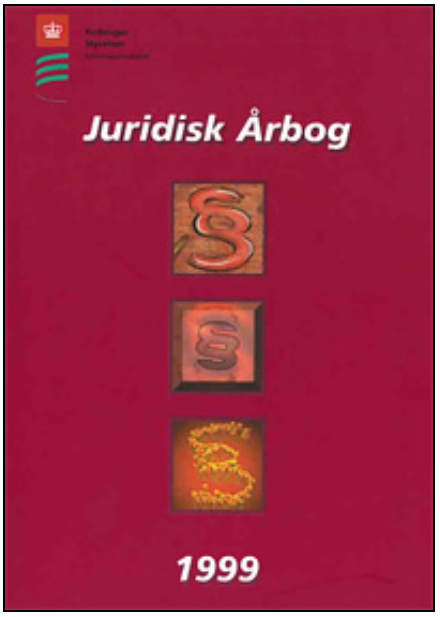
Juridisk Årbog 1999



Indholdsfortegnelse

Kapitel 1 Oplysninger om udvalgte sagsområder
- 1.1. Standardvilkår i forbrugerkontrakter
- 1.2. Standardvilkår vedrørende udlejning af radio og tv samt hårde hvidevarer. Omgåelse af kreditaftaleloven ved indgåelse af lejeaftaler med køberet
  - 1.2.1. Forbrugerombudsmandens standardkontraktsgennemgang
  - 1.2.2. Forbrugerklagenævnets afgørelser i sager om omgåelse af kreditaftaleloven ved indgåelse af lejeaftaler med køberet
- 1.3. Sex-tjenester leveret over Internettet eller telefonen Forbrugerklagenævnets behandling
- 1.4. Forbrugerklager over computere mv
- 1.5. En videofilmklubs krav om erstatning for lejede videofilm

Kapitel 2 Markedsføringsloven
- 2.1. Lovens § 1.
  - 2.1.1. Kontraktvilkår
    - 2.1.1.1. Forbrugerombudsmandens indberetning til Justitsministeriet vedrørende rykkergebyrer
    - 2.1.1.2. Aftalevilkår ved handel med brugte biler
    - 2.1.1.3. Standardkontrakter om vagt- og sikkerhedstjeneste
    - 2.1.1.4. Krav om tilmelding til BetalingsService som betingelse for at få et kreditkort
    - 2.1.1.5. Teleudbyderes opkrævning af fakturagebyr, når betaling ikke er tilmeldt BetalingsService
    - 2.1.1.6. Banks formidling af tilbud til sine depotkunder om køb af aktier i to selskaber
    - 2.1.1.7. Oplysning om ÅOP m.m. i låneaftaler og annoncer
    - 2.1.1.8. Rejsebranchen udsendte ekstraregninger som følge af det toldfrie salgs bortfald
    - 2.1.1.9. Ændring af takstsystem/takstforhøjelser for færgeruter
    - 2.1.1.10. Forsikringsselskabs manglende hjemmel til opkrævning af gebyr
    - 2.1.1.11. Ulykkesforsikring der spiller på frygt
  - 2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger
    - 2.1.2.1. Reklamefinansieret telefoni. Gratis taletid når forbrugeren tillod, at samtalen blev afbrudt af reklamespots.
    - 2.1.2.2. Markedsføringsmateriale udformet som "rykkere"
    - 2.1.2.3. Telefonsalg af bogklubabonnementer
  - 2.1.3. Diskriminerende markedsføring
  - 2.1.4. Inkasso
  - 2.1.5. Negativ aftalebinding
    - 2.1.5.1. Tele Danmark Kabel TV har afgivet tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om ikke at anvende negativ aftalebinding
  - 2.1.6. Alkohol
    - 2.1.6.1. Forbrugerombudsmandens vejledning om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer
    - 2.1.6.2. Artikel i et dagblad havde overskriften »Øl skal sælges som sundt«. Ifølge punkt 3 i Forbrugerombudsmandens vejledning om alkoholholdige drikkevarer bør markedsføring ikke give indtryk af, at et vist forbrug kan være sundt, kan give succes eller kan forbedre forbrugerens mentale eller fysiske formåen
  - 2.1.7. Markedsføringslovens anvendelse over for markedsføring på Internettet
    - 2.1.7.1. Markedsføringslovens anvendelse over for markedsføring på Internettet
    - 2.1.7.2. Sager om strafbare overtrædelser af markedsføringsloven
  - 2.1.8. Samfundsmæssige hensyn

2.1.8.1. Forbrugerombudsmandens hyrdebrev om hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering
2.1.9. Børn og unge
2.1.10. Andet
2.1.10.1. Forbrugerombudsmandens gennemgang og bedømmelse af udvalgte loyalitetsprogrammer
2.1.10.2. Klage over en filial af et tysk forsikringsselskab
2.1.10.3. Spærring af telefon
2.1.10.4. Erhvervsdrivendes gaver i anledning af prinsefødslen
2.1.10.5. Pejseblad anset for at være skjult reklame
2.2. Lovens § 2.
2.2.1. Vildledende angivelser
2.2.1.1. Højesteret stadfæstede Sø- og Handelsrettens afgørelse, hvorefter en person blev idømt en bøde på 250.000 kr. for overtrædelse af markedsføringslovens § 2 og § 6
2.2.1.2. Pengeinstitutters brug af oplysninger fra betalingsserviceoversigter - utilbørlig fremgangsmådeng
2.2.1.4. Skjult reklame i provinsavis - Rigsadvokatens behandling
2.2.2. Vildledende prisangivelser
2.2.2.1. Markedsføring af mobiltelefoner
2.2.2.2. Markedsføring af frimærker
2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger
2.4. Lovens § 4. Garanti
2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn
2.6. Lovens § 6. Tilgift
2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning
2.8. Lovens § 8. Rabat
2.8.1. Spørgeskema som rabatkupon, § 8, stk. 1
2.9. Lovens § 9. Vildledning
2.9.1. Ulovlige præmiekonkurrencer på Internettet
2.9.2. Tele Danmarks underholdningskoncept »MobilSjov«
2.9.3. Coca-Colas »Vind Her-og-Nu« konkurrence
2.9.4. Skrabelodder i kaffeposer. Konkurrencen blev anset for købsbetinget, selvom der var en vis adgang til at få skrabelodder uden at købe kaffen
2.9.5. Et større dagblads konkurrence var købsbetinget og i strid med markedsføringslovens § 9, stk. 1. Undtagelsen i stk. 3 fandt ikke anvendelse på den pågældende konkurrence
2.9.5. Et større dagblads konkurrence var købsbetinget og i strid med markedsføringslovens § 9, stk. 1. Undtagelsen i stk. 3 fandt ikke anvendelse på den pågældende konkurrence
2.10. Retningslinier
2.10.1. Forbrugerombudsmandens vejledning vedr. unge og bankbøger/betalingskort og net-/homebanking
2.10.2. Forhandlerpræmiering
2.10.3. Ophævelse af retningslinier for afregning ved handel med børsnoterede værdipapirer

Kapitel 3 Betalingskortloven
3.1. Principielle sager
3.1.1. Sikkerhedsundersøgelse af kontokort
3.1.2. Dobbelte debiteringer ved brug af Dankort i supermarkeder
3.1.3. Internationalt, forudbetalt hævekort - betalingskortlovens anvendelsesområde
3.1.4. Dankortsystemet. Retssag vedrørende »fluesmækkerløsningen« med papirnotaer
3.2. Dispensationer
3.2.1. Dispensation for kort til færgeoverfarter
3.2.2. Dispensation for et forudbetalt taletidskort med kode

Kapitel 4 Prismærkningsloven
4.1. Administrationen generelt
4.1.1. Annoncering med priser i udenlandsk valuta

Kapitel 5 Produktsikkerhed
5.1. Produktsikkerhedsloven
5.1.1. Konkrete projekter
5.1.1.1. Engangslightere
5.1.1.2. Farlige weekendsenge

5.1.1.3. Farlige barnevogne
5.1.2. Konkrete afgørelser
5.1.2.1. Kondomer uden beskyttende effekt
5.1.2.2. Babybæresele
5.1.2.3. Gåstol
5.1.2.4. Narresutter med små skjold
5.1.2.5. Isprodukt med farlig emballage
5.1.2.6. BMX-cykel opstillet i skotøjsforretning
5.1.2.7. Retssag: mærkning af fyrfadslamper. Forsigtighedsprincippet
5.2. Sikkerhedkrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger
5.2.1. Legetøjsbekendtgørelse
5.2.1.1. Administration generelt
5.2.1.1.1. Legetøjskontrol i dansk og europæisk perspektiv
5.2.2. Konkrete projekter
5.2.2.1. Temaeftermiddag om den nye legetøjsstandard
5.2.3. Konkrete afgørelser
5.2.3.1. Telt til at lege i for børn
5.2.3.2. Amuletten: De syv dødssynder
5.2.3.3. Gummimasker - spøg og skæmt
5.2.3.4. Legetøjscykel med vakkelvorne støttehjul
5.2.3.5. Bliklegetøj fra Afrika
5.2.3.6. Badebønner
5.3. Notifikationer

Kapitel 6 Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse
6.1. Husholdningsapparater og isenkram
6.1.1. Betaling for service på lejet vaskemaskine i strid med lejeaftalen. Forbrugeren ikke ansvarlig. Bevisbyrde
6.1.2. Lejeaftale med 2 års uopsigelighed tilsidesat i medfør af aftalelovens §§ 36 og 38 c
6.1.3. Køb af køleskab. Prisgaranti måtte efter en formålsbestemt fortolkning forstås til gunst for køberen
6.1.4. Ny teknologi - Komfur med »boosterfunktion« krævede særlig information i forbindelse med køb og en informativ brugsvejledning
6.2. Radio/tv mv.
6.2.1. Reparationsgaranti - løber fra det tidspunkt, hvor der sker overgivelse af varen til garantimodtager
6.2.2. En forbruger skulle ikke betale erstatning for en dekoder, der blev beskadiget som en følgevirkning af et lynnedslag. Fortolkning mod affatteren
6.2.3. 5 rykkergebyrer på mellem 145 og 245 kr. nedsat til 3 rykkergebyrer af 50 kr.
6.2.4. Køb af et projektions-tv. Mangler. Forbrugeren berettiget til at hæve, da et program-logo brændte fast på tv-skærmen. Forbehold kunne ikke tages ved at omtale problem i brugsanvisning, uden at det var særligt fremhævet
6.2.5. Kontoudskrift ikke tilstrækkeligt til at bevise køb
6.2.6. En ældre mand købte et fjernsyn til en pris, der stod i et betydeligt misforhold til branchens sædvanlige pris. Aftalen om købesummens størrelse blev ændret i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36, stk. 1
6.3. Computer mv.
6.3.1. Levering af RAM-kort kunne ikke nægtes under henvisning til vareknaphed efter jordskælvet i Taiwan
6.3.2. Opsigelse af Internetabonnement. Meddelelse om automatisk ophør bindende for Internetudbyderen
6.3.3. Køb af computer inkl. Internet. Forbrugeren krævede telefonforbruget dækket af forhandleren
6.3.4. Leje af kopimaskine. Lejer var en selvejende daginstitution. Forbrugerklagenævnet havde ikke kompetence til at behandle klagesagen, jf. § 3, stk. 1, i bekendtgørelsen om nævnets virksomhedsområde
6.3.5. Den erhvervsdrivende blev pålagt at refundere forbrugeren momsbeløbet, da den købte vare skulle udføres til Færøerne
6.3.6. Køb af computer anset som fjernsalg. Aftale ikke bindende for køber, da oplysningspligten ikke var opfyldt
6.3.7. Køb af computerdele. Fortrydelsesretten gjort gældende inden fristens udløb

