

Forbrugerjura 2007

Indholdsfortegnelse

1. Ny lovgivning

Bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed

Skiltningsbekendtgørelsen

Bekendtgørelse om urimelig markedsføring i forbrugerforhold/bilagslisten – "sortlistede" forhold



2. Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1. God markedsføringsskik

2.1.1. Kontraktvilkår

2.2. Lovens § 2. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.3. Lovens § 3. Vildledning

2.4. Lovens § 4. Reklameidentifikation

2.5. Lovens § 5. Sammenlignende reklame

2.6. Lovens § 6. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere

2.7. Lovens § 8. Markedsføring rettet mod børn og unge

2.8. Lovens § 9. Salgsfremmende foranstaltninger

2.9. Lovens § 10. Rabatkuponer og -mærker

2.10. Lovens § 12. Garanti

2.11. Lovens § 13. Prisoplysninger

2.12. Lovens § 14. Kreditkøb

3. Betalingsmiddeloven

3.1. Principielle sager

4. Tobaksloven

4.1. Principielle sager

5. Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet

5.1. Husholdningsapparater og isenkram

Fortsat brug af et køleskab efter købet blev fortrudt

Salg af støvsuger på kredit til en urimelig høj pris

Meget varme paneler m.v. på komfur

Returnering af komfur købt på internettet

Plæneklipper manglede olie

5.2. Radio/tv mv.

Tilbud om ombytning med nyere model

Køb af fjernsyn via telefonen

Mp3-afspiller holdt op med at virke efter 18 måneder

5.3. Computere mv.

Et afhjælpningsforsøg ikke udført inden rimelig tid

Fjernsalg fortrudt før afsendelse af varen

En computer brød ned efter 16 måneder

Momsrefusion

Brud på strømstik til bærbar computer

Fortrydelsesret ved fjernsalg

Afhjælpning af fejl på computer

Computerdele beskadiget ved montering

Undersøgelsesgebyr

Forsendelsesomkostninger

Bærbar computer med knækket bundkort

Softwarefejl gjorde pc mangelfuld

5.4. Telefoner mv.

- Klaptelefon defekt
- Brugsanvisning til en mobiltelefon på cd-rom
- Køb af mobil for 1,- kr. + abonnement
- Fortolkning af returret
- BytMobil
- 10-årig dreng bestilte overtakserede tjenester
- Lovvalg
- Ridser afskar forbrugeren fra at fortryde køb af telefon
- 5.5. Anden elektronik
- 5.6. El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom
 - Markant højere vandforbrug efter montering af ny måler
 - Afregning af unormalt højt vandforbrug
- 5.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)
 - Jakke beskadiget ved rensning
 - Gavekort
 - Cowboybukser smittede af på sofa
- 5.8. Fodtøj
- 5.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)
 - Transport af vare ved ombytning
 - Fortrydelse af køb af persienner
 - Hævekrav for sofa med alcantarastof tabt ved passivitet
 - Hævekrav for tabt ved passivitet
 - Køb af individuelt tilpasset stol
 - Lædersofas dækfårve blev slidt af
- 5.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr
 - Køb af alu-cykel der rustede
 - Fugtskader og mug i barnevognskasse og på madras
 - Barnevognskasse sad løs og vippede
 - Barnevognens trykknapper blev ved med at gå i stykker
 - Fejl ved cykel skyldtes manglende efterspænding
- 5.11. Foto, ure, optik, smykker
 - Smykkeur tålte ikke almindelig brug
 - Europæisk garanti
 - Ring med porøs diamant købt på internetauktion
- 5.12. Motorkøretøjer
 - Tilfrosset krumtapudluftning medførte motorhavari
- 5.13. Transport og flytning
 - Uberettiget opkrævning af kontrolafgift
- 5.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.
 - Polterabendarrangement kunne fortrydes
- 5.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger
- 5.16. Øvrige sager
 - Opsigelse af fitnessabonnement der var tegnet i forlængelse af et 12 måneders abonnement
 - Prisstigning på fitnessabonnement
 - Utilstrækkelig mærkning af kaustisk soda
 - Forkert brug af kaustisk soda

6. Statistik Forbrugerjura 2007

- 6.1 Tal fra Forbrugerombudsmanden
 - 6.1.1 Statistik over oprettet sager 2003-2007
 - 6.1.2 Afsluttede sager 2003-2007
 - 6.1.3 Afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2003-2007
 - 6.1.4 Internationale tilsynsarbejde og trafiktal på forbrug.dk
 - 6.1.5 Forbrugerombudsmandens ressourcer 2003-2007
- 6.2 Tal fra Forbrugerklagenævnet
 - 6.2.1 Oprettede sager fordelt på sagsgrupper 2003-2007
 - 6.2.2 Sager afgjort i Forbrugerklagenævnet 2003-2007 (sekretariatet + nævnet)
 - 6.2.3 Efterlevelse af Forbrugerklagenævnets afgørelser 2003-2007
 - 6.2.4 Registreringer i Firmatjek 2007

Ved download af publikationen i HTML eller PDF, klik med højre museknap på linket og vælg "Gem destination som...". Vælg dernæst stedet på din computer, hvor du vil gemme filen.

PDF er et printvenligt format. For at læse og printe publikationen i dette format, skal du have en "PDF-læser" som f.eks. Adobe Reader eller Foxit Reader installeret på din computer. Disse programmer kan du hente gratis på producenterens hjemmeside.

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S
Tlf.: 3266 9000
E-mail: fs@fs.dk
Websted: www.forbrug.dk

1. Ny lovgivning

Bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed

Markedsføringsloven indeholder hjemmel for ministeren til at fastsætte nærmere regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed. I forbindelse med at den nye markedsføringslov træder i kraft, er der udstedt en ny bekendtgørelse, bekendtgørelse nr. 173 af 26. februar 2007.

Hovedindholdet i den nye bekendtgørelse er:

- Forbrugerombudsmandens tidligere prioriteringsadgang i § 1 fastholdes. Det præciseres dog i stk. 2, at Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang ikke gælder ved sager i henhold til forordningen om håndhævelsessamarbejde i EU, der etablerer et samarbejde mellem de nationale forbrugermyndigheder for at sikre overholdelsen af EU's forbrugerbeskyttelseslovgivning (CPC-forordningen, 2006/2004).
- Den tidligere § 2 i bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed om orientering af offentligheden fastholdes men præciseres, så det tydeligt fremgår, at Forbrugerombudsmanden skal orientere om sager, som er behandlet af Forbrugerombudsmanden, anklagemyndigheden og domstolene, og som er af almen interesse eller af betydning for forståelsen af markedsførings-lovens bestemmelser.
- Forbrugerombudsmandens adgang til at indtræde i civile sager fastholdes i § 3 men præciseres ved specifikt at nævne civilretlige forbrugerbeskyttelseslove. Endvidere indsættes et stk. 2, hvor Forbrugerombudsmandens adgang til at anlægge sager mod finansielle virksomheder indskrives.

Skiltningsbekendtgørelsen

Ved den nye markedsføringslovs ikrafttræden den 1. juli 2006 blev de hidtidige regler fra prismærkningsloven, herunder reglerne om prisoplysninger ved kreditkøb, overført til markedsføringsloven. På baggrund heraf blev der ved den såkaldte skiltningsbekendtgørelse, bekendtgørelse nr. 193 af 1. marts 2007, der er udstedt med hjemmel i markedsføringsloven, fastsat nye regler om information til forbrugere om priser på låne- og kredittilbud og valutakurser. Bekendtgørelsen trådte i kraft den 1. maj 2007.

Skiltningsbekendtgørelsen stiller krav om, hvad der skal oplyses ved låne- og kredit-tilbud, samt hvordan og i hvilke situationer de respektive oplysninger skal gives. Den stiller fx krav om, at den erhvervsdrivende for de låne- og kredittilbud, der er mest almindeligt forekommende, skal oplyse:

1. Den nominelle årlige rente
2. Højeste og laveste nominelle årlige rente ved udbud med forskellig rentesats

Særlige vilkår knyttet til lånet eller kreditten

3. Om renten er fast eller variabel
4. ÅOP (årlige omkostninger i procent)
5. Andre omkostninger forbundet med oprettelsen, som ikke er en del af ÅOP
6. For kontokort: ÅOP ved udnyttelsesgrader på 100 %, 50 % og 25 %.

I bilaget stiller bekendtgørelsen desuden faste krav til de forudsætninger, som udbyderne - afhængig af lånetype - skal basere deres oplysninger på. Formålet hermed er især at give forbrugerne mulighed for at foretage indbyrdes sammenligninger mellem de forskellige udbydere.

Bekendtgørelse om urimelig markedsføring i forbrugerforhold/bilaglisten – ”sortlistede” forhold

Direktivet om virksomheders urimelig handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (UCP-direktivet), er implementeret i dansk ret ved en ændring af markedsføringsloven (lov nr. 1547 af 20. december 2006). Til direktivet hører et bilag 1, som opregner en række konkrete markedsføringsmetoder, der altid betragtes som urimelige. Bilaget er implementeret ved bekendtgørelse nr. 1084 af 14. september 2007 med hjemmel i markedsføringsloven.

Direktivets bilag indeholder en ikke udtømmende liste over forskellige konkrete og meget specifikke forhold, som ifølge direktivet under alle omstændigheder skal betragtes som urimelige, og som derfor forbydes. At et forhold ikke optræder på listen, er altså ikke ensbetydende med, at det er tilladt. For så vidt angår forhold, der ikke optræder på listen, og isoleret set er tilladt efter denne, kan markedsføringen heraf imidlertid efter omstændighederne være vildledende, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1, eller i strid med generalklausulen i § 1, stk. 2.

Ifølge UCP-direktivet skal listen anvendes i samtlige medlemsstater og må kun ændres ved en revision af direktivet. Medlemsstaterne er derfor som udgangspunkt forpligtet til at anvende ordlyden i bilagslisten, hvorfor bestemmelserne fra listen i direktivet, er direkte gentaget i et bilag til bekendtgørelsen.

2. Markedsføringsloven

Forbrugerombudsmanden vil skabe et sagligt, troværdigt og effektivt tilsyn.

Et tilsyn som forbrugere og erhvervsdrivende kan have tillid til og respekt for. Det er Forbrugerombudsmandens vision, som er en vigtig del af Forbrugerombudsmandens nye strategi, der blev offentliggjort 2. marts 2007.

Strategien bygger på 5 mål, der alle udspringer af visionen. Forbrugerombudsmanden vil herefter søge at:

- Styrke dialogen og samarbejdet med forbrugerorganisationer, erhvervsdrivende og deres organisationer.
- Styrke håndhævelsen af markedsførings- og forbrugerbeskyttende regler.
- Gøre det lettere for erhvervsdrivende at få vurderet lovligheden af nye markedsføringstiltag.
- Beskytte forbrugerne mod ulovlig og uetisk markedsføring fra udenlandske virksomheder.
- Forebygge overtrædelser gennem informationsarbejde.

I tilknytning til strategien løftede Forbrugerombudsmanden sløret for, hvilke områder han ville prioritere i 2007. På denne liste var bl.a. de nye regler om salgsfremmende foranstaltninger, gebyrer og prisoplysninger. Han ville også have fokus på markedsføring over for børn og unge og internethandel. Endelig var betalingsmiddelområdet også et prioriteret område. (2007-1107/5-109)

Online skabelon til forhåndsbesked

Der er oprettet en online skabelon på Forbrugerombudsmandens hjemmeside www.forbrugerombudsmanden.dk, som giver de erhvervsdrivende og deres rådgivere mulighed for at få en hurtigere skriftlig tilkendegivelse fra Forbrugerombudsmanden om lovligheden af en påtænkt, konkret markedsføring. Der kan fx være tvivl om indholdet af annoncer, kampagner eller salgsfremstød.

Skabelonen er et centralt led i Forbrugerombudsmandens præventive arbejde for at undgå overtrædelser af markedsføringsloven. Det er ikke alene til gavn for de erhvervsdrivende, at de på forhånd har fået vurderet en konkret markedsføring som lovlig. Det gavner også forbrugerne, hvis en ulovlig markedsføring ikke sættes i værk, eller virksomhederne har fået styr på væsentlige forbrugerbeskyttelsesregler, som de har været i tvivl om.

De erhvervsdrivende kan normalt forvente et svar inden for 3 uger. Men hvis der er redegjort godt for problemstillingen, og hvis der endda fra den erhvervsdrivendes side er argumenteret for et forslag til en løsning, regner Forbrugerombudsmanden med at kunne give forhåndsbeskeden hurtigere.

De erhvervsdrivende skal opleve, at det er let at komme i kontakt med Forbrugerombudsmanden og hans medarbejdere, så de erhvervsdrivende vil også fortsat kunne ringe til Forbrugerombudsmanden og få en uformel drøftelse af et problem. (2007-1107/5-113)

2.1. Lovens § 1. God markedsføringsskik

Daglige husstandsomdelte gratisaviser, adresseløse forsender

Gratisaviserne skal helt ind ad brevsprækken eller helt ned i postkassen. De må ikke være smidt på dørmatten eller hænge ud af postkassen. Aviserne må heller ikke hænge i havelågen.

Omdelingen af adresseløse forsendelser, som udover de daglige husstandsomdelte gratisaviser kan være reklamer, lokalaviser, distriktsblade mv., skal ske i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens retningslinjer for omdeling af adresseløse forsendelser.

De daglige husstandsomdelte gratisaviser er ikke omfattet af ordlyden af retningslinjerne, men det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det vil være i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, stk. 1, hvis omdelingen af aviserne ikke foretages i overensstemmelse med disse. Gratisaviserne afgav tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om fremover at sikre sig, at aviserne afleveres ordentligt og til mindst mulig ulempe for modtageren. Det blev oplyst over for Forbrugerombudsmanden, at aviserne havde opbygget et kontrol- og opfølgningskorps, der vil følge op på især gentagelsesfejl.

Hen over året har Forbrugerombudsmanden i øvrigt modtaget flere henvendelser om mængden af reklamematerialer og de manglende muligheder for effektivt at blive fri for reklamerne og lokalaviser mv. Forbrugerne udtrykker også utilfredshed med omdelingen.

Forbrugerne har ikke efter lovgivningen en ret til at fravælge modtagelsen af adresseløse forsendelser. Der findes derfor kun frivillige ordninger på området, herunder først og fremmest Post Danmarks ordning "Ingen reklamer – tak" ("Nej tak til reklamer"). Efter det koncept er det alene op til afsenderen af reklamen at bestemme, om denne vil respektere ordningen "Ingen reklamer – tak".

Da Forbrugerombudsmandens således har fået opfattelsen af, at de frivillige ordninger ikke opleves som tilstrækkelige, og at levering af adresseløse forsendelser til husstande, som ikke ønsker dette, er et stort og voksende problem, har han rettet henvendelse til de ansvarlige ministre om en generel undersøgelse af adresseløse forsendelser. I 2008 har transportministeren meldt ud, at en sådan undersøgelse vil blive igangsat, og i forlængelse af den vil der blive set på behovet for en lovgivning, der giver forbrugerne en lovbestemt ret til at sige nej tak til reklamer.

Det er en politisk afgørelse, om der skal lovregulering på området. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er der behov for en lovregulering. En lovgivning vil også kunne give Forbrugerombudsmanden de nødvendige værktøjer, der kan hjælpe forbrugerne med at blive helt fri for reklamer mv. – dvs. en effektiv håndhævelse af, at et nej tak respekteres. Såvel økonomi- og erhvervsministeren, som transportministeren er orienteret om Forbrugerombudsmandens synspunkter. (2006-1169/5-286 og 2007-1107/5-125)

Ekstraopkrævninger uden aftalemæssigt grundlag

Viasat A/S indgik forlig med Forbrugerombudsmanden om tilbagebetaling af godt 11 millioner kr. til flere af selskabets kunder.

Sagen vedrørte Viasats stigninger på selskabets kortafgift i 2006. Selskabet distribuerer bl.a. via satellit tv-kanaler til forbrugere. Kortet er nødvendigt for, at forbrugerne kan modtage tv-kanalerne, og afgiften for kortet betales udover selve abonnementsprisen. Der er tale om en løbende afgift, der bl.a. dækker de omkostninger, som Viasat har til tv- distribution og programmering af satellitsystemer.

Kortafgiften blev forhøjet to gange i 2006, og i begge tilfælde blev stigningerne også opkrævet hos kunder, der allerede havde forudbetalt deres kortafgift for en periode. Det betød, at disse kunder fik en ekstraregning for den

samme periode som følge af Viasats beslutning om at hæve kortafgiften.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse valgte Viasat ensidigt at ændre en aftale, som de allerede havde indgået med en række af deres kunder, og selskabet havde således foretaget ekstraopkrævninger uden aftalemæssigt grundlag. Forbrugerombudsmanden påpegede over for Viasat, at sådanne opkrævninger efter hans opfattelse var i strid med markedsføringsloven, og meddelte selskabet, at man var klar til at rejse en retssag med krav om tilbagebetaling af de opkrævede penge. Viasat valgte herefter at indgå forlig og betale pengene tilbage til de berørte forbrugere.

Viasat havde under sagen meddelt Forbrugerombudsmanden, at selskabet ikke var enig i Forbrugerombudsmandens opfattelse. Viasat valgte dog at imødekomme Forbrugerombudsmandens krav.

Fakta om tilbagebetalingen:

- Tilbagebetalingen over for eksisterende kunder vil kunne ske ved modregning i forbindelse med en kommende opkrævning, dog senest ved udgangen af maj måned 2008.
- For de forbrugere, som ikke længere er kunde hos Viasat, vil beløbet blive tilbagebetalt inden 1. februar 2008.
- Kravet om tilbagebetaling gælder ikke for beløb er mindre end 25 kr. inkl. renter. (2006-11133/5-128)

Forskelsbehandling skal være sagligt begrundet – krav om ægthedsdokumentation

Det var i orden, at en indehaver af en online markedsplads pålagde en sælger at fremvise ægthedsdokumentation ved fremtidige salg på hjemmesiden.

Som udgangspunkt kan man selv vælge, hvem man vil indgå aftale med. Dermed kan man også stille krav til sine aftaleparter. Men hvis der stilles forskellige krav, forudsætter kravet om god markedsføringsskik, at der er en saglig begrundelse for forskelsbehandlingen.

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse fra en sælger, som blev afkrævet dokumentation for ægtheden af sine varer ved fremtidige salg på en online markedsplads.

Indehaveren af hjemmesiden oplyste til Forbrugerombudsmanden,

- at de havde fået flere henvendelser om, at sælgeren muligvis havde solgt kopivarer,
- at sælgeren på intet tidspunkt havde kunnet fremvise en kvittering fra en autoriseret forhandler, og
- at de havde fast praksis for at kræve fremtidig dokumentation fra sælgere, hvis varer der var opstået tvivl om.

Forbrugerombudsmanden fandt, at kravet om ægthedsdokumentation ved fremtidige salg på markedspladsen under disse omstændigheder var sagligt begrundet og kunne opretholdes. (2007-11104/5-231)

Fælles kampagne om fortrydelsesret ved e-handel

Der var fortsat mange e-handelsvirksomheder, der ikke overholdt reglerne for fortrydelsesret, viste en stikprøve, som Forbrugerombudsmanden foretog, hvor 247 hjemmesider blev gennemgået. 19% af de gennemgåede hjemmesider oplyste ikke om de 14 dages fortrydelsesret, som de havde pligt til, og 28% havde vilkår, der synes at indebære klare overtrædelser af forbrugeraftalelovens regler. Dette betød, at Forbrugerombudsmanden måtte skrive til mere end 150 internetbutikker, at deres hjemmeside ikke levede op til reglerne i forbrugeraftaleloven.

Hvis en forbruger for eksempel køber et par sko for 350 kroner inklusiv forsendelsesomkostninger på 50 kroner, så skal butikken betale alle 350 kroner tilbage, hvis forbrugeren fortryder – og ikke bare de 300 kroner, som skoene kostede. Men flere af de gennemgåede hjemmesider indeholdt netop vilkår om, at forsendelsesomkostningerne ikke blev returneret ved fortrydelse, eller at der ved brug af fortrydelsesretten blev opkrævet et gebyr.

Derfor gik brancheorganisationer, e-handelsfonden og Forbrugerombudsmanden sammen om en informationskampagne om fortrydelsesret ved e-handel. Kampagnen løb frem til den 1. maj 2007, og havde til formål at informere de erhvervsdrivende om, hvordan de overholder reglerne om fortrydelsesret. Dvs. hvordan de skulle oplyse om fortrydelsesretten, og hvilke betingelser de kunne stille ved udnyttelse af fortrydelsesretten.

Sideløbende med kampagnen åbnede Forbrugerombudsmanden postkassen fortryd@fs.dk, hvor forbrugerne kunne tippe institutionen om internetbutikker, de var stødt på, og som glemte at oplyse om fortrydelsesretten.

Internetbutikkerne fik frist til den 1. maj 2007 til at gennemgå og justere hjemmesiderne og blev gjort

opmærksom på, at de risikerede retsforfølgning, hvis deres hjemmesider efter denne dato ikke overholdt reglerne.

Efter kampagnens udløb tjekkede Forbrugerombudsmanden igen de butikker, han havde fået kendskab til, ikke overholdt reglerne.

Langt de fleste internetbutikker rettede hjemmesiderne, og Forbrugerombudsmanden var godt tilfreds med kampagnens foreløbige resultat. Der blev ryddet op på rigtig mange hjemmesider, og der blev med kampagnen sat fokus på reglerne om fortrydelsesret.

Ved fristens udløb var der dog fortsat internetbutikker, der ikke overholdt reglerne. Forbrugerombudsmanden har anmeldt 10 internetbutikker til politiet, fordi de enten slet ikke havde oplyst om fortrydelsesret, eller fordi de havde givet klart forkerte oplysninger om fortrydelsesret på deres hjemmeside.

Herudover har Forbrugerombudsmanden udstedt påbud til fem internetbutikker, som havde ulovlige vilkår om fortrydelsesret. Hjemmesiderne indeholdt blandt andet ulovlige vilkår om, at

- specialfremstillede varer ikke kunne fortrydes,
- omkostninger til levering ikke blev tilbagebetalt ved fortrydelse,
- forbrugeren havde risikoen for alle skader på returnerede varer.

Sådanne vilkår er klart i strid med forbrugeraftaleloven og dermed også i strid med god markedsføringsetik. Da det ikke ved forhandling var muligt at få netbutikkerne til at ændre vilkårene, fandt Forbrugerombudsmanden det nødvendigt at udstede påbud.

De fem internetbutikker fulgte alle Forbrugerombudsmandens påbud om at slette eller ændre de ulovlige vilkår og undgik dermed at blive stævnet. Det var første gang, Forbrugerombudsmanden udstedte påbud efter markedsføringslovens § 27, stk. 2, men fremover vil Forbrugerombudsmanden i langt højere grad bruge denne mulighed. (2007-11031/5-9 m.fl.)

Principielt spørgsmål om fortrydelsesret ved handel på internetauktioner

Forbrugerombudsmanden har stævnet QXL Ricardo Danmark A/S (QXL) for at få retten til at afklare spørgsmålet om fortrydelsesret på internetauktionen www.qxl.dk. Forbrugerombudsmanden mener, at kunderne på www.qxl.dk har ret til at fortryde deres køb efter forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret. Det mener QXL ikke.

Sagen vedrører et principielt spørgsmål om, hvorvidt forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret også gælder, når en privat sælger benytter et internetauktionshus til at sælge en vare eller tjenesteydelse til en privat køber.

Forbrugerombudsmanden mener, at QXL er erhvervsdrivende formidler ved salg på internetauktionen, og at forbrugerne derfor har ret til at fortryde et køb efter reglerne i forbrugeraftaleloven.

Forbrugerombudsmanden mener desuden, at QXL er forpligtet til at oplyse forbrugerne om deres ret til at fortryde deres køb efter forbrugeraftalelovens regler om oplysningspligt. Også dette spørgsmål vil han have retten til at afgøre.

Forbrugerombudsmanden gennemførte i 2005 et projekt, som havde til formål at gennemgå og vurdere handelsvilkårene på et antal større danske internetauktioner. Gennemgangen blev foretaget i november/december 2005 og omfattede det materiale, der var tilgængeligt på de pågældende virksomheders hjemmesider.

Gennemgangen af hjemmesiderne omfattede bl.a. en vurdering af, i hvilket omfang der blev givet tilstrækkelige oplysninger om fortrydelsesret efter forbrugeraftaleloven.

Forbrugerombudsmanden meddelte QXL, at selskabet efter Forbrugerombudsmandens opfattelse som erhvervsdrivende formidler var forpligtet til at give oplysninger omkring fortrydelsesret efter forbrugeraftaleloven.

Selskabet oplyste Forbrugerombudsmanden om, at selskabet ikke mente, at betingelserne for at være omfattet af reglerne i forbrugeraftaleloven var opfyldt. Det er således selskabets opfattelse, at reglerne om fortrydelsesret ikke finder anvendelse ved handel på internetauktionen, og at selskabet dermed ikke er forpligtet til at give oplysninger omkring fortrydelsesret.

Da selskabet har fastholdt dette synspunkt, har Forbrugerombudsmanden valgt at indgive stævning mod selskabet med henblik på en retlig afklaring af spørgsmålet. (2007-11104/5-234)

Anvendelse af fast indbytningspris

Forbrugerombudsmanden har over for et teleselskab tilkendegivet, at brug af konceptet "byt-til-nyt", hvor forbrugeren opnår en rabat ved indlevering af sin brugte telefon, kan være i overensstemmelse med markedsføringsloven.

Det har hidtil været Forbrugerombudsmandens holdning, at det generelt ikke var lovligt at anvende de såkaldte faste indbytningspriser ("byt-til-nyt"), hvor man ved køb af en ny vare fik en på forhånd fastsat rabat ved indlevering af en tilsvarende brugt vare.

I lyset af den liberalisering, som særligt ophævelsen af forbuddet mod tilgift og vedtagelsen af markedsføringslovens § 9 om salgsfremmende foranstaltninger i den nye markedsføringslov er udtryk for, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der er grundlag for at revidere den hidtidige praksis omkring anvendelse af faste indbytningspriser.

Det er på denne baggrund Forbrugerombudsmandens vurdering, at anvendelse af faste indbytningspriser ikke i sig selv er i strid med markedsføringslovens regler, hvis markedsføringen opfylder følgende kriterier:

1. Der skal foretages en reel værdifastsættelse af den brugte vare, der indleveres.
2. Værdifastsættelsen af den brugte vare skal svare til den brugte vares markedspris på indleveringstidspunktet.
3. Kriterierne, der lægges til grund for værdifastsættelsen, skal være gennemskuelige for forbrugeren og fremgå klart og tydeligt af markedsføringen af konceptet.

Det er fortsat Forbrugerombudsmandens opfattelse, at markedsføringstiltag, der indeholder anvendelse af faste indbytningspriser kan være i strid med god markedsføringsskik, hvis markedsføringen konkret er prisslørende. (J.nr. 2007-1120/5-704)

"Byt til nyt" slørede priserne på mobiltelefoner

Kom med din gamle mobiltelefon, og spar penge når du køber en ny. Konceptet "byt-til-nyt" er ikke ulovligt, men prisen for den ny mobil skal oplyses rigtigt. Det indskærpede Forbrugerombudsmanden over for debitel Danmark A/S, Telekæden Randers A/S og DanTalk A/S.

Forbrugerombudsmanden åbnede i foråret 2007 op for konceptet "byt-til-nyt" på mobilområdet, hvor forbrugeren ved at aflevere sin gamle telefon, får rabat på en ny. Betingelserne for lovligt at anvende dette koncept er bl.a., at rabatten skal svare til det, den gamle telefon reelt er værd, og at prisen på den nye telefon ikke må sløres.

Ved salg af mobiltelefoner skal totalprisen i bindingsperioden oplyses. "Byt-til-nyt" betyder, at den gamle mobiltelefon kan bruges som delvis betaling for den nye. Bytteprisen må derfor ikke fratrækkes i totalprisen.

De tre selskaber havde markedsført mobiltelefoner, hvor bytteprisen var fratrasket, så totalprisen virkede lavere, end den reelt var.

Regnestykket kunne for eksempel se sådan ud:

Telefon	kr.	1,00
Oprettelse	kr.	99,00
Abonnement i 6 mdr.	kr.	1.099,00
Totalpris	kr.	1.199,00
- Byttepris for gammel mobil	kr.	400,00
Markedsført totalpris	kr.	799,00

En sådan opstilling var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med markedsføringsloven, idet telefonens reelle pris ikke var 799 kroner, men 1.199 kroner. Det var denne reelle pris, som skulle have været markedsført.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor over for selskaberne, at de skulle give korrekte prisoplysninger, når de anvendte konceptet "byt-til-nyt". Selskaberne oplyste, at de fremover ville indrette deres markedsføring i overensstemmelse med markedsføringsloven. (2007-1120/5-759, 2007-1120/5-767, 2007-1120/5-768, 2007-1120/5-782)

Stikprøvekontrol som opfølgning på tilsagn

En række større teleselskaber afleverede en kvartalsrapport om lovligheden af sms-tjenester. Rapporten viste, at manglende information om fortrydelsesret, fakturering og kontaktoplysninger var et ofte forekommende problem. Ny bodsordning fra teleselskaberne skal dæmme op for både mindre og grovere forseelser.

Rapporten er en opfølgning på det tilsagn, som teleselskaberne TDC, Telia, Sonofon, Tele2 og 3 afgav over for

Forbrugerombudsmanden i december 2006.

I aftalen forpligter teleselskaberne sig til at oprette en uafhængig enhed, der løbende foretager stikprøvekontroller af, om udbyderne overholder bl.a. markedsføringsloven og teleselskabernes rammeaftale. Teleselskaberne skal navnlig sikre sig, at tjenester med erotisk indhold ikke er tilgængelige for børn og unge.

Det fremgik af kvartalsrapporten, at i alt 183 fejl blev fundet som følge af stikprøvekontrollen. De ca. 85 procent af fejlene drejede sig om:

- manglende oplysninger om betaling over mobilregningen eller taletidskortet
- udbyderens navn og adresse
- fortrydelsesret

De fleste fejl og mangler blev af udbyderne rettet indenfor den fastsatte tidsfrist.

Erotiske indholdstjenester stod for ca. 5 procent af overtrædelserne. Udbyderne af disse tjenester har i de fleste tilfælde modtaget en advarsel. I gentagelsestilfælde kan tjenesten lukkes i 30 dage.

Teleselskaberne tog herefter konsekvensen af de mange overtrædelser med indholdstakserede sms'er. Fremover vil fejl og mangler koste udbyderne 1500 kroner uanset overtrædelsens størrelse eller karakter. Ved at indføre denne bodsordning håber teleselskaberne at komme de mange mindre overtrædelser til livs. Grovere overtrædelser kan som i dag sanktioneres med lukning af tjenesten i en tidsbestemt periode. (2007-1100/5-935)

Udlevering af kasseboner af dårlig kvalitet kan være i strid med god markedsføringsskik

Når en kunde vil klage over kaffemaskinen, der er brændt sammen, kan der være en risiko for, at bonen – beviset for købet – allerede er stået af. Falmede og ødelagte boner kan skyldes forkert håndtering. Men det kan lige så godt være forretningens ansvar, fordi kvaliteten af blæk og papir er utilstrækkelig. Og så gør selv korrekt opbevaring ikke den store forskel.

Forbrugerombudsmanden og Dansk Erhverv kom med en række gode råd, der skal hjælpe erhvervslivet med at løse problemet, så forbrugerne kan dokumentere deres lovbestemte rettigheder.

Du har købt en vinterfrakke, men inden der er gået to år, er den gået op i alle syningerne. Du vil klage til forretningen, så de kan reparere den for dig, give dig pengene tilbage eller give dig en ny. Du har gemt kvitteringen, men blækket er forsvundet. Al dokumentation er væk: pris, dato, butikens navn er falmet bort.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at det kan være i strid med god markedsføringsskik, hvis forretningerne udleverer kasseboner af så dårlig en kvalitet at skriften – selv ved normal og forsvarlig opbevaring – forsvinder allerede inden reklamlationsfristen på de to år er udløbet.

Derfor kom Dansk Erhverv med en række anbefalinger til, hvordan butikkerne kunne løse det problem. Anbefalingerne var lavet i samarbejde med Forbrugerombudsmanden.

Men Forbrugerombudsmanden gør opmærksom på, at hvis en forbruger alligevel oplever, at bonen er falmet til ubrugelighed, så kan købet ofte dokumenteres på anden vis – for eksempel med en bankudskrift af dankorttransaktionerne.

Det er selvfølgelig ikke tilfredsstillende, at forbrugerne kan komme til at stå i den situation, at de ikke kan dokumentere deres køb i forretningen. Forbrugerombudsmanden vil løbende vurdere effekten af de anbefalinger, der er udarbejdet sammen med Dansk Erhverv. Hvis det viser sig, at der er behov for flere tiltag, vil Forbrugerombudsmanden tage stilling til dette.

Hvis forbrugerne vil være på den sikre side, kan de bede forretningen om en håndskreven kvittering eller tage en fotokopi af bonen, da de holder bedre. Mange boner tager desuden skade af at ligge i en plastlomme eller klemmt ned i en pengepung. De har bedst af at ligge tørt og mørkt – for eksempel i en skuffe eller mappe. (2003-1161/5-4)

2.1.1. Kontraktvilkår

Opkrævning af ikke-refunderbart depositum

En erhvervsdrivende kontaktede Forbrugerombudsmanden i forbindelse med implementeringen af en søge- og bookemaskine til booking af hostels på deres hjemmeside.

I forbindelse med forbrugerens booking hos de enkelte hostels ville der blive opkrævet et ikke-refunderbart

depositum. Den erhvervsdrivende ønskede i den forbindelse oplyst, om opkrævningen af et ikke-refunderbart beløb ville være i overensstemmelse med dansk lov.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret ikke gælder ved aftaler om indkvartering mv., hvis det fremgår af aftalen, hvilken dag eller inden for hvilken bestemt periode den pågældende tjenesteydelse skal udføres. Det ville derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke være i strid med forbrugeraftaleloven, at der i forbindelse med booking af hostels opkræves et ikke-refunderbart depositum.

Forbrugerombudsmanden anførte dog, at selvom det ikke vil være i strid med forbrugeraftaleloven at opkræve et ikke-refunderbart depositum ved booking af overnatninger til bestemte datoer eller inden for en bestemt periode, vil et sådant vilkår ikke desto mindre på baggrund af en konkret vurdering kunne blive vurderet som værende et urimeligt aftalevilkår og dermed i strid med markedsføringslovens § 1. I vurderingen af, om der var tale om et urimeligt aftalevilkår, ville der bl.a. blive lagt vægt på størrelsen af depositummet, og om det eventuelt var muligt for forbrugeren at få hele eller dele af depositummet tilbage, såfremt der fx skete afbestilling i god tid inden afviklingen af opholdet.

Forbrugerombudsmandens anførte endvidere, at den erhvervsdrivende skulle være opmærksom på pakkerejseloven, såfremt den erhvervsdrivende udbød pakkerejser, og ikke blot hostel-overnatninger. Efter pakkerejselovens § 9, stk. 1, kan en kunde som udgangspunkt afbestille en pakkerejse. Afbestiller kunden pakkerejsen, kan arrangøren alene kræve et passende vederlag, der er fastsat under hensyntagen til tidspunktet for afbestillingen og pakkerejsens karakter. (2007-1100/5-1005)

Anvendelse af erklæring om at en vare var korrekt demonstreret og fejlfri var i strid med § 1

BabySams butikker i Århus, Tilst/Århus, Vejle og Kolding stoppede efter en henvendelse fra Forbrugerombudsmanden sin tidligere praksis, hvorefter kunderne blev bedt om at skrive under på, at den vare, de ønskede at købe, var korrekt demonstreret og fejlfri.

Forbrugerombudsmanden blev på baggrund af en artikel i Jyllands-Posten den 30. maj 2007 opmærksom på, at kunderne i BabySams butikker i Århus og Vejle blev bedt om at skrive under på den omstridte erklæring.

Forbrugerombudsmanden rettede på den baggrund henvendelse til BabySams hovedkontor og meddelte, at den beskrevne fremgangsmåde efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, idet forbrugerne kunne få det fejlagtige indtryk, at de ved at skrive under havde afskrevet sig de klagemuligheder, som de er sikret ifølge købeloven.

BabySams hovedkontor meddelte efterfølgende, at der ikke var tale om en generel politik, som var dikteret fra hovedkontorets side, men at det alene var en fremgangsmåde, der blev anvendt i fire selvstændige butikker i BabySam-kæden. BabySam oplyste endvidere, at indehaveren af de pågældende butikker i Århus, Tilst/Århus, Vejle og Kolding havde meddelt, at butikkerne nu havde ændret praksis, og at forbrugerne således ikke længere blev bedt om at skrive under på, at den vare, de ønskede at købe, var korrekt demonstreret og fejlfri. (2007-11109/5-258)

Uklare kontraktvilkår – Forbrugerombudsmanden indgik forlig i sag om fibernet

To energiselskaber fusionerede og blev til firmaet SYD ENERGI.

I den forbindelse ønskede firmaet en harmonisering af priserne på etableringsafgift.

Prisen var tidligere afhængig af, om man boede inden for eller uden for et dækningsområde. Man betalte mere, hvis man lå uden for dækningsområdet.

Efter sammenlægningen var flere kunder kommet inden for dækningsområdet, og der var kun en lille gruppe tilbage, som stadig lå udenfor.

Det nye energiselskabet ønskede at formidle til de kunder, der tidligere faldt uden for dækningsområdet og således før skulle betale den høje afgift, at de efter fusionen var kommet inden for dækningsområdet og derfor skulle betale den lave afgift. Ideen var således, at alle kunder inden for firmaets dækningsområde for eftertiden skulle betale 1.250 kr. i etableringsafgift. Kunder, der boede uden for dækningsområdet, skulle betale 3.950 kr.

Firmaet sendte et enslydende brev til alle kunder – både kunder inden og uden for dækningsområdet. Flere af de kunder, som modtog brevet, betalte allerede den lave etableringsafgift.

Nogle kunder fik på baggrund af brevet den opfattelse, at etableringsafgiften nu var gratis, da brevet havde et indhold, som fejlagtigt kunne forstås som om, at man kunne blive tilsluttet uden betaling. Disse kunder blev derfor

overraskede, da de modtog en opkrævning fra firmaet og klagede til Forbrugerombudsmanden.

SYD ENERGI valgte efter forhandlinger med Forbrugerombudsmanden at acceptere et forlig om, at alle kunder inden for området, der havde modtaget det omtalte brev og havde indgået aftale med SYD ENERGI om tilslutning kun skulle betale kr. 625,00 i etableringsafgift. Det samme ville gælde for dem, der senest 14 dage efter modtagelse af en orienteringsskrivelse om forliget valgte at indgå aftale. (2006-11133/5-124)

Et flyselskabs ensidige ændring af gebyrregler, negativ aftalebinding og uklare betingelser for brug af gavekort

Forbrugerombudsmanden har arbejdet sammen med Sterling Airlines om at få "ryddet op" i en række sager om vildledende markedsføring, uberettiget ændring af bagageregler og upræcise betingelser for brug af rejsegavekort.

Ændring af bagageregler

Den 3. januar 2007 meddelte Sterling, at de af miljømæssige årsager ville indføre et gebyr for bagagemængder mellem 15 kg og 20 kg. Hensigten var at forsøge at få folk til at begrænse deres bagage. Ændringen af reglerne trådte i kraft den 18. januar 2007 og gjaldt alle passagerer uafhængigt af, hvornår reservationen af billetterne var blevet foretaget, og hvilke bagageregler der var gældende på købstidspunktet.

Forbrugerombudsmanden modtog en række klager herover og rettede på den baggrund henvendelse til Sterling. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse havde Sterling ikke det fornødne aftalemæssige grundlag for at lade de ændrede bagageregler gælde for passagerer, der havde bestilt deres billetter inden ændringen i bagagereglerne.

Sterling meddelte Forbrugerombudsmanden, at de ville tillade alle passagerer, der havde foretaget reservation før den 4. januar 2007 til rejser efter den 18. januar 2007, at medbringe 20 kg bagage, uden at de ville blive afkrævet overvægts-betaling herfor. Samtidig sendte Sterling e-mails ud til samtlige passagerer, som måtte være blevet opkrævet betaling for ekstra bagage på mellem 15 og 20 kg, om at de kunne indsende krav til Sterling om tilbagebetaling mod behørig dokumentation. Kravene skulle indsendes til Sterling inden den 1. september 2007.

Ophør med brug af negativ aftalebinding

Når man tidligere gennemførte en bestilling af rejser på Sterlings hjemmeside, var der på forhånd foretaget tilvalg af forskellige tillægsydelser til selve flyrejsen. Forbrugeren skulle således selv aktivt fravælge disse tillægsydelser.

Forbrugerombudsmanden meddelte Sterling, at en sådan "negativ aftalebinding" efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var i strid med god markedsføringsskik.

