsfokus på gebyrkategoriseringen og har svært ved at se fordelene ved andre kategoriseringer. Til brug for informationssøgning vurderes "brancher" og "forbrugssituationer" som de bedste løsninger, da forbrugeren mener, at det typisk er sådan folk vil orientere sig om gebyrer.

1. Profil

Kortsortering med:
Studerende, 31 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
BANK/FINANS	• %-sats eller beløb hver gang du betaler med dit kreditkort i en butik • Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab • Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning • Et beløb hver gang du får en regning tilsendt • Et beløb hver gang du betaler et girokort igennem din bank • 5 kr. hver gang du betaler din forsikringsregning over PBS • Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen • 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut
BANK/FINANS	• 4 kr. hver gang du betaler med dit Visa kort • 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset • Et beløb for at flytte din pensionsopsparing til et andet selskab Vurderes som delvist legitime
TELE/IT/TV	• 25 øre hver gang du løfter dit telefonrør og taster et nummer • Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige Tv-pakker eller telefonabonnementer • 99 kr. når du opretter et telefon- eller Internetabonnement • 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer • Et beløb for at modtage dit dekoderkort fra Satellit-tv • Et beløb hver gang du skal opkræves penge, f.eks. af telefonselskaber Vurderes som illegitime
SERVICEERHVEV	• 25 % hver gang du køber en vare på auktion • Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig • 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage • Et beløb hver gang du skal have en vare leveret • 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur • 400 kr. hver gang du skal have din el og varme genåbnet • Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation • 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café • 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet • 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme 25

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
	60 kr. hver gang du skal have aflæst dine varme, el og gas målere Vurderes som delvist legitime
TRANSPORT	150 kr. til brændstof, hver gang du køber en flybillet - Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB - Et beløb hver gang du bestiller dine flybilletter over telefonen Vurderes som delvist legitime
FRITID/FORLYSTELSE	- Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse - Et beløb hver gang du ønsker at opsiges en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. 4 kr. hver gang du deltager i en TV konkurrence eller afstemning 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet - Et beløb hver gang du bestiller en vare via postordre 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger 5 kr. hver gang du bestiller en biografbillet over Internettet - Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter Vurderes som overvejende illegitime
STRAF	100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse - Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning - Et beløb hver gang du afbestiller en vare 50 kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet 25 kr. hver gang du refunderer en ubrugt togbillet 250 kr. hver gang du udebliver fra tandlægen 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftsabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso Vurderes som legitime
IKKE GEBYRER	- Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked Vurderes som legitim pris

3. Gebyrernes legitimitet

Respondenten bedømmer gebyrernes legitimitet ud fra følgende overvejelser:

- Er gebyrerne tvungne eller frivillige?
- Er der proportionalitet mellem gebyrets størrelse og virksomhedens faktiske omkostninger
- Har der været tilstrækkelig information og prisgennemsigtighed ved køb?
- Får man en reel ydelse eller er der tale om en skjult pris på det, man i forvejen har betalt for?
- Er der tale om brugerbetaling for et særligt forbrugsmønster eller skal alle betale gebyret?

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

Stadier i kundeforholdet	Godt overblik og perspektiv på gebyrer. Synliggør legitimitetsaspektet.
1. Brancher	God og specifik inddeling. Må kombineres med en legitimitet/rimelighedsakse.
2. Forbrugssituationer	Ikke brugbar, da den opdeler forbruget på en kunstig måde.
3. Begrundelser / 4. argument	God måde til at skelne mellem forskellige slags gebyrer fra forbrugersens perspektiv
5. Virksomhedens 6. hensigt	God dimension, men kan ikke stå alene som kategorisering.
7. Valgbarhed / 8. frivillighed	Ikke brugbar – dækker ikke de væsentligste dimensioner af gebyrer
9. Hvad udløser gebyret?	Ikke brugbar, mærkelige kategorier og en kunstig opdeling
10. Prissætning	Mindre god, men kan måske bruges i kombination med "stadier i kundeforholdet" eller "brancher".

5. Konklusion på kategorisering

Respondenten synes at flere af kategoriseringerne er rigtigt gode, men foretrækker samlet set "brancher" eller "stadier i kundeforholdet" da disse er meget selvforklarende og kan bidrage med klarhed på gebyrområdet. Indenfor begge kategoriseringer ville respondenten dog foretrække at der blev udarbejdet et indeks for legitimitet.