6.3.8. Sælgers udstedelse af kreditnota var accept af forbrugerens ophævelse af købet. Efterfølgende indsigelser ikke tillagt betydning. Programpakke »Dansk Version« skal indeholde dansk brugervejledning
6.3.9. Køb af »Webhotel«. Tvist om aftalens pris. Aftalelovens § 38b, stk. 1
6.3.10. Defekt batteri på bærbar computer. Bevisspørgsmål
6.3.11. Køb af software, hvor reklamationerne gik til producenten
6.3.12. Køb af Windows 98 program i en version, der kun var beregnet til salg i forbindelse med køb af en ny computer (OEM-version). Aftalevilkår berettigede forbrugeren til at hæve købe
6.3.13. Køb af laserprinter. Markedsføring af egenskaber, mangler og krav om ophævelse
6.3.14. Ansvaret for, at remmen til en bærbar pc's taske knækkede, påhvilede sælgeren
6.3.15. Et grafikkort, der var anbefalet af sælger, kunne ikke anvendes i forbindelse med Windows 98. Da styresystemet i forbrugerens computer netop var Windows 98, forelå der en væsentlig mangel, der berettigede forbrugeren til at hæve købet
6.3.16. Langsommelig afhjælpning af mangel på harddisk gav forbrugeren ret til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3
6.3.17. Printer forurenet af tonerpulver under transport, fordi der ikke var lukket for beholderen til tonerpulver. Garantien gjaldt alligevel, fordi brugsvejledningen kunne misforstås
6.3.18. Reparationsundersøgelse af en computerskærm. Prisen for arbejdet var uforholdsmæssig høj, og arbejdets udførelse burde være frarådet
6.3.19. Sælgeren kunne ikke kræve betaling for en undersøgelse i garantiperioden, hvor ingen fejl blev fundet
6.3.20. Forudsætningerne for at lade garanti gælde reparation bortfaldt pga. forhold hos køber, idet elinstallationerne ikke overholdt standarder efter stærkstrømslovgivningen
6.3.21. Computerkøb. Mangler, da computeren bl.a. var samlet med brugte komponenter. Manglende CE-mærkning af enkeltdele og af den samlede computer
6.4. Telefoner mv.
6.4.1. Forbruger fritaget for krav vedrørende telefonsamtaler, som blev ført af hendes søn efter opsigelse af telefonabonnement. Manglende information om fastsat brug
6.4.2. Urimeligt vilkår i mobilabonnement om 6 måneders bindingsperiode tilsidesat
6.4.3. Lukning af mobiltelefonforbindelser. Mobiloperatøren var ikke berettiget til at kræve sikkerhedsstillelse i form af depositum, efter abonnementstegning var sket, og var som følge heraf heller ikke berettiget til at lukke mobiltelefonerne, da beløbet ikke blev betalt indenfor tidsfristen. Forbrugeren havde derfor krav på en skønsmæssigt fastsat erstatning for sine reklamationsudgifter
6.4.4. Særlig rabataftale med teleselskab. Annoncematerialet var upræcist, og teleudbyderen kunne ikke kræve, at forbrugeren havde indgået en særlig rabataftale for at få tilbagebetaling efter 5 år, idet forbrugeren i øvrigt opfyldte betingelserne for at kræve tilbagebetaling
6.4.5. Køb af mobiltelefon betinget af samtidig oprettelse af abonnement. Forbrugeren blev ikke kreditgodkendt af teleselskabet og kunne derfor ikke tegne abonnement. Forbrugeren var berettiget til at beholde mobiltelefonen uden yderligere betaling samt få depositum for oprettelse af abonnement tilbage
6.4.6. Ophævelse af køb af mangelfuld telefon, selvom forbrugeren ikke kunne tilbagelevere telefonen i original emballage
6.4.7. Det blev tillagt bevismæssig skadevirkning, at den erhvervsdrivende ikke ville stille tester til rådighed for nævnets sagkyndige, da dette var nødvendigt for at undersøge årsagen til fejlen ved mobiltelefonen
6.4.8. Fortolkning af prisgaranti
6.4.9. En tændt mobiltelefon blev stjålet fra en aflåst bil. Forbrugeren hæftede for uberettiget brug efter betalingskortlovens § 21, stk. 1. Forbrugeren havde ikke godtgjort, at det var umuligt at få telefonen lukket
6.4.10. Uanset teleudbyderen af tekniske årsager ikke kunne tilbyde saldokontrol, og det måtte bero på en fejl hos forhandleren, at det af abonnementsaftalen fremgik, at der var et samtalemaksimum på 400 kr., var aftalen om saldokontrol bindende for teleudbyderen, der havde godkendt aftalen uden forbehold. Forbrugeren burde ikke være blevet opmærksom på, at saldokontrollen ikke fungerede, uanset samtaleafgiften oversteg den aftalte saldo med mere end 500%
6.4.11. Ombytning af telefon forpligtede sælgeren
6.4.12. Et kollegium kunne kræve regningen fra et telefonselskab nedsat
6.5. Anden elektronik
6.5.1. Lejeaftale i 28 kvartaler af en telefax. Krav om mulighed for opsigelse af lejeaftalen før udløb. Spørgsmål om forbrugeraftale
6.5.2. Den erhvervsdrivende pålagt bevisbyrden for, at køberen ønsker en reparation udført, også

selvom køberen skal betale herfor inden for garantien
6.6. El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom
6.6.1. Urimeligt at vandværk fastholdt takstforhøjelse på næsten 100%
6.6.2. Levering af vand. Urimelige aftalevilkår. Tilsidesættelse af aftalevilkår om manglende efterregulering af et skønnet forbrug, da det reelle forbrug var langt under det skønnede. Vandværket blev pålagt alene at opkræve i overensstemmelse med det reelle forbrug
6.6.3. Tilbagebetaling af for meget betalt for varme, da det var sandsynliggjort, at det faktiske forbrug var lavere end det målte. Måleren var bortskaffet af den erhvervsdrivende
6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)
6.7.1. Bestilling af jakker i udvalg. Køb på prøve, købelovens § 60. Spørgsmål om anvendelsen og gyldigheden af et tilgodebevis. Vilkår om gyldighed på 1 år vil kunne tilsidesættes efter aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36
6.7.2. Køb af jakke. Returret - spørgsmål om jakken måtte anses for taget i brug
6.7.3. Returret ved køb af jakke ikke anset for fraveget
6.7.4. Risikoen for fejl ved måltagning på specialsyede badebukser blev pålagt leverandøren, selvom det var køberne, der havde taget målene
6.7.5. Vask af badekåbe. Krympning. Forbrugeren reklamerede efter udløbet af købelovens 1-årsfrist. Da den erhvervsdrivende ikke havde påberåbt sig dette ved reklamationen, ansås den erhvervsdrivende for at have givet afkald på at gøre fristen gældende
6.7.6. Køb af fritidsjoggingsæt, der ikke kunne tåle at blive vasket samlet
6.7.7. Hvid dunjakke kunne kun renses. Mangel, at jakken ikke kunne renholdes på længere sigt
6.7.8. En bluse, der var indleveret til rens via et hotel, var krympet i rensebehandlingen. Renseren burde have kontaktet forbrugeren inden rensningen og taget forbehold for resultatet af rensningen og eventuelt have anbefalet en forsigtig håndvask. Et forbehold på indleveringssedlen om, at erstatning ikke kan overstige et beløb svarende til 5 gange prisen for rensningen, blev tilsidesat som et urimeligt aftalevilkår jf. aftalelovens § 38
6.7.9. En buksedragt, der var cremefarvet/offwhite, blev laksefarvet i rens. Renseren burde have renset i en rensevæske uden optisk hvidt, da optisk hvidt kan ændre en sådan farve
6.7.10. Bukser til habit ødelagt på renseri berettigede ikke til erstatning svarende til hele habittens værdi, idet kun bukserne var indleveret til rens
6.7.11. Rensning af frakke, gummimembran ødelagt. Sælger gået ind i en egentlig klagebehandling efter reklamationsfristens udløb. Krav om erstatning
6.7.12. Rens af brudekjole med påsyede perler. Perlerne tålte ikke rensebehandlingen. Renseren burde som den professionelle have taget et forbehold, da kjolen ikke indeholdt en vedligeholdelsesmærkning. Erstatningsansvar
6.7.13. Bomuldskjole med påsat plastbesætning var ikke bestandig over for en almindelig perklorrensning. Da kjolen ikke indeholdt en informativ mærkning, burde renseren have taget et forbehold og oplyst om risikoen. Erstatningsansvar
6.7.14. Nederdel kunne ikke renholdes i overensstemmelse med renholdelsesanvisningen
6.7.15. Renseri fik medhold i, at behandlingsanvisningen i en sejlsportsjakke var utilstrækkelig. Købet blev derfor ophævet i forhold til sælgeren
6.7.16. Selskabskjole med påsyet smykke kunne ikke tåle rens som angivet. Reklamation på årsdagen for købet blev anset for rettidig reklamation jf. købelovens § 83
6.7.17. Vask af et par uldbukser. Forbrugeren havde en pligt til at undersøge vaskesymbolerne nærmere, inden bukserne blev vasket
6.7.18. Køb af dyne. Forbrugeren kunne 91/4år efter købet påberåbe sig mangler ved dynen, fordi sælgeren ved købets indgåelse - uden noget forbehold - gav »10 års garanti«. Forholdsmæssigt afslag
6.8. Fodtøj
6.8.1. Den erhvervsdrivende havde tilkendegivet at yde returret ved ikke straks at afvise at tage skoene tilbage
6.8.2. Mangler ved sko, der havde været brugt i en væsentlig del af deres forventede levetid, berettigede ikke klageren til at hæve købet, men alene til et forholdsmæssigt afslag
6.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)
6.9.1. Sælgeren havde ikke udfærdiget en skriftlig kreditaftale og havde undladt at give forbrugeren de oplysninger, som fremgår af kreditaftalelovens bestemmelser. Forbrugeren var ikke forpligtet til at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til nationalbankens diskonto med et tillæg på 5% jf. kreditaftalelovens § 23, stk. 1
6.9.2. Købsaftale indgået mellem svensk forbruger og dansk sælger på en messe i Sverige. Sagen blev afgjort efter svensk ret
6.9.3. 20-årig mundtlig garanti på madras. Begrænsning i garantien med værdinedskrivning kunne