Sterling oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at selskabet havde ændret denne fremgangsmåde, og at den ikke ville blive genindført.

Præcisering af reglerne for brug af rejsegavekort

Forbrugerombudsmanden blev på baggrund af en række borgerhenvendelser opmærksom på, at der gjaldt forskellige begrænsninger i brugen af Sterlings rejsegavekort. Disse begrænsninger fremgik imidlertid ikke tilstrækkelig klart af de betingelser for brugen af rejsegavekortet, som var anført på Sterlings hjemmeside. Det fremgik fx ikke klart af betingelserne, at rejsegavekortene ikke kunne bruges til kombineret booking af fly og hotel.

Sterling har på baggrund af samtalerne med Forbrugerombudsmanden foretaget en række præciseringer i de oplyste betingelser for rejsegavekortene, således at der klart oplyses om begrænsningerne i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens anbefalinger. (2006-1110/5-385)

Påtrængende markedsføringsforanstaltning

Ingen sager.

Diskriminerende markedsføring

Ingen sager.

Inkasso

Ingen sager.

Negativ aftalebinding

Tilslutning til antenne-/kabel-tv (tv-programpakker) – negativ aftalebinding

Forbrugerombudsmanden påtalte over for Telia Stofa, at selskabet i forbindelse med markedsføring af tv-programpakker over for et boligselskab anvendte negativ aftalebinding. Dette indebærer, at såfremt den enkelte lejer ikke selv aktivt framelde sig en tilbudt tv-programpakke, var lejerens forpligtet til at betale for den dyreste pakke. En sådan kontraktpraksis er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden præciserede ligeledes, at såfremt der ikke forelå en udtrykkelig aftale med den enkelte lejer/beboer om betaling af gebyr, kunne der ikke opkræves gebyr af lejerne, hvis de ikke ønskede at tilslutte sig en tv-programpakke.

Telia Stofa havde meddelt lejerne i boligselskabet, at der (med boligselskabet) var indgået aftale om, at alle lejligheder skulle have en tv-tilslutning med minimum tv-programpakke 1 (den mindste). Samtidig var udleveret et "pakkevalgskort", og det var meddelt lejerne, at hvis pakkevalgskortet ikke blev returneret, ville det blive betragtet som om, at beboeren ønskede pakke 3 (den største). Såfremt beboeren ikke ønskede Stofa-tv, skulle der betales et gebyr for at holde stikket lukket.

Telia Stofa beklagede, at man ikke i første omgang havde tilbudt lejerens lille tv-programpakke og meddelte, at man ville tage kontakt til boligselskabets beboere for at få ordnet eventuelle misforståelser. Lejere ville heller ikke blive opkrævet gebyr, hvis de ikke ønskede tilvalg af Telia Stofas tv-programpakker.

For så vidt angik selskabets generelle markedsføring af tv-programpakker, præciserede Forbrugerombudsmanden, at brug af negativ aftalebinding ved lejeres tilslutning til tv-programpakker i aftaler, som måtte blive indgået mellem Telia Stofa og boligselskaber eller boligforeninger om tilslutning til selskabets produktpakker, måtte anses for at være i strid med god markedsføringsskik, medmindre der forelå en lovlig beslutning eller aftale om tilslutning mellem boligselskabet/boligforeningen og lejerne. En vurdering af aftaleforholdet mellem boligselskab og lejere er dog ikke reguleret af markedsføringsloven. (2006-1110/5-404)

Alkohol

Markedsføring af alkoholholdige drikkevarer på internettet

Kombinationen af ølreklamer og internettet som medie kan være problematisk. Det måtte ølproducenten Carlsberg sande, da de ved et uheld kom til at eksponere børn og unge for en ølreklame.

En alkoholreklame, der er målrettet børn og unge, vil som udgangspunkt være en overtrædelse af markedsføringslovens § 1, jf. § 8, stk. 1. Den vil også være i strid med ["Regelsæt for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer"](#).

Men på internettet kan brugerne være, hvem de vil. En pige, der i den virkelige verden er 12 år, kan sagtens give sig ud for at være godt op i tyverne. Det gør det svært for eksempelvis ølproducenter at forhindre hende i at blive eksponeret for deres alkoholreklamer på nettet.

Forbrugerombudsmanden understregede derfor over for Carlsberg og Microsoft, at virksomhederne måtte være varsomme med markedsføring af alkoholholdige drikkevarer på internettet, der fylder meget i de unges hverdag. Virksomhederne kan ikke være sikre på, at unge, der på en hjemmeside siger ja til, at de er over 18 år, også er det.

Samtidigt kan reklamefilm på nettet downloades og videresendes uden, at producenterne har styr på, hvem der bliver eksponeret for den, og det er ikke efterfølgende muligt at stoppe den, på samme måde som Carlsberg kunne fjerne reklamen på Messenger. Derfor er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne form for reklame ikke er egnet til reklamering for alkohol.

Sagen startede, da dagbladet Politiken skrev om, at ølreklamen kunne nå ud til 500.000 børn og unge under 18 år.

Carlsberg, der stod bag Tuborgreklamen, og Microsoft, der stod for den tekniske del af reklamen, fjernede straks reklamen. Samtidig bad Forbrugerombudsmanden Carlsberg og Microsoft om en redegørelse for det skete.

Det fremgik af redegørelserne, at det var en intern fejl i opsætningen på Messenger, der var skyld i, at ølreklamen kunne ses og installeres af unge under 18 år.

Forbrugerombudsmanden meddelte Carlsberg og Microsoft, at Forbrugerombudsmanden efter omstændighederne ikke foretog videre i sagen bl.a. på baggrund af,

- at reklamen ikke var tilsigtet at være målrettet børn og unge,
- at der var tale om en teknisk fejl,
- at annonceringen blev stoppet, da fejlen blev opdaget,
- at Carlsberg og Microsoft erklærede, at virksomhederne ønskede at overholde de særlige regler, gældende for markedsføring over for børn og unge, og
- at sagen betød, at begge virksomheder gennemgik den interne procedure for at sikre, at noget tilsvarende ikke skete igen. (2007-11130/5-104)

Børn og unge

Ingen sager.

Samfundsmæssige hensyn

Ingen sager.

Forbrugerombudsmandens internationale arbejde

De Nordiske forbrugerombudsmænd i front for forbrugerbeskyttelsen

Forbrugerombudsmændene i de nordiske lande vil sætte større fokus på det indbyrdes samarbejde. Der er planlagt en række fælles indsatsområder for de kommende år, der skal dæmme op for ulovlig grænseoverskridende markedsføring på de nordiske markeder.

De nordiske forbrugerombudsmænd i Sverige, Norge, Danmark, Finland og Island har i de sidste 15 år arbejdet sammen om at komme de urimelige markedsføringsmetoder, der florerer i Norden, til livs.

Samarbejdet har bl.a. tidligere taget form af fælles retningslinjer til erhvervslivet om fx markedsføring af flybilletter.

I dag er samarbejdet mere aktuelt end nogensinde. Med nethandelens stigende popularitet og andel af markedet er grænseoverskridende handel og markedsføring steget markant.

I september 2007 ved et møde i Karlstad i Sverige vedtog forbrugerombudsmændene en fælles strategi for samarbejdets karakter og fælles initiativer for 2008.

Det blev bl.a. besluttet, at se nærmere på nethandel. Et projekt vil inden længe blive sat i værk med deltagelse fra flere af de nordiske myndigheder.

Andre områder med stor prioritet i det kommende nordiske samarbejde er den stigende brug af miljø- og etikudsagn i markedsføringsøjemed, elektronisk kommunikation, og finansielle tjenester som fx markedsføring af hurtige SMS-lån.

Andet

Høring over IT- og Telestyrelsens strategiske eftersyn af telereguleringen

Forbrugerombudsmanden fik i juni 2007 "Rapport om strategisk eftersyn af telereguleringen" fra IT- og Telestyrelsen i høring. Rapporten havde til formål at undersøge, om der var behov for forbedringer af de overordnede rammebetingelser på teleområdet, herunder at undersøge, om det nuværende lovgrundlag skulle justeres i forhold til den teknologiske udvikling.

I sit høringssvar støttede Forbrugerombudsmanden ønsket om øget dialog og større gennemsigtighed i den gældende regulering af teleydelser.

Forbrugerombudsmanden tog dog forbehold over for visse punkter i rapporten, bl.a. en forlængelse af den maksimale bindingsperiode for forbrugerne og en ændring eller ophævelse af 75-kroners reglen i forbrugeraftaleloven. Forbrugerombudsmanden svarede, at han generelt var skeptisk over for en større binding af forbrugerne, og at længden af bindingsperioden var et centralt forbrugerspørgsmål, som skulle vurderes i en bredere sammenhæng.

I høringssvaret stillede Forbrugerombudsmanden sig også kritisk over for at ophæve grundlæggende forbrugerbeskyttende regler, og at lade brancheaftaler erstatte egentlig lovgivning. (2006-1100/5-719)

Forbrugerombudsmanden betænkelig ved en ophævelse af forbrugerbeskyttende regler på teleområdet

Forbrugerbeskyttende regler, der tjener en reel funktion, bør ikke ophæves eller erstattes af branchens egne regler. Der bør i stedet fokuseres på regler, som kan sikre forbrugeren mod et muligt misbrug og en uventet høj regning. Dette fremgår af et høringssvar, Forbrugerombudsmanden har afgivet til IT- og Telestyrelsen.

Forbrugerombudsmanden afgav høringssvar til IT- og Telestyrelsen analyse "Bedst for brugerne". Formålet med analysen var at undersøge, hvilke barrierer der er for, at der i Danmark kan tilbydes de bedste kommunikationsydelser. Analysen skal bl.a. vurdere, hvorvidt der er behov for at ændre eller ophæve bestemmelser, der regulerer regler for udbud af mobiltelefoner.

Forbrugerombudsmanden så generelt positivt på muligheden for at regulere et område via branchens egne aftaler. Forbrugerombudsmanden anførte dog i sit svar, at man skal være varsom med at ophæve gode og velbegrundede forbrugerbeskyttende regler, der tjener en vigtig funktion. Dette skyldes bl.a., at det er Forbrugerombudsmandens generelle erfaring, at det i modsætning til egentlige lovregler ofte kniber med at få de erhvervsdrivende til at overholde egne brancheaftaler.

Mobiltelefoner kan i dag fx benyttes til at købe tjenester, hvorefter mobiltelefonen i praksis kommer til at fungere som et kreditkort. Der er derfor behov for at have skærpet opmærksomhed på regler med funktioner, som kan sikre forbrugeren mod et muligt misbrug og en uventet høj regning. Dette gælder i særdeleshed over for børn, hvor det er vigtigt, at forældrene har en nem og sikker mulighed for at sikre og kontrollere børnenes forbrug.

Som eksempel bør der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse stadig være lovkrav om, at teleselskaberne tilbyder, at forbrugerne kan få indsat en saldokontrol til at forhindre utilsigtet forbrug, og at forbrugerne kan få en specificeret regning over forbruget i en vis periode. (2006-1100/5-763)

Høringssvar vedrørende skærpede rådgivningsregler

Forbrugerombudsmanden støttede forslaget om skærpede regler for rådgivning i forbindelse med de nye låneformer - "særligt dækkede obligationer (SDOer)".

Samtidig foreslog Forbrugerombudsmanden enkelte forbedringer til, hvordan rådgivningen skulle ske, bl.a. bedre skriftlighed.

Forbrugerombudsmanden hilste det desuden velkomment, at der nu kom regler på det finansielle område, som præciserede, at vildledende og mangelfuld markedsføring selvfølgelig ikke var acceptabel. (2007-1100/5-878)

2.2. Lovens § 2. Markedsføringslovens anvendelsesområde

Fagforeningers markedsføring

Forbrugerombudsmanden blev forespurgt om fagforeningers markedsføring og har i den anledning bl.a. udtalt:

Fagforeninger og deres aktiviteter, herunder medlemshvervning, anses som udgangspunkt ikke for at være privat erhvervsvirksomhed omfattet af markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden har tidligere haft lejlighed til at udtale sig om, hvor vidt en fagforenings markedsføring af fx tilbud til medlemmer i form af billige lån, gruppelivsforsikring og bogklubmedlemskab, var omfattet af markedsføringsloven. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er sådanne aktiviteter opfattet af loven.

I det omfang en fagforenings hvervningskampagne ikke er baseret på arbejdsmarkedspolitiske og traditionelle fagforeningspolitiske argumenter, men alene eller i det væsentlige baserer sig på kommercielle argumenter, vil de pågældende elementer i kampagnen efter Forbrugerombudsmandens opfattelse efter omstændighederne kunne bevirke, at kampagnen er omfattet af markedsføringsloven.

Hvornår en hvervningskampagne eller elementer i denne kan bedømmes efter markedsføringsloven afhænger af en konkret vurdering af samtlige sagens omstændigheder, herunder udformning af det pågældende markedsføringsmateriale. Det bemærkes, at spørgsmålet er usikkert og den endelige afgørelse henhører under domstolene.

Endelig bemærkes, at såfremt en kampagne eller elementer heri er omfattet af markedsføringsloven, vil enhver med en retlig interesse deri kunne anlægge sag om forbud, påbud og erstatning efter markedsføringslovens § 18, stk. 1. (2007-1120/5-717)

2.3. Lovens § 3. Vildledning

Vildledende annoncering med ubegrænset mobiltelefoni og gratis samtaler

Forbrugerombudsmanden politianmeldte teleselskabet Tellio ApS, da han i maj 2007 blev opmærksom på, at selskabet reklamerede med, at man kunne ringe ubegrænset for kun 82,50 kr. om måneden. Samtidig fremgik det af annoncerne, at samtaler var gratis.

Imidlertid kunne man på selskabets hjemmeside læse, at opkald til mobiltelefoner og opkald til fastnet telefoner i visse lande ikke var gratis, men kostede en minuttakst.

Forbrugerombudsmanden meddelte derfor selskabet, at han fandt, at annoncerne indeholdt urigtige, vildledende og urimeligt mangelfulde angivelser i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden har anmodet politiet om at foretage den videre efterforskning i sagen. (2007-1129/5-446)

Slankeplaster havde ingen dokumenteret effekt

Sagen startede, da tv-programmet Kontant gjorde Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at der ikke var dokumentation for markedsføringens påstande om plasterets virkning. Det blev markedsført som et slankeplaster, der kunne påvirke forbrændingen og stofskiftet, så brugeren tabte sig.

Forbrugerombudsmanden bad Lægemiddelstyrelsen om at vurdere firmaets dokumentation for den påståede effekt, og Lægemiddelstyrelsens konklusion var klar:

”Der foreligger ikke dokumentation for at Quick-Derma-Patch har

- en selvstændig slankende effekt
- en forstærkende effekt anvendt sammen med ændrede kostvaner/diæt og/eller motion
- kan påvirke forbrændingen og stofskiftet”.

Derfor opfordrede Forbrugerombudsmanden Den Sunde Linie A/S til at stoppe den ulovlige markedsføring.

Ifølge markedsføringslovens § 3, stk. 1, må der i markedsføring ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at markedsføringen af Quick-Derma-Patch var i strid med denne paragraf.

Den Sunde Linie A/S, der stod bag plasteret Quick-Derma-Patch, ændrede markedsføringen af plasteret. (2005-1129/5-202)

”Gratis” mobiltelefon forudsatte oprettelse af et mobilabonnement

Forbrugerombudsmanden mente, Debitel havde misbrugt ordet ’gratis’ i deres reklamer og indskærpede derfor vildledningsreglerne over for selskabet. Selskabet ændrede herefter deres markedsføring og gav forbrugerne mulighed for helt eller delvist at blive løst fra den aftale, forbrugerne havde indgået på baggrund af markedsføringen.

Forbrugerombudsmanden modtog et betydeligt antal klager over debitel Danmark A/S’ markedsføring, hvor forbrugere enten fik besked om, at de havde vundet en mobiltelefon eller blev stillet en ”gratis” mobiltelefon i udsigt, hvis de udfyldte et spørgeskema. I begge tilfælde forudsatte modtagelse af mobiltelefonen, at forbrugeren oprettede et abonnement hos selskabet.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne markedsføring var vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 3. Anvendelse af begrebet ”gratis” kan alene ske i tilfælde, hvor forbrugeren ikke afkræves nogen form for betaling for den gratis ydelse. Ligeledes er det vildledende at stille forbrugeren en præmie i udsigt, hvor indløsning viser sig at kræve, at forbrugeren påtager sig en ikke ubetydelig udgift i form af et abonnement.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor reglerne over for debitel Danmark A/S og drøftede konsekvenserne af en fortsat anvendelse af denne markedsføring med selskabet. debitel Danmark A/S tilkendegav herefter, at denne markedsføringsform nu var ophørt.

Efter forhandling med Forbrugerombudsmanden indgik selskabet endvidere følgende forlig vedrørende de forbrugere, der havde reageret på den hidtidige ulovlige markedsføring:

debitel Danmark A/S ville den 18. juni 2007 skriftligt orientere alle berørte forbrugere om, at

1. forbrugere, der hverken havde brugt mobiltelefonen eller haft forbrug på debitel SIM-kortet, fik forlænget den lovbestemte fortrydelsesret til den 3. juli 2007. Dette indebar, at forbrugerne blev frigjort fra

abonnementet, hvis telefonen med lader og SIM-kort blev returneret til debitel Danmark A/S inden denne dato. Eventuelle betalinger til selskabet blev tilbagebetalt.

2. Øvrige forbrugere, herunder forbrugere, der havde brugt mobiltelefonen med et andet SIM-kort, fik tilbud om, at bindingsperioden på det oprettede debitel abonnement blev reduceret til 4 måneder, således at forbrugeren herefter kunne beholde telefonen uden yderligere bindinger. Forbrugere, der ønskede at benytte sig af denne mulighed, skulle meddele debitel Danmark A/S dette skriftligt senest den 3. juli 2007.

Det blev oplyst, at forliget med selskabet ikke var bindende for berørte forbrugere, som måtte ønske at føre en selvstændig retssag over for selskabet.

Såfremt en forbruger på baggrund af ovennævnte kampagne var blevet bundet af et debitel-abonnement, som forbrugeren ikke mente at have accepteret, skulle han/hun henvende sig til Teleankenævnet, der behandler klager mellem slutbrugere og teleudbydere vedrørende telefonabonnementer og internetabonnementer samt registrering og debitering af indholdstjenester. (2007-1125/5-1)

Tidsbegrænset tilbud måtte ikke forlænges måned efter måned

Internetleverandøren Fullrate A/S vildledte forbrugerne, da de blev ved med at forlænge et tidsbegrænset tilbud på oprettelsen af internetforbindelse. Efter at Forbrugerombudsmanden gik ind i sagen, rettede Fullrate A/S deres markedsføring.

Tidsbegrænsede tilbud skal have en reel udløbsdato og må ikke forlænges i det uendelige.

Det slog Forbrugerombudsmanden fast over for selskabet Fullrate A/S ved at indskærpe, at gentagen forlængelse af et tidsbegrænset tilbud var i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledning.

Selskabet havde gennem en længere periode opkrævet en oprettelsespris for bredbånd på 499 kr. Denne oprettelsespris blev som led i et tidsbegrænset tilbud nedsat med 400 kr. Fullrate A/S redegjorde for, at det tidsbegrænsede tilbud løbende blev forlænget i takt med, at selskabet udvidede sit dækningsområde, og at dette skete for ikke at forskelsbehandle kunderne i de nye og de gamle dækningsområder.

Forbrugerombudsmanden mener, at man ved at blive ved med at forlænge et tidsbegrænset tilbud kommer i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledning, fordi forbrugeren foranlediges til at tro, at der er tale om et særligt fordelagtigt tilbud, hvis abonnementet oprettes inden en bestemt dato, selvom tilbuddet ikke reelt er tidsbegrænset. Samtidig vil den gentagne forlængelse af tilbuddet medføre, at tilbudsprisen bliver produktets normalpris. Det vil være i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledning at anvende et budskab om besparelse.

Selskabet ophørte med at anvende den omhandlede markedsføring efter Forbrugerombudsmandens henvendelse. (2007-1120/5-691)

Manglende oplysninger om mindsteprisen for mobiltelefonen i bindingsperioden

Forbrugerombudsmanden indskærpede over for debitel Danmark A/S og COOP Danmark A/S, at de ved salg af mobiltelefoner skulle angive den mindstepris, som forbrugeren skulle betale i bindingsperioden.

Selskaberne havde i forbindelse med markedsføring af mobiltelefoner til 1 kr. i Faktas og Kvicklys tilbudsaviser undladt at oplyse den mindstepris, som forbrugeren skulle betale for telefon og abonnement i bindingsperioden.

Mindsteprisen indeholder alle de faste omkostninger, forbrugeren som minimum skal betale som følge af aftalen. Dette gælder, uanset om der til abonnementet er knyttet en bindingsperiode, eller om aftalen indeholder en kombination af fx en mobiltelefon og et abonnement.

Oplysningerne kan fx gives på følgende måde:

Telefon	kr.	1
Oprettelsesgebyr	kr.	99
Abonnement pr. måned kr. 20 kr. i 6 mdr.	kr.	120
Minimumsforbrug pr. måned kr. 200 i 6 mdr.	kr.	1.200
Samlet mindstepris i bindingsperioden	kr.	1.420

Forbrugerombudsmanden meddelte selskaberne, at han fandt, at annoncerne var i strid med markedsføringslovens regler om vildledning og prisoplysninger.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor reglerne over for selskaberne. (2006-1120/5-678)

Førpris på ejendomme

En ejendomsmæglerkæde ønskede i forbindelse med afviklingen af en kampagne ved navn "Her og Nu Salg", at anvende udtrykkende "nedsat" eller "før-og-nu" med henvisning til den seneste udbudte pris på den pågældende ejendom. Kampagnen ville alene omfatte ejendomme, der havde været udbudt til salg til den anførte førpris i mindst 2 måneder, og udtrykkene ville alene blive anvendt, såfremt et af de følgende forhold var opfyldt:

1)

Den anførte førpris for boligen var vurderet af ejendomsmægleren under ansvar af lov om omsætning af fast ejendom til en højere pris end den nedsatte pris.

2)

Boligen var vurderet af mægleren til én pris, men sælger ønskede, at der blev annonceret med en højere pris. Såfremt boligen blev nedsat til under ejendomsmæglerens vurdering, ville ejendomsmæglerkæden kunne annoncere med en nedsat pris svarende til difference mellem ejendomsmæglerens vurdering og den nedsatte pris.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at en gennemførelse af kampagnen i den beskrevne form ikke ville indebære en overtrædelse af markedsføringsloven, forudsat at det klart fremgik, at den oplyste førpris relaterede sig til den af ejendomsmægleren vurderede udbudspris, eller den tidligere udbudspris, såfremt boligen i en forudgående periode havde været udbudt til en pris, der var lavere end ejendomsmæglerens oprindelige vurdering.

Forbrugerombudsmanden lagde i vurderingen bl.a. afgørende vægt på, at en ejendomsmægler ifølge § 3, stk. 1, sammenholdt med § 24, stk. 2, 2. pkt., i lov om omsætning af fast ejendom er forpligtet til at fastsætte en korrekt pris på ejendommen, og det blev lagt til grund, at den af ejendomsmægleren foretagne prisvurdering var sket i overensstemmelse med disse regler. (2007-1100/5-1074)

En reklame med trykfejl kan godt være vildledende, selv om der er taget forbehold for trykfejl

I en reklameavis fra Føtex under overskriften "Prispres" fremgik et billede af to glas fiskeolie. Teksten i annoncen lød "2 flasker 185 kroner". Men en forbruger kunne konstatere, at tilbuddet kun gjaldt et enkelt glas og klagede til Forbrugerombudsmanden.

Ifølge Dansk Supermarked A/S var der tale om en trykfejl, som var omfattet af det generelle forbehold for trykfejl, der fremgik på reklamens bagside.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var der imidlertid i den konkrete sag tale om vildledende reklame. Både billedet og teksten sendte det klare budskab, at tilbuddet gjaldt to glas. Da dette ikke var tilfældet, var der tale om vildledende markedsføring i strid med markedsføringslovens §§ 3 og 13.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor over for selskabet, at selskabet ikke i forbindelse med fejl i sin markedsføring kunne henvise til et generelt forbehold om trykfejl. Selskabet har over for Forbrugerombudsmanden erkendt og beklaget fejlen. Endvidere oplyste selskabet, at det til stadighed vil indrette sin markedsføring i overensstemmelse med markedsføringsloven. (2007-1120/5-751)

Tekniske begrænsninger for anvendelse af et produkt skal oplyses ved markedsføring af produktet

Forbrugerombudsmanden præciserede over for et teleselskab, at en oplysning om systemkrav eller andre begrænsninger i anvendelsesmulighederne i forbindelse med markedsføring af bredbåndspakker e.l. produkter, måtte anses for en væsentlig oplysning. Der skulle derfor gøres opmærksom herpå i annoncer og anden markedsføring.

En overtrædelse heraf kan efter omstændighederne være en overtrædelse af markedsføringslovens § 3 om vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser.

Det er ligeledes et krav efter retningslinjerne om god markedsføringsskik på teleområdet, pkt. 3. 2, at såfremt der er særlige vilkår, der er af væsentlig betydning for forbrugerens bedømmelse af tilbuddet/aftalen, bør der oplyses herom i annonceringen.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig, at ved vurderingen af hvorledes oplysningskravet kunne opfyldes, måtte der ske en konkret vurdering i forhold til hvilke begrænsninger, forbehold e.l., der var tale om, og at dette måtte ske med udgangspunkt i § 3. Dette må også gælde i forhold til tekniske krav, specifikationer e.l. Vurderes det, at nogle tekniske begrænsninger kun vil være relevante for meget få potentielle brugere, vil oplysningskravet kunne opfyldes ved i annoncer og lignende markedsføringsmateriale at oplyse, at der er visse begrænsninger i forhold til produktets anvendelighed, og at disse begrænsninger oplyses på hjemmesiden, i supplerende markedsføringsmateriale eller ved henvendelse i kundeservice. (2006-11103/5-475)

Bøde på 300.000 kr. for brug af vildledende før/nu priser

Forbrugerombudsmanden anmeldte i 2005 en række elektronikkæder, herunder Elgiganten A/S, til politiet for anvendelse af vildledende før/nu priser.

Forbrugerombudsmanden havde igennem en periode på flere måneder i efteråret 2004 foretaget en undersøgelse af elektronikkædernes tilbudskataloger og sammenholdt de udsagn om førpriser, der var heri, med de faktiske priser i butikkerne.

Forbrugerombudsmanden fandt, at der i flere tilfælde var angivet forkerte førpriser i tilbudskatalogerne, eller at førpriserne kun havde været anvendt i en kortere periode, hvilket Forbrugerombudsmanden fandt vildledende og i strid med markedsføringslovens § 3.

Forbrugerombudsmanden anmeldte i 2005 derfor selskabet til politiet og indbragte i 2006 sagen for retten.

Sagen blev afsluttet uden retssag ved, at Elgiganten A/S vedtog en bøde på 300.000 kr. (2005-1120/5-452)

Firmaet Huslejetilsynet havde et vildledende navn, som kunne forveksles med en offentlig myndighed

Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra Lejernes LO over, at firmaet Huslejetilsynet i kraft af deres navn og prisfastsættelse overtrådte bestemmelser i markedsføringsloven.

Huslejetilsynet er en privat virksomhed, som udbyder den ydelse at hjælpe folk, som betaler for meget i husleje, med at indbringe deres sag for et Huslejenævn.

Forbrugerombudsmanden tog sagen op over for firmaet og udtalte, at han fandt firmaets navn vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2 (nu § 3), idet den omstændighed at man kaldte sig et tilsyn, kunne være egnet til, at forbrugere kunne tro, at der var tale om en offentlig myndighed.

Forbrugerombudsmanden udtalte desuden, at firmaet ligeledes overtrådte markedsføringslovens § 2 (nu § 3) ved på deres hjemmeside "www.huslejetilsynet.dk" at angive utilstrækkelige, uigennemskuelige prisoplysninger, som ikke var fremhævet tilstrækkeligt klart og tydeligt. Prisoplysningerne blev således anset for urimeligt mangelfulde og egnede til at påvirke efterspørgslen af den udbudte tjeneste.

Firmaet oplyste heller ikke forbrugerne om, at de havde fortrydelsesret, hvis de indgik en aftale. Forbrugerombudsmanden bad firmaet rette deres materielle, så det overholdt forbrugeraftaleloven.

Om prisen var der på hjemmesiden angivet følgende:

"Hvis du får en huslejenedsættelse skal du betale et gebyr på halvdelen af det, du får tilbage" samt "Hvis vi skaffer dig en huslejenedsættelse, betaler du et gebyr på halvdelen af den tilbagebetalte husleje- dog maksimalt 15.000 kr."

Forbrugerombudsmanden gjorde i den forbindelse gældende, at firmaet var omfattet af lov om juridisk rådgivning, efter hvilken man skal angive sin timepris eller eventuelle samlede pris for den pågældende ydelse. Hvis dette er umuligt, skal det angives på hvilket grundlag, prisen beregnes. Ligeledes må en juridisk rådgiver ikke indgå en rådgivningsaftale, hvor prisen er bestemt af udbyttet, som kunden måtte opnå ved gennemførelsen af sagen.

Firmaet ændrede, efter forhandling med Forbrugerombudsmanden, deres navn til Huslejeservice, rettede deres materiale så det overholdt forbrugeraftalelovens regler om oplysningspligt - herunder fortrydelsesret - samt fastsatte deres pris til at være 5.000 kr. - dog maksimalt halvdelen af det tilbagebetalte i forbindelse med en sags afgørelse i Huslejenævnet.

Firmaet gjorde dog gældende, at de ikke ydede juridisk rådgivning, hvorefter de, som følge heraf, ikke var omfattet af lov om juridisk rådgivning. Forbrugerombudsmanden krævede på denne baggrund, at firmaet ændrede deres hjemmeside samt kontrakt, således at man ikke længere fik anledning til at tro, at firmaet ydede juridisk rådgivning. Selvom firmaet ændrede deres materiale i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens henstilling, beholdt Forbrugerombudsmanden sig ret til at tage spørgsmålet om juridisk rådgivning op igen, hvis der skulle indkomme klager herom. (2006-1123/5-22)

Udbyder af webhoteller må ikke misbruge ordet "gratis" i deres markedsføring

Forbrugerombudsmanden mente, at selskabet Cohaesio A/S (binavn Surfstown), som udbød webhoteller, misbrugte ordet "gratis" i deres reklamer og indskærpede vildledningsreglerne over for selskabet. Selskabet

ændrede herefter deres markedsføring.

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over, at selskabet annoncerede med gratis markedsføring til en værdi af kr. 500 igennem annoncering hos Yahoo Search Marketing. Det viste sig imidlertid, at der ikke var tale om gratis markedsføring, idet Yahoo, som krav for udnyttelsen af den gratis markedsføring, krævede, at der blev indsat et startbeløb på 50 euro.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne markedsføring var vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 3. Anvendelse af begrebet "gratis" kan alene ske i tilfælde, hvor forbrugeren ikke afkræves nogen form for betaling for den gratis ydelse.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor reglerne over for selskabet. Selskabet meddelte Forbrugerombudsmanden, at man var ophørt med at anvende den påtalte markedsføringsform. (2007-1125/5-8)

Flyselskabs utilbørlig og miskrediterende markedsføring

Ryanair indrykkede i februar 2005 en annonce, hvor man skrev "Kompensation til skattebetalere i Skandinavien" og videre, at "Ryanair giver 10.000 billetter for hver 100 millioner kroner i underskud hos SAS".

SAS anmeldte herefter Ryanair til Københavns Politi, som bad om Forbrugerombudsmandens udtalelse i sagen, hvilket Forbrugerombudsmanden - ifølge en meddelelse fra Rigsadvokaten - som hovedregel skal give i sager vedrørende markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden udtalte i sagen, at reklameringen efter hans opfattelse var utilbørlig og i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 2 og 3, og miskrediterende over for en anden erhvervsdrivende i strid med markedsføringslovens § 5, stk. 2, nr. 5.

På den baggrund gav politiet Ryanair et bødeforlæg på 130.000 kr., udregnet på baggrund af de markedsføringsomkostninger, som Ryanair havde haft til annonceringen mv.

Ryanair valgte at vedtage bødeforelægget, og bøden blev betalt. (2005-1100/5-408)

2.4. Lovens § 4. Reklameidentifikation

Anmeld en hjemmeside eller et produkt i din blog og modtag et vederlag

Sådan lød tilbuddet til internettets mange bloggere, der kunne tjene penge på deres blogindlæg. Af blogindlægget skulle det klart fremgå, at bloggeren modtog betaling, ellers kunne det være skjult reklame i strid med markedsføringsloven.

Dette fremgik af et svar fra Forbrugerombudsmanden til en erhvervsdrivende, der ønskede at vide, hvilke regler denne særligt skulle være opmærksom på ved lanceringen af et nyt koncept, hvor bloggere blev honoreret for på opfordring at anmelde en virksomheds hjemmeside eller produkter.

Forbrugerombudsmanden meddelte den erhvervsdrivende, at hvis man betalte nogen for at omtale fx et produkt eller en hjemmeside, skulle det klart fremgå, at den virksomhed, der havde anmodet om at få sine produkter eller hjemmeside anmeldt, havde betalt bloggeren for at skrive indlægget.

Dette skyldes, at en omtale i en blog mod betaling er reklame, og reklame skal altid kunne identificeres som sådan. Det kunne ikke tillægges betydning, at der ikke blev stillet krav til indholdet af blogindlægget, der således kunne være en både positiv eller negativ omtale.

Den erhvervsdrivende lovede derefter Forbrugerombudsmanden at stille det som et krav, at bloggerne i blogindlæggene gjorde opmærksom på, at de modtog betaling for at skrive indlægget. Den erhvervsdrivende lovede endvidere at føre kontrol med, at bloggerne opfyldte dette krav.

Efter markedsføringslovens § 4 skal en reklame fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form, og uanset i hvilket medium den bringes. Ellers er reklamen en såkaldt skjult reklame i strid med markedsføringslovens § 4. Det er overladt til afsenderen af reklamebudskabet selv at beslutte, hvordan denne sikrer, at reklamen fremstår som reklame, så længe det sker på en klar måde, så modtageren opfatter, at der er tale om et reklamebudskab. (2006-1100/5-760)

2.5. Lovens § 5. Sammenlignende reklame

Udsendelse af pakke med materiale til blindsmagning – spørgsmål om sammenlignende reklame

En erhvervsdrivende ønskede i forbindelse med lanceringen af en ny læskedrik at fremsende en pakke med materialer til blindsmagning til en række redaktioner på aviser og andre tidsskrifter. Pakken ville ud over den erhvervsdrivendes egen læskedrik og en beskrivelse heraf indeholde en række konkurrerende læskedrikke. Fremsendelsen ville ske på den erhvervsdrivendes eget initiativ, og redaktionerne kunne selv vælge, om de ville udføre blindsmagningen, og hvordan de i givet fald ville omtale testen i deres medie.

Forholdet måtte ifølge Forbrugerombudsmanden skulle bedømmes efter markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, § 4 om skjult reklame og § 5, stk. 1 og 2 om sammenlignede reklame.

For så vidt angik spørgsmålet om skjult reklame anførte Forbrugerombudsmanden, at det ikke i sig selv er i strid med markedsføringslovens § 4, at en erhvervsdrivende uopfordret fremsender et produkt eller en gave til fx et nyhedsmedie, uden at modtageren forpligtes til at bruge eller beskrive produktet på en bestemt måde. Det ville i den situation være op til det pågældende medie eller den enkelte journalist at sikre, at omtalen blev givet på en korrekt og objektiv måde og ikke var påvirket af, at redaktionen/journalisten havde modtaget produktet eller gaven gratis.

Forbrugerombudsmanden anførte dog, at selvom det stod mediet frit for enten slet ikke at anvende det fremsendte materiale eller fx supplere testen med yderligere produkter, gav tiltaget alligevel anledning til tvivl, idet den erhvervsdrivende udover fremsendelsen af sit eget produkt tillige ville udvælge og fremsende en række konkurrerende produkter med henblik på, at disse kunne indgå i testen.

Ifølge markedsføringslovens § 5, stk. 2, nr. 3, er det bl.a. en forudsætning for, at en sammenlignende reklame er tilladt, at sammenligningen er objektiv og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres. Bedømmelsen af en læskedriks smag afhænger i høj grad af en subjektiv vurdering. Det ville derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse som udgangspunkt ikke være tilladt for en erhvervsdrivende at foretage denne type sammenlignende reklame.

Selvom det i det foreliggende tilfælde ikke ville være den erhvervsdrivende selv, der foretog sammenligningen, havde den erhvervsdrivende dog på forhånd udvalgt en række konkurrerende produkter, som kunne indgå i testen. Dette medførte efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at den erhvervsdrivende dels indirekte ville kunne få mediet til at foretage en sammenlignende reklame, som formentlig ikke ville være tilladt, hvis den erhvervsdrivende selv foretog sammenligningen, dels få indirekte indflydelse på sammensætningen af testen, idet det alt andet lige ville være nemmere for den enkelte journalist blot at lade de fremsendte produkter indgå i testen frem for at indkøbe yderligere produkter med henblik på at inkludere disse i testen.

Forbrugerombudsmanden fandt derfor, at det beskrevne tiltag eventuelt ville kunne blive betragtet som et forsøg på omgåelse af markedsføringslovens §§ 4 og 5 og/eller som en overtrædelse af lovens § 1 om god markedsføringsskik. (2007-1100/5-982)

2.6. Lovens § 6. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere

SPAMfighter kan lovligt lade brugerne udsende e-mails

Forbrugerombudsmanden og SPAMfighter blev enige om, hvordan virksomheden i fremtiden lovligt kunne give brugerne mulighed for at sende information til andre om muligheden for at godkende bestemte afsendere, så e-mails ikke blev fanget af spamfiltre.

Forbrugerombudsmanden modtog i efteråret 2005 en række klager over, at SPAMfighter, der bl.a. tilbyder spamfilterløsninger, uden anmodning udsendte e-mailreklamer.

SPAMfighter oplyste, at det var deres brugere, der selv sendte de omhandlede e-mails til personer i deres adresseliste efter installation af spamfilteret. E-mailen var en servicemeddelelse, der blev stillet til rådighed af SPAMfighter, men som brugerne skulle sige ja til at sende. Den indeholdt oplysning om, at modtageren kunne sætte afsenderen på en liste over "godkendte" afsendere og dermed sikre, at fremtidige e-mails ikke blev fanget af et spamfilter.

Problemet var, at e-mailen samtidig indeholdt en anbefaling af SPAMfighters program og et link til SPAMfighters hjemmeside.

Da det ikke kunne udelukkes, at der var en risiko for, at e-mails ved en fejl blev fanget i et spamfilter, havde Forbrugerombudsmanden ikke indvendinger mod, at SPAMfighter stillede en servicemeddelelse til rådighed for sine brugere.

Det var imidlertid Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der ikke måtte være reklame for SPAMfighter i

meddelelsen, da dette ville være en overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, der indeholder et forbud mod uanmodet elektronisk reklame.

Forbrugerombudsmanden accepterede dog, at e-mailen indeholdt et link til SPAMfighters hjemmeside.

SPAMfighter var uenige i, at de kunne gøres ansvarlige for brugernes udsendelse af e-mailen, men valgte alligevel at ændre servicemeddelelsen, så den fremover indeholdt en neutral præsentation af et link til hjemmesiden. (2005-1149/5-136)

”Tip en ven” funktion må ikke indeholde belønning

Forbrugerombudsmanden behandlede en sag om brug af tip en ven-funktionen i en konkurrence. Konkurrencedeltagere måtte ikke belønnes med bedre vinderchancer for at anvende en tip en ven funktion. Ligeledes måtte den mail, der ”tippe” med, ikke indeholde markedsføring udover et link og en kort beskrivelse af baggrunden for mailen.

Rezidor Hotels ApS, der driver hotelkæden Radisson SAS, iværksatte i foråret en konkurrence, hvor man kunne vinde et weekendophold på et af selskabets hoteller.

Konkurrencedeltagerne kunne invitere venner og familie til at deltage, hvorefter de ville forøge deres mulighed for at vinde ekstrapræmier. De inviterede venner eller familiemedlemmer modtog en e-mail fra selskabet, hvor de blev opfordret til at deltage i konkurrencen. Af konkurrencebetingelserne, som man skulle acceptere for at deltage, fremgik bl.a., at man samtidig gav et samtykke til at modtage fremtidig markedsføringsmateriale.

Da Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på konkurrencen, meddelte han selskabet, at den efter hans opfattelse på flere punkter ikke levede op til kravene i markedsføringslovens §§ 1 og 6.

Således var det ikke lovligt at anvende en tip en ven funktion, hvor man belønnes med forøgede vinderchancer, og den e-mail, der fremsendes til den person, som var blevet ”tippet”, må ikke indeholde markedsføring udover et link og en kort orientering om baggrunden for mailen. Hertil kom, at det skulle være særligt fremhævet, at man ved deltagelse i en konkurrence gav samtykke til at modtage markedsføring i fremtiden.