1. Profil

Kortsortering med:
Sekretær 55 år.

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
UUNDGÅELIGE GEBYRER	• 5 kr. hver gang du betaler din forsikringsregning over PBS • Et beløb hver gang du bestiller en vare via postordre • 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning eller motionscenter • Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren • 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet • Et beløb hver gang du bestiller dine flybilletter over telefonen • 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger • 4 kr. hver gang du deltager i en TV konkurrence eller afstemning • %-sats eller beløb hver gang du betaler med dit kreditkort i en butik • Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent Vurderes som overvejende legitime
URIMELIGE, MEN FORHANDLINGSBARE GEBYRER	• 60 kr. hver gang du skal have aflæst dine varme, vand, el og gasmålere • Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab • Et beløb hver gang du afbestiller en vare • Et beløb hver gang du skal have en vare leveret • 99 kr. når du opretter et telefon- eller Internetabonnement • Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. Vurderes som illegitime
	27

URIMELIGE GEBYRER, MAN SKAL UNDGÅ	• 25 øre hver gang du løfter dit telefonrør og taster et nummer • Et beløb hver gang du betaler et girokort igennem din bank • 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer • Et beløb hver gang du skal opkræves penge, f.eks. af telefonselskaber • Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse • 25 kr. hver gang du refunderer en ubrugt togbillet • Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige Tv-pakker eller telefonabonnementer • 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse • Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig Vurderes som illegitime
--------------------------------------	--

3. Gebyrernes legitimitet

Forbrugeren bedømmer gebyrernes legitimitet ud fra følgende overvejelser:

- Proportionalitet – står gebyrets størrelse i et rimeligt forhold til virksomhedens faktiske udgifter?
- Tjener virksomheden i forvejen mange penge på kundeforholdet?

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

1. Stadier i kundeforholdet	God, fordi den har en logisk og let overskuelig opdeling
2. Brancher	Dårlig, fordi ingen forbrugere deler deres gebyrer op efter brancher.
3. Forbrugssituationer	Rigtig god, fordi den kommer tæt på den måde, forbrugerne tænker på.
4. Begrundelser / 5. argument	Dårlig, fordi argumenterne er negative overfor forbrugerne, der nærmest overflødiggøres.
6. Virksomhedens 7. hensigt	God, fordi den har en stor underholdningsværdi for forbrugerne.
8. Valgbarhed / 9. frivillighed	God, fordi overvejelsen er meget konkret.
10. Hvad udløser gebyret?	Dårlig, fordi det er en overflødig overvejelse.
11. Prissætning	Dårlig, giver ingen information.

5. Konklusion på kategorisering

Forbrugeren har meget svært ved at danne sine egne kategorier og navngive dem. Hun fokuserer i sin egen kategorisering meget på, hvilke gebyrer man som forbruger efterhånden må acceptere, og hvilke der stadig kan nå at ændre sig. I forhold til de prædefinerede kategorier foretrækker hun "forbrugssituationer" efterfulgt af "stadier i kundeforholdet", men mener også at "virksomhedens hensigt" skal medtages, fordi den repræsenterer et underholdende perspektiv for forbrugeren.

1. Profil

Kortsortering med:

Konsulent (jurist), 30 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Gebyrer inden for kategorien
VIDEREFØRTE STATS- LIGE GEBYRER	• 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet • 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked • Et beløb til dækning af miljøhensyn, hver gang du har din bil hos mekanikeren • Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet Vurderes som legitime
SÆRLIGE LOV- BEHJÆLMEDE GEBYRER MED FAST GEBYRSTØR- RELSE	• 100 kr. hver gang du modtager en rykkerskrivelse • 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso • 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage Vurderes som legitime
SÆRLIG LOV- BEHJÆLMEDE GEBYRER UDEN FASTLAGT GE- BYRSTØRRELSE	• %-sats eller beløb hver gang du betaler med dit kreditkort i en butik • Et beløb for at flytte ens pensionsopsparing til et andet selskab Vurderes som legitime
MONOPOLBASEDE GEBYRER	• 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB • 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme • 60 kr. hver gang du skal have aflæst dine varme, vand, el og gas målere • Et beløb hver gang du skal opkræves penge, f.eks. af telefonselskaber Vurderes som delvist legitime
FASTHOLDELSES- GEBYRER	• Et beløb hver gang du afbestiller en vare • 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet. • 25 kr. hver gang du refunderer en ubrugt togbillet • 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet • Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation • Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. • Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning Vurderes som illegitime