ikke gøres gældende af sælger
6.9.4. Sælger opfyldte ikke sin pligt til at vejlede forbrugeren og til at være forbrugeren behjælpelig med at gøre en fabriksgaranti gældende overfor garantigiver. Fabrikken var nu lukket. Forbrugeren var herefter berettiget til at hæve købet
6.9.5. Prisoverslag på tjenesteydelse
6.9.6. Køb af drømmeseng med returret. Forældelse af krav
6.9.7. Køb af computerbord med ret til returnering. Fortolkning af vilkåret i forhold til møbler, der skal samles af køber
6.9.8. Mangelsafhjælpning af større ting inkluderer afhentning og aflevering på forbrugerens bopæl
6.9.9. Uforholdsmæssige omkostninger ved afhjælpning, hvorfor forbrugeren fik et forholdsmæssigt afslag
6.9.10. En forretning overholdt to gange ikke de tidsmæssige aftaler om en stols aflevering efter reparation. Den erhvervsdrivende havde herefter forsømt at opfylde sin afhjælpningspligt inden rimelig tid. Ophævelse af købet jf. købelovens § 78, stk. 3
6.9.11. Hævebegrundende forsinkelse vedrørende køb af et sofabord. Købelovens § 74, stk. 2
6.9.12. Farvetab på hjørnesofa i anilinlæder. Manglende vejledning i forbindelse med købet
6.9.13. Forbruger afskåret fra at ophæve et køb delvist, selvom der forelå en væsentlig mangel
6.9.14. Køb af spisebord med malede tillægsplader
6.9.15. Aftagelige sofahyndebetræk tålte ikke almindelig rensebehandling. Købet kunne hæves
6.9.16. Køb af hjørnesofa i læder. Forudsætning om gennemfarvet læder
6.9.17. Mangler ved franske langborde
6.9.18. Køb af gulvtæppe. Lov om visse Forbrugeraftaler. Vilkår i købsaftale, der forringer købers retsstilling i forhold til loven, kendt ugyldigt
6.9.19. Køb af gulvtæppe. Mangler. Tæppets kvalitet afveg væsentligt fra tæppeprøven
6.9.20. Loddent tæppe var mangelfuldt
6.9.21. Tæpper med uacceptabel nuanceforskel
6.9.22. Køb af gardiner. Anset for en mangel, at sælger ikke havde oplyst om mulige nuanceforskelle i forhold til en stofprøve
6.9.23. Læderstue købt med 2 års garanti var dårligt indfarvet. Samme fejl efter 3½ år gav forbrugeren en økonomisk kompensation på 600 kr.
6.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr
6.10.1. Cykel, der var indleveret til reparation, blev stjålet, da den stod aflåst uden for forretningen. Den erhvervsdrivende havde ikke herved udvist et ansvarspådragende adfærd og var derfor ikke erstatningsansvarlig
6.11. Foto, ure, optik, smykker
6.11.1. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet 9 måneder efter, at den erhvervsdrivende havde opfordret ham til dette. Klageren havde ikke herved udvist en sådan passivitet, at hans krav var bortfaldet
6.11.2. Køb af videokamera med prisgaranti. Prisgarantien gjaldt i forhold til varer, som var udbudt hos andre detailforhandlere. Forbrugerklagenævnet fandt, at »detailforhandlere« også omfattede en postordrevirksomhed, der udbød varer til forbrugere
6.11.3. En fotograf kunne ikke holde portrætfotografier tilbage for at gennemtvinge et krav om betaling for nogle rammer, da der var tale om særskilt indgåede købsaftaler
6.12. Motorkøretøjer
6.12.1. Et vilkår i en standardkontrakt, hvorefter en forbruger ved misligholdelse skulle betale 10% af købesummen til sælgeren, var i strid med aftalelovens § 38 c, jf. § 36
6.12.2. En forbruger var ikke bundet af aftalen, da det viste sig, at handlen ikke kunne finansieres på normale vilkår. Betingelsen for handlens gennemførelse var derfor ikke opfyldt
6.12.3. Indbytningsbil kørt flere kilometer, end det der fremgik af salgsslutsedlen. Forbrugeren ikke forpligtet til at betale erstatning ved ophævelse
6.12.4. Rettighederne ifølge en garanti kan overdrages, men erhververen vinder ikke bedre ret end overdrageren
6.12.5. Køb af brugt bil - Mangler - Spørgsmål om rettidig afhjælpning - Erstatning for udgifter til FDM-rapport
6.12.6. Køb af brugt bil. Da sælger havde forsømt at give forbrugeren oplysning om en mangel, som han kendte eller burde kende, var han erstatningsansvarlig for de tab, forbrugeren havde lidt som følge af manglerne
6.12.7. En bil var annonceret til salg som nysynet. Bilen var synet 9 måneder før købet. Væsentlig mangel
6.12.8. Køb af brugt bil. Sælgers afvisning af at foretage afhjælpning med den begrundelse, at køberen ikke havde betalt den fulde købesum. Oprindeligt trepartsforhold

6.12.9. Salg med ejendomsforbehold. Oprindeligt treparts forhold. Forbrugeren kunne ikke ophæve handlen, da finansieren under sagens behandling i Forbrugerklagenævnet havde taget bilen tilbage gennem fogedretten. Købelovens § 57 og § 58. Forholdsmæssigt afslag
6.13. Transport og flytning
6.13.1. Flyttefirma bundet af tilbud
6.13.2. Et vilkår om fordobling af lejen for opbevaring, hvis flytning til og fra lager ikke foretages af firmaet, blev tilsidesat som urimeligt
6.13.3. Efter flyttefirmas konkurs var forpligtelserne i henhold til en opbevaringsaftale ikke overtaget af den nye indehaver af magasinet
6.13.4. Betalingsforpligtelse ved Storebæltsbroen indtrådt efter passage af sidste afkørsel
6.13.5. Sælgers annullation af solgte årskort til færgeoverfart. Forbrugeren stillet, som om den oprindelige aftale stadig var gældende
6.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.
6.14.1. Dobbeltsalg af landskampbilletter - erstatningskrav
6.14.2. Et usædvanligt vilkår, som indgik i en filmklubs betingelser for at aftage et særtilbud, fortabte sig således i det omfattende markedsføringsmateriale, at Forbrugerklagenævnet ikke anså det for accepteret af forbrugeren. Det var i øvrigt nævnets opfattelse, at vilkåret ville kunne tilsidesættes efter aftalelovens § 38 c, fordi det efter nævnets opfattelse ville stride mod hæderlig forretningsskik at gøre det gældende overfor forbrugerne
6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger
6.16. Øvrige sager
6.16.1. Uenighed om, hvorvidt en forbruger havde udnyttet fortrydelsesretten rettidigt. Det påhvilede den erhvervsdrivende at godtgøre, hvornår forbrugeren havde modtaget brevkurset
6.16.2. En forbruger havde ikke pligt til at returnere en vare, som ved en fejl var blevet fremsendt til ham
6.16.3. Au pair gæst kunne ikke kræve gebyr tilbagebetalt af formidlingsbureau
6.16.4. Aftale med kontaktbureau. Forbrugerens manglende opfyldelse af et aftalevilkår, der krævede tre møder med en anvist partner, var ikke en væsentlig misligholdelse. Kontaktbureauet pålagt refusion af halvdelen af vederlaget
6.16.5. Forbruger kunne kræve erstatning for et rensemiddels beskadigelse af hendes marmorgulv. Produktansvar
6.16.6. Reklamation over manglende effekt af behandling for pigmentskjolder
6.16.7. Gavekort. Begrænset gyldighed. Fordringshavermora. Ikke fritaget for at levere ydelsen
6.16.8. Vægtklubs køb af motionsredskab var et forbrugerkøb. Mangelsindsigelse afvist af bevismæssige årsager
6.16.9. Påsætning af langt hår har givet anledning til flere klagesager - mangler - manglende vejledning
6.16.10. Farligt kattelegetøj, produktansvar

Kolofon

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

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

Kapitel 1 Oplysning om udvalgte

sagsområder

1.1. Standardvilkår i forbrugerkontrakter

Igennem det seneste par år har Forbrugerombudsmanden iværksat en række undersøgelser af vilkårene i standardkontrakter i forbrugeraftaler inden for forskellige områder og har gennemført forhandlinger med brancher og enkeltfirmaer om ændring af vilkårene. Såvel Forbrugerombudsmanden som Forbrugerklagenævnet har sekretariat i Forbrugerstyrelsen. Gennem de mange klagesager, der behandles i Forbrugerklagenævnet, får Forbrugerombudsmanden kendskab til, på hvilke områder urimelige kontraktvilkår har specielt uheldige følger for forbrugerne.

De kontrakter, Forbrugerombudsmanden gennem den seneste tid navnlig har fokuseret på, er teleudbyderes abonnementsbetingelser, hårde hvidevare-branchens og radio- og tv-branchens lejevilkår, aftalevilkår inden for brugtbilhandel og abonnementsvilkårene hos de største udbydere af tyverialarmsystemer. En række problemer går igen inden for flere af brancherne.

Bedømmelsen af standardvilkårene har taget udgangspunkt i generalklausulen i markedsføringslovens § 1, der forbyder handlinger i strid med god markedsføringsskik, og som indeholder hjemmel til en offentligretlig indgriben over for aftalers form og indhold. I visse tilfælde er vilkår endvidere fundet i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet de måtte anses for egnede til at vildlede forbrugerne om deres retsstilling.

Endvidere har bedømmelsen været baseret på aftalelovens regler om urimelige kontraktvilkår, navnlig generalklausulen i lovens § 36, hvorefter en aftale, der må betegnes som urimelig eller i strid med redelig handlemåde, kan ændres eller tilsidesættes, samt lovens § 38 a-d, der indeholder særlige fortolknings- og ugyldighedsregler for forbrugerforhold. Reglerne tager især, men ikke udelukkende, sigte på standardkontrakter. Ved disse regler i aftaleloven, jf. lov nr. 1098 af 21. december 1994 om ændring af aftaleloven, der trådte i kraft den 1. januar 1995, har Danmark gennemført den civilretlige del af direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler, mens den offentligretlige del af direktivet er implementeret ved markedsføringsloven. Direktivet, der er et minimumsdirektiv, omhandler kun standardkontrakter, hvorimod reglerne i aftalelovens §§ 36, 38 c-d tillige kan finde anvendelse på individuelt forhandlede vilkår. Direktivet indeholder i et bilag en vejledende, ikke udtømmende, liste over vilkår, der kan betegnes som urimelige. Er et vilkår indeholdt i listen, vil der være en formodning for, at vilkåret er i strid med aftalelovens § 38 c, stk. 1, såfremt det ikke har været genstand for individuel forhandling, (jf. lovforslag L211 om ændring af aftaleloven, fremsat den 2. marts 1994) Dette medfører i praksis, at det må påhvile den erhvervsdrivende at godtgøre, at vilkåret i den konkrete situation ikke er urimeligt. (Listen er optrykt i slutningen af denne artikel).

At forbrugerne har mulighed for at vælge at indgå en anden aftale om en lignende ydelse, der ikke indeholder urimelige vilkår, medfører ikke, at en aftale, der indeholder urimelige vilkår, af den grund kan anses for stemmende med god markedsføringsskik.

Aftalevilkår, der kan tilsidesættes efter aftaleloven, vil være i strid med markedsføringsloven. Det samme gælder naturligvis vilkår, der strider mod præceptiv lovgivning. Vilkår, som tilsigter omgåelse af sådanne regler, kan tillige være i strid med god markedsføringsskik. I gennemgangen af kontraktvilkårene har man derfor måttet inddrage visse ufravigelige regler i købeloven, kreditaftaleloven og renteloven.

Det må dog understreges, at selvom et aftalevilkår ikke ville kunne tilsidesættes efter reglerne i aftaleloven eller et andet regelsæt, kan det godt være i strid med markedsføringslovens § 1. Der kan i den forbindelse henvises til bemærkningerne til lovforslag L 211 fremsat den 2. marts 1994, side 9, hvor det anføres:

> »Bestemmelsen i markedsføringslovens § 1 er i øvrigt ikke begrænset til tilfælde, hvor et aftalevilkår er urimeligt, fordi det bevirker en skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser. § 1 finder også anvendelse på aftalevilkår, der fra et samfundsmæssigt hensyn er urimelige, fordi det modvirker gennemsigtighed på markedet eller usagligt påvirker købsbeslutninger«.

Vilkår bedømt alene efter aftalelovens regler

De kriterier, der er lagt til grund for bedømmelsen af standardvilkårene efter aftalelovens regler, kan sammenfattes således:

1. Kontraktvilkårene skal være udtryk for en rimelig afvejning af parternes modstående interesser. Det

betyder, at vilkårene ikke usagligt og ensidigt må tilgodese den erhvervsdrivendes interesser på forbrugerens bekostning.
2. Vilkårene i en standardkontrakt skal være affattet klart og forståeligt, og usædvanlige og byrdefulde vilkår skal være særligt fremhævet.

Vurderingen af, om et aftalevilkår er urimeligt, afhænger af, hvilken type vare eller tjenesteydelse aftalen vedrører. Ved vurderingen af, om der er en rimelig balance mellem parternes pligter, kan de deklaratoriske (fravigelige) regler, herunder reglerne i købeloven, være vejledende for, hvad der er en rimelig balance.