Selskabet, der beklagede forholdet, standsede opfølgningen af konkurrencen og fremtidige lignende markedsføringstiltag og meddelte, at man ikke ville benytte sig af de samtykker, man havde indhentet på en måde i strid med reglerne. (2007-1140/5-534)

Finansielle virksomheder er også omfattet af forbuddet mod uanmodet udsendelse af elektroniske reklamer

Forbrugerombudsmanden tog stilling til en klagesag om modtagelse af uanmodet reklamemateriale pr. e-mail.

En forbruger henvendte sig til Forbrugerombudsmanden med en klage over, at en bank havde sendt uanmodede e-mails ud til studerende med reklamemateriale for oprettelse af en studiekonto.

På baggrund af klagen rettede Forbrugerombudsmanden henvendelse til banken, da finansielle virksomheder også er omfattet af forbuddet mod uanmodet udsendelse af elektroniske reklamer.

Banken oplyste i denne forbindelse, at udsendelsen af e-mails var sket ved en beklagelig fejl. Herudover oplyste banken, at de samme dag, som de havde modtaget klagen over udsendelsen, straks havde stoppet aktiviteten samt sendt information ud til alle deres afdelinger, hvori reglerne om udsendelse af reklamemateriale blev oplyst.

Forbrugerombudsmanden tog bankens redegørelse til efterretning og indskærpede samtidig, at det ved en eventuel gentagelse ville blive anset for en skærpende omstændighed, at banken nu var blevet orienteret om reglerne for udsendelse af elektronisk reklamemateriale. (2007-1140/5-473)

Krav om afmelding af nyhedsbreve via telefon

En erhvervsdrivende spurgte Forbrugerombudsmanden, om det var lovligt at kræve, at modtagere af elektroniske nyhedsbreve skulle afmelde sig telefonisk.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at dette ikke ville være i overensstemmelse med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Udsendelse af elektroniske nyhedsbreve kræver som udgangspunkt et samtykke. Samtidig er det forbudt at udsende elektronisk markedsføring uden at angive en adresse, hvortil modtageren kan henvende sig for at få standset fremtidige henvendelser. Derfor skal et nyhedsbrev altid indeholde oplysning om, hvordan afmelding kan

ske.

Den, der har givet samtykke til elektronisk markedsføring, kan til enhver tid tilbagekalde dette. Generelt kan der ikke stilles formkrav til tilbagekaldelsen af et samtykke, og en erhvervsdrivende kan derfor ikke afvise at notere tilbagekaldelsen, selvom den ikke kommer frem til ham på den ønskede måde.

Et samtykke må kunne tilbagekaldes nemt og på samme måde som det er afgivet. Hvis man kan tilmelde sig et nyhedsbrev via e-mail eller en hjemmeside, bør det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse også være muligt at afmelde nyhedsbrevet via disse kanaler. Ved et krav om telefonisk afmelding vil det desuden være vanskeligt for modtageren at dokumentere tilbagekaldelsen af samtykket. (2007-1140/5-556)

Forhåndsbesked om lovlige oplysninger i e-mails

Erhvervsdrivende må gerne medtage andre oplysninger i en i øvrigt lovlig e-mail som fx en ordrebekræftelse, så længe betingelserne i markedsføringslovens § 6, stk. 2 overholdes. Dette indebærer bl.a., at den erhvervsdrivende skal have modtaget kundens e-mail i forbindelse med salg af en vare eller tjenesteydelse.

I en forhåndsbesked har Forbrugerombudsmanden behandlet et spørgsmål omkring lovligheden af e-mails i relation til spam bestemmelsen i markedsføringslovens § 6.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at en erhvervsdrivende gerne må medtage andre oplysninger i en i øvrigt lovlig mail, så længe betingelserne i lovens § 6, stk. 2, overholdes.

Heri ligger, at den erhvervsdrivende skal have modtaget kundens e-mail adresse i forbindelse med salg af en vare eller tjenesteydelse. Samtidig med afgivelsen af sin elektroniske adresse, skal kunden oplyses om, at adressen vil kunne blive benyttet til fremsendelse af reklame. Derudover skal kunden have mulighed for let og gebyr frit at frabede sig modtagelse af elektronisk post – både i forbindelse med afgivelsen af sin e-mail adresse og ved efterfølgende henvendelser fra den erhvervsdrivende. Hvis disse betingelser er opfyldt, må en virksomhed godt sende en kunde elektronisk post, hvor der markedsføres for tilsvarende produkter eller tjenesteydelser.

”Tilsvarende produkter eller tjenesteydelser” skal forstå snævert. Den erhvervsdrivende må ikke markedsføre alle andre typer varer, der måtte indgå i sortimentet. Har en kunde fx købt en kuffert, må den erhvervsdrivende ikke senere benytte den elektroniske adresse til at markedsføre sko.

Den erhvervsdrivende spurgte også Forbrugerombudsmanden, om der i en i øvrigt lovlig e-mail må medtages opfordringer til kunden om at gå på en anden hjemmeside for at anmelde virksomheden, for at få et bedre ry.

Det rejser spørgsmålet om sådanne opfordringer til anmeldelser i en ordregistrering falder ind under markedsføringslovens regel om skjult reklame. I de situationer, hvor der er et økonomisk incitament for vedkommende til at anmelde virksomheden, som fx nedslag i prisen, omfattes det utvivlsomt af bestemmelsen. Det kan give anledning til tvivl, hvorvidt bestemmelsen også finder anvendelse, hvis der ikke er et økonomisk incitament. Lovligheden af en sådan opfordring må afhænge af den konkrete udformning, således at opfordringen kan være i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik. Det vurderes dog konkret ud fra selve udformningen og formuleringen af opfordringen, fx hvor kraftig opfordringen er, jf. markedsføringslovens § 4, jf. § 1. (2007-1100/5-998)

Direktør for anpartsselskab frifundet i spamsag

En direktør for et anpartsselskab, der var tiltalt for at have sendt ca. 1400 spammails ud, kunne ikke straffes personligt, da han ikke blev anset for at være erhvervsdrivende i markedsføringslovens forstand. Den erhvervsdrivende var i denne sag anpartsselskabet. Det fremgik af en dom, som Sø- og Handelsretten afsagde den 23. januar 2007. Sagen var rejst på Forbrugerombudsmandens initiativ.

Retten lagde til grund, at det var selskabet, som sendte de pågældende e-mails ud. Desuden lagde retten til grund, at det var en person, der på freelance-basis vedligeholdte selskabets hjemmeside, som stod for udsendelsen. Som anklageskriftet var formuleret, kunne direktøren efter Sø- og Handelsrettens opfattelse ikke straffes, idet der ikke var ført tilstrækkeligt bevis for, at han havde overtrådt markedsføringsloven ved som ”erhvervsdrivende at have fremsendt” de pågældende e-mails.

Forbrugerombudsmanden tog i 2005 sagen op over for selskabet, som direktøren var ansat i, efter at have fået over 200 klager fra virksomheder, myndigheder og organisationer over, at selskabet uanmodet havde sendt dem e-mails med reklame for selskabets ydelser. Selskabet gik imidlertid konkurs, inden sagen var afsluttet. Derfor valgte Forbrugerombudsmanden at gå videre med sagen over for selskabets direktør, som han anså som den reelle erhvervsdrivende og dermed ansvarlige i sagen. (2003-1140/5-187)

Samtykke til at "sende" var ikke samtykke til at ringe

H&M må ikke ringe personer op på deres telefon og afspille et lydclip, hvor sangerinden Madonna reklamerer for sin tøjkollektion, med mindre modtagerne udtrykkeligt har sagt ja til at blive ringet op.

Forbrugerombudsmanden overgav en sag til politiet, hvor H&M ringede forbrugere op på deres telefoner og afspillede en voice message, hvor sangerinden Madonna reklamerede for sin tøjkollektion.

Selskabet havde foretaget en sms konkurrence i forbindelse med en større markedsføringskampagne for tøjkollektionen og havde i den forbindelse indhentet samtykke fra forbrugere til at sende dem yderligere information.

Men Forbrugerombudsmanden mener ikke, at man "sender" reklamer til kunderne, når man ringer dem op og afspiller en voice message på deres mobiltelefoner, og det er også til større gene, når telefonen ringer, end når man får tilsendt et brev, en mail eller en sms.

Det samtykke, som forbrugerne havde afgivet over for H&M, omfattede derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke opringninger.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at når en erhvervsdrivende indhenter samtykke til udsendelse af markedsføringsmateriale efter markedsføringslovens § 6, stk. 1, skal det fremgå, hvilke kommunikationskanaler der vil blive anvendt.

Hennes & Maurits var behjælpelig med sagens opklaring, og Forbrugerombudsmanden har nu overdraget sagen til politiet med henblik på den videre behandling. (2007-1141/5-175)

Natklub politianmeldt for at invitere sine gæster uanmodet via SMS og e-mail

En natklub må ikke invitere sine gæster til klubbens arrangementer via sms og e-mail, hvis ikke gæsterne har bedt om det. Det er spam, og Forbrugerombudsmanden politianmeldte Club Renommé, der driver en natklub af samme navn, for at markedsføre sig med den metode. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at selskabet har overtrådt forbuddet mod udsendelse af spam.

Forbrugerombudsmanden havde gennem de seneste måneder modtaget en række klager fra forbrugere, der havde modtaget uanmodet reklame via e-mail eller sms fra natklubben. Det er i strid med § 6 stk. 1 i markedsføringsloven at udsende reklame via e-mail eller sms, med mindre modtagerne forudgående har givet et samtykke til dette.

Forbrugerombudsmanden tog allerede i marts 2007 kontakt til natklubben, men modtog efterfølgende en del klager fra forbrugere, der ikke mente at have givet et samtykke til at modtage reklame.

Forbrugerombudsmanden har anmodet politiet om at foretage den videre efterforskning i sagen. (2007-1140/5-492)

Samtykke gav kun adgang til at kontakte forbrugerne én gang

Forbrugerombudsmanden indskærpede over for Viasat, at selskabet skulle udtrække en reel vinder, når de afholdt en konkurrence. Viasat tilkendegav over for Forbrugerombudsmanden, at de ville sikre, at det ikke var muligt at deltage i en afsluttet konkurrence på internettet.

Under behandlingen af en sag efter henvendelse fra en forbruger, kom det frem, at Viasats underleverandør, som havde gennemført en konkurrence på vegne af Viasat, reelt ikke havde udtrukket en vinder, idet den offentliggjorte vinder var den person, som hos underleverandøren havde stået for konkurrencen. Da Forbrugerombudsmanden gik ind i sagen, valgte Viasats underleverandør at udtrække en ny vinder, der ikke havde tilknytningsforhold til Viasat.

Forbrugerombudsmanden indskærpede konkurrencereglerne over for Viasat og oplyste, at det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var vildledende markedsføring, hvis der reelt ikke blev udtrukket en vinder i en konkurrence. Fremtidige overtrædelser måtte forventes at blive anmeldt til politiet.

Endvidere blev det over for Viasat indskærpet, at det samtykke til at kontakte forbrugere telefonisk, som blev afgivet i forbindelse med deltagelsen af konkurrencen, alene gav Viasat ret til at kontakte forbrugeren én enkelt gang. Samtykket havde følgende formulering:

"Jeg deltager i konkurrencen og accepterer, at Viasat må kontakte mig via telefon med et godt tilbud".

Forbrugerombudsmanden oplyste over for Viasat, at hvis man ønskede at kontakte forbrugere flere gange eller

løbende med tilbud, måtte dette klart fremgå af samtykket.

Efter forbrugeraftalelovens § 6 må erhvervsdrivende ikke rette uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af en aftale, medmindre der er tale om bestilling af bøger, avisabonnementer og lign. Overtrædelse af forbrugeraftaleloven indebærer en overtrædelse af markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik. (2006-1150/5-102)

Fremsendelse af uanmodet tilbud om afholdelse af firmafester i strid med § 6 i markedsføringsloven

Et firma accepterede en bøde på 10.000 kr. for at udsende spam. Firmaet erkendte at have udsendt e-mails til under 100 uden modtageres samtykke.

Forbrugerombudsmanden modtog i 2003 flere klager over uønskede e-mail reklamer fra et firma som bl.a. tilbød afholdelse af firmafester.

Efter markedsføringslovens § 6 er det som udgangspunkt forbudt at sende reklame til modtagere, der ikke har givet samtykke til det ved brug af telefax, e-mail eller anden elektronisk post. (2003-1140/5-135)

Invitation til en gratis computermesse

Sø- og Handelsretten idømte den 18. januar 2007 internetbutikken Midt-Data A/S en bøde for udsendelse af spam.

Midt-Data A/S udsendte i august 2004 ca. 5.000 e-mails indeholdende en invitation til en computermesse til personer, der tidligere havde handlet hos dem, men ikke givet samtykke til at modtage reklamemails.

Midt-Data A/S mente ikke, at der var tale om spam, da der kun var tale om en invitation til en gratis computermesse og ikke en henvendelse med henblik på afsætning af varer, som var omfattet af forbudet mod spam i markedsføringslovens § 6, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden var til gengæld af den opfattelse, at der var tale om spam og på baggrund af klager fra flere personer, der havde modtaget disse e-mails, blev selskabet anmeldt til politiet.

Sø- og Handelsretten gav i dommen Forbrugerombudsmanden medhold i, at der var tale om e-mails indeholdende reklame, bl.a. fordi Midt-data også havde solgt varer på messen.

Midt-Data blev derfor idømt en bøde på 25.000 kr., hvilket dog var lavere end den bøde, som anklagemyndigheden havde anmodet om.

Retten lagde ved fastsættelsen af bødens størrelse vægt på antallet af e-mails, og henvendelsernes karakter og indhold, der ikke reklamerede for konkrete produkter, men indbød de ca. 5.000 modtagere, der tidligere havde købt produkter hos Midt-Data A/S, til computermessen.

Sagen blev anket til Højesteret, som stadfæstede Sø- og Handelsrettens dom.

Højesteret var enig med Forbrugerombudsmanden og Sø- og Handelsretten i, at de pågældende e-mail med invitationen til computermessen blev udsendt med henblik på salg af varer mv. Højesteret lagde vægt på, at Midt-data A/S, der sælger computerudstyr, var arrangør af messen, hvor en række virksomheder udstillede produkter, som i et vist omfang blev forhandlet af Midt-data A/S. (2004-1140/5-281)

2.7. Lovens § 8. Markedsføring rettet mod børn og unge

Unge med våben i reklameblad på kanten af loven

Der er en hårfin balance mellem leg med en fiktiv verden og potentielt stødende markedsføring. Det har Forbrugerombudsmanden meddelt en erhvervsdrivende, der havde udsendt en tøjreklame, hvori unge mennesker optrådte med bl.a. skydevåben.

Tøjreklamen indeholdt billeder af unge mennesker, der var engageret i skudduelle eller på anden måde poserede med skydevåben. Billedmaterialet blev ledsaget af tekster på engelsk, der på ironisk vis spillede på dobbeltbetydninger på dansk og engelsk. Katalogets målgruppe blev af Forbrugerombudsmanden bedømt til at være unge mennesker både under og over 18 år.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der skal være et vist råderum for kreativitet og udfoldelse i reklamen. Dette gælder både, når der leges med sproget og den visuelle linje.

I og med at billed- og tekstmaterialet i reklamebladet spillede på referencer til en fiktiv verden, man bl.a. kender

fra musikvideoer og gangsterfilm, fandt Forbrugerombudsmanden i dette tilfælde, at mange unge ville opfatte billederne som fantasi.

Enkelte elementer af kampagnen indeholdte dog billeder, som kunne støde og vække ubehag hos modtageren og måske ville blive opfattet som en slags accept af mishandling og vold eller et incitament til kriminalitet.

Forbrugerombudsmanden henstillede derfor til den erhvervsdrivende, at denne burde afstå fra at foretage lignende markedsføringstiltag i fremtiden.

Den erhvervsdrivende tilkendegav over for Forbrugerombudsmanden, at det relevante markedsføringstiltag og lignende reklame ikke ville blive gentaget.

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på kampagnen via en omtale i Ekstra Bladet. Det viste sig, at kampagnen kun kørte i en begrænset periode, og at den netop var ophørt.

Markedsføringslovens § 8 siger, at børn og unge er en sårbar gruppe, der i mange tilfælde kan mangle kritisk sans, og at erhvervsdrivende ikke må udnytte børn og unges naturlige godtroenhed.

Markedsføring der indeholder opfordringer til vold, indtagelse af rusmidler som fx alkohol eller spiller på frygt og overtro vil typisk være i strid med loven. (2007-11130/5-151)

2.8. Lovens § 9. Salgsfremmende foranstaltninger

Tilbud der kun gælder nye kunder

Hvis et tilbud kun gælder nye kunder, skal det fremgå tydeligt. Samtidig skal værdien af "gaver" oplyses, så forbrugerne kan vurdere tilbuddet. Dette indskærpede Forbrugerombudsmanden over for TDC.

Teleselskabet udsendte i sommer en e-mail med tilbud om hurtigt og billigt bredbånd. Med tilbuddet fulgte et netværkskort og en router, uden beregning. En forbruger, som allerede var kunde hos TDC, accepterede tilbuddet via en bestillingsknap i mailen. Da han efter noget tid rykkede for at få tilsendt netværkskortet og routeren, oplyste TDC, at dette kun gjaldt for nye kunder.

Det er, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, vildledende ikke at oplyse om en så væsentlig begrænsning i et tilbud. Dette gælder særligt, når tilbuddet også udsendes til eksisterende kunder, som ikke kan gøre brug af det.

Selvom det nu er lovligt at give "gaver" i forbindelse med køb, følger det af markedsføringslovens § 9, stk. 1, at værdien af den slags tillægsydelser skal oplyses i markedsføringen.

TDC meddelte Forbrugerombudsmanden, at selskabet fremover ville sikre, at sådanne begrænsninger i selskabets tilbud fremgik tydeligt af markedsføringen, og at værdien af tillægsydelser vil blive oplyst. (2007-1120/5-787)

2.9. Lovens § 10. Rabatkuponer og –mærker

Ydelse og reklamering med rabat i strid med § 10

Sø- og Handelsretten idømte et advokatfirma en bøde for at yde kunderne rabat via udlevering af rabatkuponer. Ifølge markedsføringsloven må en erhvervsdrivende ikke give en rabat, der forudsætter, at forbrugeren afleverer et mærke, kuponer eller lignende i forbindelse med købet af en vare eller ved udførelsen af en tjenesteydelse. Sø- og Handelsretten frifandt imidlertid advokatfirmaet i forhold til anklagen om reklamering med rabatkuponer.

Advokatfirmaet indrykkede i flere aviser tilbage i 2004 annoncer med tilbud om hjælp til boligrådgivning. I annoncerne indgik en rabatkupon, som gav læserne en rabat på 2.490 kr., hvis de afleverede rabatkuponen, når de købte sig til rådgivning hos firmaet i forbindelse med huskøb. Rabatkuponer var desuden tilgængelige på firmaets hjemmeside. Der var i 17 tilfældet ydet rabat.

Et flertal i Sø- og Handelsretten fandt ikke, at det efter ordlyden i bestemmelsen er ulovligt at reklamere med rabatkuponer. Selskabet blev derfor alene dømt for i 17 tilfælde af have ydet rabat. Et mindretal fandt, at der også var hjemmel til at straffe for selve reklameringen.

Selskabet blev idømt en bøde på 60.000 kr. Retten lagde ved fastsættelsen af bødens størrelse vægt på et samlet skøn over selskabets omsætning og fortjeneste ved at udføre ejendomsberigtigelse.

Da Forbrugerombudsmanden var uenig i Sø- og Handelsrettens afgørelse, blev sagen anket til Højesteret.

Højesteret fastslog den 15. oktober 2007, at reklamering med rabatkuponer i sig selv er ulovligt. Højesteret tilsidesatte således Sø- og Handelsrettens dom fra marts 2007.

Højesteret ændrede endvidere bøden til 100.000 kr. Retten lagde ved fastsættelsen af bødens størrelse bl.a. vægt på overtrædelsens karakter og grovhed, herunder størrelsen af de afholdte markedsføringsudgifter, som var på ca. 150.000 kr. (2004-1163/5-4)

Oplysning af kontonummer ved indløsning af bonusmønter

Indløsning af rabatmærker kan godt ske ved indsættelse af beløbet direkte på forbrugerens konto. Og det er heller ikke i strid med markedsføringsloven at bede forbrugeren om kontonummer med henblik på at indbetale beløbet på dennes konto.

Det udtalte Forbrugerombudsmanden i en sag, hvor en erhvervsdrivende ønskede at lave et klubkoncept, hvor forbrugerne kunne samle bonusmønter, når de købte varer til et bestemt beløb.

Bonusmønterne ville kunne indløses til deres pålydende værdi i overensstemmelse med markedsføringslovens § 10, stk. 2. Den erhvervsdrivende ville indsætte beløbet direkte på kundernes konti. Den erhvervsdrivende ønskede derfor Forbrugerombudsmandens vurdering af, om de kunne bede kunderne om at oplyse deres kontonummer ved tilmelding til klubkonceptet.

I det konkrete tilfælde fandt Forbrugerombudsmanden ikke, at det ville være i strid med markedsføringsloven at bede de kunder, der ønskede at være med i klubkonceptet, om at oplyse deres kontonummer, idet der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse forelå et sagligt begrundet formål hermed. Forbrugerombudsmanden pointerede dog, at det var en forudsætning, at det i forbindelse med kundernes tilmelding til klubkonceptet klart og tydeligt blev oplyst, at kunderne ville skulle oplyse deres kontonummer, og hvad den erhvervsdrivende ville benytte kontonummeret til.

Forbrugerombudsmanden anførte endvidere, at markedsføringslovens i § 10, stk. 2, ikke udelukker, at udbetalingen af kundens tilgodehavende sker ved, at beløbet indsættes direkte på kundens konto, frem for at der sker en egentlig fysisk udbetaling af mønter eller sedler til forbrugeren. (2007-1100/5-1020)

2.10. Lovens § 12. Garanti

Markedsføring af en garanti som ikke indeholdt nærmere information om dens indhold

Erhvervsdrivende må ikke markedsføre sig med, at de giver garanti, hvis de ikke klart oplyser forbrugerne om, hvad der ligger i en sådan garanti, og at de sideløbende med garantien er dækket af købelovens ufravigelige regler om mangler, reklamation mv.

Forbrugerombudsmanden blev af en forbruger gjort opmærksom på, at Merlin A/S på deres kasseboner markedsførte en etårig garanti med følgende indhold:

”Bemærk at vi i Merlin giver 1 års garanti og herefter 1 års reklamationsret på købte produkter”.

Sagen blev taget op over for firmaet, der blev bedt om at redegøre for, hvordan de overholdt markedsføringslovens § 12. Firmaet bekræftede, at der ikke fandtes andre oplysninger om garantien end dem, der fremgik af bonen.

Det følger af markedsføringslovens § 12, stk. 2, at erhvervsdrivende, der yder garanti, på en klar og tydelig måde bl.a. skal informere forbrugerne om garantiens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende.

Sagen rejste således det særlige spørgsmål, om man måtte markedsføre en garanti uden at forklare forbrugerne, hvad garantien nærmere gik ud på.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at dette var i strid med markedsføringslovens § 12, stk. 2, hvilket blev meddelt Merlin A/S.

Uden information om garantiens indhold har forbrugerne sværere ved at få kendskab til deres rettigheder i forhold til garantien og for efterfølgende at gøre dem gældende. Forbrugerne har derfor bl.a. ingen mulighed for at forudse garantiens dækningsområde, således at de forinden en eventuel benyttelse af garantien kan sikre sig bevismæssigt.

Forbrugerombudsmanden bemærkede supplerende over for Merlin A/S, at en forudsætning for en garantis lovlighed var, at garantien enten indholds- eller tidsmæssigt stillede forbrugerne væsentligt bedre end efter lovgivningen i øvrigt. Da man allerede i kraft af købelovens regler har to års reklamationsret, vil en etårig garanti kun være lovlig, hvis indholdet af garantien giver kunden væsentligt bedre rettigheder end dem, man har krav på i forbindelse med en lovlig reklamationsbehandling efter købeloven. Ligeledes bemærkede Forbrugerombudsmanden, at det også skulle fremgå af garantien, at forbrugerens ufravigelige rettigheder efter lovgivningen var bevaret og gældende sideløbende, selv om man fik garanti.

Merlin A/S meddelte efter Forbrugerombudsmandens henvendelse i sagen, at de i fremtiden ville undlade at anvende ordet garanti i deres markedsføring. (2006-1161/5-50)

2.11. Lovens § 13. Prisoplysninger

Indskærpelse over for et teleselskab

Forbrugerombudsmanden indskærpede mundtligt på et møde i november 2007 og efterfølgende skriftligt over for teleselskabet M1 de regler, som gælder for markedsføring, fx i forbindelse med kampagnetilbud, aftaleindgåelse, oplysninger om priser, brug af ord som "gratis" og udsendelse af e-mailreklamer.

Forbrugerombudsmanden forventede herefter, at selskabet snarest muligt indrettede sin markedsføring og sin hjemmeside, så der ikke var tvivl om reglernes overholdelse. I modsat fald har Forbrugerombudsmanden forbeholdt sig ret til uden yderligere advarsel at bruge de sanktioner, som loven giver adgang til, herunder bl.a. anmeldelse til politiet.

Forbrugerombudsmanden havde de seneste 6-8 måneder modtaget en række klager over M1's markedsføring.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at M1's markedsføring i en række tilfælde havde været kritisabel og ikke levede op til reglerne i markedsføringsloven og Forbrugerombudsmandens vejledning om god markedsføringsskik på teleområdet.

Forbrugerombudsmanden fremhævede navnlig følgende forhold:

- Når der elektronisk udsendes nyhedsmail, kampagnetilbud e.l., må det kun ske, hvis selskabet forinden har indhentet et udtrykkeligt samtykke hertil. Det skal være klart og tydeligt for forbrugeren, når der ønskes indhentet et samtykke, og hvad samtykket går ud på. Selskabet skal efterfølgende kunne dokumentere, at man har det fornødne samtykke. Uanset om selskabet benytter servicebureauer til indhentelse af samtykker og udsendelse af e-mails, er det M1, som har ansvaret for at reglerne i markedsføringslovens § 6 overholdes.
- Når selskabet elektronisk, fx via selskabets hjemmeside, præsenterer tilbud e.l., som man ønsker forbruges accept af, må det klart og tydeligt fremgå, at der er tale om en aftaleindgåelse og at forbruger forpligter sig ved fx at "klikke".
- Når der sker markedsføring af tilbud e.l., må alle væsentlige oplysninger af betydning for forbrugerens vurdering af tilbuddet præsenteres klart og tydeligt. Væsentlige oplysninger må ikke "gemmes væk", således at disse først kan ses, hvis man "klikker" frem til andre steder på hjemmesiden. Væsentlige oplysninger er fx priser og særlige begrænsninger for tilbuddet.
- Når der annonceres med prisoplysninger, må der gives tydelige oplysninger om alle faste og variable priser og prisvilkår, der er væsentlige for forbrugerens vurdering af tilbuddet. Der må tillige angives det samlede beløb (faste omkostninger), som forbrugeren som minimum kommer til at betale som følge af aftalen (samlet mindsteudgift). I den samlede mindsteudgift må fx indgå services eller tjenester som er tilknyttet et abonnement, som faktureres med en månedlig afgift, uanset at en sådan service eller tjeneste kan benyttes vederlagsfrit i en vis periode. Som variable udgifter skal som minimum oplyses minuttakst/tidstaksering, takst for sms/mms, opkaldsafgift og eventuelt andre omkostninger som relaterer sig til brug af abonnementet eller tjenesten. Er der andre væsentlige vilkår, fx bindingsperiode, særlige betingelser eller forudsætninger for at tilbuddet kan benyttes, må dette også oplyses i selve tilbuddet/annoncen.
- Brug af ord som "gratis" eller "fri" må ikke bruges på en vildledende eller misvisende måde. Anvendelsen af sådanne ord kan alene ske i tilfælde, hvor forbrugeren ikke afkræves nogen form for betaling. Det er ligeledes vildledende at bruge den slags udtryk, hvis forbrugeren forpligtes til at påtage sig en udgift i form af et abonnement. Er der udgifter forbundet til en sådan abonnementsbetaling, må der samtidig og i samme

annonce oplyses om priserne herved, jf. ovenfor.

- Når der elektronisk kan indgås aftaler om fx køb af teletjenester via selskabets hjemmeside, skal forbrugerne inden aftalen informeres om bl.a. fortrydelsesretten. Ligeledes skal forbrugeren, hvis der indgås en aftale efterfølgende informeres om fortrydelsesretten og betingelserne og fremgangsmåden ved brug af denne ret. (2007-1110/5-458)

Manglende oplysning om årligt administrationsgebyr ved køb af Selector fra TDC

Forbrugerombudsmanden har indskærpet overfor TDC Kabel TV A/S, at når der gives prisoplysninger i forbindelse med salg og markedsføring af digitalmodtageren Selector, skal prisen oplyses som den samlede pris, inklusiv prisen for Selector-kortet. Ligeledes burde det tydeligt være fremgået af den samlede pris, at denne forudsatte betaling via Betalingsservice.

Kortgebyret på 199 kr. er et gebyr i markedsføringslovens § 13's forstand, da dette knytter sig til købet og benyttelsen af Selector-boksen. Kortet er en forudsætning for at modtage og se digitale programtjenester. Digitalmodtageren kan ikke bruges som forudsat, uden forbrugeren samtidig har et aktivt kort.

Efter markedsføringslovens § 13, stk. 1, skal der ved erhvervsmæssig udbud af varer til forbrugerne ved mærkning, skiltning eller på anden måde tydeligt oplyses om den samlede pris for varen, inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre afgifter. Samme krav om oplysning af den samlede pris gælder tillige, hvor varer udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling. De samme regler gælder ved annonceringen.

TDC Kabel A/S har ved sagens behandling bl.a. oplyst, at selskabets ansatte ved salg af Selectorbokse er instrueret i at oplyse om kortgebyret, og at det på kvitteringerne er angivet, at der er et årligt kortgebyr. I den mappe, som udleveres ved salg af Selectorbokse, er vilkårene for brugen af Selector angivet. Heraf fremgår, at der er et årligt kortgebyr, og at der opkræves et gebyr, hvis regningen ikke betales via Betalingsservice.

I selskabets abonnementsvilkår for kabel-tv, Tillægsvilkår for Selector, er det angivet, at adgang til TDC Kabel TV's Selector-tjenester forudsætter, at kunden har et kabel-tv-abonnement hos TDC Kabel TV, et Selector-kort og en boks.

Det fremgår ligeledes, at der ved købet af boksen ikke medfølger Selector-kort, men at dette kan lejes mod et årligt kortgebyr. Kortgebyret opkræves årligt forud, og tilbagebetales ikke ved opsigelse af abonnement. Selector-kortet er TDC Kabel TV's ejendom.

Af prislisten fremgår det, at det årlige kortgebyr er på 199 kr., og at det ved køb af digitalmodtager opkræves på første regning. Fakturagebyret er 25 kr.

I det anvendte markedsføringsmateriale er prisen for Selector (med og uden abonnement på programpakker) og Selector-kortet oplyst i tilknytning til hinanden, men som to selvstændige produkter. Det fremgår ikke af materialet, om de angivne priser inkluderer fakturagebyret.

Forbrugerombudsmanden har samtidig bedt TDC Kabel TV fremover at indrette sine prisoplysninger i forbindelse med salg af Selector eller tilsvarende produkter i overensstemmelse med reglerne i markedsføringslovens § 13. (2007-11133/5-161)

Synligheden af totalprisen

SAS ville ændre sin hjemmeside, så forbrugere kunne se de totale priser på flybilletter første gang, de mødte en pris. Det meddelte flyselskabet Forbrugerombudsmanden, efter at han generelt indskærpede prisoplysningsreglerne over for flyselskaberne.

Dermed var SAS det første flyselskab, som imødekom Forbrugerombudsmandens krav om, at forbrugerne skal have prisen på en flybillet inklusive skatter og afgifter samt gebyrer, der knytter sig til købet af flybilletten, første gang de ser en pris på en hjemmeside.

Hjemmesiden var udformet således, at de priser, der fremgik af det felt på bestillingssiden, hvor der kunne vælges mellem flere mulige afgang, var eksklusive skatter og afgifter, mens prisen på den samlede rejse var oplyst inklusive skatter, afgifter og et salgstillæg i højre side af skærmbilledet.

SAS meddelte imidlertid Forbrugerombudsmanden, at de var i gang med at ændre hjemmesiden.

Fremover ville de priser, der blev præsenteret for forbrugeren i det felt på bestillingssiden, hvor der kunne vælges mellem flere mulige afgang, være inklusive skatter og afgifter, mens totalprisen, der var summen af ud-

og hjemrejsebilletterne samt et salgstillæg, blev oplyst i højre side af skærmbilledet.

Forbrugerombudsmanden oplyste i en forhåndsbesked til SAS, at han var tilfreds med den nye udformning af hjemmesiden. (2006-1100/5-787)

Ejendomsmægleres prisoplysninger

Dansk Ejendomsmæglerforening anmodede Forbrugerombudsmanden om dennes fortolkning af markedsføringslovens § 13 i relation til ejendomsmægleres prisoplysninger.

I henhold til § 11a i lov om omsætning af fast ejendom og formidlingsbekendtgørelsens § 11 stilles nogle særlige krav til ejendomsmæglere vedrørende udspecificering af, hvilke ydelser ejendomsmægleren yder forbrugeren. Der er tre kategorier af ydelser: Lovpligtige ydelser, ydelser som ejendomsmægleren betinger sig, at sælgeren aftager (ejendomsmæglerobligatoriske ydelser), og frivillige ydelser, hvilket omfatter ydelser, som forbrugeren har mulighed for at tilvælge hos ejendomsmægleren (fx ekstra markedsføring, 360 graders foto, videopræsentation, udarbejdelse af finansieringsforslag, eftersagsbehandling mv.)

Forbrugerombudsmanden udtalte i den forbindelse, at den samlede pris, ejendomsmægleren skal oplyse, er den pris, som svarer til det samlede beløb af de lovpligtige ydelser samt de eventuelle ydelser, som ejendomsmægleren i sagen betinger sig, at forbrugeren skal aftage. De frivillige ydelser ville således som udgangspunkt ikke skulle medregnes i den pris, ejendomsmægleren skal oplyse.

Forbrugerombudsmanden anførte dog, at såfremt en ejendomsmægler fx markedsfører et samlet pakketilbud, der ud over de obligatoriske ydelser og de ydelser som ejendomsmægleren betinger sig, at sælgeren aftager, tillige omfatter en eller flere frivillige ydelser, ville de frivillige ydelser, der indgår i det samlede tilbud, skulle indregnes i den oplyste pris. Forbrugerombudsmanden anførte endvidere, at såfremt en ejendomsmægler vælger at markedsføre og oplyse prisen på forskellige fritstående frivillige ydelser, vil den samlede pris for den eller de markedsførte frivillige ydelser skulle oplyses.

Det var endvidere Forbrugerombudsmandens opfattelse, at markedsføringslovens § 13, stk. 1, 2. pkt., ikke omfatter de frivillige ydelser, som forbrugeren har mulighed for at tilvælge hos ejendomsmægleren. (2007-1100/5-972)

Minimumsforbrug/administrationsgebyr skal oplyses

Forbrugerombudsmanden tilkendegav over for et teleselskab, at efter markedsføringslovens § 13, stk. 2, skulle der oplyses om minimumsforbrug, administrationsgebyrer e.l., når et abonnement blev udbudt på en hjemmeside med mulighed for bestilling, såfremt dette ville gøre det muligt for forbrugeren selv at beregne den endelige pris for abonnementet.

En markedsføring uden disse oplysninger kan efter omstændigheder tillige være i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledende eller mangelfulde angivelser. Forbrugerombudsmanden henviste tillige til retningslinjerne om god markedsføringsskik på teleområdet.

Teleselskabet udbød på sin hjemmeside et abonnement, hvor abonnementsprisen var oplyst til 0 kr.. Herudover var oplyst minutpris, opkaldsafgift og pris pr. SMS. Teleselskabet anførte, at man i forbindelse med reklame vurderede, hvilke oplysninger der måtte anses for væsentlige for kunderne. Det ville forvirre billedet, såfremt alle prisoplysninger mv. skulle gives.

Man kunne på hjemmesiden ved nogle få klik finde alle prisoplysninger mv.

Teleselskabet indvilligede i at indrette sin fremtidige markedsføring i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens tilkendegivelser. (2007-1120/5-692)

Annonceres der i radiospots e.l. flygtige medier med nogle priser, må alle priser oplyses

Forbrugerombudsmanden tilkendegav over for et teleselskab, at hvis der i et radiospot, som omtaler et abonnement med en prisangivelse inkl. alt, måtte der, når der samtidig blev opkrævet andre priser, gebyrer e.l., fx opkaldsafgift, også oplyses herom, såfremt dette ville sætte forbrugeren i stand til selv at beregne den endelige pris for abonnementet. Dette følger af markedsføringslovens prisoplysningsregler, jf. markedsføringslovens § 13, stk. 3, jf. stk.2.

En markedsføring uden disse oplysninger kan efter omstændighederne tillige være i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser.

Teleselskabet oplyste, at prisen pr. måned inkluderede samtaler, men at opkaldsafgifter mv. blev opkrævet

herudover. Hensigten med radiospottet var at komme i dialog med nuværende og potentielle kunder om det abonnement, som ville passe kunden bedst. Der blev ved salg af abonnementet nærmere oplyst om priser mv.

Teleselskabet meddelte, at man ved lignende reklamer fremover, ikke ville oplyse nogen priser, men blot gøre opmærksom på abonnementsstypen. (2007-11103/5-509)

Udbyder af webhoteller overtræder markedsføringslovens regler om prismarkedsføring ved annoncering af priser på internettet

Markedsføringslovens §§ 3 og 13 stiller efter Forbrugerombudsmandens opfattelse krav om, at de erhvervsdrivende over for forbrugere skal angive priser inkl. moms i alle de skærbilleder, hvor der gives oplysninger om priser.

Dette var ikke tilfældet på hjemmesiden www.surftown.dk, hvor der blev udbudt webhoteller. Først da forbrugeren klikkede sig videre til bestillingssiden, blev den samlede pris inklusiv moms oplyst, hvilket ikke er tilstrækkeligt efter markedsføringslovens regler.

Reglerne blev præciseret over for selskabet i februar måned 2007, og selskabet meddelte Forbrugerombudsmanden, at priserne straks ville blive ændret, så de oplyste den fulde pris inklusiv moms. Forbrugerombudsmanden kunne imidlertid i maj måned 2007 konstatere, at selskabet ikke havde ændret sin prismarkedsføring.

Forbrugerombudsmanden rettede derfor på ny henvendelse til selskabet og tog i den forbindelse forbehold for politianmeldelse. Selskabet rettede efter Forbrugerombudsmandens sidste henvendelse sin prismarkedsføring således, at alle priser over for forbrugere – første gang disse oplyses – altid vil være inklusiv moms.

Forbrugerombudsmanden valgte imidlertid at politianmelde selskabet, fordi selskabet ikke som meddelt ændrede sin prismarkedsføring efter Forbrugerombudsmandens første henvendelse.

Selskabet valgte herefter at afslutte sagen ved betaling af en bøde på 50.000 kr. (2007-1120/5-712)

Fortsat problemer med flyselskabernes prisoplysninger

Som led i sit tilsynssamarbejde med andre forbrugermyndigheder i Europa har Forbrugerombudsmanden i 2007 tjekket en række flyselskabers hjemmesider for bl.a. vildledende prisangivelser. Omkring halvdelen af hjemmesiderne havde uorden i deres prisangivelser eller kontraktvilkår.

Mange har prøvet at ladet sig friste af en annonce på billige flybilletter - kom til Rom for 200 kr. hver vej. Inden bestillingen på internettet er omme, er billetten dog hurtigt blevet væsentlig dyrere pga. skatter, afgifter, kortgebyrer og lign. Den går bare ikke, for når man annoncerer med en pris, skal man angive "totalprisen", dvs. den reelle pris inkl. alle skatter og afgifter.

Tjekket af flyselskaberne, som adskillige europæiske forbrugermyndigheder deltog i, havde bl.a. til formål at undersøge, om flyselskaberne oplyste priserne korrekt. Gennemgangen af hjemmesiderne tog udgangspunkt i et bestillingsforløb på internettet for at se, om prisen "ændrede" sig i løbet af bestillingen.

De undersøgte hjemmesider blev udvalgt ud fra en formodning om, at markedsføringen af flybilletterne var henvendt til danske forbrugere gennem brug af fx dansk eller prisangivelser i danske kroner. De undersøgte selskaber var især baseret i EU landene, men også enkelte danske selskaber blev undersøgt.