Navn på kategori	Gebyrer inden for kategorien
EBYRER FOR SERVICE-YDELSER	• Et beløb hver gang du bestiller dine flybilletter over telefonen • 20 kr. hver gang du skal have dit tøj hængt op i garderoben ved koncerter og teaterforestillinger • Et beløb hver gang du skal have en vare leveret • Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen • 18 kr. hver gang du køber en koncert eller teaterbillet • 25 % hver gang du køber en vare på auktion • 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet • 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur • 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset • Et beløb hver gang en håndværker skal køre for at komme ud til dig • Et tillæg pr. nat hver gang du ønsker et enkeltværelse på en rejse • Et beløb hver gang du bestiller en vare via postordre Vurderes som delvist legitime
FRIT VALGS GEBYRER	• 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café • 4 kr. hver gang du deltager i en TV konkurrence eller afstemning Vurderes som legitime
OPRETTELSES-GEBYRER	• 99 kr. når du opretter et telefon- eller Internetabonnement • Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter Vurderes som delvist legitime
MISLIGEHOLDELSES-GEBYRER	• Et beløb hver gang du afleverer en videofilm for sent • 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen • 50 kr. hver gang du mister dit medlemskort til f.eks. videoudlejning eller motionscenter • 400 kr. hver gang du skal have din el og varme genåbnet • Et beløb for at modtage dit dekoderkort til satellit-tv Vurderes som legitime
ÆNDRINGS-GEBYRER	• Et beløb hver gang du skifter mellem to ydelser hos samme firma, f.eks. forskellige Tv-pakker eller telefonabonnementer • 475 kr. hver gang du vil ændre dit telefonnummer Vurderes som delvis legitime
UBEGRUNDEDE GEBYRER	• 25 øre hver gang du løfter dit telefonrør og taster et nummer • 4 kr. hver gang du betaler med dit Visa kort i en restaurant • 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut • Et beløb hver gang du får en regning tilsendt • Et beløb hver gang du betaler et girokort igennem din bank • 5 kr. hver gang du betaler din forsikringsregning over PBS Vurderes som illegitime

3. Gebyrernes legitimitet

Kommentarer:

- Det anses som afgørende for legitimiteten at gebyrerne kan begrundes i reelle omkostninger for virksomhederne – dvs., at et gebyr skal være forårsaget af at virksomhederne har:
 - o Leverer en service eller et produkt der rækker ud over hovedproduktet.
 - o Har omkostninger som følge af kunden

- Information om baggrunden for et gebyr er afgørende for hvorvidt det opfattes som legitimt
- Fastholdelsesgebyrer der hindrer fri konkurrence er illegitime.
- Såfremt der er tale om tillægsydelse til hovedproduktet (for eksempel garderobegebyr til et koncertarrangement), bør disse være valgfrie eller indgå i prisen på hovedydelsen og ikke benævnes som gebyr.

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

Egnede kategorier			Ikke egnede				
Stadier i kunde-forholdet	Begrundelser / argument	Virk-somhe-dens hensigt	Brancher	Forbrugs-situationer	Valg-barhed / frivillig-hed	Hvad udlø-ser geby-ret?	Pris-sætning
Vurderes som den bedste kategori-sering. Skaber overblik over "gebyr-jung-len"	Næstbedste kategorise-ring. Skaber forståelse for gebyrer	Skaber gennem-skuelig-hed og øger kri-tisk sans hos for-brugeren	Kunstig opdeling fra et forbru-gersyns-punkt	Mudrer gebyrbilledet	Skaber ikke overblik		For teknisk

1. Profil

Kortsortering med
Klinisk Diætist, 31 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
ADMINISTRATIONS-GEBYRER	• 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet. • 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme • Et beløb hver gang du får en regning tilsendt • Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning • 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset • 4 kr. hver gang du betaler med dit Visa kort i en restaurant • 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut • Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen
AFBESTILLINGS-/RETURGEBYRER	• Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. • 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet
AFTALEBRUDSGEBYRER	• 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso • 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen • 400 kr. hver gang du skal have din el og varme genåbnet
BESTILLINGSGEBYRER	• 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet • 25 % hver gang du køber en vare på auktion