Er vilkårene i en standardkontrakt uklare, vil dette medføre, at vilkåret bliver fortolket på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren. Er særligt byrdefulde vilkår ikke specielt fremhævet, vil dette kunne medføre, at man ikke antager, at vilkåret er blevet en del af aftalen, idet forbrugeren ikke har været bekendt med vilkåret/rækkeviden af vilkåret ved aftalens indgåelse.

Ansvarsbegrænsninger

Efter dansk rets almindelige regler er man, såfremt der foreligger et ansvarsgrundlag, som udgangspunkt erstatningsansvarlig for alle påregnelige tab, som den ansvarspådragende handling forårsager.

I flere af standardkontrakterne findes vilkår, hvorefter den erhvervsdrivendes ansvarsgrundlag begrænses til forsæt eller grov uagtsomhed. Forbrugerombudsmanden har flere gange givet udtryk for, at det ikke i forbrugerforhold er foreneligt med markedsføringsloven at begrænse det erstatningsansvar, der påhviler firmaerne efter dansk rets almindelige erstatningsregel, culpareglen. Tab, der skyldes simpel uagtsomhed, bør derfor være omfattet af erstatningsansvaret.
Andre begrænsninger i erstatningsansvaret, fx således at der kun gives dækning op til et bestemt beløb, eller at kun direkte tab dækkes, vil efter omstændighederne tillige kunne tilsidesættes efter aftalelovens regler, ligesom sådanne vilkår kan være i strid med god markedsføringsskik.
Derimod er det ikke i strid med markedsføringsloven, at firmaerne fraskriver sig ansvaret for tab, der forvoldes ved udeblivelse med ydelsen i tilfælde af strejke eller anden force majeure. Imidlertid skal udeblivelse med ydelsen som følge af forhold omfattet af force majeure-klausuler medføre en forholdsmæssig reduktion af vederlaget.

Forbrugerens erstatningsansvar

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at aftalevilkår, der på forhånd fastsætter størrelsen af forbrugerens erstatningsansvar, uanset den erhvervsdrivendes reelle tab, må betragtes som usædvanlige og i almindelighed stiller forbrugeren væsentligt ringere end sædvanlige erstatningsretlige grundsætninger. Det må derfor som minimum efter markedsføringsloven kræves, at vilkåret er fremhævet tydeligt for forbrugeren i forbindelse med aftalens indgåelse. Selvom dette krav er opfyldt, finder Forbrugerombudsmanden det tvivlsomt, om standardvilkåret vil kunne gøres gældende mod en forbruger, idet det ikke er udtryk for en rimelig afvejning af parternes interesser.

I mange lejekontrakter vedrørende videobånd er forbrugerens erstatningsansvar ved bortkomst fastsat til et bestemt beløb til dækning af erstatningskøb samt driftstab. Den erhvervsdrivende kan imidlertid efter dansk rets almindelige regler alene kræve sit reelle tab erstattet. Dette medfører, at der ved erstatningsudmålingen skal tages hensyn til brug/slitage af båndet, samt at den erhvervsdrivende ved genanskaffelse kan fradrage momsen. Ved et eventuelt krav på driftstab, har den erhvervsdrivende bevisbyrden for, at båndet kunne være lejet ud til anden side, ligesom den erhvervsdrivende har pligt til at begrænse tabet ved at fremskaffe en erstatning for det bortkomne bånd inden rimelig tid (jf. Forbrugerklagenævnets årsberetning 1985 s.23-24)
Mange standardkontrakter vedrørende køb af bil indeholder vilkår, hvorefter forbrugeren forpligter sig til at betale en erstatning svarende til 10% af købesummen, hvis han uberettiget nægter at modtage den købte bil. Forbrugerklagenævnet har i to sager vedrørende sådanne vilkår henvist til den vejledende liste til direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår, hvor der i litra E er nævnt vilkår, hvis formål eller virkning er at pålægge en forbruger, som ikke opfylder en forpligtelse, en uforholdsmæssig stor godtgørelse, og har udtalt, at sælgeren kun kunne kræve erstatning i det omfang, han kunne godtgøre at have lidt et erstatningsberettiget tab, jf. købelovens § 30. Der foreligger dog (utrykt) domspraksis, som er i modstrid med Forbrugerklagenævnets opfattelse. (Der henvises til JÅ 1997, side 118.)

Bevisbyrderegler

Flere standardkontrakter indeholder endvidere regler om bevisbyrden, hvorefter det er op til den erhvervsdrivende at afgøre, om forbrugeren har handlet ansvarspådragende. Da den erhvervsdrivende efter dansk rets almindelige regler har bevisbyrden for, at forbrugeren har forårsaget skaden ved en ansvarspådragende handling, vil sådanne vilkår sædvanligvis være urimelige og i strid med markedsføringsloven, (jf. litra Q i bilag til direktiv om urimelige aftalevilkår). Ofte vil sådanne vilkår tillige indebære en urimelig ubalance i de pligter, der påhviler de to parter, da forbrugeren også har bevisbyrden, såfremt han vil gøre krav gældende overfor den erhvervsdrivende.

Ændring af vilkår i løbende aftaler

I langvarige kontraktforhold kan det som udgangspunkt ikke anses for urimeligt eller i strid med markedsføringsloven, at et firma forbeholder sig ret til at forhøje priserne eller i øvrigt ændre vilkårene i kontraktens løbetid, forudsat at ændringerne foretages med et rimeligt varsel, således at forbrugeren ved væsentlige ændringer har mulighed for at opsige kontrakten og kontrahere med en anden udbyder, inden ændringerne træder i kraft. Denne forudsætning er ikke opfyldt, hvis firmaet har betinget sig, at forbrugeren skal være bundet af aftalen i en vis periode. Vilkår der tillader den erhvervsdrivende at ændre kontraktvilkårene i uopsigelighedsperioden vil som oftest være udtryk for en ubalance mellem parterne alene til den erhvervsdrivendes fordel og dermed være i strid med god markedsføringsskik. (jf. Forbrugerombudsmandens vejledning om klubsalg og abonnementer fra 1998).

I visse kontraktforhold har forbrugeren ved aftalens indgåelse måttet afholde udgifter til etablering/tilslutning. Således koster installering af et tyverialarmanlæg 6-10.000 kr. En adgang for firmaet til ganske frit at forhøje abonnementsvederlaget eller andre løbende ydelser ville kunne bevirke, at forbrugeren ikke fik den forventede fordel af sin investering, idet det ofte ikke er muligt for ham at anvende anlægget i forbindelse med en aftale med en anden udbyder af vagt- og sikkerhedstjenester. I sådanne tilfælde har Forbrugerombudsmanden fundet det rimeligt, at firmaet i en vis periode efter aftalens indgåelse alene betinger sig ret til at forhøje vederlag mv. efter objektive, kontrollerbare kriterier, som fx nettoprisindekset, således at forbrugeren ikke mødes med helt upåregnelige ekstraomkostninger, før han har fået en rimelig nytte af sin investering. I det hele taget må kontraktvilkår, hvorefter en erhvervsdrivende betinger sig en ubegrænset ret til frit at forhøje vederlaget eller andre ydelser i et aftaleforhold, hvor forbrugerens mulighed for at skifte leverandør er begrænsede, antages at kunne tilsidesættes i medfør af aftalelovens § 36 og § 38c og ville være i strid med kravet om god markedsføringsskik. Der henvises herved til U1999.633SH i den af Forbrugerombudsmanden anlagte forbudssag mod Den Danske Bank og Finansrådet, hvor det blev forbudt banken i sine standardvilkår i aftaler med private kunder at forbeholde sig en efter vilkårenes ordlyd ubegrænset ret til ensidigt at ændre rente og provision samt ensidigt at opkræve gebyrer eller ændre gebyrsatserne, ligesom det blev forbudt Finansrådet at anbefale sine medlemmer at anvende sådanne vilkår. (Der henvises til JÅ 1998, side 29.)

Uopsigelighed

I lejekontrakter og andre kontrakter vedrørende løbende tjenesteydelser er der ofte indsat vilkår om, at aftalen er uopsigelig i en vis periode. Forbrugerklagenævnet har i flere tilfælde tilsidesat vilkår om en urimelig lang uopsigelighedsperiode efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36 og i stedet fastsat opsigelsesvarslet til 3 måneder.

Forbrugere vælger ofte at indgå en lejeaftale, hvis de ønsker midlertidigt at gøre brug af fx en vaskemaskine eller et tv-apparat. De har derfor et klart behov for at kunne opsige lejeaftalen med et rimeligt varsel. Omvendt har udlejeren næppe nogen loyal interesse i at betinge lejeaftalerne af en længere uopsigelighedsperiode. Tværtimod vil dette kunne indikere, at der reelt er tale om et kreditkøb.
Medmindre der er særskilt hjemmel i lovgivningen til en længere uopsigelighedsperiode, eller den erhvervsdrivende har en loyal interesse i en længere uopsigelighedsperiode, fx fordi den erhvervsdrivende har afholdt betydelige udgifter i forbindelse med installering af et anlæg, bør løbende kontrakter kunne opsiges med et rimeligt varsel, hvilket sædvanligvis ikke kan overstige 3 måneder i forbrugerforhold.

Garantier

En garanti medfører, at det er garantigiveren, der skal sandsynliggøre, at en eventuel fejl skyldes udefra kommende begivenheder eller forbrugerens forhold. Funktionssvigt, der skyldes normal nedslidning i garantiperioden, vil være omfattet af garantien, medmindre de pågældende dele særskilt er undtaget fra garantien.

Ofte benyttes begrebet 1-års garanti i tilfælde, hvor sælgerens hensigt alene har været, at forbrugerens rettigheder skal svare til dem, der følger af købelovens almindelige regler. Det er imidlertid ikke tilladt at benytte

begrebet garanti, medmindre forbrugerne får en væsentlig bedre retsstilling end den, der følger af lovgivningen, jf. markedsføringslovens § 4, stk. 1. Sådanne garantier vil samtidig kunne være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet brugen af udtrykket garanti i tilfælde, hvor der reelt ikke gives forbrugerne en bedre retsstilling end den, der følger af lovgivningen, kan være vildledende og egnet til at påvirke efterspørgslen. Overtrædelser af markedsføringslovens § 2 kan straffes med bøde.
Efter markedsføringslovens § 4, stk. 2, skal den erhvervsdrivende klart og tydeligt informere forbrugeren om garantiens indhold, hvorledes den gøres gældende, og at forbrugerens ufravigelige regler efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Forbrugerne kan forlange at få udleveret garantien skriftligt. I givet fald skal garantierne være affattet på dansk. § 4, stk. 2, trådte i kraft den 1. juli 1999, og Forbrugerombudsmanden har endnu ikke behandlet sager vedrørende denne bestemmelse.
Specielt i forbindelse med handel med brugte biler anvendes garantitermen ofte på en særdeles vildledende måde. Forhandlerne gør sig ikke klart, at når de anvender ordet garanti uden forbehold, vendes bevisbyrden om, således at forbrugeren kan kræve, at forhandleren vederlagsfrit reparerer fejl, der viser sig inden for garantiperioden, med mindre forhandleren godtgør, at fejlen er forårsaget af en hændelig begivenhed eller forbrugerens fejlbehandling af bilen.
Ofte fremgår det af garantierklæringen, at reparationer forårsaget af »almindelig slitage« er undtaget fra garantiens dækningsområde. Det forholder sig jo imidlertid således, at fejl, som er forårsaget af en slitage, der ikke kan betegnes som »almindelig«, fx en totalt opslidt motor ved 150.000 km, og som derfor normalt ikke vil være forventelig, typisk vil udgøre en mangel i købelovens forstand. Bilen er nemlig i så fald ringere, end køberen var berettiget til at forvente, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Allerede efter de ufravigelige regler i købeloven har forbrugeren derfor i sådanne tilfælde krav på vederlagsfri afhjælpning. Så i stedet for at give forbrugeren en væsentlig bedre retsstilling, søger garantitilsagnet at begrænse de rettigheder, forbrugeren har efter lovgivningen. Forbrugerombudsmanden er i gang med forhandlinger med branchen for at få bilforhandlerne til at ophøre med at anvende disse vilkår, som i høj grad er egnede til at vildlede forbrugerne med hensyn til deres retsstilling, og som i mange tilfælde får forbrugerne til at opgive deres ellers berettigede krav.
Det er blevet mere almindeligt at sælge forsikringer i forbindelse med køb af varer, fx vaskemaskiner, computere mv. Forsikringerne dækker som udgangspunkt udgifter til reparation eller ombytning, hvis varen går i stykker. Stiller forsikringen ikke forbrugeren bedre end købelovens regler eller en eventuel garanti, er den i realiteten værdiløs, og forbrugeren vil kunne kræve udgifterne til forsikringspræmien tilbagebetalt. Forbrugerklagenævnet har således i en afgørelse fra 1998 afgjort, at en radio/tv-forretning skulle betale forsikringspræmien tilbage til forbrugeren, da man havde solgt forbrugeren en 4-årig forsikring, selvom der var 3 års garanti på den købte computer, og da forsikringen ikke stillede forbrugeren bedre i garantiperioden. En erhvervsdrivende har ved salg af forsikringer knyttet til deres varer pligt til at oplyse kunderne om eventuelle garantier, hvad disse dækker, samt hvad forskellen mellem garantien og forsikringen er.