Undersøgelsens resultater

I alt blev 62 hjemmesider besøgt af Forbrugerombudsmandens jurister. På godt halvdelen af hjemmesiderne, nemlig 29, blev der fundet større eller mindre overtrædelser af markedsføringslovens regler om prisoplysninger.

Overtrædelserne drejede sig især om:

- Vildledende prisangivelser, navnlig i forbindelse med begrebet "totalpris".*
Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at når prisen for fx en flybillet vises første gang i et bestillingsforløb, skal den pågældende pris være inklusive alle skatter og afgifter. Flere hjemmesider introducerede først den reelle pris i de efterfølgende skærbilleder.
- Urimelige kontraktvilkår
Nogle hjemmesider havde forvalgt fx en rejseforsikring for kunden. Negativ aftalebinding, som det kaldes, er et urimeligt kontraktvilkår, fordi kunden bliver bundet af ydelsen, medmindre han eller hun aktivt vælger ydelsen fra i bestillingsforløbet.

En del hjemmesider havde desuden krydset "ja tak" på forhånd til at kunne sende nyhedsbreve og tilbud til kunden.

Forbrugerombudsmanden har i en årrække været engageret i internationalt samarbejde for at højne forbrugerbeskyttelsen på både europæisk og globalt plan.

Forbrugerombudsmanden er den centrale danske myndighed i EU's tilsyns- og håndhævelsessamarbejde vedrørende forbrugerlovgivningen under CPC (Consumer Protection Cooperation) (2007-11033/5-11)

Flyselskabs overtrædelse af markedsføringslovens regler om prismarkedsføring ved annoncering af priser på internettet

Markedsføringslovens §§ 3 og 13 stiller efter Forbrugerombudsmandens opfattelse krav om, at de erhvervsdrivende over for forbrugere skal angive priser inkl. skatter og afgifter i alle de skærbilleder, hvor der gives oplysninger om priser. Dette var indtil for nylig ikke tilfældet, hvis der blev søgt på afgang via selskabets "lavpriskalender" på www.sterling.dk, hvor priserne blev angivet uden lufthavnsafgifter. Først når forbrugeren klikkede sig videre på hjemmesiden til et nyt skærbillede, blev den samlede pris oplyst. Og det er ikke tilstrækkeligt efter markedsføringslovens regler.

Reglerne blev præciseret over for Sterling i oktober 2006 og efterfølgende ved breve i februar og marts 2007. Forbrugerombudsmanden har været i kontakt med selskabet med henblik på at få ændret hjemmesiden. Selskabet ønskede imidlertid ikke at efterkomme Forbrugerombudsmandens anvisninger, og Forbrugerombudsmanden meddelte derfor selskabet, at det ville blive politianmeldt, såfremt det ikke senest den 1. april 2007 havde ændret sin prismarkedsføring.

Efter fristen kunne Forbrugerombudsmanden konstatere, at selskabet fortsat annoncerede med priser ekskl. skatter og afgifter, og Forbrugerombudsmanden besluttede derfor at anmelde selskabet til politiet. Politiet skal nu tage stilling til, om der er grundlag for at rejse tiltale over for selskabet. Overtrædelse af markedsføringsloven kan straffes med bøde.

Selskabet oplyste over for Forbrugerombudsmanden efter meddelelsen om, at det ville blive politianmeldt, at "lavpriskalenderen" pr. 24. maj 2007 var ændret således, at prisen for en rejse – første gang denne blev oplyst – nu var inkl. skatter og afgifter.

Da selskabet – trods gentagne indskærpelser – ikke havde indrettet sin markedsføring i overensstemmelse med reglerne inden for den fastsatte frist, valgte Forbrugerombudsmanden at anmelde selskabet til politiet for overtrædelse af markedsføringsloven.

Sterling valgte herefter at afslutte sagen ved betaling af en bøde på 100.000 kr. (2006-1110/5-385 og 2007-1120/5-822)

2.12. Lovens § 14. Kreditkøb

Kreditkøb – krav om oplysninger

Forbrugerombudsmanden har på forespørgsel tilkendegivet, at oplysninger om omkostninger ved køb på kredit skal gives i umiddelbar tilknytning til selve varen og prisoplysningen for denne. Det er således ikke tilstrækkeligt i forbindelse med annoncering for kreditkøb kun at oplyse den månedlige ydelse og for så vidt angår andre oplysninger om omkostninger ved købet at henvise til en anden side.

Der blev fra en organisations side spurgt, hvorvidt det i forbindelse med reklame for kreditkøb var i overensstemmelse med markedsføringslovens § 14 alene at angive en månedlig ydelse i en såkaldt "splatter" for herefter at henvise til en anden side i reklamen, hvor de kreditoplysninger, der skulle oplyses om efter markedsføringslovens § 14, stk. 1, fremgik.

Forbrugerombudsmanden henviste til, at det i bemærkningerne til markedsføringsloven fremgår, at

- "adgangen efter § 12, stk. 3 [nu § 14, stk. 3] til at oplyse kreditomkostningerne efter stk. 1 i form af et repræsentativt eksempel, hvis dette er den eneste hensigtsmæssige fremgangsmåde, er en undtagelsesbestemmelse, som kun finder anvendelse, hvis det ikke er muligt at give de faktiske kreditomkostninger. F.eks. hvis renten varierer fra dag til dag."

Markedsføringslovens § 14, stk. 3, er en undtagelsesbestemmelse, hvorfor der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse må anlægges en snæver fortolkning af bestemmelsen. Der vil herved også blive lagt vægt på, at det af bemærkningerne til bestemmelsen fremgår, at den kun finder anvendelse, hvis det ikke er muligt at give de

faktiske kreditomkostninger. (2007-1169/5-332)

Negative årlige omkostninger i procent

En erhvervsdrivende rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden og oplyste, at denne tilbød en række kontokort. Fælles for kortene var, at kunden ved at betale med kortet frem for fx at betale kontant, kunne få nedskrevet sin restgæld på kontoen med 5 %. Fik en kunde fx en kredit på 15.000 kr. og købte varer for 15.000 kr., ville kunden således alene skulle betale 14.250 kr. til den erhvervsdrivende, idet den erhvervsdrivende i det nævnte eksempel ville indsætte 750 kr. direkte på kundens kredit.

Den erhvervsdrivende ønskede Forbrugerombudsmandens vurdering af, om denne "restgældsrabat" kunne betragtes som en "negativ omkostning" med den følge, at man ved udregningen af de årlige omkostninger i procent (ÅOP) kunne få en negativ ÅOP.

Reglerne om beregningen af ÅOP, og hvad der i den forbindelse skal forstås ved kreditomkostninger, findes i kreditaftalelovens §§ 13 og 16, som gennemfører dele af forbrugerkreditdirektivet (direktiv 87/102/EØF).

Forbrugerombudsmanden udtalte, at den erhvervsdrivendes "restgældsrabat" ikke er en omkostning, som "forbrugeren skal betale for kreditten", og "restgældsrabatten" var derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke omfattet af begrebet "kreditomkostning", således som dette er defineret i kreditaftalelovens § 13. Restgældsrabatten kunne derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke medtages i opgørelsen af kreditomkostningerne eller ved beregningen af ÅOP. (2007-1100/5-964)

3. Betalingsmiddeloven

3.1. Principielle sager

Brug af betalingskort til køb på internettet må ikke forudsætte, at forbrugerne indgår netbankaftaler

For at begrænse risikoen for misbrug ved handel på internettet har kortorganisationerne Visa og MasterCard udviklet en ordning, der indebærer, at forbrugerne udover de sædvanlige kreditkortoplysninger skal bruge en personlig, hemmelig kode. Denne nye sikkerhedsforanstaltning forudsætter, at net-butikkerne har tilmeldt sig ordningen.

Ordningen kaldes 3D Secure, og er i Danmark gennemført ved en kobling med netbank-systemerne, så brugerne af betalingskortene bliver forsynet med en netbank-kode, som de skal anvende ved køb med deres betalingskort på internettet.

Efter forhandling mellem PBS og Forbrugerombudsmanden blev ordningen gennemført, så forbrugerne ville kunne anvende ordningen uden at være tvunget til at indgå en egentlig aftale om netbank. Forbrugere der ikke ønskede at indgå en egentlig aftale om netbank, med heraf følgende rettigheder og forpligtelser, skulle således have stillet en netbankkode til rådighed.

Ordningen markedsføres under forskellige navne fx "Verified by Visa" og "MasterCard SecureCode". (2006-11732/8-10)

Afviste at tage imod kontant betaling

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på, at Københavns Kommunes Borgerservice afviste at tage imod kontant betaling i forbindelse med tilmelding til teori- og køreprøver.

Forbrugerombudsmanden rettede derfor henvendelse til Københavns Kommune og meddelte, at det følger af § 10, stk. 1, 1. pkt., i lov om visse betalingsmidler, at en betalingsmodtager er forpligtet til at modtage kontant betaling, hvis betalingsmodtageren modtager betalingsmidler, der er omfattet af loven.

Københavns Kommune meddelte herefter Forbrugerombudsmanden at der, bl.a. på baggrund af henvendelsen fra

Forbrugerombudsmanden, var blevet opstillet automater, der kunne tage imod kontant betaling fra borgerne, i de 4 eksisterende borgerservicebutikker, og at dette også ville ske, når nye borgerservicebutikker blev åbnet. (2007-11737/8-14)

4. Tobaksloven

4.1. Principielle sager

Tobaksreklameforbuddet contra kommerciel ytringsfrihed

Hvornår laver tobaksindustrien informationskampagner som input til den offentlige debat om rygning – og hvornår bryder de forbudet mod tobaksreklamer? Det spørgsmål har Østre Landsret taget stilling til i en konkret sag med tobaksfirmaet Phillip Morris

Den 7. marts 2007 afsagde Østre Landsret en dom i en sag om, hvorvidt Philip Morris ApS' omtale af cigaretprodukter i annoncer indrykket i dagspressen var i strid med lov om forbud mod tobaksreklamer. Landsretten ændrede en dom, afsagt af Frederiksberg Ret. Sagen omhandlede to forskellige annoncer om cigaretter og rygning, som var indrykket i dagspressen over et par dage i sensommeren 2004.

Frederiksberg Ret fandt, at annoncerne var i strid med tobakslovens forbud mod reklamer for tobaksvarer, jf. tobakslovens § 3, stk.1, jf. § 1. Derfor blev Philip Morris ApS straffet med en bøde på 850.000 kr.

Efter § 3, stk. 1 i lov om forbud mod tobaksreklamer m.v. er alle former for reklame for tobaksvarer forbudt.

Den ene annonce havde overskriften "Tro ikke, at cigaretter med mindre tjæreindhold er mere sikre eller bedre for dig", og den anden havde overskriften "Er det muligt at producere en cigaret, der er mindre skadelig?" Philip Morris International stod som afsender på annoncerne.

Indledningsvis slog Østre Landsret fast, at forbudet mod tobaksreklamer må fortolkes i overensstemmelse med EU – tobaksdirektivet herunder en dom afsagt af EF-domstolen.

Ikke enhver annoncering i dagspressen fra Philip Morris, hvor selskabet fremstår som cigaretproducent og omtaler cigaretprodukter, kan derfor anses for omfattet af forbudet mod tobaksreklame. Det må kræves, at annonceringen har til formål direkte eller indirekte at fremme salget af tobaksvarer, før annonceringen kan anses for lovstridig.

Retten fandt, at annoncen med overskriften "Tro ikke, at cigaretter med mindre tjæreindhold er mere sikre eller bedre for dig" ikke var en reklame i strid med tobakslovens § 3, stk. 1.

Retten udtalte, at "en sådan kommunikation, der – uden i øvrigt at fremhæve Philip Morris – oplyser om cigaretrykningens skadelige virkning, findes ikke at kunne anses for at have til formål at fremme salget af tobaksvarer, hverken direkte eller indirekte – heller ikke selvom annoncen blev bragt i dagspressen i samme afgrænsede periode, som den følgende annonce."

Annoncen med overskriften "Er det muligt at producere en cigaret, der er mindre skadelig?" fandt retten derimod var i strid med tobaksreklameloven, fordi indholdet af annoncen "må anses for at have det indirekte formål at fremme salget af tobaksvarer, idet annoncen fremstiller Philip Morris som en cigaretproducent, der i særlig grad arbejder på at udvikle og markedsføre mindre skadelige cigaretprodukter, og derfor giver tobakskøbere, der overvejer tobaksrygningens skadelige virkninger, opfattelsen af, at den udvikling, som Philip Morris prioriterer, er positiv for cigaretrygere. "

Retten fastsatte straffen for overtrædelse af tobaksloven til en bøde på 200.000 kr.

En dommer ville frifinde for alle forhold.

Sagen er efterfølgende anket til Højesteret. (2004-1182/5-34)

5. Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet

5.1. Husholdningsapparater og isenkram

Fortsat brug af et køleskab efter købet blev fortrudt

Brug af et køleskab afskar ikke i sig selv forbrugeren fra at fortryde købet, men det forhold, at køberen, efter at have fortrudt købet, fortsatte med at bruge køleskabet, afskar ham fra at fortryde

En forbruger fik den 5. december 2006 leveret et køleskab, som han havde købt via internettet. Den 12. december 2006 meddelte han den erhvervsdrivende, at han ønskede at fortryde købet. Den erhvervsdrivende afviste kravet med den begrundelse, at køleskabet var taget i brug, og at klageren havde fjernet en beskyttende film fra køleskabets låge og kabinet. Herudover ville der opstå en dårlig lugt i køleskabet, når det havde været taget i brug og derefter blev slukket igen. Den erhvervsdrivende henviste i øvrigt til betingelserne på hjemmesiden om fortrydelsesretten, hvor det fremgår, at varen ikke må tages i brug.

Udover at fremgå af den erhvervsdrivendes hjemmeside blev forbrugeren ikke direkte gjort opmærksom på betingelserne vedrørende fortrydelsesretten. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Klageren har bestilt det i sagen omhandlede køleskab via indklagedes hjemmeside til levering på klagerens bopæl. Der foreligger derfor et fjernsalg omfattet af forbrugeraftalelovens regler.

Nævnet bemærker indledningsvist, at indklagede efter forbrugeraftalelovens § 12, stk. 1 til 3, senest ved varens overgivelse til forbrugeren på papir eller på et andet varigt medium har haft pligt til bl.a. at give forbrugeren oplysning om fortrydelsesretten og betingelserne for og fremgangsmåden ved brug af denne.

Klageren har oplyst, at indklagede salgs- og leveringsbetingelser er tilgængelige på indklagedes hjemmeside, og at man ved at klikke på et link kan gøre sig bekendt med betingelserne. Da klageren ikke på et varigt medium har modtaget tydelig oplysning om fortrydelsesretten, følger det af § 18, stk. 3, sammenholdt med stk. 2, at klageren har fortrydelsesret i op til 3 måneder fra leveringsdatoen.

Køleskabet blev leveret den 5. december 2006, og klageren meddelte ved brev af 12. december 2006, at han ønskede at fortryde købet. Klageren har dermed fortrudt købet rettidigt.

Indklagede har imidlertid afvist at tage køleskabet tilbage, idet klageren havde taget det i brug. Der er således i sagen tvist om, hvorvidt det forhold, at klageren tog køleskabet i brug efter leveringen, afskærer ham fra at fortryde købet.

Fortrydelsesretten er efter forbrugeraftalelovens § 20, stk. 1 betinget af, at det modtagne kan tilbagegives til den erhvervsdrivende i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var, da køberen fik det i hænde. At køberen har taget varen i brug er derfor som hovedregel ikke i sig selv til hinder for, at fortrydelsesretten kan gøres gældende. Forudsat at forbrugeren er gjort udtrykkeligt opmærksom herpå, kan fortrydelsesretten ikke gøres gældende efter ibrugtagning, såfremt det efter varens art er åbenbart, at brugen medfører en formindskelse af varens salgsværdi, jf. § 20, stk. 3.

Nævnet finder, at klageren ikke i forbindelse med handlen er gjort udtrykkeligt opmærksom på, at køleskabet ikke måtte tages i brug, og klageren har derfor ikke været afskåret fra at fortryde købet på trods af ibrugtagningen.

Nævnet lægger til grund, at klageren tog køleskabet i brug, og at han fortrød købet. Klageren fortsatte herefter brugen af køleskabet.

Nævnet finder, at klageren ved at have fortsat sin brug efter at have fortrudt købet ikke kan gøre sin fortrydelsesret gældende. Køleskabet kan ikke tilbageleveres i væsentlig samme stand og mængde, og klageren

opfylder derfor ikke betingelsen i forbrugeraftalelovens § 20, stk. 1, for at fortryde købet.

Der kan således ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.”

Salg af støvsuger på kredit til en urimelig høj pris

Indsigelse, om at en aftale indgået ved uanmodet henvendelse, var fortabt ved passivitet. Kreditomkostninger nedsat, jf. kreditaftalelovens § 23, ligesom vederlaget for det købte blev nedsat, jf. kreditaftalelovens § 22

En forbruger blev på vej ind i et supermarked spurgt, om hun ville svare på nogle spørgsmål om indeklima og samtidig deltage i en konkurrence. Forbrugeren udfyldte en blanket med navn, adresse og telefonnummer. Efterfølgende blev forbrugeren uanmodet kontaktet på sin bopæl af en repræsentant fra sælgeren, hvor forbrugeren og hendes søn hver indgik en salgsaftale om en støvsuger til en pris af 13.999 kr. pr. stk. Samtidig blev 2 låneansøgninger udfyldt, og kredit til begge blev bevilget af et finansieringsselskab. Forbrugeren modtog ingen kreditoplysninger i forbindelse med kontraktens indgåelse.

Sælgeren oplyste, at forbrugeren havde henvendt sig i sælgerens repræsentants butik for at købe en støvsuger, og at ansøgning om en kredit blev udfyldt i butikken.

I perioden efter købet henvendte forbrugeren sig flere gange til finansieringsselskabet, der havde bevilget kreditten, for at klage over en rykkerskrivelse samt for høje gebyrer. Ifølge finansieringsselskabet havde forbrugeren betalt løbende på kreditten fra 8. marts 1999 til 7. september 2000, hvorefter indbetalingerne stoppede.

Den 7. september 2001, dvs. 2½ år efter købet, kontaktede forbrugeren skriftligt den erhvervsdrivende og anførte, at støvsugerne kun kunne det samme som almindelige støvsugere, og at hun og hendes søn var blevet taget ved næsen. Forbrugeren forlangte, at maskinerne blev afhentet og pengene tilbagebetalt. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Sagen vedrører køb af to støvsugere hver til en kontantpris af 13.995 kr. Købene blev indgået 12. januar 1999 og finansieret ved finansieringsaftaler indgået med indklagede 1.

Klagerne har vedrørende omstændighederne ved aftalernes indgåelse oplyst, at de blev passet op på vej ind i et supermarked og spurgt, om de ønskede at deltage i en konkurrence, hvorefter de udfyldte en blanket med navn, adresse og telefonnummer. Klagerne blev herefter kontaktet på bopælen af en repræsentant for [sælgeren], som medbragte en rengøringsmaskine, hvorefter klagerne underskrev dels to salgsslutsedler og dels to låneansøgninger til finansiering af de indgåede køb.

Forbrugerklagenævnet er fra andre klagesager bekendt med, at sælgere af støvsugerne gør brug af sådanne spørgeskemaer for at komme i kontakt med kunder, som de ønsker at aflægge et hjemmebesøg med henblik på en salgsdemonstration. Nævnet lægger derfor klagernes forklaring herom til grund. Dette gælder, uanset oplysningen i indklagede 1's advokats stævninger af 20. september 2005 om, at klagerne den 12. januar 1999 skulle have rettet henvendelse ”i butikken [adresse], for at købe en rengøringsmaskine”. Oplysningen herom er således helt uunderbygget og harmonerer ikke med, at begge slutsedler angiver at være underskrevet i Nakskov, hvor klagerne boede på tidspunktet for købenes indgåelse. Det har da også formodningen imod sig, at klagerne – som er førtidspensionister – skulle være taget fra Nakskov til Vordingborg for at indkøbe rengøringsmaskiner til priser, som langt oversteg deres økonomiske formåen.

Det er ikke godtgjort, at klagerne udtrykkeligt har anmodet den pågældende sælger –[navn], som afgik ved døden den 3. juni 2002 – om et hjemmebesøg med henblik på at indgå aftale om dels køb af en støvsuger og dels lån til finansiering heraf. Henvendelsen til klagerne må derfor anses for at være sket i strid med forbudet mod at rette uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger på dennes bopæl med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af aftale, jf. herved den dagældende forbrugerftalelovs § 2, stk. 1, som svarer til den nugældende lovs § 6, stk. 1. Det følger derfor af den dagældende lovs § 3 (og den nugældende lovs § 7), at de indgåede aftaler har været uforbindende for klagerne.

Det følger imidlertid af almindelige regler, at den, der mener, at han ikke er bundet af et løfte, skal gøre sin indsigelse herom gældende, og at længere tids passivitet efter omstændighederne anses som et afkald på at gøre ugyldigheden gældende. Da klagerne først ved brev af 7. september 2001 – dvs. 2½ år efter købenes indgåelse – har givet udtryk for utilfredshed med støvsugerne og de indgåede aftaler, finder nævnet, at klagerne som følge af passivitet har fortabt retten til at påberåbe sig aftalernes ugyldighed.

Efter det oplyste medbragte sælgeren under hjemmebesøget indklagede 1's markedsføringsmateriale i form af låneansøgninger mv. Sælgeren var endvidere klagerne behjælpelige med at søge om lånene, som af indklagede 1

blev udbetalt direkte til salgsledet. Ved på denne måde at have overladt sit markedsføringsmateriale til salgsledet findes indklagede 1 at have tilkendegivet, at man var villig til på indklagede 1's sædvanlige vilkår og betingelser at yde lån til [sælgerens] kunder, ligesom det lægges til grund, at lånene til klagerne er blevet indrømmet på grundlag af denne aftale mellem indklagede 1 og salgsledet. Det følger heraf, at der har foreligget såkaldte lånekøb omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2.

Det findes endvidere ikke at kunne føre til et andet resultat, at lånebeløbet i henhold til det ene lån oversteg kontantprisen med 4.000 kr., idet denne låneforhøjelse efter det oplyste havde til formål at sætte den pågældende klager i stand til at indgå købet, jf. herved klagerens brev af 7. september 2001 til [sælgeren], hvori hun bl.a. har anført følgende:

"Jeg synes også lige at i skal vide at vi på det nærmeste følte os presset til at købe. Selv om jeg blev ved med at sige nej, så blev Jonas bare ved indtil jeg sagde ja, jeg blev faktisk bestukket, jeg havde en video jeg betalte af på, så han sendte mig en check på 4.000 kr. så jeg kunne betale den færdig,"

Klagerne har derfor ved kontrakternes indgåelse haft krav på at få de oplysninger vedrørende kreditomkostninger og kreditvilkår, som fremgår af kreditaftalelovens § 9. Indklagede 1's advokat har i en af stævningerne anført, at "Bestemmelserne i kreditaftalelovens kapitel 2 er opfyldt", men oplysningen herom fremstår som helt uunderbygget, og der er ingen dokumentation for, at klagerne ved aftalernes indgåelse fik de oplysninger om kreditomkostninger og kreditvilkår, som fremgår af kreditaftalelovens § 9. Nævnet lægger derfor til grund, at dette ikke har været tilfældet.

Klagerne kan derfor kræve kreditomkostningerne opgjort i overensstemmelse med kreditaftalelovens § 23, stk. 1, og klagerne kan derudover ikke afkræves rykkergebyrer eller andre omkostninger i anledning af en eventuel betalingsmisligholdelse, jf. herved kreditaftalelovens § 24.

Da aftalerne er indgået under ulovlige hjemmebesøg, hvorunder klagerne er blevet presset til at indgå aftaler om køb af støvsugere til priser, der langt oversteg deres økonomiske formåen, er der endvidere anledning til at bringe kreditaftalelovens § 22 i anvendelse. Denne bestemmelse er sålydende:

"Er det beløb, som forbrugeren efter aftalen skal betale som vederlag eller omkostninger urimeligt, skal det nedsættes til, hvad der skønnes rimeligt. Medmindre andet bestemmes af retten, sker afkortningen i det eller de sidste beløb, der skal betales efter aftalen. Er der afkrævet forbrugeren et urimeligt vederlag for at give den pågældende henstand eller andre lempelser i de aftalte vilkår, sker afkortningen på samme måde."

Støvsugere af andre mærker forhandles normalt til langt lavere priser, og klagerne kunne derfor kontant have købt udmærkede støvsugere til langt under 2.000 kr. pr. stk. Der er derfor anledning til i medfør af kreditaftalelovens § 22 at nedsætte kontantprisen pr. støvsuger til et beløb i størrelsesorden 2.000 kr.

Klagerne har i perioden fra købenes indgåelse i januar 1999 og indtil december 2000 indbetalt hhv. 7.846 kr. samt 8.038 kr. på hver af de to kreditkøbskontrakter, og de beløb, som klagerne har indbetalt, dækker derfor rigeligt købesummen for to støvsugere i et prisleje på 2.000 kr. pr. stk. tillagt et yderligere lånebeløb på 4.000 kr. og forrentet med den rentesats, som følger af kreditaftalelovens § 23, stk. 1.

Under hensyn til det således anførte finder nævnet, at klagerne må anses for frigjort for deres forpligtelser i henhold til de indgåede kreditkøbsaftaler som følge af de indbetalinger, som de allerede har foretaget. Klagerens indsigelser herom kan endvidere gøres gældende ikke alene over for salgsledet, men også over for kreditgiveren, dvs. indklagede 1, jf. herved kreditaftalelovens § 33, stk. 1. Klagerne fritages dermed for at betale de beløb på hhv. 52.110,32 kr. og 31.319,88 kr., som er opgjort i indklagede 1's advokats stævninger af 20. september 2005.

Klagerne har alene nedlagt påstand om at blive fritaget for at betale yderligere, og da der efter det anførte kan gives dem medhold heri, har nævnet ikke fundet anledning til at tage stilling til, hvem der – som salgsled – skal anses som rette indklagede i sagen."

Finansieringsselskabet blev endvidere som den tabende part pålagt at betale sagens omkostninger.

Meget varme paneler m.v. på komfur

Det forhold, at komfurets panel og håndtag blev så varme, at de var umuligt at røre ved, hvis der ikke blev anvendt grydelap eller lignende, udgjorde en mangel efter købeloven, selvom komfuret måtte overholde sikkerhedskrav i typegodkendelsen

En forbruger havde flere gange reklameret over, at komfurets panel m.v. blev for varmt. Den erhvervsdrivendes teknikker havde målt temperaturen på panelet til ca. 80 grader.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der træf følgende afgørelsen:

”Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at ovnens panel og håndtag bliver så varmt, at det er umuligt at røre ved, hvis der ikke anvendes grydelap eller lignende.

[Producenten] har på vegne af indklagede heroverfor gjort gældende, at komfuret overholder de normer, der indgår i typegodkendelsen i henhold til myndighedskrav EN60335-2-6, hvori der blandt andet stilles krav til overfladetemperaturen målt forskellige steder på produktet.

Det forhold at komfuret måtte overholde kravet i EN60335-2-6 er imidlertid ikke ensbetydende med, at komfuret ikke kan være mangelsbehæftet i henhold til købeloven.

På baggrund af sagens oplysninger, herunder den sagkyndiges udtalelser, anser 4 nævnsmedlemmer komfuret for at have været mangelfuldt ved leveringen, jf. herved købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, idet det har været af en anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Da manglen samtidig må anses som væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4, og få den fulde købesum tilbagebetalt.

Under hensyn til at komfuret overholder de sikkerhedsmæssige krav, mener 1 nævnsmedlem ikke, at komfuret er behæftet med mangler i købelovens forstand.” Afgørelsen blev truffet i overensstemmelse med flertallets opfattelse. Den erhvervsdrivende blev pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Returnering af komfur købt på internettet

Komfuret blev beskadiget under returtransporten. Forbrugeren bevarede sin fortrydelsesret, idet det ikke kunne bebrejdes ham, at komfuret blev beskadiget

En forbruger købte et komfur på internettet. Inden komfuret var pakket helt ud viste det sig, at forbrugeren ved en fejl havde bestilt et forkert komfur. Forbrugeren lod komfuret stå på den palle, det var leveret på, pakkede det ind igen, og meddelte den erhvervsdrivende, at han ønskede at gøre brug af sin fortrydelsesret. Han bestilte samtidig det ønskede komfur. Ved leveringen af det nye komfur tog fragtmanden det først leverede komfur med tilbage.

Under transporten blev komfuret trykket på begge sider og på bagsiden. Den erhvervsdrivende forlangte, at forbrugeren skulle betale for reparation af komfuret. Forbrugeren oplyste, at komfuret var fejlfrit og velemballeret ved overlevering til fragtmanden og afviste derfor at være skyld i skaden. For at få tilbagebetalt købesummen for det først leverede komfur betalte forbrugeren regningen under protest.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Da købet af det omhandlede komfur er sket via indklagedes hjemmeside, foreligger der et fjernsalg omfattet af lov om visse forbruger aftaler (Lov nr. 451 af 9. juni 2004), jf. lovens § 4. Klager har derfor som udgangspunkt ret til at fortryde købet inden for en frist på 14 dage regnet fra varens modtagelse, jf. lovens § 18.

Det er ubestridt, at klageren rettidigt inden for denne frist har fortrudt købet og returneret varen til indklagede. Klageren er derfor som udgangspunkt berettiget til få det betalte tilbage, jf. herved forbruger aftalelovens § 21, stk. 2.

Indklagede har imidlertid gjort gældende, at klageren ikke har opfyldt lovens betingelser for udnyttelse af fortrydelsesretten, idet komfuret, som ved indklagedes modtagelse af komfuret, var blevet trykket på begge sider og på bagsiden, ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, hvori det var, da klageren fik det i hænde, jf. forbruger aftalelovens § 20, stk. 1.

Det følger af forbruger aftalelovens § 20, stk. 2, at en forbruger bevarer sin fortrydelsesret, selvom varen ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, hvis en beskadigelse eller en forringelse ikke skyldes uagtsomhed eller manglende omsorg fra forbrugerens side.

Nævnet lægger til grund, at skaderne er opstået under transporten, idet den sagkyndige oplyser, at der er tale om typiske transport skader. Da klageren har anvendt samme transportør og forsendelsesform som indklagede anvendte, og da klageren har emballeret komfuret på samme måde som indklagede, finder nævnet, at beskadigelsen af komfuret ikke kan henføres til forhold, som kan bebrejdes klageren. Det bemærkes i den forbindelse, at det er uden betydning, hvem der har rekvireret transporten.

Indklagede har derfor ikke været berettiget til at tilbageholde en del af købesummen.” Den erhvervsdrivende blev

endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Plæneklipper manglede olie

Oplysningen om, at der skulle påfyldes olie på plæneklipperen inden brug, var af så væsentlig betydning, at oplysningen burde have været fremhævet med en tydelig markering direkte på maskinen

En forbruger købte en plæneklipper og benyttede dagen efter købet plæneklipperne for første gang. Klageren havde forinden læst brugerhæftet, men ikke den tekniske information i en selvstændig pjece. Forbrugeren havde også tjekket oliepinde og konstateret, at denne var våd, men da olien var ny, var den ikke nem at aflæse. Kort efter start af plæneklipperen brød motoren sammen, idet der ikke var olie på.

Forbrugeren reklamerede til den erhvervsdrivende, der oplyste, at det var en fejl, at han ikke var blevet oplyst om, at han skulle påfylde olie inden start, men at han kunne læse det i brugsanvisningen. Forbrugeren fik samtidig oplyst, at der havde været påfyldt olie på maskinen, som imidlertid var blevet aftappet igen, hvorfor oliepinde kunne være våd.

Forbrugeren blev tilbudt at købe en ny plæneklipper, samme model og mærke, til 2.500 kr., hvilket forbrugeren accepterede under protest, idet forbrugeren kort tid efter indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om tilbagebetaling af de 2.500 kr. Forbrugerklagenævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Der er mellem parterne enighed om, at motoren på plæneklipperen er ødelagt, idet der ikke har været påfyldt olie på motoren, inden plæneklipperen startedes op første gang.

Det fremgår af købelovens § 75a, stk. 1, at køberen i forbindelse med købet skal have de fornødne oplysninger om bl.a. anvendelse af produktet.

Det er ubestridt, at klageren har fået udleveret brugsvejledning, som må anses for nødvendig for at anvende plæneklipperen korrekt. Det er endvidere ubestridt, at klageren ikke har læst alle de medfølgende anvisninger i instruktionsbogen og drifts- og vedligeholdelsesvejledning.

To af nævnets medlemmer finder, at skaden kunne være undgået, hvis klageren havde læst alle de medfølgende anvisninger, som i alt var på cirka 9 sider, og hvor det klart fremgår, at der skal påfyldes olie. Disse medlemmer finder derfor, at maskinen ikke har været behæftet med en mangel, hvorfor klageren ikke kan få medhold.

Tre af nævnets medlemmer finder, at oplysningen om, at maskinen ikke må bruges, førend der er påfyldt olie, er af så væsentlig betydning, at oplysningen burde have været fremhævet med tydelige markering direkte på maskinen.

Nævnets flertal finder herefter, at plæneklipperen har været behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og nr. 4, 2. led, jf. § 75 a, stk. 1. Klageren har dermed været berettiget til, vederlagsfrit, at få ombyttet plæneklipperen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 2. Da indklagede har afvist at omlevere vederlagsfrit, er klageren berettiget til at få tilbagebetalt, det han har betalt for den nye plæneklipper.”

Den erhvervsdrivende blev tillige pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger i sagen. (2006-352/7-96)

5.2. Radio/tv mv.

Tilbud om ombytning med nyere model

Den erhvervsdrivende tilbød omlevering med en nyere model dvd-afspiller. Da den nye model ikke stemte overens med det aftalte, var det ikke korrekt omlevering

En forbruger købte en dvd-afspiller. Den blev indleveret til reparation 2 gange, men den erhvervsdrivende kunne ikke afhjælpe problemet og tilbød forbrugeren ombytning.

Da den oprindelige model var udgået, leverede den erhvervsdrivende en afspiller af samme fabrikat, men en nyere model. Der var tale om en bedre model, som kunne mere end den udgåede model, selvom prisen i mellemtiden var faldet. Forbrugeren ville ikke acceptere ombytning og krævede pengene tilbage for købet.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Der er mellem parterne enighed om, at den dvd-afspiller, som klageren købte den 18. august 2003, er behæftet

med en mangel, som ikke kan repareres.

Spørgsmålet i sagen angår, om indklagede i medfør af købelovens § 78, stk. 3, har kunnet afværge klagerens krav om køkets ophævelse gennem tilbud om levering af en dvd-afspiller af samme mærke, men af en nyere model, da den model, som købet angik, er udgået af produktion.

Sælgerens omleveringsret efter købelovens § 78, stk. 3, forudsætter, at sælgeren er i stand til at levere en anden genstand, der stemmer overens med den oprindelige købsaftale, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, nr. 2.

3 nævnsmedlemmer lægger afgørende vægt på, at den dvd-afspiller, som indklagede har tilbudt klageren, er en nyere model, som kan tage endnu flere disc-typer og formater end den model, som købet angik. Da modellen dermed ikke stemmer overens med den oprindelige købsaftale, kan indklagede ikke mod klagerens ønske bestemme, at aftalen skal opfyldes hermed. Disse medlemmer lægger derfor til grund, at klageren er berettiget til at hæve købet, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, nr. 4, og § 78, stk. 4.

1 nævnsmedlem (2 stemmer) finder, at den tilbudte, nyere model stemmer overens med det aftalte, og at der dermed er tilbudt fyldestgørende omlevering.

Der træffes afgørelse i overensstemmelse med stemmeflertallet.”

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Køb af fjernsyn via telefonen

En købsaftale, der blev indgået med en erhvervsdrivende via telefonen på baggrund af en annonce i ”Den Blå Avis” blev anset for en fjernsalgsaf-tale

En forbruger så den 10. juni 2005 i en annonce i ”Den Blå Avis” et fjernsyn, et anlæg og højtalere, og kontaktede den erhvervsdrivende telefonisk og bestilte varerne. Hun kom i tvivl om fjernsynet og bestilte kun anlæg og højtalere. Varerne blev leveret den 16. juni 2005. I den forbindelse besluttede forbruger-eren sig til også at købe fjernsynet, og det blev aftalt, at den er-hvervsdrivende skulle have forbrugerens gamle fjernsyn i bytte. Efter ca. en uge blev fjernsynet leveret.

Ved leveringen konstaterede forbrugerens adskillige ridser på fjernsynet og et hul i stoffet foran på højtaleren. Dagen efter leveringen konstaterede forbrugerens endvidere, at der var fejl i billedgengivelsen, da der fremkom et kraftigt hvidt lysglimt, når fjernsynet slukkedes. Forbrugerens meddelte ved brev af 28. juni 2005 den erhvervsdrivende, at hun ønskede at hæve købet for så vidt angik fjernsynet, hvilket den erhvervsdrivende afviste med den begrundelse, at han ville udbedre fejlen eller ombytte fjernsynet. Forbrugerens fastholdt, at handlen skulle gå tilbage.

Forbrugerens indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet. Nævnets sagkyndige undersøgte i den forbindelse fjernsynet og konkluderede, at billedrøret og tunerens var defekt, og at fjernsyn-net var uanvendeligt.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger til grund, at klageren ringede og bestilte fjernsynet hos indklagede efter at have set annoncen i ”Den Blå Avis”.

Nævnet lægger endvidere til grund, at indklagede sælger sine varer ved en landsdækkende og massiv annoncering både i den fysiske ”Den Blå Avis” samt i den elektroniske udgave af ”Den Blå Avis, der dermed lægger op til aftaleindgåelse ved telefonisk henvendelse. Klageren har endvidere oplyst, at indklagede efterfølgende kører ud med varerne til kunderne, efter at disse har afgivet telefonisk bestilling på baggrund af annoncerne i ”Den Blå Avis”. Dette er ikke bestridt af indklagede.

På denne baggrund lægger nævnet til grund, at indklagede på salgstids-punktet havde et system for fjernsalg.

Da aftalen om køb af fjernsynet er indgået ved brug af fjernkommuni-kation – det vil sige uden et fysisk møde mellem parterne – og da indklagede på købstidspunktet havde et system for fjernsalg, følger det heraf, at der foreligger et fjernsalg omfattet af lov om visse forbrugeraftaler, jf. lovens § 4, stk. 1, nr. 1 og 2.

Klageren er derfor berettiget til at fortryde købet af fjernsynet efter reglerne i kapitel 4 i lov om visse forbrugeraftaler og berettiget til at kræve den fulde købesum tilbagebetalt, jf. lovens § 21, stk. 2. Nævnet skal hertil bemærke, at købet er fortrudt rettidigt.

Dertil kommer, at den sagkyndige har oplyst, at fjernsynet er uanvendeligt og dermed behæftet med mangler.

Klageren har oplyst, at hun har betalt 20.000 kr. for fjernsynet, samt at indklagede derudover fik klagerens gamle Phillips-fjernsyn i bytte. Den sagkyndige har oplyst at værdien af klagerens Phillips-fjernsyn på aftaletidspunktet kunne fastsættes til maksimalt 3.000 til 4.000 kr.

Indklagede tilpligtes derfor at betale 23.500 kr. til klageren.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt betale sagens omkostninger.

Mp3-afspiller holdt op med at virke efter 18 måneder

Selvom det ikke var muligt at fastslå den præcise fejlårsag, fandt nævnet det efter omstændighederne tilstrækkeligt godtgjort, at den manglende funktion skyldtes en oprindelig fejl

Ca. halvandet år efter købet af en iPod holdt den op med at virke, og forbrugeren reklamerede til sælgeren. Sælgeren afviste reklamationen med henvisning til, at garantien var udløbet, og at producenten derfor ikke ville reparere.

Sælgeren foreslog forbrugeren, at han kunne lade sin iPod undersøge af det serviceværksted producenten normalt anvendte, hvilket forbrugeren accepterede. Serviceværkstedet fakturerede sælgeren for undersøgelsen.

Serviceværkstedet mente, at fejlen lå i iPod ´ens harddisk. Der var ikke tegn på hårdhændet brug, men værkstedet kunne heller ikke fastslå, at fejlen skyldtes en fabriktionsfejl men kunne heller ikke afvise det. Værkstedet oplyste endvidere, at fejl i elektronik kan opstå fra dag til dag, uden at man kan påvise grunden til det. Undersøgelsesresultatet fik ikke producenten til at skifte mening, og sælgeren fastholdt derfor også sin afvisning og krævede samtidigt, at forbrugeren betalte for undersøgelsen.

Sagens blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der efter at have ladet iPod ´en undersøge af nævnets sagkyndige, traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring af 19. april 2006, at den sagkyndige finder det overvejende sandsynligt, at det konstaterede skyldes en fejl ved iPod ´ens harddisk eller det såkaldte controller-kredsløb. Det er ikke muligt for den sagkyndige nærmere at fastslå, hvorfor fejlen er opstået, men den sagkyndige har ikke kunnet konstatere forhold, der tyder på uhensigtsmæssig brug af iPod ´en.