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
	• 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage • 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur • Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter • Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation • Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet • Et beløb for at modtage dit dekoderkort til satellit-tv
GEBYRER FOR EKSTRA SERVICE	• 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked • 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB • 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café
GEBYRER DER ER EN DEL AF PRODUKTPRISEN	• 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café
Legitime gebyrer	• 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut • 25 % hver gang du køber en vare på auktion • 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage • 400 kr. hver gang du skal have din el og varme genåbnet • 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked • 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet • 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso • 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB • Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation • 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur • 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset • 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme
Illegitime gebyrer	• 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet • Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter • Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet • Et beløb for at modtage dit dekoderkort til satellit-tv • Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen • 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café • 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet. • 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet • 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut
Illegitime på grund af høj pris (ikke sammenhæng med ydelse)	• 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen • 495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet.

3. Gebyrernes legitimitet

Kommentarer:

- Gebyrer illegitime når virksomheden i forvejen nyder godt af kunde-forholdet (såfremt det drejer sig om mindre services).
- Gebyrer er legitime når de er selvforskyldte (som ved misvedligeholdelse) samt når de er knyttet til specielle services eller pålagte omkostninger.

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

Egnede kategorier		Delvist egnet	Ikke egnede				
Stadier i kunde-forholdet	Virk-somhe-dens hensigt	Begrun-delser / argument	Forbrugs-situatio-ner	Bran-cher	Valg-barhed / frivillig-hed	Hvad udløser geby-ret?	Pris-sæt-ning
Vurderes som den bedste kategori-sering. Skaber overblik	Ruster forbru-geren til at for-holde sig til geby-ret	Bidrager lidt til for-ståelsen af gebyret, men er ikke den bedst egnede løsning	Bidrager ikke til over-sigt/over-skuelighed af gebyrer	Bidrager ikke til over-sigt/-over-skuelig-hed af gebyrer	Bidrager ikke til oversigt/over-skuelig-hed af gebyrer	Bidrager ikke til over-sigt/over-skuelig-hed af gebyrer	For teknisk

1. Profil

Kortsortering med:
Service assistent, 30 år

2. Sortering af kort og navngivning af kategorier

Navn på kategori	Kort inden for kategorien
Straffegebyrer/bøde	- Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet 300 kr. hver gang du ikke betaler dit tidsskriftabonnement rettidigt og regningen går til Inkasso 250 kr. hver gang du udebliver fra en aftale hos tandlægen 50kr. hver gang et flerturskort til Øresundsbroen ønskes refunderet Regnes for legitime da de er selvforskyldte
Flytte/oprettegebyrer	495 kr. hver gang du vil flytte dit abonnement til en ny adresse, f.eks. Internet. 160 kr. hver gang du flytter for flytteaflysning af el og varme 100 kr. hver gang du overfører penge til en konto i et udenlandsk pengeinstitut Regnes for legitime – men prisen kan være så høj at de bliver illegitime
Vante gebyrer	- Et beløb når du skal oprettes som medlem i et motionscenter 4 kr. hver gang du betaler med dit Visa kort i en restaurant 5 kr. hver gang du skal have almindeligt postevand serveret på en café 30 kr. hver gang du sætter dig ind i en taxa og starter en tur 2 kr. hver gang du køber en plasticpose i et supermarked 12 kr. hver gang du betaler et girokort på posthuset Regnes for legitime da de er hævdvundne (vante gebyrer)
Servicegebyrer	- Et beløb hver gang du indleverer en defekt vare til undersøgelse med henblik på reparation - Et beløb hver gang du vælger at få personlig betjening ved kassen 80 kr. hver gang du vil have undersøgt en sag, f.eks. hvis du ønsker at klage - Et beløb hver gang du får en regning tilsendt 25 % hver gang du køber en vare på auktion - Et beløb hver gang du skal have udspecificeret din regning Burde være en del af en samlet pris for produktet

Gebyrer der gør prisen uklar	• 150 kr. til dækning af brændstof, hver gang du køber en flybillet • Et beløb for at modtage dit dekoderkort til satellit-tv • Et beløb hver gang du ønsker at opsige en aftale, f.eks. telefonabonnement, motionscenter. • Et beløb til lufthavnen hver gang du bestiller en flybillet • 5 kr. hver gang du bestiller din biografbillet over Internettet • 20 kr. hver gang du bestiller en siddeplads hos DSB
	Illegitime

Andre sondringer/overvejelser:

3. Gebyrernes legitimitet

- Gebyrer illegitime når virksomheden i forvejen nyder godt af kundeforholdet (såfremt det drejer sig om mindre services).
- Gebyrer er legitime når de er selvforskyldte (som ved misvedligeholdelse) samt når de er knyttet til specielle services eller pålagte omkostninger.