Vilkår bedømt efter præceptiv lovgivning
Kreditaftaleloven
Sælgers oplysningspligt

Ved kreditkøb skal en række oplysninger om kreditomkostninger og kreditvilkår ifølge kreditaftalelovens § 9 gives skriftligt »ved indgåelsen« af kreditaftalen. Kravet indebærer, at oplysningerne skal gives på det tidspunkt, hvor forbrugeren bliver bundet af en kreditkøbsaftale. I visse kontraktforhold, fx ved køb af biler, anvendes ofte både en salgsslutseddel og en købekontrakt. Typisk indeholder slutsedlen ikke de fornødne oplysninger om kreditomkostninger mv. herunder kreditomkostningerne angivet som et beløb, jf. § 9, stk. 1, nr. 3. Disse oplysninger fremgår kun af købekontrakten, som imidlertid er underskrevet flere dage senere end slutsedlen. Da forbrugeren er bundet allerede fra underskrivelsen af slutsedlen (når denne ikke indeholder noget forbehold), er kravet om, at kreditoplysningerne skal gives ved aftalens indgåelse, således ikke opfyldt. Det følger herefter af lovens § 23, stk. 1, at forbrugeren alene skal betale lånebeløbet og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til diskontoen med et tillæg på 5%.

Forkøbsret til lejede genstande

Inden for udlejning af hårde hvidevarer samt radio og tv synes det at være en udbredt praksis, at lejeren har mulighed for at købe det lejede, selvom det udlejede ifølge lejevilkårene er og forbliver udlejers ejendom, og selvom lejevilkårene ikke indeholder bestemmelser om forkøbsret.

En køberet knyttet til en lejeaftale rejser spørgsmålet, om aftalen reelt er et køb med ejendomsforbehold, således at der foreligger en omgåelse af kreditaftalelovens bestemmelser. Efter kreditaftalelovens § 6, stk. 2 anses som køb med ejendomsforbehold også »en aftale, der er betegnet som lejekontrakt, eller hvorefter betalingen i øvrigt fremtræder som vederlag for brug af tingen, såfremt det må antages at have været meningen, at modtageren af

tingen skal blive ejer af den«.
Formålet med bestemmelsen er at sikre, at de ufravigelige krav om blandt andet mindsteudbetaling og kreditoplysninger samt reglerne om sælgers fyldestgørelse for sit tilgodehavende, som kreditaftaleloven opstiller, ikke gøres illusoriske ved, at aftalen benævnes leje, selvom der reelt er tale om et kreditkøb.
Det beror på en konkret vurdering i den enkelte sag, om der ved aftalens indgåelse reelt forelå en aftale om køb. Der må i den forbindelse blandt andet lægges vægt på, om der er givet tilsagn om forkøbsret, om der er aftalt længere tids uopsigelighed, om lejeren opnår reduktion af lejegenstandens pris ved hel eller delvis godskrivning af de hidtidige lejeindbetalinger samt på lejegenstandens karakter. (Der henvises til UFR 1963, p. 657Ø og til JÅ 1998, side 105-106.)
Hvis en lejeaftale reelt er et køb med ejendomsforbehold, indebærer det, at parternes kontraktforhold er omfattet af kreditaftaleloven, hvis bestemmelser i forbrugeraftaler ikke ved forudgående aftale kan fraviges til skade for forbrugeren, jf. lovens § 7, stk.1. Er den nødvendige mindsteudbetaling på 20% af kontantprisen ikke betalt, er ejendomsforbeholdet ikke gyldigt, og ejendomsretten til det købte er derfor overgået til forbrugeren. Samtidig har forbrugeren ikke ved aftalens indgåelse fået de oplysninger vedrørende kreditomkostninger og kreditvilkår, som han har krav på efter kreditaftalelovens § 9. Retsvirkningen heraf er efter § 23, stk. 1, at forbrugeren ikke i kontraktforholdet kan tilpligtes at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%.
Forbrugerombudsmanden har over for brancherne henstillet, at kreditaftalelovens bestemmelser overholdes, således at der oprettes en købekontrakt med ejendomsforbehold, såfremt det ved aftalens indgåelse er hensigten, at forbrugeren skal blive ejer af genstanden.

Renteloven
Rykkergebyr

Ofte betinger de erhvervsdrivende sig i kontrakterne et rykkergebyr, der væsentligt overstiger deres omkostninger ved rykkerproceduren - eller de afkræver forbrugeren et sådant gebyr uden hjemmel i kontrakten.

Det er Forbrugerombudsmandens holdning, at opkrævning af rykkergebyrer skal have hjemmel i kontrakten, og at størrelsen af gebyret ikke bør overstige de faktiske omkostninger, der er forbundet med at udsende en rykkerskrivelse.
Forbrugerklagenævnet har i flere afgørelser tilsidesat vilkår om rykkergebyrer, idet nævnet udtalte, at vilkåret må ses i lyset af rentelovens bestemmelser. Det følger af rentelovens §§ 5 og 7, som i forbrugeraftaler ikke kan fraviges til skade for forbrugeren, at den erhvervsdrivende ikke i morarente kan beregne sig en højere rente end en årlig rente svarende til den til enhver tid fastsatte officielle diskonto med et tillæg på 5%. Vilkår, som reelt tilsigter at omgå rentelovens ufravigelige bestemmelser, må i almindelighed tilsidesættes som værende helt eller delvis uforbindende for forbrugeren, jf. herved aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36.
Et rykkergebyr, hvis størrelse væsentligt overstiger kreditors omkostninger ved udsendelse af en betalingsanmodning, må antages primært at have til formål at virke som pressionsmiddel for at få forbrugeren til at betale og er dermed i strid med rentelovens beskyttelsesformål. Det har på denne baggrund været nævnets opfattelse, at et rykkergebyr ikke væsentligt må overstige kreditors merudgifter til porto, papir, kuverter og administration. I en konkret sag har nævnet i mangel af modstående oplysninger fra den erhvervsdrivende anslået, at udgifterne hertil i hvert fald ikke kan have oversteget 50 kr. pr. rykkergebyr.
Samtidig har nævnet udtalt, at det måtte anses for at være i strid med rentelovens beskyttelsesregler løbende at fremsende gentagne betalingsanmodninger med krav om betaling af rykkergebyrer. Heraf følger bl.a., at der må være et maksimum for antallet af gentagne rykkerskrivelser, for hvilke der kan kræves gebyr. Dette maksimum har Forbrugerklagenævnet fundet som udgangspunkt passende kunne fastsættes til 3 rykkerskrivelser, idet kreditor, når dette antal rykkerskrivelser er afgivet, i almindelighed bør tage stilling til, om det skyldige beløb skal inddrives ved retslig inkassation, eller om kreditor vil acceptere en henstands- eller afdragsordning.
Pengeinstitutankenævnet har ligeledes nedsat størrelsen af finansielle institutters rykkergebyrer. Dette ankenævn har fastsat et rimeligt rykkergebyr til 100 kr. og har ligesom Forbrugerklagenævnet udtalt, at der ikke bør kræves gebyr for mere end tre rykkere. Da de pågældende finansielle institutter har meddelt, at man ikke agter af efterleve Pengeinstitutankenævnets afgørelser, vil disse sager blive indbragt for retten, og Forbrugerombudsmanden vil indtræde på vegne af klageren, for på denne måde at forhindre opkrævning af urimelige rykkergebyrer.
Forbrugerombudsmanden har den 18. oktober 1999 foretaget indberetning til Justitsministeriet om spørgsmålet om rykkergebyrer.

Købeloven

Specielt inden for handelen med brugte biler anvendes ofte reklamationsbestemmelser, der er i strid med

købelovens ufravigelige regler om forbrugerkøb. I visse tilfælde er der tale om fortrykte standardvilkår, i andre om individuelle aftaler. Ofte anvendes vilkår, hvorefter der ydes »reklamationsret med 50% i de første 30 dage, dog højst indtil 5.000 kørte km.« Og »reklamationsretten« kan være begrænset til fx motor, gearkasse og bagtøj.

Sådanne vilkår strider mod den ufravigelige regel i købelovens § 83, hvorefter forbrugeren kan reklamere over mangler ved salgsgenstanden inden for et år efter leveringen, ligesom hans mangelsbeføjelser ikke kan begrænses til alene at gælde for visse dele af salgsgenstanden. Sådanne vilkår tilsidesættes derfor af Forbrugerklagenævnet.
Vilkårene er klart i strid med kravet om god markedsføringsskik og vil tillige efter omstændighederne kunne anses for omfattet af markedsføringslovens § 2, stk. 1, om vildledende markedsføring, idet de er egnede til at bringe forbrugeren i vildfarelse med hensyn til hans retsstilling.

Forbrugerombudsmandens retsmidler

Forbrugerombudsmanden skal i medfør af markedsføringslovens § 15, stk. 1, føre tilsyn med, at loven overholdes. Tilsynet skal navnlig udøves ud fra hensynet til forbrugeren. Ifølge markedsføringslovens § 16, stk. 1, skal Forbrugerombudsmanden først og fremmest søge at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd gennem forhandling. Han kan - ligeledes på baggrund af forhandlinger - udstede generelle retningslinier for markedsføring på forskellige områder. Såfremt der kan opnås enighed herom med de erhvervs- og forbrugerorganisationer, der deltager i forhandlingerne, kan det i retningslinierne bestemmes, at de kan danne grundlag for udstedelse af påbud, jf. mfl. § 17, stk. 2, til et medlem af de organisationer, der har deltaget i forhandlingerne.

Det er imidlertid en svaghed ved disse retsmidler, at de alene kan fungere, hvis der i de relevante brancheorganisationer er vilje til at indgå i forhandlinger. Hvor en sådan vilje mangler, sættes markedsføringsloven ud af funktion som følge af dens opbygning omkring forhandling.

Sammenfatning

Såvel Forbrugerombudsmandens som Forbrugerklagenævnets praksis viser, at både markedsføringsloven og de civilretlige regler tilsiger, at de erhvervsdrivende ved udformningen af deres kontraktvilkår i forbrugerforhold tilstræber, dels at vilkårene formuleres klart, og dels at de er udtryk for en rimelig balance mellem de fordele, de erhvervsdrivende tillægger sig selv, og de rettigheder, der indrømmes forbrugerne.