Virksomheden (X), der på anbefaling af indklagede foretog en test af klagerens iPod, har ligeledes peget på, at fejlen ligger i den indbyggede harddisk, og har også vurderet, at fejlen ikke skyldes hårdhændet brug eller anden udefrakommende påført skade.

Klagerens iPod holdt op med at virke efter ca. 1 år og 5 måneder. Der er tale om et relativt dyrt mobilt elektronisk produkt, der på grund af sin konstruktion vanskeligt lader sig fejldiagnosticere for herigennem at fastslå, om der er tale om et svigt, som sælgeren efter købelovens regler er ansvarlig for. En præcis fejldiagnosticering kræver således destruktive indgreb og/eller specielt udstyr, som alene er tilgængeligt for sælgeren, producenten eller deres samarbejdspartnere.

Når køberen i et sådan tilfælde har sandsynliggjort, at fejlen skyldes et svigt i produktets komponenter, og der ikke er noget, der tyder på, at svigtet er opstået som følge af en uhensigtsmæssig brug, må det påhvile sælgeren at godtgøre, at fejlen ikke skyldes forhold, der var til stede på leveringstidspunktet.

Da indklagede i denne sag ikke har løftet denne bevisbyrde, lægger nævnet herefter til grund, at der er tale om en fejl, der overvejende sandsynligt har været til stede på leveringstidspunktet, og iPod ´en er derfor behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, hvorefter der foreligger en mangel, hvis genstanden er af anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Idet indklagede har afvist klagerens krav om afhjælpning, er klageren berettiget til at ophæve købet og få købesummen tilbagebetalt mod at tilbagelevere iPod ´en, jf. købelovens § 78, stk. 4, jf. § 57, stk. 1.

Klageren fritages endvidere for betaling af udgiften på 737, 50 kr. til undersøgelse af iPod ´en.”

5.3. Computere mv.

Et afhjælpningsforsøg ikke udført inden rimelig tid

Strømforsyningen til en computer var defekt. Uanset om den erhvervsdrivende midt i reklamationsforløbet havde stillet en lånegenstand til køberens rådighed, var der ikke sket afhjælpning inden rimelig tid

En forbruger opdagede ca. 1 år og 3 måneder efter købet af en computer, at strømforsyningen ikke virkede og reklamerede til den erhvervsdrivende. Forbrugeren indsendte den 13. december strømforsyningen til den erhvervsdrivende og fik oplyst, at reparationen ville tage 10-12 dage. Den erhvervsdrivende bad den 29. december forbrugeren om også at indsende computeren, hvilket forbrugeren gjorde den 11. januar. Forbrugeren rykkede den erhvervsdrivende den 9. februar og den 20. februar, og den 1. marts hævede forbrugeren købet. Ifølge den erhvervsdrivende blev forbrugeren tilbudt at få computeren retur med en alternativ strømforsyning den 11. februar, hvilket forbrugeren havde afvist. Forbrugeren afviste, at hun var blevet tilbudt en sådan løsning.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger efter sagens oplysninger til grund, at strømforsyningen var defekt, hvilket medførte, at computeren ikke kunne bruges, og at indklagede havde tilbudt at afhjælpe fejlen.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve et passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering.

Klageren indsendte strømforsyningen til indklagede den 13. december og på indklagedes opfordring tillige computeren den 11. januar.

Indklagede har gjort gældende, at de den 11. februar tilbød klageren en midlertidig afhjælpning, men at det blev afslået af klageren, hvilket klageren har bestridt.

Nævnet finder ikke, uanset indklagedes mulige tilbud den 11. februar, at indklagede har udbedret manglen inden rimelig tid, jfr. købelovens § 79. Klageren er således berettiget til at hæve købet, jfr. købelovens § 78, stk. 4.

Et flertal af nævnet, (3 nævnsmedlemmer) finder, at klageren er berettiget til at få hele købesummen tilbagebetalt.

Et mindretal (2 nævnsmedlemmer) finder, at klageren er berettiget til at få købesummen tilbagebetalt med fradrag for brug, da computeren ved indleveringen var 1 år og 3 måneder gammel og dermed var faldet i værdi i forhold til på købstidspunktet.

Der træffes afgørelse i overensstemmelse med flertallets opfattelse.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Fjernsalg fortrudt før afsendelse af varen

Ved fortrydelse af en fjernsalgsaftale indgået med en dansk erhvervsdrivende via en dansk hjemmeside var den erhvervsdrivende ikke berettiget til at tilbageholde et beløb til dækning af omkostninger ved returnering af varen til udlandet samt til administration og værdiforringelse af varen

En forbruger bestilte en computer via en dansk hjemmeside, og fik oplyst, at computeren ville blive leveret inden 10 dage. Da forbrugeren ikke fik computeren leveret på den 11. dag, kontaktede han den erhvervsdrivendes frachtselskab, som oplyste, at computeren endnu ikke var indleveret til firmaet, og at forbrugeren derfor ikke kunne forvente levering de følgende 1-2 dage. Forbrugeren krævede derfor skriftligt købet ophævet over for den erhvervsdrivende.

Ca. en uge senere forsøgte den erhvervsdrivende alligevel at levere computeren, men forbrugeren nægtede at modtage den, da han havde hævet købet. Den erhvervsdrivende tilbagebetalte derefter købesummen på nær 743,75 kr. til dækning af direkte og indirekte returomkostninger ved returnering af computeren til fabrikken i Irland, samt administration og forringelse af varen.

Forbrugeren protesterede over dette og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren har bestilt computeren via indklagedes hjemmeside. Der foreligger derfor et fjernsalg omfattet af forbrugeraftalelovens kap. 4, hvorefter klageren har krav på 14 dages fortrydelsesret.

Det følger af forbrugeraftalelovens § 19, stk. 2, at det ved udnyttelse af fortrydelsesretten påhviler forbrugeren at afholde omkostninger ved tilbagesendelse af varen til den erhvervsdrivende. Det er i forarbejderne til bestemmelsen, jf. herved FT 1977-78, tillæg A, s. 79, anført, at forbrugeren ikke vil kunne pålægges omkostningerne ved fortrydelsen, såfremt forbrugeren giver den erhvervsdrivende meddelelse om fortrydelsen, inden varen er afsendt til forbrugeren.

Det fremgår af sagen, at klageren den 8. februar 2005 pr. mail annullerede købet, da klageren fra indklagedes

fragtfirma havde fået oplyst, at computeren endnu ikke var blevet indleveret til forsendelse. Indklagede har oplyst, at indklagede forsøgte at levere computeren i perioden 7.-9. februar 2005, men har trods opfordring hertil ikke dokumenteret dette.

Nævnet lægger derfor til grund, at klageren fortrød købet og meddelte dette til indklagede, inden computeren blev afsendt fra indklagede, hvorfor det allerede af denne grund ikke kan pålægges forbrugeren at betale for returnering af varen. Indklagede skal derfor tilbagebetale de resterende 743,75 kr. til klageren

Indklagede har oplyst, at de opkrævede returfragtomkostninger omfatter direkte og indirekte omkostninger ved tilbagesendelse af varen til Irland, herunder værdiforringelse af varen og administrationsomkostninger.

Nævnet finder anledning til at bemærke, at en forbruger alene kan pålægges at betale omkostningerne ved tilbagesendelse af varen, jf. forbrugeraftalelovens § 19, stk. 2, sammenholdt med § 21. Det fremgår endvidere af direktiv 97/7/EF om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg, art. 6, stk. 2, at de eneste omkostninger, der kan pålægges forbrugeren ved fortrydelse, er "de direkte udgifter i forbindelse med tilbageleveringen af varen". Indklagede er således ikke berettiget til at opkræve omkostninger til værdiforringelse og administration.

Da klageren via en dansk hjemmeside har handlet med en virksomhed, med dansk cvr. nummer og salgskontor i Danmark, finder nævnet, at indklagede ikke kan betinge fortrydelsen af, at varen returneres til Irland, og forbrugeren betaler omkostningerne herved, medmindre dette udtrykkeligt er aftalt med forbrugeren inden aftalens indgåelse.

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

En computer brød ned efter 16 måneder

Computeren blev anset for mangelfuld, selvom den egentlige fejlårsag ikke kunne konstateres. Der blev herved bl.a. lagt vægt på, at producenten, som var sælger, ikke havde udviklet fejldiagnosticeringsudstyr for produktet og ikke selv medvirkede til en afklaring af fejlårsagen

En forbruger købte en bærbar computer til knap 9.000 kr. Ca. 16 måneder efter købet hørte bundkortet op med at virke. Sælgeren afviste reklamationen under henvisning til, at fejlen ikke havde været til stede på købstidspunktet. Forbrugeren blev derfor forelagt et reparationstilbud på ca. 5.500 kr., som forbrugeren afviste.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige udtalte, at det ikke var muligt at klarlægge årsagen til fejlen på grund af manglende diagnosticeringsmuligheder for produktet, idet der ikke findes offentligt tilgængeligt fejldiagnosticerings-software. Endvidere var den sagkyndige af den opfattelse, at et bundkort bør holde mere end 2 år. Nævnet traf følgende afgørelse:

"Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at skærbilledet er helt ulæseligt, idet alle ikoner og al tekst er gennemstreget af lodrette streger. Den sagkyndige har ikke konstateret "flimmer" som omtalt i indklagedes servicereport.

Den sagkyndige har efter test af computeren konstateret, at bundkortet er defekt. I samarbejde med et elektroniklaboratorium har den sagkyndige foretaget fejlsøgning på bundkortet for at afklare, om computeren er behæftet med en kendt fejl på iBook-modellers bundkort. Dette var ikke tilfældet.

Den sagkyndige udtaler, at grunden til at årsagen til nedbruddet ikke kan klarlægges, er en følge af manglende diagnosticeringsmuligheder for produktet. Modsat computere af typen PC, hvor der findes tilfredsstillende fejlfindingssoftware, findes der for Apple-computeres vedkommende ikke andet offentligt tilgængeligt fejldiagnosticeringssoftware end det medfølgende software, som alene kan oplyse om, hvilken overordnet del af produktet, der har fejl. Den sagkyndige er således afskåret fra at kunne specificere eventuelle fejl og deres årsag på Apples computere, medmindre der er tale om en kendt fejl.

Endvidere finder den sagkyndige, at et bundkort burde kunne holde længere end 2 år uden forekomst af fejl, der ikke skyldes brugerforhold.

Endelig oplyser den sagkyndige, at klagerens computer ikke bærer synlige spor, der kan sandsynliggøre hårdhændet behandling, såsom fald, stød eller slag.

Henset til at der ikke foreligger mulighed for på tilfredsstillende vis at diagnosticere produktet, samt den manglende angivelse fra indklagedes side til årsagen til bundkortets fejl, sammenholdt med, at klagerens computers bundkort gik i stykker efter mindre end halvandet år og ikke bærer synlige tegn på brugerpåførte

årsager, finder nævnet, at det må påhvile indklagede at godtgøre, at fejlen ikke skyldes forhold, der var til stede på leveringstidspunktet.

Da indklagede i denne sag ikke har løftet denne bevisbyrde, lægger tre medlemmer af nævnet herefter til grund, at der er tale om en fejl, der overvejende sandsynligt har været til stede på leveringstidspunktet, og computeren er derfor behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Idet indklagede har afvist klagerens krav om afhjælpning, er klageren derfor berettiget til at hæve købet af computeren, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4, jf. § 57, stk. 1.

Den på samme tid købte AirPort Express Base Station finder de tre nævnsmedlemmer er en del af et samlet køb, hvorfor klageren også er berettiget til at hæve købet af denne.

To nævnsmedlemmer finder det ikke godtgjort, at der er tale om en mangel i købelovens forstand, hvorfor klageren ikke er berettiget til at gøre krav gældende overfor indklagede." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Momsrefusion

Den erhvervsdrivende blev pålagt at refundere forbrugeren momsbeløbet, da den købte vare skulle udføres til Bangladesh.

En forbruger købte i en netbutik en router. Samme dag rettede han pr. mail henvendelse til den erhvervsdrivende, idet han ønskede oplyst, om han kunne få momsrefusion for købte varer i forbindelse med fraflytning til udlandet. Den erhvervsdrivende svarede, at han blot skulle sende dokumentation for, at produkterne var udført af landet. Herefter ville den erhvervsdrivende tilbagebetale momsen.

Forbrugeren sendte herefter den fornødne dokumentation med toldvæsenets stempel, og den erhvervsdrivende lovede forbrugeren at udbetale momsbeløbet på 181,17 kr.

Da forbrugeren forgæves havde rykket den erhvervsdrivende for udbetaling af beløbet, og den erhvervsdrivende afviste at udbetale beløbet med henvisning til, at forbrugeren ikke var fraflyttet Danmark på tidspunktet for køkets indgåelse, blev sagen forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Levering af varer, der af en køber, som ikke er registreret her i landet, eller for dennes regning udføres til steder uden for EU, er fritaget for momsafgift, jf. momsloven § 34, stk. 1, nr. 5.

Såfremt man har bopæl uden for EU, kan man derfor få tilbagebetalt moms af varer købt i Danmark, jf. vejledning af januar 1995 vedrørende tilbagebetaling af moms til turister i Danmark. Det følger imidlertid af samme vejledning, at momsrefusionen er et mellemværende mellem forretningen og forbrugeren, og at det er frivilligt for forretningerne at indgå en sådan aftale om momsrefusion. Skat udbetaler ikke momsen. Såfremt den erhvervsdrivende ikke ønsker at medvirke, er der ingen mulighed for at få momsen refunderet.

Klageren rettede forespørgsel om momsrefusionen til indklagede i mail af 10. november 2005, hvortil indklagede svarede, at han blot skulle sende dokumentation, efter produkterne var udført af landet, hvorefter momsen ville blive tilbagebetalt.

Da momsen ikke blev tilbagebetalt, rettede klageren henvendelse herom 23. januar 2006. Indklagede svarede samme dag, at den manglende momsrefusion alene skyldtes sagsgangen hos [den indklagede]. Indklagede anførte således ikke på dette tidspunkt, at de ikke anså sig forpligtet.

Først ved mail af 16. maj 2006 anførte indklagede, at man ikke ville imødekomme klagerens anmodning om momsrefusion. Det bemærkedes endvidere, at denne afvisning ikke blev begrundet med påstanden om mangel på bindende aftale, men den blev i stedet begrundet med en fejlagtig fortolkning af reglerne om momsrefusion ved fraflytning til udlandet.

Forbrugerklagenævnet lægger mailkorrespondancen til grund og fastslår dermed, at aftalen om momsrefusion af 10. november 2005 er bindende for sagens parter, og at indklagedes efterfølgende adfærd bekræfter denne antagelse.

Indklagede anfører imidlertid i brev af 22. juli 2006, at der debiteres 250 kr. i gebyr ved gennemførelse af momsrefusion, da gennemførelsen heraf medfører en del ekstraarbejde. Det fremgår af korrespondancen, at dette beløb først nævnes i brev af 22. juli 2006. Eftersom dette gebyr først bliver nævnt så sent i forløbet, er den erhvervsdrivende ikke berettiget til at opkræve dette beløb, da det ikke har været en del af den bindende aftale af 10. november 2005.

Nævnet giver således klageren medhold i, at der i mail af 10. november 2005 blev indgået en bindende aftale, og at han derfor er berettiget til momsrefusion." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Brud på strømstik til bærbar computer

Det forhold, at en reparation af et beskadiget stik pga. computerens konstruktion kræver udskiftning af bundkortet, kunne ikke anses for en mangel. Forbrugerklagenævnet opfordrede sælgere af bærbare computere til at oplyse køberne om risikoen for beskadigelse af stik og konsekvenserne heraf.

En forbruger konstaterede ca. 1 ½ måned efter købet af en bærbar computer, at stikket til strømforsyningen var knækket af bundkortet og reklamerede herefter. Den erhvervsdrivende afviste reklamationen under henvisning til, at beskadigelsen skyldtes en hårdhændet behandling. Computeren, der havde kostet 5.499 kr., blev af den erhvervsdrivende tilbudt repareret for 3.400 kr., idet bundkortet i givet fald ville blive udskiftet.

Idet klageren ikke ville acceptere at betale for reparation af computeren, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Forbrugerklagenævnet har modtaget en række klager vedrørende bærbare og håndholdte computere, hvor strømstikket efter kort tid er blevet beskadiget.

Ifølge nævnets it-sagkyndige er den mest sandsynlige årsag til beskadigelse af computerens stik forkert håndtering. På den anden side er en uheldig brugspåvirkning, som beskrevet af den sagkyndige, en nærliggende mulighed henset til, at der er tale om bærbare computere, hvor stik ofte tages ud og ind, og som bruges i mange forskellige situationer.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at den valgte konstruktion er almindelig, idet disse stik uanset fabrikat og model på det meste udstyr er monteret direkte på enhedens bundkort. Computerne kunne imidlertid konstrueres således, at en uheldig brugspåvirkning ikke ville medføre en beskadigelse af computerens bundkort. F.eks. hvis man valgte en konstruktion, hvor de eksterne stikforbindelser ikke blev monteret direkte på bundkortet.

Med den nuværende konstruktion kan en reparation af en sådan beskadigelse kun udføres ved, at enhedens bundkort udskiftes og ofte til en omkostning, der udgør op mod eller mere end halvdelen af enhedens købspris.

Da beskadigelse af stik ved et uheld under brug er en nærliggende mulighed, og da de økonomiske konsekvenser af dette er alvorlig, finder nævnet anledning til at bemærke, at det ville være ønskeligt, at de erhvervsdrivende i forbindelse med købet tydeligt oplyser køberne om risikoen for beskadigelse af stik samt om de økonomiske konsekvenser heraf.

Da beskadigelse af stikket i klagerens computer ikke skyldes en oprindelig fejl ved computeren, men mest sandsynlig skyldes forkert håndtering eller en u hensigtsmæssig brugspåvirkning, finder nævnet ikke, at der er tale om en mangel i købelovens forstand, hvorfor nævnet ikke kan give klageren medhold i det fremsatte krav."

Fortrydelsesret ved fjernsalg

En forbruger, der havde returneret en vare inden for 14-dages fristen, som led i et reklamationsforløb, havde efter omstændighederne ikke udnyttet fortrydelsesretten rettidigt, da han først påberåbte sig fortrydelsesretten efter udløbet af 14 dages fristen.

En forbruger bestilte via en hjemmeside et bundkort. Da forbrugerens ikke kunne få bundkortet til at virke, sendte han det retur til den erhvervsdrivende den 29. august 2006, dagen efter modtagelsen af bundkortet. I forbindelse med returneringen henviste forbrugerens til, at bundkortet var mangelfuldt.

Den erhvervsdrivende ombyttede herefter bundkortet og sendte et nyt bundkort til forbrugerens den 20. september 2006. Forbrugerens kunne imidlertid stadig ikke få bundkortet til at virke og kontaktede producenten, som kunne oplyse, at årsagen til at bundkortet ikke virkede skyldtes, at bundkortet ikke kunne arbejde sammen med forbrugerens gamle processor, som kørte med en lavere hastighed end bundkortet.

Forbrugerens sendte herefter bundkortet retur til den erhvervsdrivende den 28. september 2006. I forbindelse med returneringen påberåbte forbrugerens sig denne gang den 14 dages fortrydelsesret. Den erhvervsdrivende afviste forbrugerens krav, da fristen på 14 dage var udløbet. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Klageren har gjort gældende, at produktbeskrivelsen på indklagedes hjemmeside har været urigtig, idet det af hjemmesiden fremgik, at bundkortet havde en maks. hastighed på 800 MHz. Indklagede har heroverfor oplyst, at ordet "maks." ikke fremgik af den hjemmeside, hvor klageren bestilte bundkortet.

Efter parternes modstridende oplysninger kan det ikke uden yderligere bevisførelse afgøres, hvorvidt produktbeskrivelsen har været mangelfuld. Da den nødvendige bevisførelse vil forudsætte, at parterne og eventuelle vidner afgiver forklaring under strafansvar, og da en sådan bevisførelse ikke kan ske ved nævnet, afvises dette forhold i medfør af lov om forbrugerklager § 14, stk. 2.

Klageren har endvidere gjort gældende, at han havde ret til at fortryde købet.

Da klageren har bestilt bundkortet via indklagedes hjemmeside, foreligger der et fjernsalg omfattet af forbrugerftalelovens kap. 4, hvorefter klageren har krav på 14 dages fortrydelsesret regnet fra klagerens modtagelse af varen, jf. § 18, stk. 1 og stk. 2.

Fortrydelsesretten udøves ved at tilbagegive eller tilbagesende varen til den erhvervsdrivende inden fortrydelsesfristens udløb, jf. herved forbrugerftalelovens § 19, stk. 2.

Klageren returnerede varen til indklagede den 29. august 2006, dagen efter varens levering, idet han oprettede en RMA-sag og påberåbte sig, at bundkortet var mangelfuldt.

Klageren fik bundkortet tilbage den 20. september 2006, og den 28. september 2006 returnerede han på ny bundkortet til indklagede, idet han nu påberåbte sig fortrydelsesretten.

Uanset at det ikke kan kræves, at en forbruger ved udnyttelse af fortrydelsesretten udtrykkeligt påberåber sig fortrydelsesretten, har forbrugeren dog returneret varen under sådanne omstændigheder, at den erhvervsdrivende ikke havde grund til at tro, at forbrugeren ville påberåbe sig denne ret. Nævnet har herved særligt lagt vægt på, at klageren efter det oplyste var behørigt informeret om retten til at fortryde købet, og at han først 8 dage efter, at indklagede tilbagesendte varen til ham, påberåbte sig fortrydelsesretten. Under disse omstændigheder har klageren ikke udnyttet fortrydelsesretten rettidigt."

Afhjælpning af fejl på computer

Da sælgeren ved køberens to første reklamationer havde henvist til producenten, fik producentens manglende afhjælpning virkning for sælgeren, og købet kunne hæves

En forbruger købte i maj 2005 en computer af en sælger. Efter ca. tre måneder opstod der fejl på computeren, og sælgeren henviste forbrugeren til producenten, som reparerede computeren.

Efter yderligere et år opstod der igen fejl på computeren i form af flimrer på skærmen, og computeren blev sendt til reparation hos producenten. Da forbrugeren den 27. august 2006 modtog computeren retur fra producenten, var der stadig fejl på computeren, og den blev den 5. september 2006 på ny sendt til producenten med henblik på reparation.

Da producenten efter flere rykkere ikke havde repareret computeren, krævede forbrugeren den 19. oktober 2006 købet hævet, hvilket forbrugeren meddelte såvel den erhvervsdrivende som producenten.

Sælgeren besvarede ikke forbrugerens henvendelse, mens producenten bl.a. tilbød forbrugeren en anden model. Forbrugeren fastholdt kravet om ophævelse af købet, og sagen mod sælgeren blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Efter det oplyste har det af indklagede anvendte supportfirma (producenten) i alt tre gange og senest ultimo oktober 2006 repareret klagerens computer, de sidste to gange for samme fejl.

På denne baggrund finder nævnet det ubetænkeligt at lægge til grund, at computeren ved indleveringen til producenten var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk.1, nr. 4.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve et passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering.

Nævnet lægger efter sagens oplysninger til grund, at klageren i august 2006 sendte computeren til producenten med henblik på afhjælpning, og at computeren ved modtagelsen hos klageren den 27. august 2006 stadig ikke virkede, hvorfor computeren blev returneret til producenten den 5. september 2006 med henblik på yderligere afhjælpning. Da det af indklagede anvendte supportfirma trods flere rykkere ikke havde repareret computeren,

krævede klageren den 19. oktober 2006 købet hævet.

Nævnet finder herefter ikke, at afhjælpning er sket inden rimelig tid, jf. købelovens § 79.

Indklagede har oplyst, at support er foregået via producenten og har på Forbrugerstyrelsens forespørgsel ikke bestridt, at man i forbindelse med reklamationsbehandlinger henviser til producenten. Dette stemmer overens med klagerens forklaring, hvorefter indklagede ved klagerens to første reklamationer henviste ham til at rette henvendelse til producenten.

Da indklagede således ved klagerens tidligere reklamationer har henvist ham til producenten, finder nævnet i hvert fald i det foreliggende tilfælde, hvor det må lægges til grund, at indklagede i forbindelse med reklamationsbehandlinger henviser til producenten, at producentens manglende afhjælpning må få virkning overfor indklagede. Klageren er derfor berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Forventning om gratis afhjælpning

En forbruger har som udgangspunkt en berettiget forventning om vederlagsfri afhjælpning, når der reklameres inden udløbet af købelovens 2-årige reklamationsfrist

En forbruger købte den 30. september 2004 en computer. Knap to år efter købet – 25. september 2006 - holdt computeren op med at virke. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, der reparerede computeren.

Kort tid efter modtog forbrugeren en regning på 3.740,50 kr. for reparationen. Forbrugeren afviste at betale regningen under henvisning til, at der fortsat var reklamationsret på computeren på reparationstidspunktet. Sælgeren afviste kravet med den begrundelse, at fejlen ikke havde været til stede på leveringstidspunktet, hvilket var en betingelse for vederlagsfri afhjælpning. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

På baggrund af det oplyste lægger nævnet til grund, at klageren reklamerede over computeren den 25. september 2006, dvs. inden for 2 år efter levering af computeren.

En forbruger, der indleverer en vare til reparation inden for købelovens 2-årige reklamationsfrist, eller inden for en eventuel garantiperiode, må som udgangspunkt være berettiget til at forvente, at reparationen er gratis. Er sælgeren af den opfattelse, at forbrugeren ikke har krav på vederlagsfri afhjælpning, må sælgeren sikre sig bevis for, at køberen ønsker reparationen udført, også selv om køberen skal betale herfor.

Indklagede har forklaret, at klageren telefonisk og mundtligt i forretningen er blevet oplyst om, at klageren ville blive opkrævet et beløb i forbindelse med udførelsen af reparationen. Klageren har oplyst, at hun ikke, inden reparationen blev udført, blev oplyst om, at reparationen ikke var omfattet af reklamationsretten.

Nævnets flertal (3 nævnsmedlemmer) finder ikke, at indklagede, mod klagerens benægtelse, har løftet bevisbyrden for, at klageren har accepteret at skulle betale for reparationen, og indklagede er som følge heraf ikke berettiget til at kræve betaling herfor.

Henset til parternes modstridende forklaringer om, hvorvidt klageren forinden reparationen er blevet informeret om, at indklagede ville opkræve betaling herfor, finder mindretallet (to nævnsmedlemmer), at sagen bør afvises som bevisuegnet, idet parterne bør afgive forklaring under strafansvar." Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. Den erhvervsdrivende blev pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Computerdele beskadiget ved montering

Sælgeren havde i forbindelse med salg af meget sarte og komplicerede computerdele iagttaget sin oplysningspligt ved at oplyse, at produkterne kun bør monteres af professionelt personel med den fornødne kompetence

En forbruger købte et bundkort og en processor via internettet. Ved leveringen og den efterfølgende montering af produkterne opdagede forbrugeren, at bundkort og processor ikke kunne køre sammen. Forbrugeren returnerede herefter varerne til sælgeren.

Sælgeren afviste reklamationen, da processoren var beskadiget som følge af fejlmontering. Forbrugeren oplyste hertil, at processor og bundkort havde virket hver for sig ved modtagelsen. Sælgeren afviste fortsat forbrugerens krav om ophævelse, hvorefter forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

Nævnet lægger til grund, at klageren købte processor og bundkort med henblik på, at klageren selv skulle foretage montering af delene. Endvidere lægges det til grund, at heatsink ikke er købt sammen med processoren.

Da klageren har købt varerne via indklagedes hjemmeside, foreligger der et fjernsalg omfattet af lov om visse forbruger aftaler, jf. lovens § 4. Klageren har derfor som udgangspunkt ret til at fortryde købet inden for en frist på 14 dage, regnet fra varens modtagelse, jf. § 4. Fortrydelsesretten er dog betinget af, at det modtagne kan tilbagegives til den erhvervsdrivende i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var, da forbrugeren fik det i hænde, jf. § 20.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at bundkort og processor er beskadigede, og at det er overvejende sandsynligt, at beskadigelsen skyldes fejlmontering. På denne baggrund lægger nævnet til grund, at klageren ikke kan tilbagelevere det modtagne i væsentlig samme stand og mængde, og klageren er derfor afskåret fra at benytte fortrydelsesretten, jf. lovens § 20, stk. 2.

Klageren har som begrundelse for returneringen anført, at bundkort og processor ikke kan køre sammen, og at de i øvrigt virkede hver for sig, da klageren returnerede dem.

Indklagede har hertil anført, at processoren er beskadiget som følge af fejlmontering.

På baggrund af den sagkyndige erklæring, som ligeledes er baseret på oplysninger fra producenten af processoren, lægger nævnet til grund, at en processor af det omhandlede fabrikat er et særdeles kompliceret produkt, der ikke egner sig til salg for forbrugere eller andre uden særlig viden og erfaring med produktet.

Nævnet finder, at det anførte indebærer, at der påhviler sælgeren en udvidet pligt til at sikre sig, at køberen inden købet gøres opmærksom på, at produktet er uegnet til salg for forbrugere og andre uden særlig erfaring og viden om produktet.

Indklagede har anført, at klageren, inden gennemførelse af køb af processorer på indklagedes hjemmeside, aktivt skal godkende nogle oplistede "CPU betingelser". Betingelserne er tydeligt fremhævede i en gul boks og har følgende ordlyd: "CPU bør kun installeres, monteres og håndteres af professionel personel med nødvendig kompetence. Ved fysisk defekt er der desværre risiko for bortfald af reklamerationsretten. [Se videoen her](#)

Flertallet (3 nævnsmedlemmer) udtaler, at indklagede herved har iagttaget sin oplysningspligt i tilstrækkelig grad ved at oplyse klageren om risikoen ved, at processoren ikke monteres af professionelle personer, og klageren gives derfor ikke medhold.

Mindretallet (2 nævnsmedlemmer) finder ikke, at indklagede har iagttaget den udvidede oplysningspligt, og der foreligger således en væsentlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4, jf. § 75a, stk. 1, hvilket berettiger klageren til at hæve købet. Nævnsmedlemmerne bemærker herved, at erhvervsdrivende ikke bør sælge et så teknisk kompliceret produkt til forbrugere uden at give en fyldestgørende vejledning om montering af processoren samt risikoen herved.

Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet.

Undersøgelsesgebyr

Ved købsaftalens indgåelse havde forbrugeren accepteret salgsbetingelserne, hvoraf det fremgik, at der under visse omstændigheder kunne opkræves et undersøgelsesgebyr. Dette opfyldte ikke kravet om, at et undersøgelsesgebyr skal være udtrykkeligt aftalt

Da skærmen på en bærbar computer pludselig flækkede efter 15 måneders brug, henvendte forbrugeren sig til sælgeren med henblik på afhjælpning. Efter undersøgelse af computeren afviste sælgeren, at den flækkede skærm skyldtes mangler ved computeren. Sælgeren afkrævede herefter et undersøgelsesgebyr på 1.366 kr., som forbrugeren afviste at betale under henvisning til, at det var hans opfattelse, at computeren var mangelfuld, at der ikke var aftalt et gebyr og at gebyret var urimeligt højt.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at glasset bag overfladecoatingen på computerens skærm er knækket.

Det påhviler klageren at bevise, at notebooken er behæftet med en mangel, der har været til stede på leveringstidspunktet, eller hvis årsag har været til stede på dette tidspunkt. Da fejlen først har vist sig 15 måneder efter købet, og da den sagkyndige ikke har kunnet konstatere, at årsagen, til at glasset er knækket, skyldes en oprindelig fejl ved notebooken, kan nævnet derfor ikke give klageren medhold i et krav om

afhjælpning.

Bevisbyrden for, at indklagede er berettiget til at kræve et undersøgelsesgebyr, påhviler indklagede.

Det bemærkes, at det opkrævede gebyr efter nævnets vurdering er urimeligt højt henset til, at fejlen ved skærmen kunne konstateres ved en umiddelbar besigtigelse.

Indklagede har oplyst, at klageren ved købsaftalens indgåelse 15 måneder tidligere har accepteret indklagedes salgsbetingelser, hvoraf bl.a. fremgår, at "hvor fejl eller defekt, defineret og angivet af kunden ikke kan konstateres, vil varen blive tilbagesendt til kunden inklusiv et testgebyr." Denne oplysning er ifølge indklagede gengivet i den faktura, der sendtes elektronisk til kunden efter bestilling af varen.

Nævnet finder det ikke godtgjort, at klageren på forhånd udtrykkeligt var oplyst om, at indklagede ville beregne sig et undersøgelsesgebyr, såfremt en konstateret fejl ikke kan anses som en mangel ved klagegenstanden. Der er i den forbindelse lagt vægt på, at oplysningen om opkrævning af gebyr er givet i forbindelse med købsaftalens indgåelse.

Indklagede har derfor ikke været berettiget at afkræve klageren et undersøgelsesgebyr, hvorfor klageren fritages for betaling af 1.366 kr. for undersøgelse af notebooken."

Forsendelsesomkostninger

En erhvervsdrivende måtte betale for forsendelse af en vare fra USA til Danmark i forbindelse med afhjælpning af mangler ved varen, uanset om købsaftalen var indgået i Danmark.

En forbruger, der havde bopæl i Danmark, købte en computer hos en dansk erhvervsdrivende. Kort tid efter købet opdagede forbrugeren, at computeren havde en fejl på harddisken. Forbrugeren, der i mellemtiden var flyttet til USA for at studere, ringede til den erhvervsdrivende for at klage over fejlen. Den erhvervsdrivende tilbød afhjælpning, såfremt der var mangler ved computeren. Forbrugeren fremsendte computeren til den erhvervsdrivende, hvor den blev repareret vederlagsfrit.

Der opstod efterfølgende en tvist om, hvorvidt den erhvervsdrivende skulle betale forsendelsesudgiften på 1.499 kr. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnet lægger til grund som ubestridt, at klageren få uger efter levering af computeren telefonisk henvendte sig til indklagede og oplyste, at computeren var hørt op med at virke, og at klageren opholdt sig i USA, samt at indklagede herefter tilbød vederlagsfri afhjælpning, hvis der viste sig at være mangler ved computeren. Da indklagede foretog vederlagsfri afhjælpning, lægges det endvidere til grund som ubestridt, at computeren var mangelfuld efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Mod indklagedes protest anses det derimod ikke for godtgjort, at indklagede har givet tilsagn om at betale for transport af computeren fra USA til Danmark.

Det følger imidlertid af købelovens § 78, stk. 4, at sælgeren skal foretage afhjælpning uden udgift for køberen. Dette indebærer bl.a., at sælgeren må bære omkostningerne ved varens forsendelse i forbindelse med afhjælpning af mangler, jf. herved betænkning nr. 845/1978 om forbruger køb side 76, og artikel 3, stk. 2 og 4 i direktiv 1999/44/EF om visse aspekter af forbruger køb og garantier i forbindelse hermed, hvoraf det fremgår, at udtrykket "gratis afhjælpning" også omfatter forsendelsesomkostninger.

På den baggrund finder nævnet, at sælgeren skal godtgøre klageren dennes udgift til varens forsendelse fra USA til Danmark."

Nævnet fandt endvidere anledning til at bemærke følgende:

"Kan en erhvervsdrivende godtgøre, at omkostningerne i forbindelse med transport af varen er urimeligt store, og har den erhvervsdrivende ikke mulighed for at lade manglen afhjælpes på et andet værksted i det land, hvor varen befinder sig, må den erhvervsdrivende påberåbe sig købelovens § 78, stk. 2, hvorefter sælgeren kan afvise at foretage afhjælpning eller ombytning, hvis disse beføjelser vil påføre sælgeren uforholdsmæssige omkostninger i forhold til en anden beføjelse, jf. bl.a. betænkning nr. 845/1978 om forbruger køb side 77." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale for sagens behandling.

Bærbar computer med knækket bundkort

Reparationen af en bærbar computer, hvor strømstikket var knækket, blev dyr, da strømstikket var "knækket" af bundkortet. Forbrugeren fik ikke medhold, da det var mest sandsynligt, at der var tale om forkert håndtering.

Det forhold, at en reparation af et beskadiget stik pga. computerens konstruktion kræver udskiftning af bundkortet, kunne ikke anses for en mangel. Forbrugerklagenævnet opfordrede sælgere af bærbare computere til at oplyse køberne om risikoen for beskadigelse af stik og konsekvenserne heraf

En forbruger konstaterede ca. 1 ½ måned efter købet af en bærbar computer, at stikket til strømforsyningen var knækket af bundkortet og reklamerede herefter. Den erhvervsdrivende afviste reklamationen under henvisning til, at beskadigelsen skyldtes en hårdhændet behandling. Computeren, der havde kostet 5.499 kr., blev af den erhvervsdrivende tilbudt repareret for 3.400 kr., idet bundkortet i givet fald ville blive udskiftet.

Idet klageren ikke ville acceptere at betale for reparation af computeren, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Forbrugerklagenævnet har modtaget en række klager vedrørende bærbare og håndholdte computere, hvor strømsstikket efter kort tid er blevet beskadiget.

Ifølge nævnets it-sagkyndige er den mest sandsynlige årsag til beskadigelse af computernes stik forkert håndtering. På den anden side er en uheldig brugspåvirkning, som beskrevet af den sagkyndige, en nærliggende mulighed henset til, at der er tale om bærbare computere, hvor stik ofte tages ud og ind, og som bruges i mange forskellige situationer.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at den valgte konstruktion er almindelig, idet disse stik uanset fabrikat og model på det meste udstyr er monteret direkte på enhedens bundkort. Computerne kunne imidlertid konstrueres således, at en uheldig brugspåvirkning ikke ville medføre en beskadigelse af computernes bundkort. F.eks. hvis man valgte en konstruktion, hvor de eksterne stikforbindelser ikke blev monteret direkte på bundkortet.

Med den nuværende konstruktion kan en reparation af en sådan beskadigelse kun udføres ved, at enhedens bundkort udskiftes og ofte til en omkostning, der udgør op mod eller mere end halvdelen af enhedens købspris.

Da beskadigelse af stik ved et uheld under brug er en nærliggende mulighed, og da de økonomiske konsekvenser af dette er alvorlig, finder nævnet anledning til at bemærke, at det ville være ønskeligt, at de erhvervsdrivende i forbindelse med købet tydeligt oplyser køberne om risikoen for beskadigelse af stik samt om de økonomiske konsekvenser heraf.

Da beskadigelse af stikket i klagerens computer ikke skyldes en oprindelig fejl ved computeren, men mest sandsynlig skyldes forkert håndtering eller en uhensigtsmæssig brugspåvirkning, finder nævnet ikke, at der er tale om en mangel i købelovens forstand, hvorfor nævnet ikke kan give klageren medhold i det fremsatte krav.”

Softwarefejl gjorde pc mangelfuld

En computer blev anset for mangelfuld, idet en driver ikke var opdateret efter anvisning fra producenten på leveringstidspunktet. Manglen blev ikke afhjulpnet inden rimelig tid

En forbruger købte i august 2002 en bærbar computer til 13.897 kr. samt en tillægsforsikring til 2.045 kr. Ifølge forbrugeren blev computeren ombyttet få dage efter købet. Denne computer var herefter til reparation 2 gange. 1. gang var computeren i 2003 på værksted i 4 måneder. Der var tale om en periodisk fejl, som værkstedet kun konstaterede én gang. I begyndelsen af 2005 var computeren på værksted for 2. gang i 2 måneder. Her konstaterede værkstedet ingen fejl. I perioden mellem de to reklamationer brugte forbrugeren ikke computeren, da den var for ustabil.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at de fejlsymptomer, klageren havde konstateret, svarer til de fejl, software producenten søgte at rette ved den 3. april 2002 at udsende en ”critical update” til driverfilen ”eaps2kbd.sys”. Klagerens computer blev efter den sagkyndiges erklæring først opgraderet hermed den 26.-27. oktober 2005.

Nævnet lægger derfor til grund, at de af klageren konstaterede fejl skyldes, at driverfilen til den medfølgende software ikke var opdateret på leveringstidspunktet.

Nævnet finder på den baggrund, at computeren må anses for mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, idet klageren er berettiget til at forvente, at medfølgende software er opdateret på leveringstidspunktet.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve et

passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering.

Indklagede har oplyst, at computeren har stået til observation i 4 måneder efter aftale med klageren, og at indklagede ikke har kunnet konstatere fejlen, idet der er tale om en periodisk fejl.

Under hensyn til at indklagede har haft computeren til observation i en længere periode og til, at det fremgår af computerens biblio-tek, at der har været 14 nedbrud som følge af softwarefejlen, hvoraf 6 er sket, mens computeren var i indklagedes varetægt, hvortil kommer, at indklagede kunne have kontrolleret computerens opdateringsstatus, finder nævnet ikke, at indklagede har udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79. Klageren er derfor berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4.