4. Kommentarer til prædefinerede kategorier:

1. Stadier i kundeforholdet	Vurderes som den bedste kategorisering. Skaber overblik
2. Brancher	Skaber overblik over gebyrerne i de forskellige brancher – dog ikke så relevant som stadier i kundeforholdet
3. Forbrugssituationer	Den skaber et vis overblik – men det kan være lidt svært altid at bestemme hvilken forbrugssituation et gebyr hører hjemme i.
4. Virksomhedens hensigt	Skaber overblik over gebyrernes formål – men er ikke så god som stadier i kundeforholdet
5. Begrundelser / argument	Mudrer billedet
6. Valgbarhed / frivillighed	Kan være svært at skelne – opdeling er for ukonkret
7. Hvad udløser gebyret?	Ukonkret
8. Prissætning	Kompleks og uanvendelig opdeling der mudrer billedet

8.4 Ekspertinterviews

1. Interview med Henrik Juul Nielsen, Handelshøjskolen i København: Center for kreditret og kapitalmarkedsret

Henrik Juel Nielsen anvender en overordnet definition på gebyrer, der betinger, at disse er omkostninger for serviceydelser.

En hensigtsmæssig segmentering af gebyrer kan skabes ved at tage livscyklusen for en given ydelse og sætte fokus på de gebyrer, der opstår igennem produktets/ydelsens levetid. Herved åbenbares det, at der er tre forskellige typer gebyrer, som alle gebyrtyper kan kategoriseres efter:

- **Startgebyrer:** Gebyrer der knytter sig til opstart eller erhvervelse af et produkt og oftest ikke kan vælges fra.
- **Ændringsgebyrer:** Gebyrer der er betaling for løbende service eller ændringer af produkter eller kundeforhold (f.eks. flytning af telefonabonnement, etc.).
- **Afviklingsgebyrer:** Gebyrer der er betaling for omkostninger ved afvikling af et kundeforhold – f.eks. refusion af et togkort, gebyr for opsigelse/flytning af pensionsselskab etc.).

Disse tre kategorier kan rumme alle typer gebyrer. Her vil alt kunne komme ind under. Til gengæld giver en så grov kategorisering ikke overblik over, hvilke aktiviteter gebyrerne er betaling for. Gebyrerne inden for hver kategori kan selvfølgelig være meget forskellige, og flere kategorier kan måske være nyttige i.f.t. at vise forbrugeren, hvad gebyret præcist relaterer til. Man skal dog være forsigtige med ikke at have for mange kategorier.

Henrik Juel Nielsen har primært arbejdet med gebyrer inden for den finansielle sektor. Forbrugerrådet har aftale om gebyrer på sin hjemmeside, hvor der anvendes 50 undergrupper – det er for mange.

Brugen af modelfamilier er en grønthøster-metode. Kun de hyppigst forekommende gebyrer – det vil sige de, der udgør 90 % af alle oplevede gebyrer, bør indgå i en gebyroversigt. De sidste 10 % betyder, at gebyroversigten vokser med 5 sider – så har man intet opnået mht. at skabe klarhed over gebyrer hos forbrugerne.

Hvilke gebyrer er i orden, og hvilke er ikke?

Gebyrer der dækker omkostningerne ved den forbrugte tid er i orden. Biografgebyr på nettet er forkert, da det letter biografen for arbejde, men samtidig kræver de penge af forbrugeren. Annulleringsgebyrer er illegitime, for eksempel en bilforhandler der kan kræve 10.000 kr., hvis bilkøb fortrydes. Hverken servicelevering eller tidsforbrug svarer hertil, og varen kan nemt sælges videre. Der er disharmoni mellem pris og service.

Er der forskel på gebyrer ud fra et juridisk, markedsføringsmæssigt og forbrugermæssigt udgangspunkt? Hvilke skillelinier? Ja, hvornår er de rimelige og urimelige (dette afgør forbrugerlegitimitet). For eksempel er renter på 30 % juridisk legale, men er ikke legitimt i mange forbrugeres øjne. Det samme gælder høje stiftelsesgebyrer. Det handler om at omkostninger og gebyrstørrelser matcher hinanden.