Bilag til direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår, jf. artikel 3, stk. 3:

Kontraktvilkår, hvis formål eller virkning er følgende:

- a) At udelukke eller begrænse den erhvervsdrivendes lovbestemte ansvar i tilfælde af, at forbrugeren dør eller beskadiges legemligt som følge af en handling eller en udeladelse fra den erhvervsdrivendes side.
- b) At udelukke eller på uhensigtsmæssig vis at begrænse forbrugerens lovbestemte rettigheder over for den erhvervsdrivende eller en anden part i tilfælde af, at den erhvervsdrivende ikke har opfyldt forpligtelserne efter aftalen, eller kun har opfyldt dem delvist eller mangelfuldt, herunder muligheden for at udligne en gæld til den erhvervsdrivende med et tilgodehavende hos denne.
- c) At skabe en bindende forpligtelse for forbrugeren, medens den erhvervsdrivendes ydelser er underlagt en betingelse, hvis opfyldelse alene afhænger af hans vilje.
- d) At tillade den erhvervsdrivende at beholde et af forbrugeren indbetalt beløb, når denne ikke ønsker at indgå eller gennemføre aftale, uden at forbrugeren har ret til en godtgørelse af tilsvarende størrelse fra den erhvervsdrivende, hvis det er den erhvervsdrivende selv, der opgiver aftalen.
- e) At pålægge en forbruger, som ikke opfylder sine forpligtelser, en uforholdsmæssig stor godtgørelse.
- f) At tillade den erhvervsdrivende at opsige aftalen efter forgodtbefindende, med mindre der gives forbrugeren samme mulighed, som at tillade den erhvervsdrivende at beholde et af forbrugeren indbetalt beløb for tjenesteydelser, som den erhvervsdrivende endnu ikke har leveret, hvis det er den erhvervsdrivende selv, der opsiger aftalen.

- g) At tillade den erhvervsdrivende uden rimeligt varsel at bringe en aftale indgået på bestemt tid til ophør, med mindre der er alvorlige grunde hertil.
- h) Automatisk at forlænge en aftale med begrænset varighed, hvis forbrugeren ikke har givet udtryk for ønske om det modsatte, når den dato, der er fastsat som sidste frist for forbrugeren til at give udtryk for sit ønske om, at aftalen ikke skal forlænges, ligger urimeligt langt fra datoen fra aftalens udløb.
- i) Bindende for forbrugeren at fastslå, at denne har accepteret vilkår, som han rent faktisk ikke har haft mulighed for at stifte bekendtskab med inden aftalens indgåelse.
- j) At tillade den erhvervsdrivende ensidigt at ændre kontraktvilkårene uden gyldig og i aftalen anført grund.
- k) At tillade den erhvervsdrivende ensidigt uden gyldig grund at ændre egenskaber ved det produkt eller den tjenesteydelse, der skal leveres.
- l) At bestemme, at vareprisen skal afgøres på leveringstidspunktet, eller at tillade sælgeren af en vare eller leverandøren af tjenesteydelser at sætte prisen op, uden at forbrugerne i begge tilfælde 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.
- m) At give den erhvervsdrivende ret til at afgøre, om den leverede vare eller tjenesteydelse opfylder kontraktvilkårene, eller at give denne en ensidig ret til at fortolke det enkelte kontraktvilkår.
- n) At begrænse den erhvervsdrivendes pligt til at respektere de forpligtelser, som dennes befuldmægtigede har indgået, eller at gøre den erhvervsdrivendes forpligtelser betinget af, at en særlig formalitet overholdes.
- o) At pålægge forbrugeren pligt til at opfylde sine forpligtelser, selvom den erhvervsdrivende ikke opfylder sine.
- p) At give den erhvervsdrivende mulighed for uden forbrugerens samtykke at overdrage aftalen, når dette kan føre til en forringelse af forbrugerens garanti.
- q) At ophæve eller indskrænke forbrugerens adgang til at rejse søgsmål eller benytte andre retsmidler, navnlig ved at pålægge forbrugeren et krav om udelukkende at lade eventuelle tvister afgøre ved voldgift, der ikke er omfattet af retlige bestemmelser, ved uretmæssigt at begrænse de bevismuligheder, som forbrugeren har til rådighed, eller ved at pålægge denne en bevisbyrde, der ifølge gældende ret ligger hos en anden aftalepart.

1.2. Standardvilkår vedrørende udlejning af radio og tv samt hårde hvidevarer. Omgåelse af kreditaftaleloven ved indgåelse af lejeaftaler med køberet

1.2.1. Forbrugerombudsmandens standardkontraktsgennemgang

Som det fremgår af punkt 1.1. har Forbrugerombudsmanden undersøgt de standardvilkår, der anvendes af de største udlejningsvirksomheder, inden for udlejning af radio/tv og hårde hvidevarer til forbrugere. Bedømmelsen er foretaget i overensstemmelse med det grundlag, der er angivet i artiklen om standardvilkår i forbrugerkontrakter. De vilkår, der kan rejses kritik af, er i vidt omfang ens i de undersøgte brancher.

Generelt har gennemgangen af radio- og tv-branchen og hårde hvidevarebranchens vist, at standardvilkårene indeholder temmelig meget om forbrugerens forpligtelser og ikke meget om udlejerens forpligtelser. Vilkårene stiller i betydelig grad forbrugeren ringere end efter gældende ret.
Forbrugerombudsmanden har blandt andet fokuseret på vilkår om uopsigelighed i en længere periode fra aftalens indgåelse og på rykkergebyrers størrelser. Der henvises til punkt 1.1. Af andre vilkår Forbrugerombudsmanden har vurderet kan nævnes følgende:

- *Lejeren skal ved lejemålets ophør erstatte enhver forringelse, der ikke kunne forventes ved sædvanlig brug.* Forbrugerombudsmanden fandt, at efter dansk rets almindelige regler bærer udlejeren som udgangspunkt risikoen for det lejedes hændelige beskadigelse eller undergang, mens lejeren kun er ansvarlig efter en culparegel. Det betyder, at lejeren kun ifalder et erstatningsansvar, hvis der er handlet forsætligt eller uagtsomt. Vilkåret kunne derfor ikke accepteres.
- Nogle af udlejningsvirksomhederne anvender et vilkår, hvorefter *udlejer fraskriver sig ethvert ansvar for ulemper, forstyrrelser eller andet økonomisk tab, der er en følge af fejl eller mangler ved det lejede*. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse strider et sådant vilkår, som indebærer, at udlejer ikke er erstatningsansvarlig for økonomisk tab forårsaget af fejl ved det lejede, imod de i retspraksis udviklede

regler om erstatning i kontrakt og om produktansvar og er åbenbart urimeligt.

- *Lejeren skal holde det lejede forsikret mod enhver skade i lejeperioden. Forsikringen skal dække anskaffelse til nyværdi.* Hertil bemærkede Forbrugerombudsmanden, at lejeren alene bør være forpligtet til at lade det lejede være omfattet af en almindelig indboforsikring eller, hvor der ikke er tegnet en indboforsikring, der også dækker lejede genstande, være forpligtet til at tegne en forsikring til dækning af hændelige skader på det lejede.
- *Der ydes ikke reduktion i lejen for den tid, det lejede ikke kan benyttes som følge af opståede fejl og mangler*. Forbrugerklagenævnet har behandlet spørgsmålet om betaling af leje i en reparationsperiode. Nævnet fandt, at hvis det lejede ikke kunne tilbageleveres i repareret stand straks, kunne lejeren ikke kræves leje for reparationsperioden. Vilkåret har sammenhæng med udlejers pligt til at reparere det lejede.
- I kontrakterne var anført, *at udlejeren skal holde det lejede i funktionsdygtig stand, og at service udføres snarest muligt*. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse giver en sådan bestemmelse ikke forbrugeren den fornødne sikkerhed for at have et funktionsdygtigt apparat i lejeperioden. Det bør yderligere fremgå, at kan en reparation ikke udføres inden for et par dage, stilles et andet tilsvarende apparat til forbrugerens rådighed. I modsat fald må forbrugeren efter Forbrugerombudsmandens opfattelse have ret til at kræve sig frigjort fra lejeaftalen.
- *Flytning af det lejede forudsætter godkendelse af udlejer*. Forbrugerombudsmanden anførte, at såfremt udlejeren ikke godkender en flytning af det lejede, må lejeren være berettiget til at kræve sig løst af lejekontrakten, og dette bør fremgå af lejevilkårene.
- Forbrugerombudsmanden fandt, at vilkåret om udlejers adgang til at ophæve lejeaftalen - *udlejer kan hæve kontrakten uden varsel, hvis lejer misligholder sine forpligtelser, herunder især ved vanrøgt, manglende forsikring eller manglende betaling* - bør ændres. Da en kontraktspart ifølge dansk rets almindelige regler som udgangspunkt kun kan ophæve en aftale, såfremt der foreligger væsentlig misligholdelse, mener Forbrugerombudsmanden, at det bør afspejles i vilkåret, at udlejerens ret til at ophæve lejeaftalen forudsætter en væsentlig misligholdelse fra lejerens side, herunder at lejer trods påkrav ikke har bragt forholdet i orden.
- Af flere af udlejningsvirksomhedernes lejevilkår fremgår, at *udlejer er berettiget til at overdrage forpligtelser og rettigheder ifølge kontrakten til tredjemand*. Forbrugerombudsmanden pegede på, at i formueretten er det som regel kun rettigheder - og ikke også forpligtelser - der kan overdrages. Overdrager udlejer samtlige rettigheder og pligter i henhold til lejeaftalen til tredjemand, vil lejeren derfor alligevel kunne fastholde udlejeren på pligterne. Lejeren kan også vælge at opsige aftalen som følge af debitorskiftet.
- Vedrørende vilkår eller *praksis omkring lejerens tilbagelevering af det lejede* anførte Forbrugerombudsmanden, at det bør fremgå klart, at det påhviler udlejeren - i hvert fald når der er tale om større apparater - at afhente det lejede ved lejemålets ophør. Hvis udlejeren ønsker at kræve betaling herfor, skal det udtrykkeligt fremgå af kontrakten.
- Forbrugeren får undertiden ved leje af radio/tv og hårde hvidevarer en *ret til at købe det lejede eller et tilsvarende produkt af samme alder*. Vilkårene for køb kan variere med hensyn til, hvornår produktet kan købes, og hvordan den indbetalte leje bliver fratrukket i den købesum, som forbrugeren skal betale for produktet. Sådanne ordninger kan indebære en omgåelse af kreditaftalelovens regler om køb med ejendomsforbehold, jf. nærmere beskrivelsen af problemstillingen under afsnittet nedenfor om Forbrugerklagenævnets afgørelser i denne type sager.

Hvor udlejningsvirksomhederne endog havde annonceret med retten til at købe det lejede eller noget tilsvarende, påpegede Forbrugerombudsmanden, at det efter hans opfattelse er nærliggende at anse en sådan ordning for omfattet af kreditaftalelovens § 6,
stk. 2. Og da ordningen enten er i strid med eller i hvert fald gør overtrædelse af kreditaftaleloven nærliggende, fandt Forbrugerombudsmanden ordningen i strid med god markedsføringsskik. Han henstillede, at virksomhederne ophørte med at markedsføre og praktisere ordningen. I stedet må de enten indgå lejeaftaler, der ikke indeholder elementer af køberet og refusion af lejebetalinger, eller oprette købekontrakter med ejendomsforbehold, der respekterer kreditaftalelovens regler, bl.a. om mindsteudbetaling og oplysning om Kreditomkostninger.

Udlejningsvirksomhederne har på en række punkter været indstillet på at ændre lejekontrakterne, mens virksomhederne på andre punkter ikke umiddelbart har været enige i Forbrugerombudsmandens synspunkter, først og fremmest om minimumslejeperioden, rykkergebyrer og spørgsmålet om omgåelse af kreditaftalelovens § 6, stk. 2.