Da den i tilknytning til købet indgåede aftale om en forsikring til 2.045 kr. må anses som et accessorium til købsaftalen, omfatter klagerens hævekraft også denne del af aftalen. Desuden anses klageren for berettiget til at få tilbagebetalt undersøgelsesgebyret på 348 kr., da computeren var mangelfuld ved reklamationen, jf. i denne forbindelse købelovens § 78, stk. 4. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger. (2005-4031/7-1584)

5.4. Telefonter mv.

Klaptelefon defekt

En telefon blev anset for mangelfuld, da telefonens flexkabel ikke kunne holde til almindelig brug i 22 måneder

En forbruger købte en mobiltelefon med klapkonstruktion. Efter 22 måneders brug virkede skærmen ikke længere, når klappen blev åbnet mere end ca. 20 – 40 %.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugerens krav om gratis afhjælpning under henvisning til, at telefonen havde en fugtskade, og at fejlen på klappen skyldtes slitage, hvilket ikke er en mangel efter købeloven.

Forbrugerens indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at mobiltelefonen har en mindre fugtskade, men at årsagen til at displayet slukker, når klappen åbnes mere end 20 %, skyldes, at mobiltelefonens flexkabel er slidt op efter 22 måneders brug, og at dette er en kendt fejl på den pågældende model af mobiltelefon.

Det følger af købelovens § 75 a, stk. 2, nr. 1, at salgsgenstanden, medmindre andet følger af parternes aftale, skal have en sådan holdbarhed, som køberen efter salgsgenstandens karakter og forholdene i øvrigt havde rimelig grund til at forvente.

Af bemærkningerne i lovudkastet til denne bestemmelse, jf. herved Folketingstidende 2001-02 (2. samling), tillæg A, s. 129-130, fremgår bl.a., ”Spørgsmålet om varens holdbarhed drejer sig om, hvor længe varen kan anvendes, uden at reparation er påkrævet. Opstår der som følge af varens egenskaber en fejl ved varen på et tidligere tidspunkt, end forbrugerens med rette kunne forvente, foreligger der en mangel. Fastlæggelsen af forbrugerens rimelige forventninger til varens holdbarhed må bero på en konkret vurdering, og der skal efter omstændighederne tages hensyn til salgsgenstandens karakter og omstændighederne i øvrigt. Forventningerne til holdbarheden af en salgsgenstands forskellige dele kan være forskellige.” Det fremgår endvidere, at ”er der tale om en fabriksny standardvare, må forbrugerens kunne forvente, at varen har en holdbarhed og kvalitet, som svarer til den generelle standard for sådanne varer.”

Det er nævnets opfattelse, at det ikke er forventeligt, at flexkablet på en klaptelefon bliver slidt op ved almindelig brug i 22 måneder.

På den baggrund må mobiltelefonen anses for mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, sammenholdt med § 75 a, stk. 2, nr. 1, idet den ikke har haft en sådan holdbarhed, som køberen med rette kunne forvente.

Klageren har derfor krav på vederlagsfri afhjælpning eller ombytning, jf. købelovens § 78, stk. 1”. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Brugsanvisning til en mobiltelefon på cd-rom

Henset til varens art og da sælgeren ikke ved købet havde oplyst om, at der ikke medfulgte en dansksproget manual i papirform, blev mobiltelefonen anset for mangelfuld

En forbruger købte en mobiltelefon. Efter at have modtaget mobiltelefonen konstaterede forbrugerens, at der ikke

medfulgte en dansk brugsanvisning.

Forbrugeren reklamerede til sælgeren, som sendte forbrugeren en cd-rom med dansk brugsanvisning. Forbrugeren ønskede imidlertid en brugsanvisning i papirform, hvilket sælgeren afviste.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om udlevering af en dansk brugsanvisning i papirform eller 300 kr. til at foretage farveudprintning af brugsanvisningen på biblioteket. Nævnet traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af købelovens § 75 a, stk. 1, at der skal gives oplysninger med henblik på montering, anvendelse, opbevaring og vedligeholdelse af salgsgenstanden.

Indklagede har ved annoncering af varen undladt at gøre opmærksom på, at en dansksproget manual i papirform ikke medfølger. Efter varens art finder Forbrugerklagenævnet det ikke tilstrækkeligt at give brugervejledningen på cd-rom. Klageren har således krav på at få udleveret brugsanvisningen på papir.

Mobiltelefonen findes herefter ved leveringen at have været behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3, der berettiger klageren til et afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 3. Afslaget findes passende at kunne fastsættes til 300 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav samt at betale sagens omkostninger.

Køb af mobil for 1,- kr. + abonnement

En forbruger, der hævede købet af en telefon, kunne kræve erstatning for udgifterne til et abonnement i den periode, hvor abonnementet ikke kunne benyttes, fordi telefonen var mangelfuld

En forbruger købte en mobiltelefon for 1,- kr. Købet var betinget af samtidig oprettelse af et abonnement med 6 måneders binding. En måned efter købet var der fejl ved telefonen, som blev afhjulpet. Ca. to måneder efter købet kunne mobiltelefonen ikke oplades, og forbrugeren reklamerede til sælgeren. Forbrugeren fik et nyt batteri, men dette afhjalp ikke problemet med opladning, og mobiltelefonen blev igen indleveret til sælgeren.

Da fejlen stadig ikke var afhjulpet, krævede forbrugeren købet ophævet og erstatning for abonnementsudgifter under henvisning til, at forbrugeren ikke havde kunnet bruge abonnementet i den periode, hvor mobiltelefonen havde været defekt. Sælgeren afviste og tilbød på ny at afhjælpe fejlen.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at telefonen ikke kan oplades, og at fejlen skyldes flere defekte elektriske komponenter i ladekredsløbet.

Nævnet lægger efter erklæringens indhold til grund, at telefonen ved købet var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk.1, nr. 4.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve et passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering.

Under hensyn til at indklagede i alt fire gange tidligere har forsøgt at afhjælpe manglen ved telefonen, har indklagede ikke udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79.

Klageren er derfor på nuværende tidspunkt berettiget til at hæve købet og få købesummen på 1 kr. tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4.

Det fremgår endvidere af sagens oplysninger, at købet af telefonen har været betinget af samtidig oprettelse af et abonnement hos teleselskabet, og at klageren med indklagede har indgået aftale om køb af såvel telefon som abonnement.

Det følger af købelovens § 80, stk. 2, sammenholdt med § 43, stk. 3. jf. § 24, at sælgeren er forpligtet til at svare skadeserstatning. Nævnet finder, at da klageren har været afskåret fra at benytte det til telefonen betingede abonnement på grund af telefonens oprindelige mangel, har klageren således lidt et tab i de 5 måneder af bindingsperioden, hvor telefonen ikke kunne anvendes. Klageren er herefter berettiget til erstatning for 5 måneders abonnementsudgift á 149 kr. samt for oprettelsesgebyret på 99 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav samt at betale sagens omkostninger.

Fortolkning af returret

”8 dages returret” ydet ved et butikskøb måtte i mangel af udtrykkelige oplysninger om andet forstås således, at fristen løb fra varens overgivelse til køberen, og uanset at køberen havde prøvet varen

En forbruger købte en trådløs telefon samt headset til i alt 4.200 kr. Aftalen om købet blev indgået den 7. juni 2006, men da headsettet ikke var på lager, betalte og afhentede forbrugeren først varen den 4. juli 2006.

Da forbrugeren afprøvede telefonen, syntes hun ikke, at den levede op til hendes forventninger. Forbrugeren henvendte sig derfor til den erhvervsdrivende den 7. juli 2006 og oplyste, at hun ønskede at benytte den 8 dages returret, som den pågældende butikskæde reklamerede med.

Den erhvervsdrivende afviste, at forbrugeren kunne benytte returretten, fordi varen var brugt, og fordi der var gået mere end 8 dage efter købsaftalen blev indgået. Den erhvervsdrivende tilbød i stedet, at forbrugeren kunne betale et gebyr på 20 procent af købesummen mod returnering af varen. Gebyret blev opkrævet, fordi varen skulle afrenses og afkodes, før den kunne videresælges.

Forbrugeren accepterede nødtvungent at betale gebyret på 840 kr. men forlangte kort tid efter, at få den fulde købesum retur. Den erhvervsdrivende fastholdt, at de havde indgået en bindende aftale, og at der ikke var mangler ved varen. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

Forbrugerklagenævnet har tidligere afgjort en lignende sag, hvor det blev fastslået, at returretten gjaldt fra varens levering. Det fremgår af aftalelovens § 38 b, at tvivl fortolkes på den måde, der er mest gunstig for forbrugeren. En sproglig fortolkning støtter, at fristen skal regnes fra levering, hvilket også svarer til indholdet af den lovbestemte fortrydelsesret, som gælder ved køb af varer ved fjernsalg (forbrugeraftalelovens § 18, stk. 2).

På baggrund af ovenstående lægger nævnet til grund, at returretten endnu ikke var udløbet, da klageren henvendte sig tre dage efter varen var blevet hentet og betalt.

Indklagede har afvist, at klageren kan benytte returretten, fordi varen er brugt. Klageren har oplyst, at varen alene er prøvet, og at der ikke blev kodet noget ind på telefonen.

Der er praksis, der peger i retning af, at indklagede udtrykkeligt skal oplyse, hvis returretten er betinget af visse forhold. Returretten skal fortolkes efter aftalelovens § 38b, således at tvivl om forståelsen fortolkes på den måde, der er mest gunstig for forbrugeren. Da indklagede ikke har præciseret, at varen ikke måtte afprøves ved aftaleindgåelsen, lægger nævnet til grund, at returretten kan benyttes. Det følger endvidere af forbrugeraftaleloven, som gælder ved køb af varer ved fjernsalg, at en vare kan bruges, medmindre forbrugeren udtrykkelig er gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten ikke gælder for varer, der er taget i brug, hvis det efter varens art er åbenbart, at brugen medfører en formindskelse af varens salgsværdi (forbrugeraftalelovens § 20, stk. 3, nr. 1).

Da klageren ikke har fået oplyst, at varen ikke måtte prøves, og da klagerens brug af telefon og headset ikke afskærer indklagede for at sælge varen på ny, var klageren berettiget til at anvende returretten og få den fulde købesum retur. Indklagede skal derfor tilbagebetale gebyret på 840 kr. til klageren”. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

BytMobil

En erhvervsdrivende, der havde tilbudt at betale forbrugeren 400 kr. for en byttetelefon, kunne ikke godtgøre, at det var aftalt, at der gjaldt særlige betingelser for byttetelefonen

I forbindelse med køb af en mobiltelefon blev der mellem en forbruger og en erhvervsdrivende indgået aftale om, at forbrugeren kunne få 400 kr. retur, hvis han inden 14 dage kom med en byttetelefon. Dette blev påført købsaftalen.

Da forbrugeren inden for tidsfristen henvendte sig med en byttetelefon, afviste den erhvervsdrivende at tilbagebetale de 400 kr. med henvisning til, at byttetelefonen blandt andet ikke havde farveskærm og integreret kamera. Den erhvervsdrivende henviste til, at kravene fremgik af annoncer og materiale i forretningen.

Klageren fastholdt kravet om at få de 400 kr. udbetalt, da han ikke ved købet var blevet oplyst om, at der gjaldt særlige betingelser for tilbagebetalingen, og sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger efter parternes forklaring til grund, at klageren inden for 14 dage henvendte sig til indklagede for at levere en Nokia 3310 byttetelefon til indklagede.

Indklagede har udstedt en købskvittering, hvorpå det under bemærkninger hedder: "14 dage kommer med en Byt Mobil og skal have 400 kr. retur".

Dette må efter ordlyden og konteksten forstås som et tilsagn fra indklagede om at ville give klageren 400 kr. retur, hvis klageren inden 14 dage leverede en byttetelefon.

Det påhviler indklagede at godtgøre, at klageren i forbindelse med aftalens indgåelse er blevet oplyst om, at der gjaldt særlige betingelser for typen af byttetelefon. Mod klagerens benægtelse finder nævnet det ikke godtgjort, at indklagede har oplyst klageren om de særlige betingelser for byttetelefonen, herunder at der skulle være tale om en telefon med farvedisplay og integreret kamera.

På baggrund heraf, og da klageren efter det oplyste har tilbudt at levere en byttetelefon, finder nævnet, at klageren er berettiget til at få udbetalt 400 kr." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

10-årig dreng bestilte overtakserede tjenester

Moderen, som havde tegnet abonnementet i eget navn og overdraget det til sønnen, hæftede for bestilling af enkeltstående tillægstakserede sms'er. Samtykke til levering af tjenesteydelsen inden fristens udløb

En kvinde købte i eget navn en mobiltelefon, som hun overdrog til sin 10-årige søn. Kort tid efter modtog kvinden telefonreg-ninger på i alt 1.010 kr. for levering af tillægstakserede tjenester. Sønnen havde anvendt nogle spil m.v., som han havde modtaget fra sine kammerater. Ved anvendelse af spillene modtog han en sms, som kunne klikkes væk med et enkelt klik.

Teleudbyderen oplyste, at brugeren af telefonen havde klikket OK til teksten: "Dit køb koster (10 kr.), og du samtykker til le-ving nu. Dermed bortfalder din fortrydelsesret, jf. forbrugeraf-taleloven."

Forbrugerens krævede fritagelse for betaling for de overtakserede tjenester, hvilket den erhvervsdrivende afviste. Forbrugerens ind-bragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

"Nævnet lægger til grund, at klagerens hustru den 7. august 2006 i eget navn købte en mobiltelefon og oprettede et mobilabonnement hos indklagede. Hustruen overdrog herefter telefonen til parrets 10-årige søn. Nævnet finder, at hustruen herved har legitimeret sønnen til på sine vegne at foretage telefonopkald m.v., herunder at bestille enkeltstående overtakserede tjenester. Hustruen er derfor som udgangspunkt forpligtet af sønnens dispositioner, uanset at sønnen er mindreårig og derfor ikke kan forpligte sig selv, jf. værgemålslovens § 1, stk. 2, sammenholdt med § 42, stk. 1.

Klageren har påstået sig fritaget for betaling af overtakserede tjenester, der er leveret i perioden fra den 8. august til den 14. sep-tember 2006. Klageren har i den forbindelse gjort gældende, at sønnen blot har anvendt nogle spil m.v., som han modtog fra sine kammerater, og at han ved anvendelse af spillene modtog en sms, som blot kunne klikkes væk med et enkelt klik.

Da klagerens søn har bestilt tjenesten via sms, foreligger der et fjernsalg omfattet af forbrugeraftalelovens kap. 4, hvorefter kla-geren som udgangspunkt har krav på 14 dages fortrydelsesret regnet fra aftalens indgåelse, jf. § 18, stk. 1 og stk. 2.

Det fremgår imidlertid af forbrugeraftalelovens § 18, stk. 4, at fortrydelsesretten vedrørende en tjenesteydelse kun gælder indtil tjenesteydelsen udføres, når forbrugerens forinden har givet sit samtykke til, at den erhvervsdrivende kunne påbegynde udførelsen inden fortrydelsesfristens udløb.

Indklagede har fremlagt en udskrift over korrespondancen mellem leverandøren af tjenesten og klagerens søn. Det fremgår heraf, at sønnen inden leveringen har modtaget en sms med følgende ord-lyd:

"Dit køb koster [10 kr.] og du samtykker til levering nu. Dermed bortfalder din fortrydelsesret jf. forbrugeraftaleloven. For køb send OK til 1912."

Klagerens søn har herefter sendt en sms til udbyderen med teksten "OK".

Nævnet finder, at klagerens søn herved har givet samtykke til fortrydelsesrettens bortfald. Klageren kan derfor ikke gøre brug af fortrydelsesretten.

Klageren har endvidere gjort gældende, at den pågældende bestillingsform er meget uigennemskuelig for en mindreårig, lige-som det er vanskeligt for en forbruger at overskue, hvad der er teknologisk muligt inden for mobiltelefonien.

Det bemærkes i denne sammenhæng, at klageren - ifølge det oplyste - ikke i forbindelse med tegning af abonnementet, henledte opmærksomheden på, at den tilhørende telefon skulle overdrages til en mindreårig bruger. I givet fald havde der, efter nævnets opfattelse, bestået en yderligere pligt for indklagede til at vejlede om mulighederne for at begrænse eller helt afskære adgangen til tjenester af den pågældende art.

Indklagede har den 12. december 2007 oplyst, at kravet retteligt er 678 kr. incl. moms.

Nævnet kan ikke give forbrugeren medhold i det fremsatte krav.”

Lovvalg

Når et udenlandsk internetfirma har foretaget reklamering i det land, hvor forbrugeren har bopæl, er det dette lands ret, der er gældende

En forbruger havde i januar 2005 købt en telefon hos et svensk internetfirma. Teksten på hjemmesiden var engelsk, men man kunne vælge land, herunder Danmark, der var dansk kontaktadresse, dansk e-mailadresse og henvisning til et dansk telefonnummer. Herudover var priserne angivet i dansk valuta. Forbrugeren reklamerede i august 2005, idet telefonen gik ud af sig selv, på trods af at den var fuldt opladet. Telefonen blev indleveret til den erhvervsdrivende, men da forbrugeren efter knap 4 måneder fik telefonen tilbage, var der fortsat fejl på telefonen. Herefter ønskede forbrugeren at hæve købet, hvilket den erhvervsdrivende afviste med henvisning til, at ”reparationsgarantitiden” var udløbet.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det følger af Romkonventionens art. 5, stk. 3, jf. stk. 2, at en forbrugeraftale er undergivet loven i det land, hvor forbrugeren har bopæl, såfremt der i dette land forud for aftalens indgåelse er foretaget reklamering, og forbrugeren der har foretaget de handlinger, der er nødvendige for aftalens indgåelse.

Da klageren, som har bopæl i Danmark, har indgået aftalen via en dansk hjemmeside ([firmanavn].dk), hvor varernes pris er anført i dansk valuta, og da der i øvrigt er angivet en dansk kontaktadresse, ligesom man på hjemmesiden under ”country” kan vælge ”Denmark”, finder nævnet, at der forud for aftalens indgåelse er foretaget reklamering i Danmark, hvorfor den danske købelov finder anvendelse.

Det følger af købelovens § 83, som ikke kan fraviges til skade for en forbruger, at forbrugeren har 2 års reklamationsret for fejl ved den købte vare, hvis fejlen eller dens årsag har været til stede på leveringstidspunktet. Nævnet skal derfor bemærke, at indklagede ikke kan afvise klagerens krav under henvisning til, at ”reparationsgarantitiden” er udløbet.

Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at PDA'en går ud af sig selv, og at dette mest sandsynligt skyldes en fabrikations- eller materialefejl i PDA'en. På denne baggrund finder sekretariatet, at PDA'en ved købet var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

En sælger kan efter købelovens § 78, stk. 3, afværge køberens krav om ophævelse ved at tilbyde afhjælpning eller omlevering, men det er i den forbindelse et krav, at afhjælpningen eller omleveringen sker inden rimelig tid, uden udgift og væsentlig ulempe for køberen, jf. § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79.

Da afhjælpning ikke er sket, og da indklagede har haft PDA'en til reparation i knap fire måneder, finder nævnet, at indklagede ikke har afhjulpet manglen inden rimelig tid. Klageren er derfor berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 4.

Det fremgår af sagen, at klageren få dage efter købet af PDA'en har købt et tilhørende etui samt et medlemskab til Club I-mate til en samlet pris af 875,17 kr., jf. bilag 2. Da det er utvivlsomt, at disse ydelser er indkøbt til brug for PDA'en, finder nævnet, at klageren er berettiget til at få købesummen herfor erstattet, jf. herved købelovens § 80, stk. 2.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Ridser afskar forbrugeren fra at fortryde køb af telefon

En mobiltelefon var ikke en vare af en sådan art, at ibrugtagning i sig selv afskar fortrydelse. Telefonen kunne imidlertid ikke tilbageleveres i væsentlig samme stand, da den var blevet ridset i forbrugerens varetægt

En forbruger havde købt en mobiltelefon på internettet. Ved modtagelsen var plomberingen af kassen til mobiltelefonen brudt, og der var indlagt en reklame i telesoftware. Derfor ønskede forbrugeren at gøre brug af sin fortrydelsesret. Dette afslog den erhvervsdrivende, idet forbrugeren havde afprøvet telefonen ved at foretage

opkald og afsende sms-beskeder. Forbrugeren havde endvidere fjernet plastfolien over displayet.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse: "Da købet af den omhandlede mobiltelefon er sket via indklagedes hjemmeside, foreligger der et fjernsalg omfattet af lov om visse forbrugerftaler (Lov nr. 451 af 9. juni 2004), jf. lovens § 4. Klager har derfor som udgangspunkt ret til at fortryde købet inden for en frist på 14 dage regnet fra varens modtagelse, jf. lovens § 18. Det er ikke bestridt, at klageren har opfyldt de tidsmæssige betingelser for at fortryde købet. Indklagede har imidlertid gjort gældende, at det forhold, at klageren har taget mobiltelefonen i brug, afskærer ham fra at fortryde købet. Det følger af lovens § 20, stk. 1 – der som lovens øvrige bestemmelser ikke kan fraviges til skade for forbrugeren, jf. § 28 – at det er en betingelse for at kunne gøre fortrydelsesretten gældende, at det modtagne kan tilbagegives den erhvervsdrivende i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var, da forbrugeren fik det i hænde.

Det forhold, at klageren inden fortrydelsen har taget telefonen i brug, afskærer ikke i sig selv klageren fra at gøre fortrydelsesretten gældende. Er det efter varens art åbenbart, at en ibrugtagning vil medføre en for-mindskelse af varens salgsværdi, gælder fortrydelsesretten dog ikke efter ibrugtagning, forudsat at forbrugeren på et varigt medium er gjort udtrykkelig opmærksom herpå, jf. § 20, stk. 3, nr. 1. Det forhold, at klageren måtte have afprøvet mobiltelefonen, afskærer derfor ikke i sig selv klageren fra at fortryde købet. Nævnet finder på baggrund af den sagkyndiges oplysninger, hvorefter spor efter brug af mobiltelefonen nemt vil kunne fjernes ved at slette opkaldslisterne, at telefonen – trods den af-prøvning der har fundet sted – stadig fremstår som ny, hvorfor den kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, ligesom der ikke er tale om en vare af en sådan art, at det er åbenbart, at ibrugtagning formindsker varens salgsværdi. På denne baggrund finder nævnet, at klageren behørigt har gjort brug af fortrydelsesretten og således har krav på at få tilbagebetalt købesummen på 2.899,28 kr., jf. forbrugerftalelovens § 21, stk. 2."

Da nævnet havde truffet ovennævnte afgørelse, sendte forbrugeren telefonen til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende konstaterede, at telefonen flere steder var blevet ridset og anmodede om at få sagen genoptaget. Forbrugerklagenævnets formand imødekom anmodningen, og Forbrugerklagenævnet traf på denne baggrund følgende afgørelse:

"Nævnet har besigtiget mobiltelefonen og har konstateret, at der er ridser flere steder på telefonen, herunder på bag-cover, forside og display. Indklagede har gjort gældende, at telefonen som følge af det anførte ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, hvori den var, da klageren fik den i hænde. Heroverfor anfører klageren, at årsagen til ridsedannelsen på mobiltelefonen er længere tids opbevaring, som er en følge af, at indklagede har nægtet at tage telefonen retur, hvorfor fortrydelsesretten fortsat kan påberåbes, jf. forbrugerftalelovens § 20, stk. 2.

Det følger af forbrugerftalelovens § 20, stk. 2, at forbrugeren bevarer sin fortrydelsesret, uanset varen er blevet beskadiget eller forringet, såfremt beskadigelsen eller forringelsen ikke skyldes uagtsomhed eller manglende omsorg fra forbrugers side. I forarbejderne til loven er det forudsat, at almindelige bevisbyrderegler vil føre til, at det påhviler forbrugeren at godtgøre, at en beskadigelse eller forringelse, som finder sted efter varens levering, ikke skyldes forbrugers uagtsomhed eller manglende omsorg. Det er ubestridt, at ridserne er opstået mens mobiltelefonen var i klagerens besiddelse. Nævnet finder ikke, at klageren har godtgjort, at beskadigelsen ikke skyldes uagtsomhed eller manglende omsorg fra klagerens side. Klageren er derfor ikke berettiget til at fortryde købet. Det forhold, at beskadigelsen eventuelt er sket efter, at indklagede har nægtet at tage mobiltelefonen retur, ændrer ikke herved."

5.5. Anden elektronik

Der er ingen sager i denne kategori.

5.6. El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom

Markant højere vandforbrug efter montering af ny måler

Den nye måler viste et 6 gange større forbrug end i de foregående 19 år. Efter genudskiftning af måleren faldt forbruget. Da måleren var testet forkert, kunne kommunen kun opkræve betaling svarende til det gennemsnitlige tidligere forbrug

I august 2004 blev der rutinemæssigt opsat en ny vandmåler hos forbrugeren. I maj måned 2005 viste det årlige aflæsningskort fra kommunen, at der ifølge den nye måler var brugt 660 m³ vand i forhold til et årligt

vandforbrug på mellem 130 og 140 m³ de foregående 19 år.

Kommunen gennemgik installationerne på bopælen uden at konstatere utætheder. Den nye måler blev undersøgt på kommunens eget laboratorium. Det fremgik af kalibre-ringsrapporten, at der ikke kunne konstateres fejlmålinger. Kommunen fastholdt derfor kravet på 23.327 kr. for de 660 m³, hvorefter kommunen inddrev beløbet via forbrugerens bank.

Forbrugeren krævede tilbagebetaling af det erlagte, således at der kun opkrævedes betaling i overensstemmelse med de tidlige-års forbrug, det vil sige 13.379,80 kr.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af sagens oplysninger, at der i de ca. 9½ måneder, hvor den omtvistede vandmåler var monteret hos klageren, blev registreret et vandforbrug, som var omtrent 6 gange højere end det årsforbrug på omkring 130-140 m³, som klageren havde haft i de sidste 19 år. Efter målerens udskiftning den 26. maj 2005 faldt vandforbruget igen, jf. herved, at der i perioden fra 6. juni 2006 til 3. oktober 2006 alene er registreret et vandforbrug på 21 m³. Det er endvidere oplyst, at klageren i forbindelse med målerens fornyede udskiftning fik foretaget en undersøgelse af ledningsnettet på adressen, uden at der blev konstateret nogen lækager.

Indklagede har afvist klagerens krav om tilbagebetaling, da indklagede med henvisning til resultaterne af en test af vandmåleren foretaget af indklagedes DANAK-akkrediterede laboratorium bestrider, at der har været noget galt med vandmåleren.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet har DANAK imidlertid redegjort for, at indklagedes laboratorietest ikke har fulgt den korrekte procedure, og at testen er udført på en måde, der kan have medført et forkert testresultat. Det kan således ikke udelukkes, at der ved testen – uden at dette er blevet registreret – er blevet bortskyllet snavs eller lignende i vandmåleren, som har været årsag til, at der på måleruret var blevet registreret et væsentligt højere forbrug end det faktisk forbrugte. I forlængelse af laboratorietesten har indklagedes laboratorium, mens klagesagen verserede, bortskaffet vandmåleren og dermed umuliggjort yderligere undersøgelser af denne.

Når henses til oplysningerne fra DANAK samt til, at det markant højere forbrug blev registreret i forbindelse med udskiftning til en ny måler og straks blev normaliseret igen efter genudskiftning af måleren, finder nævnet, at det må anses for overvejende sandsynligt, at måleren har fejlregistreret forbruget som følge af, at der sad snavs eller lignende i måleren.

Der gives som følge heraf klageren medhold i, at indklagede ikke har været berettiget til at opkræve fuld betaling for det registrerede forbrug på 660 m³, som er blevet betalt via Betalingsservice den 12. december 2005.

Klageren har på baggrund af tidligere års forbrug beregnet sit til-bagebetalingskrav til 13.379,80 kr. svarende til et gennemsnitligt årsforbrug på 138,5 m³, jf. sagens bilag 3. Da klagerens vandforbrug har været stabilt i en række år, tages der udgangspunkt i klagerens beregning, og klagerens tilbagebetalingskrav fastsættes herefter skønsmæssigt til 13.000 kr.” Kommunen blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Afregning af unormalt højt vandforbrug

Vandværk havde ikke krav på fuld betaling for det registrerede forbrug, da det blev anset for overvejende sandsynligt, at måleren havde fejlregistreret forbruget

Et ægtepar fik i juli måned udskiftet vandmåleren i deres rækkehus og rejste få dage senere på ferie. Da de kom hjem fra ferie, konstaterede de, at vandmåleren havde registreret et forbrug på 69 m³. Ægteparret reklamerede straks til vandværket, der udskiftede måleren igen og kontrollerede den på eget laboratorium. Da laboratoriet ikke kunne finde fejl ved vandmåleren, fastholdt vandværket, at ægteparret skulle betale for det registrerede forbrug.

Ægteparret klagede til Forbrugerklagenævnet, og under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet kom det frem, at vandværkets laboratorium ved undersøgelsen af vandmåleren ikke havde fulgt den korrekte testprocedure udarbejdet af DANAK (Danmarks nationale akkrediteringsorgan), idet vandmåleren først var testet ved højt vandflow og derefter ved lavt flow – og ikke omvendt. DANAK oplyste endvidere, at vandværkets laboratorium var akkrediteret og derfor uafhængigt af vandværket. Forbrugerklagenævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Det fremgår af sagens oplysninger, at der i de 4 uger, hvor den omtvistede vandmåler var monteret hos

klagerne, blev registreret et forbrug, der var ca. 10 gange højere end forbruget i perioden forud for udskiftningen og mere end 12 gange højere end forbruget i perioden efter vandmålerens fornyede udskiftning. Det meget høje forbrug er registreret i en periode, hvor klagerne størstedelen af tiden var bortrejst, og der er ingen oplysninger i sagen, der tyder på, at der forelå unormale brugsomstændigheder hos klagerne i form af løbende toiletter eller lignende.

Indklagede har afvist klagerens krav om tilbagebetaling, da indklagede med henvisning til resultaterne af en test af vandmåleren foretaget af indklagedes DANAK-akkrediterede laboratorium bestrider, at der har været noget galt med vandmåleren.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet har DANAK imidlertid redegjort for, at indklagedes laboratorietest ikke har fulgt den korrekte procedure, og at testen er udført på en måde, der kan have medført et forkert testresultat. Det kan således ikke udelukkes, at der ved testen – uden at dette er blevet registreret – er blevet bortskyllet snavs eller lignende i vandmåleren, som har været årsag til, at der på måleruret var blevet registreret et væsentlig højere forbrug end det faktisk forbrugte. I forlængelse af laboratorietesten har indklagedes laboratorium, mens klagesagen verserede, bortskaffet vandmåleren og dermed umuliggjort yderligere undersøgelser af denne.

Når henses til oplysningerne fra DANAK samt til, at det markant højere forbrug blev registreret i forbindelse med udskiftning til en ny måler og straks blev normaliseret igen efter genudskiftning af måleren, finder nævnet, at det må anses for overvejende sandsynligt, at måleren har fejlregistreret forbruget som følge af, at der sad snavs eller lignende i måleren.

Der gives som følge heraf klagerne medhold i, at indklagede ikke har været berettiget til at opkræve fuld betaling for det registrerede forbrug.

Betalingen for vandforbruget i den omtvistede periode kan opgøres til i alt 2.328,75 kr. af det beløb på 5.609,78 kr., som den 10. juni 2005 blev overført fra klagerens konto til indklagede, jf. sagens bilag 6. Klagerne har ifølge sagens oplysninger forbrugt vand i nogle få dage, og betaling for dette forbrug skal fratrækkes klagerens tilbagebetalingskrav. Tilbagebetalingskravet fastsættes herefter skønsmæssigt til 2.250 kr.

Da opkrævningen af beløbet på 2.250 kr. er sket med urette, har klagerne siden betalingsdagen den 10. juni 2005 været berettiget til at kræve beløbet tilbagebetalt. Det følger derfor af rentelovens § 3, stk. 1, at klagerne kan kræve deres tilbagebetalingskrav forrentet med rentelovens rentesats fra den 11. juni 2005 til betaling sker." Vandværket blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

5.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)

Jakke beskadiget ved rensning

En bestemmelse, der begrænsede sælgerens ansvar til 1.000 kr., blev ikke anset for vedtaget. Forbrugeren kunne endvidere kun kræve erstatning for en beskadiget jakke, da renseren ikke vidste, at den var en del af et sæt.

En forbruger indleverede en habitjakke til rens. Jakken, som var en del af et sæt, var købt 3 år tidligere for 2.999 kr. Hele sættet havde kostet 4.198 kr.

Jakken blev ødelagt, da der under rensningen var kommet fremmedlegemer på den. Forbrugeren fremsatte krav om at få erstatning for hele sættet. Renseren afviste kravet under henvisning til, at det fremgik nederst på en indleveringskvittering, som køberen havde fået udleveret ved indlevering af tøjet, at et evt. erstatningsansvar var begrænset til 1.000 kr.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Forbrugerklagenævnet har besigtiget habitjakken og konstateret, at habitjakkens øverste del af ryggen samt højre forstykke har nogle meget svage mørke aftegninger. Nævnet lægger på baggrund af indklagedes udsagn til grund, at det konstaterede skyldes, at habitjakken under rensprocessen er blevet rensset sammen med noget andet tøj, som indeholdt et fremmedlegeme, der gav anledning til afsmitning.

Da der således er begået en fejl under rensbehandlingen, er indklagede erstatningsansvarlig for den skade, som klageren er blevet påført herved, hvilket også er erkendt af indklagede.

Spørgsmålet er herefter, om den ansvarsbegrænsningsklausul, som er påberåbt af indklagede, kan anses for at være aftalt ved rensaftalens indgåelse. Der er tale om et vilkår, som efter omstændighederne vil kunne være

byrdefuldt for kunden, og indklagede må derfor, hvis han vil påberåbe sig vilkåret, sørge for, at vilkåret kommer til kundens kendskab ved aftalens indgåelse. Ifølge klageren blev vilkåret ikke omtalt ved jakkens indlevering, og klagerens fremstilling må forstås således, at han heller ikke på anden måde ved jakkens indlevering blev opmærksom på vilkåret, som er let at overse, da det ikke er særligt fremhævet på indleveringssedlen. Nævnet finder på denne baggrund, at vilkåret ikke kan anses for vedtaget, og at indklagede derfor er erstatningsansvarlig for hele klagerens tab, i det omfang dette har været påregneligt for indklagede.

Klageren har fremsat krav om erstatning for hele habitsættet. Et sådant krav kan imidlertid ikke anses for påregneligt for indklagede, medmindre det har været kendeligt for indklagede, at habitjakken var en del af et samlet sæt. Da det alene var jakken – og ikke bukserne – som blev indleveret til rens, og da det ikke er godtgjort, at indklagede var eller burde være klar over, at jakken var en del af et samlet sæt, findes klageren herefter kun at kunne kræve erstatning for den værdiforringelse, som jakken er blevet påført.

Under hensyn til skadens karakter, sammenholdt med at jakken på indleveringstidspunktet var omkring 3 år gammel, findes jakkens værdiforringelse passende at kunne fastsættes til 1.000 kr. inklusiv rensevederlaget.

Nævnet kan på denne baggrund ikke give klageren medhold i, at han er berettiget til en erstatning, der overstiger 1.000 kr.”

Gavekort

Da forretningen var lukket, var forbrugeren berettiget til at få gavekortets pålydende udbetalt

En forbruger havde den 13. maj 2005 fået et gavekort på 600 kr. til indklagedes forretning. Da forbrugeren den 30. oktober 2006 ville anvende gavekortet, var forretningen lukket, hvorfor forbrugeren krævede at få beløbet udbetalt af forretningens indehaver.

Den erhvervsdrivende afviste at udbetale beløbet, da forretningen var lukket, og forbrugeren havde haft masser af tid til at anvende gavekortet. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af indklagedes oplysninger, at indklagedes forretning lukkede den 1. juni 2006.

Da klageren således ikke kan gøre brug af gavekortet til køb af varer, forligger der en væsentlig misligholdelse af aftalen, der berettiger klageren til at få udbetalt de 600 kr.

Det bemærkes i forbindelse hermed, at klagerens gavekort ifølge lovgivningens almindelige regler i hvert fald er gældende i en 5-årig periode.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Cowboybukser smittede af på sofa

Cowboybukserne var behæftet med en mangel. Sælgeren hæftede tillige for skader forårsaget af afsmitning, fordi afsmitningen kunne bebrejdes producenten af bukserne

En forbruger købte et par cowboybukser. Efter ca. tre måneder konstaterede forbrugeren, at cowboybukserne i forbindelse med brug havde smittet af på forbrugerens ca. 9 år gamle sofa. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, som fremsendte cowboybukserne til producenten, som krediterede cowboybukserne til sælgeren.

Forbrugeren krævede tillige, at sælgeren betalte 10.000 kr. i erstatning svarende til prisen for reparation af den skade, som var opstået på forbrugerens sofa. Sælgeren afviste forbrugerens krav, og sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Indklagede har efter det oplyste bortskaffet cowboybukserne, og parterne er enige om, at bukserne har smittet af på klagerens sofa.

Nævnet lægger på baggrund af de af klageren indsendte fotos og den sagkyndiges erklæring til grund, at det ud fra pletternes placering må anses for sandsynligt, at afsmitningen på klagerens sofa kan være opstået som følge af afsmitning fra cowboybukser. Ifølge den sagkyndiges vurdering er det tydeligt, at man har forsøgt at rense pletten væk, men pletten på sædet virker ifølge den sagkyndige meget skæmmende.

På baggrund heraf finder nævnet det ubetænkeligt at lægge til grund, at cowboybukserne er behæftet med en mangel, jf. herved købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Da manglen samtidig må anses som væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet af cowboybukserne, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.

Da bukserne i forbindelse med almindelig brug har voldt skade på klagerens sofa, er bukserne behæftet med en

defekt som defineret i § 5 i lov nr. 371 af 7. juni 1989 om produktansvar, som implementerer EF's direktiv fra 1985 om produktansvar til dansk ret.

Det følger af produktansvarslovens § 13, at loven ikke begrænser skadelidtes adgang til erstatning efter almindelige regler i eller uden for kontrakt. De almindelige regler om erstatningsansvar for produktskader, som er udviklet i retspraksis, er derfor fortsat gældende. I en sag som den foreliggende – hvor producenten er klar over, at der altid er mulighed for afsmitning, hvilket kan påføre, og i dette tilfælde har påført, omgivelserne skade ved normal brug – følger det af disse regler, at producenten er ansvarlig for de skader, som bukserne forvolder som følge af defekten, og at indklagede som mellemhandler hæfter for producentens produktansvar umiddelbart over for klageren, uden at den selvrisikoregel, som fremgår af direktivet art. 9, og som er gennemført ved lovens § 8, får nogen betydning. Et sådant resultat er endvidere ikke i strid med produktansvarsdirektivet, jf. herved EF-domstolens dom af 10. januar 2006 i sag C-402/03 (Skov Æg), hvori domstolen i præmis 48 udtalte, at direktivet skal forstås således, at det ikke er til hinder for en national regel, hvorefter mellemhandleren uden begrænsning hæfter for producentens culpaansvar.

Indklagede hæfter derfor over for klageren for den skade, som er forvoldt ved afsmitning fra bukserne. Erstatningen fastsættes skønsmæssigt til 5.000 kr. Der er ved erstatningsfastsættelsen taget hensyn til sofaens oplyste alder og købspris.”

5.8. Fodtøj

Der er ingen sager i denne kategori.

5.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)

Transport af vare ved ombytning

Kort tid efter leveringen af et spisebord viste det sig, at tillægspladen var skæv og skulle ombyttes. Da den erhvervsdrivende ikke leverede en ny tillægsplade på forbrugerens bopæl, kunne købet hæves

En forbruger købte et spisebord inkl. tillægsplader og betalte samtidig for at få bordet leveret på bopælen. Da det et par uger senere viste sig, at den ene tillægsplade var skæv, bestilte den erhvervsdrivende en ny plade hos producenten.

Et par dage senere dukkede den erhvervsdrivende uanmeldt op hos forbrugerens for at levere pladen. Forbrugerens, der ikke var hjemme, foreslog ved den erhvervsdrivendes telefoniske henvendelse, at pladen kunne sættes ved døren. Det afviste den erhvervsdrivende, da han så ikke kunne få en kvittering for afleveringen.

Den erhvervsdrivende foreslog herefter, at forbrugerens kunne hente pladen i forretningen, der lå 75 km fra forbrugerens bopæl. Det afviste forbrugerens og gav samtidig den erhvervsdrivende en frist på en uge til at levere pladen på sin bopæl. Tillægspladen blev imidlertid ikke leveret.