Grænserne i forhold til legitimitet går tillige der, hvor et gebyr er konkurrenceforvridende – f.eks. ved uopsigelighed i 12 måneder hos nogle selskaber til trods for, at det ikke er byrdefyldt for selskabet at skifte/frigøre kunder.

2. Interview med Tina Morell Nielsen, Forbrugerklagenævnet.

Et gebyr er noget, der kommer oveni det produkt, kunden egentlig køber – enten for at kunne købe det eller som servicetillæg.

De gebyrer Forbrugerstyrelsen beskæftiger sig med, er primært de gebyrer, som forbrugerne reagerer på, fordi de finder dem urimelige eller uforståelige. Det gælder for eksempel:

- Undersøgelsesgebyrer (for undersøgelse af produkter med defekt, hvilket egentlig er betaling for en serviceydelse).
- Rykkergebyrer

- Betalingsgebyrer
- Gebyrer for tjenesteydelser.

En typisk forbruger vil herudover stifte bekendtskab med en lang række gebyrer fra både offentlige og privat side. Fra private firmaer vil det typisk være betalingsgebyrer, der har til formål at ændre adfærdsmønstre til betaling via PBS, rykkergebyrer, betalingsgebyrer, kortgebyrer (f.eks. bruger Viasat gebyr for dekoderkort) samt gebyrer for diverse tjenesteydelser som billetformidling, rejserelaterede gebyrer etc.

Forbrugerstyrelsen benytter ikke en opdeling af gebyrer i kategorier, men henviser til en gebyroversigt, der er udarbejdet af forbrugerrådet.

Hvilke gebyrer er legitime/illegitime?

Undersøgelsesgebyrer for defekte produkter opleves som illegitime. Begrundelsen for gebyret er uigennemsigtigt, og forbrugeren føler ikke at have fået noget for pengene. Det kan være svært at se rimeligheden i af at betale fejlfindingsgebyr for et nyt produkt.

Rykkergebyrer er lovlige, men opfattes ikke som legitime. Mange forbrugere anser høje rykkergebyrer som en måde, virksomhederne benytter til at kradse en masse ekstra penge ind. Med hensyn til rykkergebyrer er der lovgivet på området, hvilket skal sikre, at der er sammenhæng mellem de faktiske omkostninger, der forårsager gebyret og størrelsen på gebyret. Dette er ikke altid tilfældet.

Betalingsgebyrer er lovlige, men opfattes som illegitime – hvorfor betale for at kunne betale?

Gebyrer der klart er oplyst kunden på forhånd, må som regnes som legitime – men derfor kan de godt være uhensigtsmæssige. Nye gebyrer i et eksisterende kundeforhold opfattes som prisforhøjelser af bagvejen. Telebranchen er kendetegnet ved gebyrer, der har ringe legitimitet.

3. Interview med Tea Krogh Sørensen, Jyllands Posten (Århus)

Sondringer mellem gebyrer i artikelserie efteråret 2004:

- Privat >< Offentlig
- Frivillig >< Tvunget
- Afgift >< Ydelse

Havde en ambition om at foretage en kortlægning af gebyrområdet sammen med Forbrugerrådet, men da feltet synes for omfangsrigt og uoverskueligt måtte planerne droppes.

Opbyggede dog en modelfamilie til at illustrere forskellige bankers gebyrpolitik.

Beskæftigede sig endvidere med Forbrugerstyrelsens tolkninger af gebyrers lovlighed (kontaktperson: Søren Iversen). Specielt var der fokus på ulovlig prismærkning i forhold til flybilletter og koncertbilletter.

En kategorisering af gebyrer synes umuligt, da der efterhånden er tale om en uoverskuelig underskov af gebyrer i mange brancher.

Avisen har oplevet et ekstraordinært højt antal læserhenvendelser i forbindelse gebyrserien. Den generelle holdning er, at gebyrer burde inkluderes i prisen.

Forsøgt samarbejde med Konkurrencestyrelsen, men dette måtte også dropes, da området var for uoverskueligt til at foretage reelle sammenligninger.

Den største succes har været at skabe et fokus på pensionsselskabernes meget høje flyttegebyrer. På grund af megen offentlig bevågenhed er flyttegebyrerne nu blevet et konkurrenceparameter. Man har fra Jyllands Postens side forsøgt at skabe en lignende opmærksomhed omkring forskningsområdet.