Forbrugerombudsmanden meddelte udlejningsvirksomhederne, at han fastholdt sin henstilling om, at minimumslejeperioden ændres til 3 måneder. Vedrørende rykkergebyrer oplyste han at være indtrådt i to retssager om størrelsen af rykkergebyrer, opkrævet af pengeinstitutter, og at han foreløbig vil afvente udfaldet af

disse sager.

Forbrugerombudsmanden har vedrørende omgåelsesproblematikken meddelt udlejningsvirksomhederne, at såfremt de sager, der nu er afgjort i Forbrugerklagenævnet, jf. nedenfor, ikke bliver efterlevet af virksomhederne, er han indstillet på at søge spørgsmålet afklaret ved domstolene. Det samme gælder, hvis udlejningsvirksomhederne fortsætter med at benytte lejeordninger med forkøbsret, og hvor den indbetalte leje i et vist omfang fradrages i købesummen.

Forbrugerombudsmanden forhandler fortsat om lejevilkårene. Forbrugerombudsmanden har anmodet udlejningsvirksomhederne om at modtage deres reviderede standardlejekontrakter og vil foretage en fornyet gennemgang af kontrakterne. (1999-410/5-2)

1.2.2. Forbrugerklagenævnets afgørelser i sager om omgåelse af kreditaftaleloven ved indgåelse af lejeaftaler med køberet

En køberet knyttet til en lejeaftale rejser spørgsmålet, om aftalen reelt er et køb med ejendomsforbehold, således at der foreligger en omgåelse af kreditaftalelovens bestemmelser. Efter kreditaftalelovens § 6, stk. 2, anses som køb med ejendomsforbehold også »en aftale, der er betegnet som lejekontrakt, eller hvorefter betalingen i øvrigt fremtræder som vederlag for brug af tingen, såfremt det må antages at have været meningen, at modtageren af tingen skal blive ejer af den«.

Formålet med bestemmelsen er at sikre, at de ufravigelige krav om blandt andet mindsteudbetaling og kreditoplysninger, som kreditaftaleloven opstiller, ikke gøres illusoriske ved, at aftalen benævnes leje, selvom der reelt er tale om et kreditkøb.

Når en lejeaftale reelt er et køb, indebærer dette, at kreditaftalelovens bestemmelser finder anvendelse. Efter kreditaftalelovens
§ 34, stk. 1, nr. 4, er et ejendomsforbehold kun gyldigt, hvis sælgeren ved overgivelsen af det købte er fyldestgjort for mindst 20% af kontantprisen. Er betingelsen ikke opfyldt, er ejendomsretten overgået til køberen, og sælger kan ikke tilbagetage det købte i tilfælde af misligholdelse.

Ved kreditkøb har forbrugeren samtidig ved kontraktens indgåelse krav på at få de oplysninger vedrørende kreditomkostninger og kreditvilkår, som fremgår af kreditaftalelovens § 9. Retsvirkningen af, at forbrugeren ikke som påbudt efter § 9, stk. 1, nr. 3, har fået samtlige kreditomkostninger angivet som ét samlet beløb, er efter lovens § 23, stk. 1, at forbrugeren ikke er forpligtet til at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%.

Forbrugerklagenævnet har i årenes løb jævnligt tilsidesat lejeaftaler og leasingkontrakter som værende et kreditkøb med den virkning, at forbrugeren, som ejer af den genstand aftalen angik, alene skulle betale kontantprisen og en årlig rente heraf svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%. Der henvises til JÅ 1998, side 105 og side 126, JÅ 1996, side 147, JÅ 1995, side 150 og 223, Forbrugerklagenævnets årsberetning 1985, side 78, og Forbrugerklagenævnets årsberetning 1979, side 53 og side 63.

En omtale af omgåelsesproblematikken i tv-udsendelsen »Rene ord for pengene« førte til, at Forbrugerklagenævnet i løbet af efteråret 1999 modtog 118 henvendelser fra forbrugere, der havde indgået lejeaftaler med forkøbsret. Forbrugerne gjorde gældende, at der var tale om et kreditkøb og krævede købsprisen opgjort efter kreditaftalelovens bestemmelser.

Hovedparten af henvendelserne vedrørte lejeaftaler indgået med FONA gruppen A/S og Fredgaard Radio A/S.

Fonas lejekontrakter indeholdt i lejebetingelserne en bestemmelse om, at det lejede ikke kan erhverves af lejeren. Samtidig fik de fleste af klagerne imidlertid ved aftalens indgåelse udleveret et »bevis« med blandt andet følgende indhold:

> »Ved forevisning af dette bevis kan De efter, at have lejet det på ovenstående lejeaftale specificerede udstyr i 60 måneder købe tilsvarende udstyr (af samme alder) for kun 1 krone.«

Også i forbindelse med hovedparten af Fredgaards lejeaftaler var aftalt en forkøbsret, idet der med lejekontrakterne fulgte et certifikat, hvori blandt andet fremgik:

> »En stor fordel ved at leje hos Fredgaard er, at du efter 5 år med samme, uændrede lejekontrakt kan købe et apparat magen til det lejede for 1 krone! Nederst i brevet finder du et certifikat, der viser, at du ret til det favorable køb. Gem venligst certifikatet!«

De første 10 klagesager har været forelagt for nævnet, som i alle sagerne gav forbrugeren medhold i, at der reelt forelå et kreditkøb, jf. kreditaftalelovens § 6, stk. 2. (1999-4012/7-631, 1999-4012/7-633, 1999-4012/7-636, 1999-4012/7-646, 1999-4012/7-651, 1999-4012/7-666, 1999-4012/7-668, 1999-4012/7-691, 1999-4012/7-700 og 1999-4012/7-685).

I nævnets afgørelser gøres rede for lovforarbejderne til denne bestemmelse:

Kreditaftalelovens § 6, stk. 2, svarer fuldstændig til § 2, stk. 2, i lov nr. 275 af 9. juni 1982 om køb på kredit, som bestemmelsen har afløst. En helt tilsvarende bestemmelse fandtes allerede i § 1, stk. 2, i lov nr. 244 af 8. maj 1917 om køb på afbetaling. Bestemmelsen var indsat i loven med følgende begrundelse, jf. Rigsdagstidende 1916-17, tillæg A, sp. 2522:

»...giver den selvfølgelige Regel, at man ikke kan unddrage en Transaktion, der i Virkeligheden er et Salg på Afbetaling, fra Lovens Regler ved at give den en anden Benævnelse eller Form. Loven vil således være at bringe i anvendelse på en Aftale, hvor Vederlaget erlægges under Navn af Leje, og der gives Lejeren Ret til efter Lejekontraktens Opfyldelse at erhverve Ejendomsret over Tingen ved Betaling af et ubetydeligt Beløb«.

Der er i forarbejderne til kreditkøbslovens § 2, stk. 2, bl.a. anført følgende, jf. betænkning nr. 839/1978 om køb på kredit, s. 59:

»Til stk. 2. Udkastets § 2, stk. 2, svarer i realiteten fuldstændig til den gældende afbetalingslovs § 1, stk. 2, om hvilken der henvises til Torben Jensen, Afbetaling (1970), p. 397-414, ...«

Om afgrænsningen mellem kontrakter, som henhørte under afbetalingslovens § 1, stk. 2, og andre kontrakter, er af Torben Jensen i Afbetaling, s. 402-403, bl.a. anført følgende:

»Bestemmelsen omfatter for det første enhver overenskomst om brug af en ting mod vederlag, når det enten i selve kontrakten eller ved særskilt vedtagelse (eventuelt i strid med dokumentets formelle indhold) er aftalt, at køberen bliver ejer, når et vist lejebeløb er betalt.

Den omfatter endvidere tilfælde, hvor ejendomsretten ikke automatisk overgår til lejeren, men hvor han efter betaling af aftalte lejeterminer har valgfrihed (optionsret) til at forlange lejegenstanden overdraget til eje, enten uden videre eller mod betaling af en nominel købesum eller et beløb, som i ikke uvæsentlig grad afviger fra dens fulde værdi på det tidspunkt, den angivne ejendomsoverdragelse finder sted. Motiverne nævner i denne forbindelse den klare situation, hvor beløbet er ubetydeligt, men tilsvarende må antages i andre tilfælde, når aftalen bærer tydeligt præg af manglende normalitet. Det er afgørende, om lejeren opnår reduktion af lejegenstandens pris ved hel eller delvis godskrivning af de hidtidige lejeindbetalinger.

Endelig viser udtrykket »må antages at have været meningen,« at bestemmelsen ikke alene omfatter tilfælde, hvor adgangen til at blive ejer af lejegenstanden er udtrykkelig aftalt, men også hvor den er stiltiende forudsat mellem parterne, og at betingelserne for at anvende denne bevisformodningsregel er forholdsvis lempelige.«

Beskyttelsen af køberen i forbrugerkøb med ejendomsforbehold blev udvidet væsentligt med gennemførelsen i 1983 af kreditkøbsloven, og denne beskyttelse blev i 1991 videreført med gennemførelsen af kreditaftaleloven. Samtidig med gennemførelsen af denne øgede beskyttelse blev der indført »et enstrenget kreditsikringssystem« med forbud mod, at kreditsælgeren i forbrugerkøb kunne tage pant i det solgte, jf. kreditkøbslovens § 9, som er afløst af kreditaftalelovens § 21. Baggrunden herfor var, at det blev anset for ønskeligt, at sælgerne (og evt. tredjemænd) blev henvist til at tage ejendomsforbehold, hvis de ønskede sikkerhed i det solgte for deres krav, jf. herved betænkning nr. 839/78 om køb på kredit, s. 40.

Kreditaftalelovens § 6, stk. 2, skal sikre, at kreditsælgeren heller ikke kan komme uden om den øgede køberbeskyttelse i forbrugerkøb med ejendomsforbehold ved at lade aftalen fremstå som en aftale om leje.

Nævnet lagde efter en samlet vurdering til grund, at det ved indgåelsen af aftalerne måtte antages at have været meningen, at klagerne skulle blive ejer af det lejede. Det kunne i den forbindelse ikke tillægges særskilt vægt, om klagerne ved aftalens indgåelse alene fik tilsagn om efter 60 måneder at kunne købe tilsvarende udstyr for 1 kr., idet det måtte lægges til grund, at det reelt var meningen, at det var den genstand, aftalen vedrørte, som klagerne efter 60 måneder kunne overtage for 1 kr. Aftalerne var således omfattet af kreditaftaleloven, hvis bestemmelser ikke ved forudgående aftale kan fraviges til skade for forbrugeren, jf. lovens § 7, stk. 1.

Da der forelå et forbrugerkreditkøb, og klagerne ikke ved kontraktens indgåelse som påbudt efter lovens § 9, stk. 1, nr. 3, havde fået samtlige kreditomkostninger angivet som ét samlet beløb, kunne klagerne efter § 23, stk. 1, ikke tilpligtes at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%.

Klagerne, der i de omhandlede sager havde betalt leje i mellem 4 og 5 år, havde herefter krav på tilbagebetaling af det for meget betalte i leje. I de fleste af sagerne skulle indklagede tilbagebetale mellem 2 og 3 års leje.

Fona havde i sagerne anført en række argumenter til støtte for, at de indgåede aftaler ikke var omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2. Nævnet bemærkede hertil følgende:

Indklagede har for det første anført, at det ikke ved aftalens indgåelse har været meningen, at klageren nødvendigvis skulle blive ejer af det lejede udstyr, idet udnyttelse af køberetten blot var en blandt flere muligheder for at afslutte forløbet.