Med påstand om ophævelse af købet, da der ikke var sket afhjælpning, samt erstatning for manglende rådighed over et komplet bord, indbragte forbrugerens sagen for Forbrugerklagenævnet. Her stillede den erhvervsdrivende spørgsmålstejn ved, om der overhovedet var mangler ved bordet/bordpladen. Nævnet traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at der er en lille højdeforskel mellem bordet og den ene tillægsplade, som gør, at glas el.lign. ikke kan stå på overgangen mellem bordet og tillægspladen. Dette afviger fra, hvad man sædvanligvis må regne med ved et bord af den omhandlede type og til den pågældende pris. Nævnet finder på den baggrund, at bordet må anses for mangelfuldt, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, at sælgeren skal opfylde krav eller tilbud om afhjælpning eller omlevering inden rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve ophævelse af købet.

Nævnet finder ikke, at indklagede, ved vederlagsfrit at stille en ny tillægsplade til rådighed for klageren på indklagedes forretningssted, har opfyldt sin pligt til at afhjælpe uden væsentlig ulempe for klageren. Der er herved lagt vægt på den ikke uvæsentlige geografiske afstand mellem klagerens bopæl og indklagedes forretningssted og på, at klageren ved købet betalte for at få bragt møblerne ud, hvorfor transporten herefter er indklagedes ansvar.

På den baggrund og da indklagede ikke inden den 18. november 2005 havde leveret bordpladen til klageren, finder nævnet, at klageren kan hæve købet, idet der ikke er sket afhjælpning inden rimelig tid, uden udgift og

uden væsentlig ulempe for køberen.

Det findes ikke godtgjort, at klageren har lidt et økonomisk tab som følge af mangelen ved bordet, hvorfor klageren ikke er berettiget til erstatning herfor.”

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale rente af købesummen og sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Fortrydelse af køb af persiennen

En aftale om køb af persiennen var ikke et bestillingskøb i forbrugeraftalelovens forstand, idet persiennen var bestilt til en bestemt type vindue og derfor ikke skulle tilpasses forbrugerens individuelle behov.

En forbruger bestilte via en erhvervsdrivendes hjemmeside fem persiennen. Ved bestillingen skulle forbruger angive, hvilken type vindue persiennen skulle bruges til.

Da forbruger efterfølgende modtog persiennen, passede persiennen ikke til de vinduer, de var bestilt til. Forbruger reklamerede herover to dage efter leveringen og meddelte samtidig, at hun ville gøre brug af sin 14 dages fortrydelsesret.

Den erhvervsdrivende ville imidlertid ikke efterkomme forbrugerens ønske om fortrydelse af købet og begrundede dette med, at da der var tale om et bestillingskøb, og forbruger havde derfor ingen fortrydelsesret. Den erhvervsdrivende henviste til ordrebekræftelsen, der var fremsendt pr. mail, hvoraf det fremgik: ”Returret. Hos [] får De 14 dages returret på alle købte varer (regnes fra den dag De modtager varen) Varer produceret bestemt til Dem tages ikke retur”

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse: ”Klageren har bestilt de persiennen, som sagen angår, via indklagedes hjemmeside. Der foreligger derfor et fjernsalg omfattet af lov om visse forbrugeraftaler (lov nr. 451 af 9. juni 2004).

Klageren skulle ved bestillingen angive en varebetegnelse for de vinduer, som persiennen skulle bruges til. Det må på denne baggrund lægges til grund, at persiennen er bestilt til en bestemt type vindue – og ikke tilpasset forbrugerens individuelle behov – hvorfor det ikke kan antages, at der foreligger et bestillingskøb i forbrugeraftalelovens forstand. Dette fremgik i hvert fald ikke for klageren, da hun foretog bestillingen, og det kan derfor under alle omstændigheder ikke lægges til grund, at den indgåede aftale vedrører en vare, som er bestilt til at skulle tilpasses klagerens individuelle behov.

Det følger herefter af forbrugeraftalelovens § 18, stk. 2, nr. 1 in fine, at klageren har været berettiget til at fortryde aftalen inden for en frist af 14 dage regnet fra det tidspunkt, hvor klageren fik persiennen i hænde. Da klageren har fortrudt aftalen og tilbagesendt persiennen inden for denne frist, har klageren herefter krav på at få købesummen tilbagebetalt, jf. forbrugeraftalelovens § 21, stk. 2.

Det bemærkes, at selv om der havde foreligget et bestillingskøb, så havde klageren også haft krav på at fortryde aftalen inden for en frist af 14 dage, men fristen skulle i så fald regnes fra aftalens indgåelse, jf. § 18, stk. 2, nr. 1. Det ville i så fald også have været muligt at indhente forbrugerens samtykke til at påbegynde arbejdet inden fristens udløb og at forkorte fortrydelsesfristen til tidspunktet for arbejdets påbegyndelse, jf. § 18, stk. 4. Fristen ville imidlertid tidligst kunne regnes fra det tidspunkt, hvor klageren havde modtaget de oplysninger – bl.a. om fortrydelsesret – som det efter lovens kapitel 3 påhviler den erhvervsdrivende at give på papir eller andet varigt medium, dog med en maksimal fortrydelsesfrist på 3 måneder regnet fra klagerens modtagelse af varen, jf. herved lovens § 18, stk. 2, nr. 2, sammenholdt med stk. 3. Da indklagede ikke har oplyst klageren om fortrydelsesretten ved bestillingskøb, ville klageren således skulle have medhold i klagen, også selv om der havde foreligget bestillingskøb, idet klagerens fortrydelsesret i så fald først ville være udløbet 3 måneder efter modtagelsen af persiennen.

Klageren har efter det oplyste returneret persiennen til indklagede den 19. august 2005. Da den 19. august 2005 var en fredag, må det lægges til grund, at indklagede først har modtaget persiennen den 22. august 2005. Indklagede var herefter forpligtet til at tilbagebetale købesummen på 3.375 kr. senest 30 dage herefter, jf. forbrugeraftalelovens § 21, stk. 3. Da indklagede ikke har opfyldt sin pligt til at tilbagebetale købesummen senest på forfaldsdagen den 21. september 2005, følger det af rentelovens § 3, stk. 1, at klageren kan kræve sit tilbagebetalingskrav forrentet fra den 22. september 2005 med den rentesats, som følger af rentelovens § 5 – dvs. med en årlig rente svarende til Nationalbankens officielle udlånsrente pr. den 1. januar og den 1. juli det pågældende år med et tillæg på 7 %. ” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Hævekraft for sofa med alcantarastof tabt ved passivitet

En forbruger var afskåret fra at gøre købelovens mangelsbeføjelser gældende over for en erhvervsdrivende, da forbrugeren ikke havde fulgt behørigt op på reklamationen

En forbruger købte i november 1998 en sofa med alcantarastof. I november 2000 opdagede forbrugeren, at stoffet fnuldrede meget, og forbrugeren reklamerede til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende "barberede" sofaerne, men stoffet begyndte at fnuldre meget igen. Forbrugeren reklamerede igen til den erhvervsdrivende i december 2001, men den erhvervsdrivende ville kun stille en barbermaskine til rådighed pr. kulance. Forbrugeren krævede herefter købet hævet eller et forholdsmæssigt afslag i prisen, men den erhvervsdrivende afviste begge krav. Herefter reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende i december 2002 og december 2003. I december 2004 blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnets sagkyndige har undersøgt møblerne og konstateret, at alcantaren på sofaerne fnuldrer, såkaldt pilling, og det er især på sædefladerne, men også forrest på armpuderne, og der er ved at komme lidt pilling nederst på ryggen. Det konstaterede er fremkommet ved almindelig brugspåvirkning og skyldes en materiale-/fabrikationsfejl.

Klageren reklamerede første gang over pillingen i november 2000, ca. to år efter købstidspunktet, og indklagede afhjælp pillingen ved at "barbere" sofaernes stof. Et år senere reklamerede klageren på ny til indklagede, som stillede en "barbermaskine" til rådighed for klageren. Klager reklamerer yderligere til indklagede henholdsvis 4 og 5 år efter købstidspunktet. Klageren indbragte sagen for Nævnet i december 2004.

På baggrund af udtalelsen fra nævnets sagkyndige finder nævnet, at møblerne har været behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Da møblerne dermed har været mangelfulde ved leveringen, og da indklagede har afvist at afhjælpe manglerne, og der således ikke er sket afhjælpning inden rimelig tid, var klageren som udgangspunkt berettiget til at hæve købet, jf. herved købelovens § 78, stk. 4.

Under henvisning til reklamlationsforløbet finder nævnet imidlertid, at klageren ikke behørigt har fulgt op på sin reklamation, og klageren er som følge heraf afskåret fra at gøre de mangelsbeføjelser, der følger af købeloven, gældende over for indklagede."

Hævekraft fortabt ved passivitet

Sofa med alcantarastof fnuldrede uacceptabelt. Ved først at indbringe sagen for Forbrugerklagenævnet 2 år efter at den erhvervsdrivende havde afvist kravet, mistede forbrugeren retten til at gøre kravet gældende

En forbruger købte to sofaer i alcantarastof i november 1998. I juli 1999 konstaterede forbrugeren, at stoffet fnuldrede og reklamerede til sælgeren. Sofaerne blev ombetrasket i 2001. I løbet af 2002 konstaterede forbrugeren, at samme fejl var opstået igen. I mellemtiden havde sælgeren solgt forretningen til et andet formål. En ny forretning åbnede herefter inden for samme kæde, og forbrugeren kontaktede herefter de nye ejere, som afviste reklamationen, da de ikke mente at hæfte for købet. De nye ejere tilbød et nyt stof i marts 2004 pr. kulance, men afviste at betale for ombetrækningen. Forbrugeren kontaktede kædens hovedkontor i november måned 2004. Forbrugeren indgav i november 2004 en klage til Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

"Det fremgår af sagens oplysninger, at den oprindelige sælger ikke længere eksisterer. Indklagede, som er hovedkontor for den butikskæde, som den oprindelige sælger hørte under, har imidlertid besvaret Forbrugerstyrelsens henvendelser og har oplyst, at ville "dække de omkostninger, der eventuelt vil være, hvis klageren får medhold i sagen". Nævnet finder på den baggrund, at klageren kan rette et eventuelt krav mod indklagede.

Det fremgår af sagens oplysninger, at sofaerne blev købt i 1998 og ombetrasket i 2001 af sælgeren på grund af pilling. Klageren har oplyst, at samme fejl opstod igen efter 1 års tid i 2002, hvor klageren reklamerede til de nye ejere, som afviste reklamationen. Ifølge klageren fortsatte reklamationerne til de nye ejere i perioden mellem 2002 og 2004. Klageren modtog nyt stof til sofaerne i juni 2004 pr. kulance, men ombetrækningen skulle klageren selv bære. Klageren fremsendte i november 2004 en klage til Forbrugerklagenævnet.

Det følger af købelovens § 81, at en forbruger skal reklamere over mangler inden rimelig tid, efter forbrugeren har opdaget fejlen eller manglen. Er dette ikke opfyldt, fortaber forbrugeren retten til at påberåbe sig manglen. Endvidere skal forbrugeren – hvis reklamationen afvises – inden rimelig tid følge op på reklamationen ved at foretage relevante retsskridt fx ved at gå videre med sagen til Forbrugerklagenævnet.

Under de foreliggende omstændigheder, hvor klageren først har indgivet klage til Forbrugerklagenævnet 2 år efter afvisningen af reklamationen, finder nævnet ikke, at klageren rettidigt har fulgt reklamationen op, og klageren har mistet retten til at gøre eventuelle mangelsbeføjelser gældende.

Nævnet kan ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.

Køb af individuelt tilpasset stol

Uanset at stolen var fremstillet på baggrund af forbrugerens ønsker, fandt nævnet, at stolen var mangelfuld, da den ikke passede forbrugerens i sædehøjde, -vinkel og -dybde

En forbruger købte på baggrund af en annonce en hvilestol til 11.945 kr. Ifølge annoncen kunne stolen tilpasses efter kundens ønsker, således at der i forbindelse med bestillingen blev taget individuelle mål ud fra en prøvestol, hvor alt kan justeres. En sådan måltagning fandt sted i forbindelse med bestillingen.

Ved leveringen konstaterede forbrugerens, at stolen var for lav og reklamerede til den erhvervsdrivende, som tilbød at skifte stolens stel ud med et højere stel (51 cm). Dette tilbud afslog forbrugerens, idet han ikke mente, at en højere stol alene ville løse problemet.

Den erhvervsdrivende gjorde gældende, at den erhvervsdrivendes repræsentant ikke havde ydet rådgivning i forbindelse med måltagningen, men at stolen var tilpasset efter forbrugerens ønsker, og at stolens højde svarede til det mål, der var anført i forbindelse med prøvningen.

Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet. Nævnets sagkyndige besigtigede stolen og udtalte, at stolen ikke passede til forbrugerens, idet siddehøjde for og bag manglede 3,5 cm. Sædedybde og siddevinkel passede heller ikke. Nævnet traf følgende afgørelse:

"Klageren opsøgte indklagede på baggrund af indklagedes annonce, hvoraf det fremgår "... Alle hvilestole kan tilpasses dine ønsker og behov for ergonomisk siddekomfort i ryg, sædehøjde, sædevinkel og dybde."

I forbindelse med bestillingen tog indklagede mål med henblik på den individuelle tilpasning af stolen til klageren.

På baggrund af den sagkyndiges erklæring lægger nævnet til grund, at tilpasningen af stolen væsentlig afviger fra, hvad klageren måtte forvente henset til stolens pris og omstændighederne i øvrigt.

Nævnet finder på denne baggrund, at stolen er mangelfuld, idet den afviger fra, hvad klageren efter omstændighederne måtte forvente, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Efter sagens oplysninger har indklagede tilbudt stolens stel udbyttet med et højere stel uden tilpasning, hvilket klageren har afvist. Nævnet finder ikke, at klageren herved har afskåret sig fra at gøre andre mangelsbeføjelser gældende, jf. herved købelovens § 78, stk. 3, idet en udskiftning af stellet til et højere stel uden tilpasning ikke ville have afhjulpet manglen tilfredsstillende.

Nævnet finder herefter ikke, at manglen er uvæsentlig, hvorfor klageren er berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Lædersofas dækfarve blev slidt af

En sofa blev anset for mangelfuld, da sælgeren ikke ved købet havde oplyst, at dækfarven blev slidt af ved almindelig brug

En forbruger købte 2 lædersofaer betrukket med skind for 8.996 kr. 7 måneder efter leveringen reklamerede forbrugerens over sofaerne, idet den lyse farve på et af sæderne var slidt af, således at læderets oprindelige mørke farve kunne ses.

Den erhvervsdrivende foretog syn af sofaerne, der var fremstillet af læder, der ikke var gennemfarvet, og fandt, at krakeleringen af læderets lyse dækfarve skyldtes uhensigtsmæssig brugspåvirkning, idet forbrugerens havde siddet i sofaen iført tøj af grov kvalitet, såsom cowboybukser. Forbrugerens fik tilbudt læderfarve, så hun kunne male læderet, efterhånden som farven blev slidt af. Forbrugerens afviste dette og fremsatte i stedet krav om at hæve købet.

Forbrugerens indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse: "Omkring 7 måneder efter leveringen reklamerede klagerens over, at den hvide farve på sofaerne var slidt af på den kraftige kantsyning. Indklagede afviste klagerens reklamation under henvisning til, at læderet var blevet smuldret som

følge af, at klageren havde siddet i sofaerne med beklædningsgenstande af groft stof, såsom cowboybukser.

Nævnets sagkyndige har besigtiget sofaerne og har oplyst, at sliddet, som skyldes almindelig brugspåvirkning, skyldes en materialefejl. Det konstaterede har stor betydning for sofaens udseende, og kan ikke udbedres med et tilfredsstillende resultat. Efter nævnets opfattelse må det være en naturlig og rimelig forpligtelse for en sælger, at oplyse køberen om, at der er tale om en vare, der kun er egnet til bestemt brug. Sofaerne er af lyst skind, hvor farven smuldrer af og bliver farvet i en mørk blålig farve som følge af, at klageren har siddet i sofaen med cowboybukser. Hvor sådan en indskrænkelse af genstandens egenskaber foreligger, må det påligge sælger at oplyse behørigt herom. Parterne har afgivet modstridende oplysninger om, hvorvidt klageren fik en pjece "Gode råd om møblers vedligeholdelse" på købstidspunktet. Det fremgår imidlertid ikke af pjecen, at sofaerne ikke er egnet til at sidde i med beklædningsgenstande af groft stof, såsom cowboybukser.

Nævnet finder på baggrund af ovenstående, at der foreligger en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og nr. 4. Da mangelen må anses som væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

5.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr

Køb af alu-cykel der rustede

Det var ikke en mangel, at der på en aluminiumscykel var monteret en stålforgaffel

En forbruger ville købe en ny cykel, der ikke kunne ruste, og som krævede et minimum af vedligeholdelse. Den erhvervsdrivende anbefalede en aluminiumscykel, som forbrugeren købte for 4.183 kr., inkl. tilbehør. Der blev ydet 5 års reklamationsret på stel og forgaffel. I modelnavnet, som fremgik af købskvitteringen, indgik betegnelsen "alu".

Forbrugeren konstaterede 2½ år senere begyndende rustdannelser på cyklens forgaffel, og det viste sig, at der var monteret en stålforgaffel. Forbrugeren krævede herefter ophævelse af købet. Det afviste den erhvervsdrivende, da det ikke var lovet, at der var monteret en aluminiumsforgaffel. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at cyklen er monteret med en Hi-Tensile stålforgaffel, hvilket langt fra er unormalt ved køb af en cykel med et aluminiumstel. En stålforgaffel er stærkere og mere økonomisk rigtig at montere på cykler, som bruges til normal daglig kørsel i 4.000 kr. klassen.

Det følger af købeloven, at der foreligger en mangel ved salgsgenstanden, hvis den ikke svarer til den betegnelse, hvorunder den er solgt, eller genstanden i øvrigt er af anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være, jf. § 76, stk. 1, nr. 1 og 4.

På baggrund af den sagkyndiges erklæring sammenholdt med, at betegnelsen "alu" på købskvitteringen ikke er en garanti for, at alle dele på cyklen er lavet af aluminium, har klageren ikke haft en berettiget forventning om, at forgaflen er lavet af aluminium, og cyklen er derfor ikke behæftet med en køberetlig mangel. Nævnet kan derfor ikke give klageren medhold i sit krav.

Fugtskader og mug i barnevognskasse og på madras

Det måtte anses for almindelig kendt, at hyppig udluftning er nødvendig for at undgå mug og jordslåethed, og at opbevaring i et uopvarmet rum kan give fugtproblemer. Ikke tilsidesættelse af den erhvervsdrivendes oplysningspligt

En forbruger købte en barnevogn inklusiv madras. Efter det oplyste fik forbrugeren i forbindelse med købet almindelige oplysninger om vedligeholdelse af barnevognen, herunder at madrassen skulle luftes jævnligt. Det fremgik af brugsanvisningen, at vognen ikke måtte opbevares på fugtige steder.

Forbrugeren opbevarede barnevognen i en garage, og efter 8 måneders brug konstaterede forbrugeren, at barnevognskassens bund og madras var jordslået og mugen. Da madrassen ifølge klagerens oplysninger var blevet luftet jævnligt, reklamerede hun til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende afviste kravet, idet barnevognen var blevet opbevaret et fugtigt sted, og madrassen ikke var blevet luftet dagligt efter brug. Forbrugeren mente på baggrund heraf, at den erhvervsdrivende i forbindelse med købet burde have oplyst, at madrassen skulle luftes dagligt. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnets sagkyndige har besigtiget barnevognskassen og to madrasser og konstateret omfattende fugtskader på

såvel bund som madrasser.

Det fremgår af besigtigelsesnotatet, at der ikke er tale om en uhensigtsmæssig konstruktion af barnevognskassen, herunder stoffet på barnevognskassens bund. Årsagen til det konstaterede skyldes ifølge den sagkyndige kondens, da det på grund af den tykke og tætte ekstra madras ikke har været muligt for fugten at fordampe og trænge op gennem madrasserne. For at undgå fugtproblemer er det ifølge den sagkyndige nødvendigt at tage madrassen op af barnevognskassen efter brug, eller som minimum at stille den på højkant i kassen.

Det fremgår af det oplyste, at barnevognen er blevet opbevaret i en garage, og at klageren ved købet har fået almindelige oplysninger om vedligeholdelse af barnevognen, herunder oplysning om, at madrassen skulle luftes jævnligt.

Klageren gør gældende, at hun ikke ved købet blev vejledt tilstrækkeligt om, præcist hvor ofte madrassen skulle luftes, og at barnevognen ikke måtte opbevares i en garage.

Nævnet finder ikke, at klageren er berettiget til at gøre krav gældende over for indklagede, idet det efter nævnets opfattelse er almindelig kendt, at hyppig udluftning er nødvendig for at undgå, at en barnevogn bliver grobund for skimmelsvamp med mug og jordslåethed til følge, herunder at opbevaring i et uopvarmet rum kan medføre fugtproblemer.

Barnevognskasse sad løs og vippede

Da der fjerde gang viste sig en ny mangel ved en barnevogn, blev den ombyttet. Da den ombyttede barnevogn også var mangelfuld, kunne forbrugeren hæve købet. Sælgerens oplysningspligt

En forbruger konstaterede i april 2003 - en måned efter købet af barnevognen - at et af hjulene ikke kunne afmonteres. Herefter blev stellet ombyttet.

I maj 2004 konstaterede forbrugeren, at stoffet på kalechen var løbet i den ene side. Den erhvervsdrivende foretog en reparation af stoffet. I forbindelse hermed blev der stillet en lånevogn til rådighed. Ved afhentning af barnevognen konstaterede forbrugeren, at fejlen var blevet afhjulpet, men at kalechestoffet nu var begyndt at trevle i den anden side. Barnevognen blev derfor igen sendt til reparation. Ved modtagelsen af barnevognen i august 2004 konstaterede forbrugeren, at den erhvervsdrivende havde glemt at montere trykknapper, så overlæderet kunne monteres. På baggrund heraf blev barnevognen i september 2004 ombyttet til en anden model.

Efter 8 måneder konstaterede forbrugeren, at barnevognskassen på den ombyttede barnevogn sad løs og vippede. Den erhvervsdrivende afviste reklamationen med henvisning til, at forbrugeren havde løftet barnevognen forkert ved at løfte i selve barnevognskassen. Den erhvervsdrivende tilbød pr. kulance at reparere den defekte tværbøjle. Ifølge forbrugeren var hun ikke i forbindelse med ombytningen af barnevognen blevet oplyst om, at barnevognen skulle løftes på en bestemt måde. På baggrund heraf og da der tidligere var afhjulpet 4 gange, ønskede forbrugeren at hæve købet. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnet lægger efter det oplyste til grund, at klagerens først erhvervede barnevogn på grund af mangler blev ombyttet primo september 2004. Endvidere lægger nævnet til grund, at mangler i form af defekt hjul, trevlet kalechestof og manglende trykknapper på den først erhvervede barnevogn forud for ombytningen var blevet afhjulpet fire gange.

Nævnet har besigtiget den ombyttede barnevogn og konstateret, at barnevognskassen vipper ved let berøring. Efter det oplyste skyldes det konstaterede, at klageren har løftet barnevognen forkert ved at løfte i selve kassen. Som barnevognen fremtræder, er det den sagkyndiges vurdering, at den er blevet løftet, som man normalt vil løfte en barnevogn, dvs. ved at tage i styr og kasse. Det er den sagkyndiges vurdering, at en barnevogn, hvis ikke andet er oplyst, skal kunne tåle at blive løftet i styr og kasse uden at gå i stykker. Derudover finder den sagkyndige, at den konstaterede vippen af barnevognskassen ligger ud over, hvad man normalt må forvente ved almindelig brug.

Efter nævnets opfattelse må det være en naturlig og rimelig forpligtelse for en sælger at oplyse køberen om, at barnevognen skal løftes på en særlig måde for at undgå at gå i stykker samt at sikre sig bevis for, at behørig oplysning herom er givet.

Som sagen foreligger oplyst, finder nævnet ikke, at indklagede har godtgjort, at klageren ved købet har fået den fornødne vejledning og er blevet advaret om risikoen for, at barnevognen kan gå i stykker, hvis man alene løfter

den i kassen. Der er herved lagt vægt på, at dette er blevet bestridt af klageren.

Nævnet finder herefter, at der foreligger en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. En sælger kan efter købelovens § 78, stk. 3 afværge køberens krav om ophævelse ved at tilbyde afhjælpning eller omlevering, men det er i den forbindelse et krav, at afhjælpningen eller omleveringen sker inden rimelig tid, uden udgift og væsentlig ulempe for køberen, jf. § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79.

Da indklagede 4 gange forgæves har forsøgt at afhjælpe manglerne, finder nævnet ikke, at indklagede har afhjulpnet manglerne inden rimelig tid. Klageren er derfor berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 4."

Barnevognens trykknapper blev ved med at gå i stykker

En forbruger kunne hæve købet af en barnevogn, da forbrugeren med rette kunne forvente, at trykknapperne kunne holde til at blive åbnet og lukket i barnevognens forventede levetid

En forbruger købte den 21. september 2004 en barnevogn. Efter 5 måneder gik den ene trykknop i stykker. Den erhvervsdrivende udskiftede i første omgang trykknappen, og forbrugeren fik i forbindelse hermed oplyst, at der var tale om et almindeligt problem. Herefter skete yderligere en udskiftning af en defekt trykknop og en ombytning af overlæderet på grund af en defekt trykknop. Da trykknapperne igen gik i stykker den 9. maj 2005 afviste forbrugeren at tage i mod den erhvervsdrivendes tilbud om at udskifte de defekte trykknapper. Forbrugeren ønskede i stedet at hæve købet, da hun ikke fandt det rimeligt, at trykknapperne ikke kunne holde og derfor løbende skulle udskiftes. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte barnevognen og konstaterede, at en trykknop var gået i stykker. Den sagkyndige udtalte, at trykknapperne var meget stramme, men at der var tale om en almindeligt anvendt konstruktion. Den sagkyndige var ikke i stand til at konstatere, om der var materiale- eller fabrikationsfejl ved trykknapperne. Den sagkyndige udtalte endvidere, at barnevogne i hvert fald bør kunne bruges i 3 år, som er den tid et barn har brug for barnevognen.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

"Nævnets sagkyndige har besigtiget barnevognskassen og konstateret, at den venstre trykknop på overlæderet er gået i stykker. Ifølge den sagkyndige skyldes det konstaterede, at trykknapperne er meget stramme. Det er den sagkyndiges vurdering, at det konstaterede ligger inden for, hvad man må forvente.

Det følger af købelovens § 75 a, stk. 2, nr. 1, at salgsgenstanden, medmindre andet følger af parternes aftale, skal have en sådan holdbarhed og øvrige egenskaber samt emballering, som køberen efter salgsgenstandens karakter og forholdene i øvrigt havde rimelig grund til at forvente. Endvidere følger det af købelovens § 75 a, stk. 2, nr. 2, at salgsgenstanden skal være egnet til formål, som genstande af den pågældende type sædvanligvis anvendes til.

Af bemærkningerne i lovudkastet til denne bestemmelse, jf. herved Folketingstidende 2001-02 (2. samling), tillæg A, s. 129-130, fremgår det bl.a., at spørgsmålet om varens holdbarhed drejer sig om, hvor længe varen kan anvendes, uden at reparation er påkrævet. I bestemmelsen tillægges forbrugers berettigede forventninger afgørende betydning ved mangelsvurderingen. Opstår der som følge af varens egenskaber en fejl ved varen på et tidligere tidspunkt, end forbrugeren med rette kunne forvente, foreligger der en mangel. Efter bestemmelsen er det endvidere et krav, at varen lever op til en vis generel standard i relation til brugsegenskaber, idet varen skal være anvendelig til de formål, som varer af den pågældende type i almindelighed anvendes til.

Nævnet finder, at man som forbruger med rette må have en forventning om, at trykknapperne på en barnevogn skal kunne holde til at blive åbnet og lukket gentagne gange i barnevognens forventede levetid.

Da trykknapperne ikke har haft den fornødne holdbarhed, finder nævnet, at barnevognen er mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, 2. led, sammenholdt med § 75 a, stk. 2, nr. 1 og 2.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Sker dette ikke, kan køberen kræve et passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering.

Under hensyn til at indklagede tre gange tidligere har forsøgt at reparere trykknappen på overlæderet, finder nævnet ikke, at indklagede har udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79. Klageren er således på nuværende tidspunkt berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4."

Fejl ved cykel skyldtes manglende efterspænding

Det blev anset for en mangel ved en cykel, at et par klingbolte rystede sig løs, da forbrugeren havde en berettiget forventning om, at service ikke skulle udføres

En forbruger købte en cykel, der havde været brugt i få måneder. Forbrugeren fik ved købet udleveret et "Service Skema", der angav, at cyklen skulle efterspændes, justeres osv. fire gange. Det var fx. anført, at 2. eftersyn skulle udføres 9 måneder efter købet. Derimod var det ikke angivet, hvornår første eftersyn skulle finde sted, ligesom feltet var delvist overstreget.

Under en cykeltur knapt to måneder efter købet opdagede forbrugeren en let knirken og raslen fra cyklens krankområde og opdagede, at en lille klinge var kraftigt bøjet og havde ridset stellet.

Forbrugeren kontaktede den erhvervsdrivende og reklamerede over fejlen. Den erhvervsdrivende afviste at reparere cyklen uden beregning under henvisning til, at forbrugeren ikke var kommet til det første eftersyn og havde fået cyklen efterspændt.

Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Nævnets sagkyndige har besigtiget cyklen og herved konstateret, at klingen er bøjet og har ridset stellet. Dette skyldes formentligt, at et par klingbolte er rystet løs under kørsel på cyklen, hvilket kunne være imødegået ved en efterspænding af cyklen.

Under henvisning til at der ikke i serviceskemaet var anført dato for første eftersyn, og at fristen for dette eftersyn var udstreget, finder nævnet, at klageren har haft en berettiget forventning om, at cyklen ikke skulle efterspændes. Hertil kommer, at indklagede havde oplyst, at cyklen på købstidspunktet havde været brugt i nogle måneder.

På den baggrund finder nævnet, at cyklen er mangelfuld, idet den er af en ringere beskaffenhed, end den efter aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, sammenholdt med § 79, at sælgeren skal opfylde tilbud om afhjælpning inden for rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen.

Indklagede har afvist at foretage afhjælpning, og nævnet lægger derfor til grund, at indklagede ikke har udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79. Klageren er således berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente klagerens krav samt at betale omkostninger for sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet.

5.11. Foto, ure, optik, smykker

Smykkeur tålte ikke almindelig brug

Den erhvervsdrivende skulle have oplyst forbrugeren om, at der var tale om et sart ur, som ikke tålte almindelig brug

En yngre kvinde havde købt et smykkeur, som var besat med mere end 200 små rhinsten. Efter ca. 5 måneder faldt nogle af stenene af uret, hvilket kvinden reklamerede over til den er-hvervsdrivende. Uret blev repareret, men efter et halvt år faldt der igen sten af uret. Uret blev repareret igen, men da der efter ca. en måned på ny faldt sten af uret, forlangte kvinden at få et nyt ur eller at få pengene tilbage. Det afviste den erhvervsdrivende. Herefter blev uret repareret yderligere to gange. Kvinden forlangte igen at få pengene tilbage eller at få et nyt ur. Da den erhvervsdrivende fortsat afviste dette, og da han nu også afviste at reparere uret, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Det fremgår af erklæringen fra nævnets sagkyndige, at klagerens ur mangler 5 små rhinsten, og at det må formodes, at stenene er mistet ved almindelig brug eller er slået i stykker ved stød. Ifølge den sagkyndige er der tale om et smykkeur, som er beregnet til nænsom og selskabelig brug.

Nævnets flertal (3 nævnsmedlemmer) finder, at det i forbindelse med salg af smykkeure må være en naturlig og rimelig forpligtelse for den erhvervsdrivende at oplyse, at der er tale om et sart ur, som ikke er egnet til almindelig brug. Som sagen foreligger oplyst, har indklagede ikke godtgjort, at klageren har fået nogen vejledning herom. Disse tre medlemmer finder derfor, at der foreligger en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. Da manglen må anses som væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1.

Et mindretal (2 nævnsmedlemmer) kan ikke give klageren medhold, idet disse to medlemmer lægger vægt på, at der efter den sagkyndiges erklæring ikke er grundlag for at antage, at der har foreligget en oprindelig mangel.” Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til forbrugerstyrelsen.

Europæisk garanti

En europæisk garanti forpligtede producentens danske afdeling, uanset kameraet var købt i tysk internetforretning. Tysk ret fandt anvendelse ved fortolkning af garantien

En dansk forbruger købte hos en tysk internetforretning et kamera. Sammen med kameraet modtog forbrugerens et garantibevis udstedt af producenten, hvor producenten tilbød vederlagsfri reparation eller ombytning, hvis kameraet inden for en periode på et år viste sig at være defekt, og kameraet har været benyttet i henhold til indklagedes forskrifter. Ifølge garantibeviset skulle en køber, der ville gøre brug af garantien, inden fristens udløb indlevere kameraet til sælgeren eller en forhandler, der var anført på en ”autoriseret distributionsliste”.

Ca. to måneder efter købet knækkede en låsetap. Forbrugerens henvendte sig derfor til producentens danske afdeling. Producenten afviste, at der var tale om en fejl, der var dækket af garantien, og forbrugerens måtte betale for reparationen.

Forbrugerens klagede derfor til Forbrugerklagenævnet og lod herefter kameraet reparere, idet han samtidig gjorde gældende, at han ikke mente, at han var forpligtet til at betale herfor. Efter udløbet af den etårige garanti (inden sagen var afgjort af Forbrugerklagenævnet) var der en ny fejl ved kameraet, og forbrugerens indleverede det igen via en fotohandler. Denne gang reparerede producenten det gratis. Producenten ville imidlertid ikke godtgøre forbrugerens 250 kr., som forbrugerens havde betalt i ekspeditionsgebyr og transport til fotohandleren, der havde videresendt kameraet til producenten.

Forbrugerens krævede derfor også godtgørelse af de 250 kr., som han havde betalt til fotohandleren. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Det lægges efter den sagkyndiges erklæring til grund, at låsetapperne på batteriholderen er for tynde, og at dette er årsagen til, at låsetapperne knækkede under brug. Det anses omvendt ikke for godtgjort, at defekten skyldes uhensigtsmæssig brug fra klagerens side.

Indklagede har som producent af kameraet udstedt en europæisk garanti, hvoraf det af garantiens pkt. 1 fremgår, at indklagede i et år fra købsdatoen vederlagsfrit tilbyder at afhjælpe eller omlevere, hvis kameraet viser sig at være defekt, såfremt kameraet har været benyttet i henhold til indklagedes forskrifter.

Da kameraet er købt i Tyskland, finder tysk ret anvendelse også for så vidt angår fortolkningen af indklagedes garantitilsagn.

Da garantien efter sin ordlyd må anses for at dække defekter som den her omhandlede, finder nævnet det ubetænkeligt at lægge til grund, at indklagede efter garantien er forpligtet til at afhjælpe den omhandlede defekt vederlagsfrit, også når garantifortolkningen skal ske under anvendelse af tysk ret. Det bemærkes i den forbindelse, at indklagedes garantitilsagn må fortolkes i lyset af den formodningsregel, der gælder i såvel tysk som dansk ret, og som baserer sig på art. 5, stk. 3, i forbrugerkøbsdirektivet (99/44/EF).

Indklagede har derfor været uberettiget til at opkræve betaling for den udførte reparation, og indklagede skal dermed tilbagebetale klageren reparationsvederlaget på 1.325 kr.

Hvad angår den reparation, som indklagede vederlagsfrit har udført efter garantiens udløb, lægger nævnet til grund, at den er udført pr. kulance og ikke som led i indklagedes garantiforpligtelser. Ved en sådan kulancemæssig reparation efter garantiens udløb påhviler det ikke indklagede at godtgøre klageren et beløb, som den forhandler, som klageren har valgt, har opkrævet for at forestå ekspeditionen. Såfremt klageren ikke ønskede at betale et ekspeditionsgebyr, kunne klageren have valgt et andet indleveringssted eller have indleveret kameraet direkte til indklagede.” Producenten blev pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

Ring med porøs diamant købt på internetauktion

Diamantring blev anset for mangelfuld, idet stenen var porøs og uigennemsigtig og dermed ikke af smykke kvalitet

En forbruger købte en ring i hvidguld med en diamant på en netauktion til en pris af 6.869 kr. Ca. 10 måneder

senere opdagede forbrugeren et hak i stenen, og at den smuldrede. Herefter reklamerede hun til auktionshuset, som afviste klagen, idet de fandt, at der var tale om en samling i stenen og ikke et hak, og at der i øvrigt ikke var nogen fejl ved stenen.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet bemærker, at det er ubestridt mellem parterne, at klagerens ring er købt på indklagedes netauktion.

På baggrund af den sagkyndiges udtalelser lægges det til grund, at stenen i klagerens ring er porøs, og at der er hak i den. Stenen er ifølge den sagkyndige så porøs og skrøbelig, at der vil komme hak i den ved almindelig brug. Den sagkyndige beskriver stenen som værende ”nærmest som en sukkerknald”. Ifølge den sagkyndige er klagerens ring ikke af smykke kvalitet, men derimod kun egnet som industridiamant, som typisk vil blive benyttet til skære – eller boreværktøj. Dette underbygges af, at stenen er uigennemsigtig, idet netop gennemsigtheden er et afgørende karakteristika og en afgørende kvalitetsegenskab for en diamant af smykke kvalitet.

Klagerens ring har således ved leveringen været behæftet med en køberetlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, idet ringen var af en ringere beskaffenhed og brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder i øvrigt skulle være. Da manglen må betegnes som væsentligt, er klageren berettiget til at hæve købet jf. købelovens § 78 stk. 1 nr. 4.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav samt at betale sagens omkostninger.

5.12. Motorkøretøjer

Tilfrosset krumtapudluftning medførte motorhavari

Skaden kunne have været undgået, hvis en slange havde været rensset regelmæssigt. Da den erhvervsdrivende, som vidste dette, havde undladt at informere forbrugeren herom, måtte den erhvervsdrivende dække forbrugers udgifter til udskiftning af motoren. Dissens

En forbruger købte i maj 2005 en 6 år gammel Citroën Berlingo 1.8 SX for 89.900 kr.

Den 24. januar 2006, hvor temperaturen faldt til ca. minus 10 grader, havarerede bilens motor. Bilen blev indleveret til et værksted, som konstaterede, at motorudluftningen var frosset til, hvorfor trykket havde pumpet olien ud gennem oliepindsføringen. Desuden konstateredes, at plejlejer og plejlstænger var defekte, grundet manglende smøring.

Den 25. januar 2006 reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende, som oplyste, at han kendte den type bils skavank, og man kunne undgå skader ved at få slangen tømt for kondens og skidt inden vinteren. Den erhvervsdrivende afviste at dække skaden, idet der var gået mere end seks måneder efter købet, og tilbød, at sætte en ny motor i for 18.000 kr.

Den 27. februar 2006, blev motoren skiftet hos tredjemand, og forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnets motorsagkyndige undersøgte den havarerede motor. Ved henvendelse til producentens repræsentant fik han endvidere oplyst, at krumtapudluftningen på den pågældende biltype under særlige forhold har kunnet fryse til is, og at producenten derfor havde indkaldt de pågældende biler. Klagerens bil havde i denne forbindelse i 2002 fået skiftet varmeelement. Producentens repræsentant oplyste, at der efter monteringen stadig kræves regelmæssig rensning. Den sagkyndige fandt det på baggrund af undersøgelsen og de foreliggende oplysninger overvejende sandsynligt, at olie/vand blandingen for krumtapudluftningen har været frosset til is, og at varmeelementet ikke tilstrækkeligt hurtigt har kunnet foretage den foreskrevne opvarmning. Nævnet traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring, samt sagens øvrige oplysninger, til grund, at krumtapsølen er beskadiget, hvilket skyldes en utilstrækkelig mængde olie i motoren.

Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at havariet er forårsaget af, at olie/vandblanding i slangen for krumtap udluftningen er frosset til is, og at varmeelementet ikke tilstrækkeligt hurtigt har kunnet foretage den foreskrevne opvarmning. Dette er endvidere ubestridt af parterne.

Efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 3, foreligger der en mangel, hvis sælgeren har forsømt at give køberen oplysning om forhold, der har haft betydning for købers bedømmelse af genstanden, og som sælgeren kendte eller burde kende.

Under henvisning til at den sagkyndige ved forespørgsel hos Citroën Danmark A/S har fået oplyst, at der kræves regelmæssig rensning, også efter monteringen af varmeelementet, og til at indklagede ikke har bestridt at have været vidende om, at bilen havde risiko for den pågældende fejl, men har undladt at informere klageren herom, finder tre nævnsmedlemmer, at der foreligger en mangel ved bilen, idet indklagede har forsømt at give klageren oplysninger om forhold, som indklagede kendte eller burde kende, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. Disse medlemmer har i den forbindelse også lagt vægt på, at serviceeftersynene på bilen er overholdt, hvorfor manglende service ikke kan være årsag til havariet.

Indklagede findes som følge heraf ved købet at have forsømt at give klageren oplysninger om en mangel, som indklagede kendte eller burde kende. Indklagede findes derfor at være erstatningsansvarlig over for klageren i medfør af købelovens § 80, stk. 1, nr. 3, idet manglen har medført, at motoren er havareret.

Henset til, at klageren har givet indklagede mulighed for at foretage reparation af bilen efter havariet, men indklagede har afvist at foretage reparationen vederlagsfrit, men derimod har krævet betaling på 18.000 kr., finder nævnets flertal, på den baggrund, og på baggrund af den sagkyndiges udtalelse vedrørende prisen for en reparation, at klageren er berettiget til at kræve reparationsomkostninger for i alt 11.945 kr. dækket af indklagede.

Klageren har derimod ikke krav på erstatning for udgifter til kontrol af motoren hos tredjemand, idet kontrollen er sket før der reklameredes til indklagede.

To nævnsmedlemmer finder, at de nødvendige afværgeforanstaltninger er foretaget, og motorhavariet derfor må anses som hændeligt, henset til bilens alder og kørte kilometer, og at bilen har fungeret i flere vintre uden havari. Mindretallet finder derfor, at der ikke er noget at bebrejde indklagede." Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

5.13. Transport og flytning

Uberettiget opkrævning af kontrolafgift

Forbrugerens blev fritaget for betaling af kontrolafgift, da det ikke fremgik tilstrækkelig tydeligt, at hver passager som minimum skal købe billet til 2 zoner uanset rejsens længde - ligesom kontrolafgiftens størrelse ikke var oplyst tilstrækkeligt klart

Forbrugerens, forbrugerens kone og to gæster stod på metroen, "Universitetet". De skulle rejse inden for én zone, hvorfor de klippede en gang på et tre zoners kort. De opgav at klippe på et to zoners kort på grund af en blød flap. Der var således stemplet én zone pr. person for tre personer.

Efterfølgende blev de stoppet af en kontrollør, der udstedte en kontrolafgift for tre personer. Kontrolafgiften for én person var begrundet med manglende billettering, mens begrundelsen for de to øvrige kontrolafgifter var, at der som minimum skulle billetteres for to zoner pr. person, selvom rejsen kun foregik i én zone.

Forbrugerens anerkendte kontrolafgift for manglende klip for én person, men ønskede kontrolafgiften nedsat under hensyn til at det af skiltningen på stationen fremgik, at kontrolafgiften var 500 kr. Forbrugerens gjorde gældende, at de resterende to kontrolafgifter skulle frafaldes, idet det ikke var blevet behørigt oplyst, at der som minimum skulle billetteres to zoner pr. person ved en rejse.

Forbrugerens henviste til, at oplysningen om, at der minimum skulle klippes 2 zoner pr. person, befandt sig på et skilt, der var opsat langt fra billetautomaten, og at oplysningen var anført under et gelænder, ca. 50 cm fra jorden.

Metroservice oplyste, at oplysningen om at kontrolafgiften var sat op til 600 kr. fremgik af gule piktogrammer opsat på info-walls på stationen, her var også oplysning om takstzoner, og der var en billetautomat, hvor kunderne har mulighed for at benytte opkaldsknappen.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der på baggrund af parternes oplysninger og fotos fra stationen traf følgende afgørelse:

"I forbindelse med en rejse er klageren blevet afkrævet kontrolafgift for tre personer. Klageren erkender kontrolafgift for én person, men afviser kontrolafgift for to personer. Klageren mener at have billetteret korrekt, idet rejsen alene foregik i én zone, og der er klippet én zone pr. person. Kontrolafgiften blev begrundet i, at hver passager som minimum skal købe billet til to zoner.

Nævnet tager derfor stilling til, om der er tilstrækkelig skiltet med information om, at der skal købes billet til

minimum to zoner, selvom rejsen alene sker i én zone. Nævnet bemærker i den forbindelse, at det må påhvile indklagede, at der stilles den fornødne information til rådighed for passagererne inden rejsens start.

Det fremgår af sagens bilag, at der på perronens info-walls er oplyst, at passagerer skal købe billet til mindst to zoner. Efter nævnets opfattelse bør oplysning herom imidlertid fremgå ved skiltning ved klippeautomater eller på selve klippekortet. Ved klippeautomaterne er der opsat et zoneoversigtskort, hvor der som note står anført "Nemmeste og billigste pr. rejse" ved to zoners markering. Da det ikke umiddelbart er overskueligt at orientere sig i zoneoversigtskortet, finder nævnet ikke, at der ved standerne er givet tilstrækkelig klare oplysninger om, at der minimum skal klippes for to zoner. Klageren, der efter det oplyste ikke har set informationen på perronens info-wall, har haft en berettiget forventning om, at det var tilstrækkeligt at klippe én zone pr. person ved rejse indenfor én zone.

Klageren fritages herefter for betaling af kontrolafgift for to personer udstedt på grundlag af krav om klip af minimum to zoner pr. person.

Klageren har anerkendt betaling af én kontrolafgift, men har gjort gældende, at kontrolafgiften skal nedsættes fra 600 kr. til 500 kr. Det fremgår af sagens bilag, at der nogle steder på stationen er anført med gult piktogram, at kontrolafgiften ændres til 600 kr., mens kontrolafgiften andre steder oplyses til at udgøre 500 kr. Da informationerne på stationen om kontrolafgiftens størrelse har været misvisende, finder nævnet, at klageren alene skal betale 500 kr. i kontrolafgiften."

5.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.

Polterabendarrangement kunne fortrydes

En aftale om optagelse af en dvd i et lydstudie som led i et polterabendarrangement kunne fortrydes, da aftalen ikke var omfattet af undtagelserne i forbrugerftalelovens § 17, jf. § 9. Dissens.

En forbruger bestilte den 23. august 2006 via en hjemmeside tid i et lydstudie til optagelse af en dvd, som led i et polterabendarrangement. Arrangementet, som skulle finde sted den 23. september 2006, kostede 1.200 kr.

Den 28. august 2006 fortrød forbrugeren aftalen og afbestilte. Den erhvervsdrivende fastholdt aftalen og oplyste, at den efter aftalevilkårene kun kunne afbestilles senest en måned før arrangementets afholdelse og mod betaling af 50 % af vederlaget.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Sagen drejer sig om, hvorvidt klageren har været berettiget til at fortryde en aftale om optagelse af en dvd i et lydstudie på et nærmere angivet tidspunkt. Aftalen blev indgået som led i afholdelse af et polterabendarrangement.

Klageren har bestilt tjenesteydelsen via indklagedes hjemmeside. Der foreligger derfor et fjernsalg omfattet af forbrugerftalelovens kap. 4, hvorefter klageren som udgangspunkt har krav på 14 dages fortrydelsesret fra aftalens indgåelse.

Det følger imidlertid af forbrugerftalelovens § 17, stk. 1, nr. 1, jf. § 9, stk. 2, nr. 2, at kapitel 4 under visse omstændigheder ikke gælder for "aftaler om indkvartering, transport, forplejning, herunder servering og catering, og rekreative fritidsaktiviteter, herunder underholdnings-, idræts- og lignende kulturbegivenheder."

Tre medlemmer finder ikke umiddelbart, at den bestilte tjenesteydelse kan henføres under betegnelsen "rekreative fritidsaktiviteter", og da undtagelserne i § 9, stk. 2 i forbrugerftaleloven, som har til formål at yde forbrugeren en særlig beskyttelse i forbindelse med visse salgsformer, i tvivlstilfælde må fortolkes indskrænkende, finder disse nævnsmedlemmer, at tjenesteydelsen ikke er omfattet af undtagelsen i § 17, stk. 1, nr. 1, jf. § 9, stk. 2, nr. 2.

Allerede fordi klageren inden 14 dages efter aftalens indgåelse havde meddelt indklagede, at hun ønskede at fortryde aftalen, finder disse nævnsmedlemmer, at klageren rettidigt har udnyttet sin fortrydelsesret, jf. forbrugerftalelovens § 18, stk. 1, sammenholdt med § 19, stk. 1. Klageren fritages derfor for betaling af indklagedes krav.

To nævnsmedlemmer finder, at den nævnte tjenesteydelse falder under betegnelsen "rekreative fritidsaktiviteter", hvorfor klageren ikke efter forbrugerftalelovens regler havde ret til at fortryde aftalen."

Forbrugeren havde således krav på tilbagebetaling af vederlaget, og den erhvervsdrivende blev pålagt at betale

sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen.

5.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

Der er ingen sager i denne kategori.

5.16. Øvrige sager

Opsigelse af fitnessabonnement der var tegnet i forlængelse af et 12 måneders abonnement

Efter en konkret fortolkning af kontrakten kunne den opsiges efter 1 måned. Nævnet bemærkede samtidig, at forbrugeraftalelovens § 25 ikke kunne omgås ved indgåelse af 1-årige kontrakter som ved udløb løbende fornys med yderligere 1 år

Efter udløb af et 12 måneders medlemskab i et fitnesscenter den 15. marts 2005, hvor ydelsen på 3.499 kr. havde været forudbetalt, indgik forbrugeren pr. 31. marts 2005 en ny aftale med den erhvervsdrivende. Forbrugeren havde forstået, at denne aftale var en forlængelse af den tidligere aftale og derfor kunne opsiges til udgangen af en måned, når forbrugeren ønskede det.

I medlemskontrakten var gyldighedsperioden for aftalen anført som 31. marts 2005 – 30. april 2005, og det fremgik, at "medlemskabet er bindende for begge parter indenfor det i kontrakten anførte tidsrum", og i de generelle vilkår gældende for medlemskaber med månedsvis betaling, at "medlemskabet har en varighed på minimum 12 måneder og er uopsigeligt inden for denne periode".

Den 30. august 2005 meddelte forbrugeren pr. mail den erhvervsdrivende, at han ønskede at opsiges medlemskabet med virkning fra 1. september 2005. Dette afslog den erhvervsdrivende under henvisning til, at medlemskabet var tegnet med en bindingsperiode på 12 måneder. Forbrugeren ophørte med at betale ydelsen ved udgangen af august måned 2005. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Ifølge det oplyste har klageren haft et "FIRMA GULD" abonnement hos indklagede fra marts 2004 til marts 2005. Parterne er enige om, at klageren ønskede at fortsætte sit engagement hos indklagede efter udløbet af abonnementsløbetid og derfor tegnede en ny abonnementsaftale på lignende vilkår med samme medlemsnummer og denne gang under betegnelsen "FIRMA GULD GEN". Gyldighedsperioden på denne nye medlemskontrakt er anført som 31. marts 2005 til 30. april 2005, og det fremgår endvidere af kontraktens vilkår, at denne er bindende for begge parter i det anførte tidsrum.

Efter ordlyden af den seneste kontrakt var den således alene bindende for klageren til udløbet af april 2005, og klageren findes som følge heraf at have været berettiget til at forvente, at han efter dette tidspunkt kunne udtræde af engagementet uden varsel. Klageren har derfor været berettiget til – som sket – at opsiges forholdet den 30. august 2005 med virkning fra 1. september 2005, og klageren fritages derfor for at betale yderligere beløb til indklagede.

Det er i øvrigt nævnets opfattelse, at en abonnementsaftale som den foreliggende omfattende personlig træning, adgang til solarium mv., er omfattet af forbrugeraftalelovens § 25, stk. 1. Havde klageren ikke allerede været berettiget til at udtræde af forholdet uden varsel på ovennævnte grundlag, ville medlemskontrakten derfor under alle omstændigheder kunne opsiges fra klagerens side med 3 måneders varsel til udgangen af en måned. Det følger således af § 25, stk. 1, at et løbende abonnementsforhold skal kunne opsiges af forbrugeren med 3 måneders varsel til udgangen af en måned, når aftalen har været i mere end 9 måneder. Denne bestemmelse kan ikke omgås ved at indgå 1-årige kontrakter, som ved udløb løbende fornys med yderligere 1 år."Den erhvervsdrivende blev pålagt at betale sagens omkostninger

Prisstigning på fitnessabonnement

Et fitnesscenter havde ikke varslet en prisstigning på et abonnement, således at forbrugeren kunne opsiges aftalen, inden prisstigningen trådte i kraft. Da forbrugeren blev nægtet adgang til fitnesscentret, fordi han ikke ville betale den forhøjede pris i opsigelsesperioden, kunne aftalen ophæves

En forbruger havde i januar 2005 indgået en aftale om medlemskab af et fitnesscenter – en såkaldt 12 måneders PBS aftale.

Ved en gennemgang af sin PBS-oversigt i april 2006 konstaterede forbrugeren en prisstigning på 8,6 % svarende til 30 kr. pr måned. Da prisstigningen ikke var varslet forinden, ønskede forbrugeren at komme ud af aftalen med øjeblikkelig virkning.

Den erhvervsdrivende afviste at lade forbrugeren komme ud af aftalen med øjeblikkelig virkning, idet den erhvervsdrivende oplyste, at en prisstigning sædvanligvis varsles i receptionen, hvor der er oplysninger om gældende priser, hvorfor varslingen er foretaget korrekt. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af indmeldelsesblanketten, at ”[fitnesscentret] kan til enhver tid ændre den månedlige PBS-betaling til den aktuelle pris. Dog kan en 12 måneders PBS-aftale ikke hæves i de første 12 måneder efter indgåelse af aftale.” Det fremgår endvidere, at ”Medlemskabet er gældende i minimum 12 betalende måneder. I denne periode er medlemskabet uopsigeligt. Derefter kan medlemskabet opsiges med 3 måneders skriftlig varsel med udgang af en måned.”

Udgangspunktet i dansk ret er, at aftaler er bindende for begge parter. Et vilkår, hvorefter den ene part kan ændre aftalen, mens den anden part fortsat er bundet, vil almindeligvis blive anset for urimeligt og vil kunne tilsidesættes efter aftalelovens § 38c, jf. § 36, jf. herved lov nr. 1098 af 21. december 1994, som bl.a. implementerer Rådets direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler. I direktivets vejledende liste over urimelige kontraktvilkår er i pkt. 1, litra 1, blandt andet nævnt vilkår, der tillader ”leverandøren af tjenesteydelser at sætte prisen op, uden at forbrugeren ... har en tilsvarende ret til at annullere kontrakten, hvis den endelige pris er for høj i forhold til den pris, der blev aftalt ved kontraktens indgåelse.”

Nævnet finder på baggrund heraf, at indklagedes vilkår skal tilsidesættes som værende urimeligt, jf. aftalelovens § 38c, jf. § 36.

Vil en part i et løbende aftaleforhold foretage ændringer af priser og vilkår til ugunst for den anden part, følger det af almindelige aftaleretlige regler, at dette som udgangspunkt kun kan ske med et varsel, der gør det muligt for den anden part at opsiges aftalen, inden ændringen træder i kraft.

Indklagede har i den forbindelse gjort gældende, at der er sket varsling ved skiltning i fitnesscenterets reception, hvilket klageren har bestridt at have kendskab til. Nævnet finder ikke, at indklagede har godtgjort, at varslingen af prisstigningen er kommet til klagerens kundskab. Da indklagede har nægtet klageren adgang til fitnesscenteret til den gældende pris, finder nævnet, at der foreligger en sådan misligholdelse af aftalen, at klageren er berettiget til at opsiges fitnessabonnementet med øjeblikkelig virkning. Klageren skal derfor have tilbagebetalt medlemskontingentet for 3 måneder, dvs. i alt 1.137 kr.”

Utilstrækkelig mærkning af kaustisk soda

En flaske kaustisk soda blev anset for defekt efter produktansvarsloven, idet det ikke fremgik af etiketten på flasken, at sodaen kun måtte blandes med koldt vand

En forbruger ville rense sit køkkenafløb med kaustisk soda. Hun kogte 1,7 liter vand og tilsatte 200-250 gram sodapulver. Blandingen udviklede en eksplosionsagtig reaktion, hvorved hun fik brandsår på hænder, lår og bryst. Desuden blev køkkengulvet af linoleum ætset og fronten på opvaskemaskinen stærkt skjoldet.

Producenten afviste at være erstatningsansvarlig, idet uheldet skyldtes, at forbrugeren havde brugt varmt/kogende vand. Det fremgik af etiketten, at der skulle bruges ”vand”. Efterfølgende henvendte forbrugeren sig til Miljøministeriet, som fandt, at ordlyden på etiketten kunne misforstås og opfordrede producenten til at præcisere, at sodaen ikke må opløses i varmt/kogende vand, men skal opløses i koldt vand. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Ifølge produktansvarslovens § 5, stk. 1, anses et produkt for defekt, hvis det ikke frembyder den sikkerhed, som med rette kan forventes, særligt henset til produktets markedsføring, den typiske anvendelse heraf og konkrete forhold af betydning. Producenten hæfter for et defekt produkt i overensstemmelse med § 6, stk. 1 og er således erstatningsansvarlig for skader, der opstår på grund af defekten.

Parterne er enige om, at klageren har iagttaget det korrekte blandingsforhold, men indklagede mener, at anvendelsen af kogende/varmt vand strider mod varedeklarationens ordlyd og har været den direkte årsag til skaden. I anledning af klagerens henvendelse har Miljøstyrelsen bedt indklagede ændre etikettens ordlyd, således at det fremgår, at sodaen skal opløses i koldt vand. Indklagede har efterfølgende valgt at tilrette ordlyden i overensstemmelse med Miljøstyrelsens anbefalinger.

Nævnet finder, at klageren har anvendt produktet i overensstemmelse med den daværende mærkning på

etiketten. Klagerens adfærd anses i øvrigt ikke at have bidraget til skadens opståen, og indklagede er derfor erstatningsansvarlig efter produktansvarslovens § 6, stk. 1. Værdien af skaderne på klagerens gulv og opvaskemaskine fastsættes skønsmæssigt til 9.000 kr.” Producenten blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav samt at betale sagens omkostninger.

Forkert brug af kaustisk soda

Produktet blev ikke anset for defekt efter produktansvarsloven, idet produktet var mærket korrekt, og fremgangsmåden ved blanding med vand tydeligt fremgik af brugsanvisningen

En forbruger ville rense et afløb med kaustisk soda. Efter at have læst brugsanvisningen hældte hun en ikke-opmålt mængde soda i et litermål, der stod på køkkenbordet. Efterfølgende tilsatte hun vand, hvorved blandingen løb ud over kanten på litermålet med eksplosionslignende fart, ned af skabslågerne og ud på gulvet, hvorved bordpladen blev misfarvet, skabslågerne ætset i striber, og trægulvet blev helt sort det pågældende sted.

Producenten afviste at være erstatningsansvarlig, idet forbrugeren havde anvendt et forkert blandingsforhold og havde hældt ingredienserne op i en forkert rækkefølge. Producenten henviste til, at den korrekte fremgangsmåde tydeligt fremgik af produktets etiket. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Ifølge produktansvarslovens § 5, stk. 1, anses et produkt for defekt, hvis det ikke frembyder den sikkerhed, som med rette kan forventes, særligt henset til produktets markedsføring, den typiske anvendelse heraf og konkrete forhold af betydning. Producenten hæfter for et defekt produkt i overensstemmelse med § 6, stk. 1 og er således erstatningsansvarlig for skader, der opstår på grund af defekten.

Af flaskens etiket fremgår det entydigt, at sodaen skal hældes ned i vandet og aldrig omvendt. Klageren oplyser, at hun hældte en ikke-afmålt mængde soda op i et litermål og efterfølgende hældte vand oveni.

Det er nævnets opfattelse, at blandingsrækkefølgen er tilstrækkeligt klart beskrevet på etiketten. Klageren har handlet i strid med beskrivelsen, og indklagede kan således alene holdes ansvarlig, hvis klagerens brug har haft helt usædvanlige eller uventede følger. Mærkningen på flasken gør flere steder opmærksom på, at produktet kan være svært ætsende, og det må anses for forventeligt, at en forkert brug af produktet kan resultere i de oplyste skader på klagerens indbo.

På baggrund af ovenstående finder nævnet ikke, at indklagede er erstatningsansvarlig for skaderne på klagerens køkkenelementer og -gulv efter produktansvarslovens § 6, stk. 1.”

6. Statistik Forbrugerjura 2007

6.1 Tal fra Forbrugerombudsmanden

6.1.1 Statistik over oprettet sager 2003-2007

Forbrugermandens oprettet sager (efter henvendelse) 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Privatpersoner	1266	1402	951	1041	1593
Advokater	41	20	30	17	25
Forbrugergrupper og -organisationer	8	7	5	4	8
Interesseorganisationer	4	5	15	5	6
Erhvervsdrivende og -organisationer	201	194	160	169	277
Offentlige myndigheder	93	105	92	129	144
Anonym	5	2	4	2	4
Øvrige henvendelser	101	123	54	38	55
Forbrugerombudsmandens eget initiativ	62	73	94	66	121

6.1.2 Afsluttede sager 2003-2007

Generelt

Tallene i statistikken er i vidt omfang udtryk for de 5 mål, som er udtrykt i Forbrugerombudsmandens nye strategi, og som omhandler styrket dialog og samarbejde, styrket håndhævelse, lettere adgang til en forhåndsbesked, styrket internationalt samarbejde og styrket forebyggende informationsindsats.

Tabel over afsluttede sager

	2003	2004	2005	2006	2007
Markedsføringssager	377	451	425	342	940
Markedsførings - forhåndsbesked					103
Markedsførings-kviksager (2)	1986	1785	1147	1192	983
Afviste sager	94	225	265	237	216
Betalingskort	116	317	262	91	92
Tobaksreklamesager		31	9	14	6
Juridisk rådgivning				2	2
I alt	2580	2809	2108	1878	2342
Kviksager i % af samlet antal	77,0	63,5	54,4	63,5	42,0

Kommentar til tabel

Markedsføringssager

Der er i årets løb afsluttet 940 konkrete markedsføringssager. Tallene inkluderer anvendelse af administrative påbud og tilsagnsinstituttet, afsluttede projekter, herunder retningslinjer og vejledninger samt retssager.

Der er i årets løb afsluttet følgende projekter og større opgaver:

- Undersøgelse af ehandelsbutikkers hjemmesider med særlig fokus på overholdelse af reglerne om fortrydelsesret. Projektet (informationshåndhævelseskampagne) er gennemført som led i det internationale tilsynssamarbejde.
- Udarbejdelse af ny tilsynsstrategi og fastlæggelse af prioriterede områder i 2007.
- Udarbejdelse af en elektronisk blanket på Forbrugerombudsmandens hjemmeside til afgivelse af en forhåndsbesked efter markedsføringsloven.

Følgende projekter og større opgaver er verserende eller påbegyndt i 2007:

- Projekt om markedsføring over for børn og unge. De nye medier.
- Revision og opfølgning på teleretningslinjerne.
- Revision af retningslinjerne om skolefotografering
- Forhandling af retningslinjer om markedsføring af konto-/kreditkortordninger og internationale kreditkort.
- Udarbejdelse af en vejledning om gebyrer efter markedsføringslovens § 15.
- Udarbejdelse af vejledning om markedsføringsloven efter gennemførelsen af direktivet om urimelig handelspraksis.
- Opstart af et projekt (informatonshåndhævelseskampagne) der skal sikre at de erhvervsdrivende skilte og markedsfører de årlige omkostninger i procent (ÅOP) korrekt.

Forhåndsbesked efter markedsføringsloven

Efter den nye tilsynsstrategi skal det være lettere for erhvervsdrivende at få institutionens syn på lovligheden af en konkret markedsføringsforanstaltning. På Forbrugerombudsmandens hjemmeside er der derfor oprettet en

elektronisk formular, som de erhvervsdrivende kan benytte. 103 gange har Forbrugerombudsmanden skriftligt tilkendegivet sit syn på lovligheden af en konkret markedsføringsforanstaltning.

Markedsførings-kviksager

Der er afsluttet 983 kviksager. Dette er sager, der typisk afsluttes inden for en uge med ét brev til forbrugeren eller den erhvervsdrivende, indeholdende en kort besvarelse, redegørelse mv. Det drejer sig både om modtaget fysisk post, e-mails, herunder e-mails sendt til Net-Tjek-postkassen.

Afviste sager

I 216 tilfælde har Forbrugerombudsmanden afvist sager. Sager der afvises, enten fordi de ikke er omfattet af den lovgivning, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, eller med henvisning til Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang.

Betalingsmiddeloven

Der er afsluttet 92 sager, der for hovedpartens vedkommende vedrører anmeldelser af betalingsmidler eller anmeldelser af ændringer i allerede anmeldte betalingsmidler.

Tobaksreklamesager

Der er i oprettet 7 sager om markedsføring af tobaksvarer. 6 sager er afsluttet, uden at der har været anledning til at foretage videre. En sag fra tidligere år er afsluttet med domfældelse for et af 2 forhold i Østre Landsret. Overtrædelsen blev takseret til en bøde på 200.000 kr. Sagen er nu anket til Højesteret.

Juridisk rådgivning

Der har været få henvendelser vedrørende fortolkning af loven og den tilhørende bekendtgørelse.

Håndtering af spamklager

Forbrugerombudsmanden opretholder såvel en dansk som en udenlandsk spam-postkasse. Den danske spam-postkasse gennemgås løbende, og Forbrugerombudsmanden modtager gennemsnitligt 590 klager om måneden. Klagerne kan resultere i en orienteringsskrivelse til den erhvervsdrivende om markedsføringslovens regler eller i grovere tilfælde en anmeldelse til politiet med henblik på en politimæssig efterforskning af sagen.

6.1.3 Afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2003-2007

Tabel over afsluttede retssager efter markedsføringsloven

	2003	2004	2005	2006	2007
Domsbehandling af straffesager					
a. Domsfældelse inkl. bøvededtagelse	4	6	2	5	8
b. Frifindelse	0	0	1	0	1
c. Andet, herunder tilbagekaldt / opgivet, advarsel	0	2	1	2	1
Domstolsbehandling af civile sager	5	3	2	0	0

Ovennævnte skema omhandler kun de afsluttede retssager, som Forbrugerombudsmanden selv fører.

Ved årsskiftet 2007/2008 havde Forbrugerombudsmanden indgivet politianmeldelse i 17 straffesager, der ikke er afsluttet endnu.

Endvidere er der udtaget stævning i 2 civile retssager, hvori der endnu ikke er faldet dom.

Herudover har Forbrugerombudsmanden på anmodning af politiet afgivet udtalelser i 5 sager om strafbare overtrædelser af markedsføringsloven.

6.1.4 Internationale tilsynsarbejde og trafiktal på forbrug.dk

Internationalt tilsynssamarbejde mv.

Forbrugerombudsmanden har anvendt 1469 timer på internationalt tilsynssamarbejde. Disse er primært gået til aktiviteter inden for det europæiske håndhævelsessamarbejde i medfør af forordning 2006/2004 (CPC-forordningen), samt i the International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), der er et globalt

netværk af tilsynsmyndigheder. Endvidere har en betydelig del af ressourcerne været anvendt på samarbejde mellem de nordiske Forbrugerombudsmande.

Trafiktal, abonnementer, nyhedsinformation mv.

Det samlede antal registrerede besøg på Forbrugerombudsmandens hjemmeside i 2007 udgjorde i alt ca. 281.220.

I december 2007 abonnerede 4.200 på Forbrugerombudsmandens nyhedsbrev. I forhold til 2006 er det en stigning på ca. 22 procent.

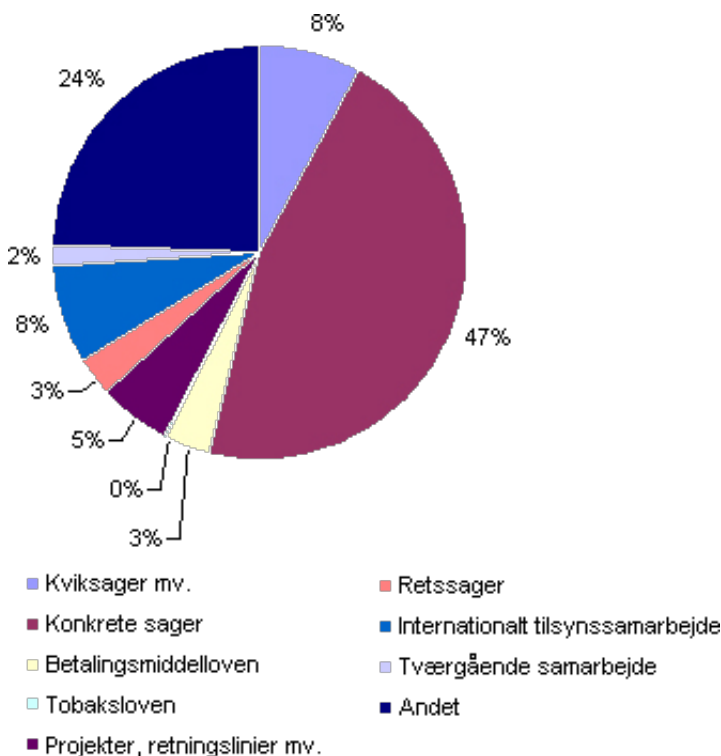
Der er i årets løb lagt 77 nyhedsinformationer, herunder pressemeddelelser, ud på Forbrugerombudsmandens hjemmeside. Disse er samtidig tilgået abonnenterne.

Forbrugerombudsmanden har i årets løb deltaget i eller arrangeret 27 undervisnings- eller informationsmøder vedrørende sin tilsynsvirksomhed. Der er typisk tale om interesseorganisationer og uddannelsesinstitutioner. Herudover er der publiceret 3 artikler i forskellige medier med temaer inden for markedsføringsretten.

6.1.5 Forbrugerombudsmandens ressourcer 2003-2007

Nedenstående diagram viser fordelingen af faglig tid anvendt på forskellige aktiviteter inden for Forbrugerombudsmandens tilsynsarbejde:

Fordeling af faglig tid efter aktivitet



Fordeling på timer

Aktiviteter/timer	2006	2007
Kviksager og e-mails, herunder Net-tjekbesvarelser	1.845	1.552
Konkrete sager, herunder større sager og sagsrelaterede faglige aktiviteter	5.764	8.849
Sager efter betalingsmiddeloven	1.092	635
Sager efter tobaksloven	72	71
Projekter, retningslinier mv.	2.623	1.042
Retssager	544	602
Internationalt tilsynssamarbejde	1.803	1.469
Tvangsgående samarbejde	339	339
Andet: Telefon- og mediebetjening, andet fagligt, HK-journalisering og generel medievirksomhed	3.930	4.719
I alt timer	18.012	19.278

Forbrugerombudsmandens sekretariat har i alt i 2007 brugt 19.278 faglige timer på tilsynsarbejdet.

Til forbrugerombudsmandens sekretariatsbetjening har der i alt været anvendt 16,5 årsværk opgjort efter lønssystemet.

6.2 Tal fra Forbrugerklagenævnet

6.2.1 Oprettede sager fordelt på sagsgrupper 2003-2007

Der er i 2007 indkommet 2669 sager til Forbrugerklagenævnet. De sagsgrupper, der oftest klages over, er biler og motorcykler, IT-udstyr, fjernsyn, foto, telefonapparater og beklædning.

Tabel over oprettede sager fordelt på sagsgrupper 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Finansielle ydelser, betalingsmidler	28	41	24	22	16
Andre serviceydelser	27	17	15	7	8
Fast ejendom	56	43	27	39	47
Boligen	120	110	57	58	43
Vedligeholdelse af fast bolig	57	42	33	32	29
Sikkerhedsudstyr	11	4	6	4	5
Fjernsyn, foto, antenneanlæg mv.	987	532	400	392	368
IT-udstyr	539	493	434	410	452
Papirmedier, abonnementer mv.	64	38	18	12	14
Telefonapparater, særlige netttjenester mv.	1.092	403	319	282	247
Husholdningsmaskiner, køkkenredskaber	212	158	157	170	120
Rejser og transport	96	71	65	63	104
Biler og motorcykler mv.	276	390	382	414	344
Cykler, knallerter, sikkerhedsudstyr	125	83	68	86	75
Camping, sport, fritid, spil, legetøj	134	90	114	117	86
Musik og teater	43	9	23	27	19
Husdyr	54	37	26	34	21
Beklædning og skind	433	345	265	201	156
Fodtøj	225	203	167	122	92
Accessories	81	59	53	75	72
Møbler og boligudstyr	473	413	310	269	244
Ernæring	21	7	6	3	0
Personlig pleje - herunder briller mv.	118	108	104	100	75
Udfærdigelse af stævning for godkendt nævn	5	5	2	10	8
Øvrige sagsgrupper	52	26	26	27	24
I alt	5.329	3.727	3.101	2.976	2.669

Der er i 2007 indkommet 307 færre sager end i 2006. Antallet af indkomne sager til Forbrugerklagenævnet er faldet siden 2003. I 2004 var der et markant fald i antallet af indkomne sager med 1602 færre sager i forhold til 2003. Oprettelsen af et godkendt, privat ankenævn på teleområdet i 2003 medvirkede til faldet i indkomne sager.

Årsagen til faldet kan primært henføres til den klagenævnreform, som blev lanceret i 2004. Indførelsen af gebyrer for erhvervsdrivende, der taber en sag i Forbrugerklagenævnet, har øget de erhvervsdrivendes motivation for at løse forbrugernes klagesager i butikkerne i stedet for at lade Forbrugerklagenævnet løse en eventuel tvist. Således er mange erhvervsdrivende nu opmærksomme på reformen og lader kun de mere tvivlsomme sager blive til nævnssager. Derudover kan en del af faldet til en vis grad tilskrives forhøjelsen af både klagegebyret og den økonomiske undergrænse for sager, som nævnet behandler.

Endelig har der været fokus på at underbygge informationsindsatsen om forbrugerklageområdet på Forbrugerstyrelsens hjemmeside forbrug.dk for derigennem at mindske antallet af indkomne klager, der falder uden for nævnets kompetence. Det vurderes således, at et stort antal klagere har afstået fra at indbringe en klage for Forbrugerklagenævnet efter at have udnyttet muligheden for at få foretaget et elektronisk eftersyn på forbrug.dk's klagecheck eller efter at have kontaktet styrelsens telefoniske hotline og derigennem er blevet bekendt med, at klagen eksempelvis har været under den økonomiske undergrænse.

6.2.2 Sager afgjort i Forbrugerklagenævnet 2003-2007 (sekretariatet +

nævnet)

Tabel over afgjorte sager 2003-2007

Sager afgjort i sekretariatet	2003	2004	2005	2006	2007
Helt eller delvis medhold		50	72	99	215
Ikke medhold		9	7	0	22
Forlig	1.368	775	991	834	1.028
Afvist, uden for FKN's virksomhedsområde	793	433	381	288	278
Afvist, uegnet til behandling	227	230	183	208	217
Afvist, ingen mulighed for medhold	388	357	419	426	508
Henvielse til andet ankenævn	38	132	34	58	45
Klagen tilbagekaldt	350	288	186	147	144
Klagers passivitet	475	426	234	205	282
Øvrige	353	184	135	62	74
I alt	3.992	2.884	2.642	2.327	2.813
Sager afgjort i nævnet	2003	2004	2005	2006	2007
Medhold	755	426	205	212	617
Delvist medhold	164	91	133	187	273
Ikke medhold	194	79	47	69	160
Afvist som uegnet/uden for kompetence		48	39	45	35
Øvrige		2	0	5	1
Nævn i alt	1.114	646	424	518	1.086
Sager afgjort i Forbrugerklagenævnet	2003	2004	2005	2006	2007
Forbrugerklagenævnet i alt	5.106	3.530	3.066	2.845	3.899

Der blev i 2007 afsluttet 3.899 sager, hvilket er 1.054 flere sager end i 2006. Årsagen hertil er, at Forbrugerstyrelsen i 2007 har arbejdet intenst på at nedbringe en pukkel af gamle sager.

Langt de fleste af de sager, der indbringes for Forbrugerklagenævnet, afsluttes i sekretariatet ved, at sagen enten afvises, fordi klageren ikke vil kunne få medhold, klagen falder uden for nævnets kompetence, eller ved at sagen forliges eller tilbagekaldes mv. Således blev 2.813 sager ud af de 3.899 sager afsluttet af sekretariatet.

Der ses en stigning i antallet af forligte sager i forhold til det samlede antal afsluttede sager. Dette er helt i tråd med reformen og ønsket om, at parterne skal agere aktivt i sagsbehandlingen og gerne selv løse sagen tidligt undervejs i sagsforløbet.

6.2.3 Efterlevelse af Forbrugerklagenævnets afgørelser 2003-2007

Efterlevelsprocenten for Forbrugerklagenævnet har varieret noget gennem årene fra 81,5% i 2005 til 93% i 2007.

Tabel over efterlevelse af afgørelser 2003-2007

Sager afgjort af Forbrugerklagenævnet	2003	2004	2005	2006	2007
Helt eller delvist medhold	919	517	338	399	890
Heraf registreret oplysning om efterlevelse / ikke efterlevelse	801	433	271	289	555
Nævnsafgørelse efterlevet (antal)	687	370	221	257	516
Nævnsafgørelse efterlevet (%)	85,8%	85,8%	81,5%	88,9%	93,0%
Sager indbragt for retten	75	41	52	36	61
Efterlevelse af sekretariatsafgjorte sager		2004	2005	2006	2007
Helt eller delvist medhold		56	72	99	215
Heraf registreret oplysninger om efterlevelse / ikke efterlevelse		56	57	67	106
Sekretariatsafgørelse efterlevet (antal)		36	45	53	84
Sekretariatsafgørelse efterlevet (%)		64,3	78,9	79,1	79,2

Erfaringerne viser, at efterlevelsprocenten er lidt lavere for de sekretariatsafgjorte sager, end for de nævnsafgjorte sager. Dette kan til dels skyldes karakteren af de sager, som sekretariatsafgøres. En del

afgørelser vil være i sager, hvor den erhvervsdrivende ikke har svaret i sagen eller i øvrigt ikke har medvirket, hvorfor den erhvervsdrivende derfor typisk heller ikke vil være indstillet på at reagere på selve afgørelsen.

Det bemærkes, at den procentvise efterlevelseshedsgrad på henholdsvis sekretariats- og nævnsafgørelserne er opgjort som forholdet mellem antallet af afgørelser, der er registreret efterlevet, og det samlede antal afgørelser, hvor der er registreret oplysninger om efterlevelse. Forbrugerstyrelsen har ikke oplysninger om efterlevelse i alle sager.

6.2.4 Registreringer i Firmatjek 2007

Formålet med Firmatjek er at skabe synlighed om erhvervsdrivende, der ikke følger Forbrugerklagenævnets afgørelser. Firmatjek er tilgængelig på www.forbrug.dk. Listen blev første gang offentliggjort i maj 2004.

Når en erhvervsdrivende har været på Firmatjek et år, fjernes navnet, uanset om afgørelsen er efterlevet eller ej.

Der er i løbet af 2007 lagt 88 virksomheder på listen, heraf 8 gengangere. Ud af disse er 23 virksomheder blevet fjernet, fordi de har efterlevet afgørelsen, hvilket svarer til 26 % af de virksomheder, der blev offentliggjort i løbet af året.

Ud af de 88 virksomheder, der er blevet offentliggjort, er 11 virksomheder ophørt, hvilket svarer til 12,5 % af de offentliggjorte virksomheder. Af gruppen "ophørte virksomheder" har ingen efterlevet afgørelsen. Såfremt der ses bort fra gruppen af ophørte virksomheder, er efterlevelsen for 2007 oppe på 30 %.

Fordelingen af virksomheder der blev offentliggjort i løbet af 2007, har været således:

Tabel over firmatjek

	Antal virksomheder registreret på Firmatjek i løbet af 2007	Antallet af virksomheder der har efterlevet afgørelsen efter offentliggørelse	Efterlevelse i procent
Biler	28	7	25 %
IT (PC, tilbehør til pc mv.)	5	2	40 %
Teleudstyr og -tjenester	4	4	100 %
Radio, tv, foto mv.	3		0 %
Husholdningsmaskiner og -apparater	1	1	100 %
Tekstil og sko (herunder rensesager)	16	4	25 %
Møbler	10	3	30 %
Husdyr	3	1	33 %
Flyttesager	2		0 %
Diverse	16	1	6,25 %
I alt	88	23	26 %

Kolofon

Titel:

Forbrugerjura 2007

Emneord:

Resumé:

Forbrugerjura 2007 er en oversigt og statistik over Forbrugerombudsmandens og Forbrugerklagenævnets sager i 2007.

Udgiver:

Forbrugerstyrelsen

Ansvarlig institution:

Forbrugerstyrelsen

Copyright:

Forbrugerstyrelsen

Forfatter:

Forbrugerstyrelsen

Anden bidragyder:

Rosendahls - Schultz Grafisk (Elektronisk udgave)

Sprog:

dan

URL:

<http://www.forbrug.dk/>

ISBN nr. Elektronisk version:

ISBN nr. Trykt version:

Version:

1.0

Versionsdato:

2008-06-24

Publikationsstandard nr.:

2.0

Formater:

html, gif, jpg, pdf, css

Udgiverkategori:

Statslig