Som det imidlertid fremgår af det oven for anførte citat fra Torben Jensen, Afbetaling, omfatter afbetalingslovens § 1, stk. 2 - og dermed kreditaftalelovens § 6, stk. 2 - også tilfælde, hvor lejeren efter betaling af aftalte lejeterminer har valgfrihed (optionsret) til at forlange lejegenstanden overdraget til eje mod reduktion af lejegenstandens pris ved hel eller delvis godskrivning af de hidtidige lejebetalinger. Der kan herved også henvises til kreditkøbsudvalgets betænkning nr. 876/79 vedrørende udlejning af løsøre, hvor der på s. 6 bl.a. er anført følgende:

»I de tilfælde, hvor der indrømmes lejeren en køberet, ..., vil denne omstændighed efter praksis medføre, at forholdet henføres under afbetalingslovens § 1, stk. 2, jf. også § 2, stk. 2, i udvalgets lovudkast i betænkningen om køb på kredit.«

Klageren vil efter at have betalt leje i 60 måneder have betalt, hvad der svarer til genstandens kontantpris med tillæg af kreditomkostninger. Ved herefter at kunne overtage genstanden for et symbolsk beløb opnår klageren derfor at kunne overtage den ved godskrivning af de hidtidige lejebetalinger. Denne situation er efter nævnets opfattelse klart omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2.

Indklagede har dernæst henvist til, at den indgåede aftale giver klageren en række fordele, som klageren ikke ville have haft, hvis klageren havde købt genstanden på kredit, hvorfor der må antages at foreligge en reel lejeaftale og ikke et kreditkøb.

Nævnet er ikke enig i, at kontrakten er mere fordelagtig for klageren, end et køb på kredit ville have været.

Indklagede har bl.a. henvist til, at man i sine kataloger sideløbende med lejetilbudene har annonceret med køb finansieret ved lån formidlet gennem indklagedes finansieringsselskab danMAX, og at leje i 5 år med køberet kunne være lidt billigere end at benytte et danMAX-lån. Da indklagede gennem lejeaftalen har tilsigtet som ejer at have sikkerhed i den udlejede genstand, er den indgåede aftale imidlertid ikke sammenlignelig med køb finansieret gennem et finansieringsselskab, hvor kreditomkostningerne bl.a. som følge af den manglende sikkerhed typisk er meget høje. I det omfang »lejemodelaftalen« måtte være konkurrencedygtig på prisen, kan der således ikke bortses fra, at dette bl.a. skyldes indklagedes forsøg på at få sikkerhed i det »lejede« gennem en omgåelse af kreditaftalelovens bestemmelser om ejendomsforbehold. Klageren har samtidig ikke ved »lejeaftalens« indgåelse haft mulighed for prismæssigt at sammenligne den med andre finansieringstilbud, idet der ikke i aftalen er givet klageren oplysninger svarende til dem, som ifølge kre-ditaftalelovens § 9 skal gives ved indgåelsen af en forbrugerkreditaftale.

Indklagede har dernæst henvist til, at klageren, indtil køberetten blev udnyttet, har nydt godt af de fordele, der følger af, at der har været tale om et lejeforhold, herunder gratis reparation, låneapparat under reparation, afhentning, mulighed for at ombytte til et andet apparat samt mulighed for at kunne opsige lejeaftalen med 1 måneds varsel efter 1 år.

Ved forbrugerkøb på kredit med ejendomsforbehold har køberen imidlertid bl.a. følgende retsstilling: Køberen er i mindst et år eller i en eventuelt aftalt længere garantiperiode sikret gratis afhjælpning eller ombytning inden rimelig tid i tilfælde af mangler, idet køberen, såfremt sælgeren ikke opfylder sin omleverings- eller afhjælpningspligt, har krav på at hæve købet og kræve den fulde købesum tilbagebetalt, jf. købelovens § 78. Køberen kan endvidere komme ud af kontraktforholdet ved at undlade at betale yderligere afdrag, jf. herved kreditaftalelovens § 35, hvorefter kreditgiveren i forbrugerkøb med ejendomsforbehold skal søge sig fyldestgjort for sit tilgodehavende ved tilbagetagelse af det solgte, og § 41, hvorefter kreditgiveren som hovedregel ikke kan gøre krav på betaling af det overskydende beløb, såfremt det tilbagetagnes værdi er mindre end kreditgiverens tilgodehavende, dvs. at kreditgiveren i så fald som hovedregel er henvist til at tage det solgte tilbage til fuld og endelig afgørelse af parternes mellemværende. Viser der sig mangler ved det solgte efter udløbet af købelovens et års frist eller en aftalt længere garantiperiode, vil sælgeren således have en naturlig tilskyndelse til at udbedre manglerne eller ombytte salgsgenstanden, idet sælgeren i modsat fald risikerer, at køberen blot undlader at betale yderligere afdrag i henhold til kontrakten.

Såvel købeloven som kreditaftaleloven indeholder derudover en række yderligere regler til beskyttelse af

køberen i forbrugerkøb. Den retsstilling, klageren har i tilfælde af, at aftalen anses som køb på kredit med ejendomsforbehold, er derfor alt i alt betydelig mere fordelagtig for klageren.

1.3. Sex-tjenester leveret over Internettet eller telefonen Forbrugerklagenævnets behandling

Forbrugerstyrelsen har i 1999 modtaget mere end 1.000 klager over sex-tjenester, der udbydes via telefonen eller Internettet. Forbrugerne gjorde gældende, at de ikke havde benyttet tjenesten, at de ved en fejl havde ringet til tjenesten, eller at det var en mindreårig, som havde foretaget opkaldene. I langt hovedparten af disse sager har udbyderne per automatik eftergivet deres krav mod forbrugerne, når sagen er blevet indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Telesextjenesterne markedsføres sædvanligvis i dag- og ugeblade. Tjenesten udbydes via almindelige telefonnumre. Ved hjælp af en vis-nummer teknik kan den erhvervsdrivende konstatere, hvor opkaldet foretages fra, og fremsender herefter en regning for brug af tjenesten til telefonabonnenten.

Sextjenesterne bliver ligeledes markedsført på Internettet. Adgang til ydelserne forudsætter, at forbrugeren downloader én eller flere opkaldsprogrammer. Det er gratis at downloade programmerne, hvorimod brug af opkaldsprogrammerne bliver faktureret.

På baggrund af de mange klager prøvekørte Forbrugerstyrelsen ét af den erhvervsdrivendes programmer. Programmet kunne hentes og downloades fra den erhvervsdrivendes hjemmeside, men det var også muligt at sende og modtage programmet via e-post, uden at man i forvejen havde været på hjemmesiden. Aktiveringen af programmet medførte, at computeren foretog en opringning til den erhvervsdrivendes Internetserver. Dvs. der var tale om en opringning til et andet telefonnummer end det, forbrugeren sædvanligvis benytter til sin vanlige Internetleverandør. Ved hjælp af den såkaldte »vis nummer« teknik aflæste den erhvervsdrivende telefonnummeret, hvorfra opringningen foregik. Herefter udsendtes en regning til telefonabonnenten, uden at den erhvervsdrivende på forhånd havde sikret sig, at den konkrete bruger af programmet og telefonabonnenten var samme person. Den fakturaudløsende handling (selve opringningen) skete, inden brugeren via programmet blev orienteret om, at man nu var faktureret et vist beløb. Dette kunne bl.a. få betydning i de tilfælde, hvor brugeren ikke på forhånd havde kendskab til programmet. Fx hvis programmet var installeret på computeren af en anden person, hvis programmet var tilsendt via e-post eller ved brug af en lånt computer, hvor programmet i forvejen var installeret.

Nævnet traf i 1999 afgørelser i flere sager om levering af sex-tjenester via telefon og Internet. Nævnet fandt, at den erhvervsdrivende havde tilrettelagt sin formidling af ydelserne på en sådan måde, at den, som foretog et opkald for at opnå en sådan ydelse, ikke umiddelbart kunne identificeres. Et opkald fra en forbruger kunne ikke i sig selv ses som udtryk for en viljeserklæring fra denne om mod betaling at ville aftage en af den erhvervsdrivendes ydelser, idet opkaldet fx kunne være foretaget ved en fejltagelse. Nævnet fandt på den baggrund, at det måtte være den erhvervsdrivendes bevisbyrde *at*godtgøre, at de påståede opkald rent faktisk var foretaget, *at* de var foretaget af den enkelte forbruger personligt eller med forbrugerens tilladelse, og *at* de var foretaget med vilje til at aftage en af den erhvervsdrivendes ydelser og med viden om, at der skulle betales herfor. Da den erhvervsdrivende i ingen af sagerne kunne anses for at have løftet denne bevisbyrde, fandt nævnet ikke, at forbrugerne var forpligtet til at betale noget beløb til den erhvervsdrivende.

Forbrugerombudsmandens behandling

På baggrund af de mange klager samt en dom fra Finland i en lignende sag, tog Forbrugerombudsmanden i sommeren 1999 sagen op over for den største udbyder af sextjenester via telefon og Internet.

Forbrugerombudsmanden gennemgik den erhvervsdrivendes annoncer og hjemmeside. Forbrugerombudsmanden fandt, at annonceringen for tjenesterne i dag- og ugeblade ikke var i overensstemmelse med markedsføringsloven §§ 1 og 2, stk. 1. Prisen var angivet med en lille svært læselig tekst, hvor følgende fremgik: »6,90 1/4 min. Min. deb. 5 min. + gebyr«. Dette betød, at opkald til tjenesterne, uanset opkaldets længde kostede minimum 147 kr.

Forbrugerombudsmanden fandt, at det af annoncerne klart og tydeligt skal fremgå, hvad prisen for benyttelse af tjenesterne er, herunder skulle minimumsdebiteringen anføres som et beløb. Videre fandtes det i strid med god markedsføringsskik, at den erhvervsdrivendes navn og fysiske adresse ikke fremgik af markedsføringen.

Da benyttelse af tjenesterne ikke nødvendigvis sker på baggrund af det skriftlige markedsføringsmateriale, skulle

samme oplysninger gives mundtligt før ydelsen blev leveret og debiteret.

Videre fandt Forbrugerombudsmanden, at fremsendelse af fakturaer til telefonabonnenten på baggrund af en vis-nummer funktion, og uden at den erhvervsdrivende havde sikret sig, at abonnenten var forpligtet til at betale for opkaldene, var egnet til at vildlede forbrugerne om deres betalingsforpligtelse.

Samme forhold gjorde sig gældende ved udbud af tjenesterne via Internettet, hvor Forbrugerombudsmanden fandt, at priserne for brug, samt hvem der udbød tjenesterne, ikke fremgik med tilstrækkelig tydelighed, hverken af annoncer eller af selve hjemmesiden. Fremsendelse af regninger på baggrund af en vis-nummer funktion var, som ved telefontjenester, egnet til at vildlede forbrugerne om deres betalingsforpligtelser og dermed i strid med markedsføringslovens §§1 og 2, stk. 1.

På baggrund af Forbrugerombudsmandens forhandlinger med den erhvervsdrivende, afgav den erhvervsdrivende i november 1999 et tilsagn efter markedsføringslovens § 16, hvorefter den erhvervsdrivende forpligtede sig til ved sin markedsføring overfor forbrugere af tjenester **leveret over telefonen:**

> *at* oplyse minimumsdebiteringen som et beløb,
>
> *a*t sørge for, at minimumsdebitering og minutpris fremgår tydeligt. Teksten skal som minimum være horisontal og med skriftstørrelse pkt. 10,
>
> *at* anføre sit fulde navn og firmaadresse i markedsføringsmateriale,
>
> *at* indrette tjenesten på en sådan måde, at debitering for opkald til tjenesten først sker, efter at forbrugeren har fået oplysninger om virksomhedens navn og adresse, tjenestens karakter, herunder at der er tale om en betalingstjeneste, samt hvorledes samtalen faktureres,
>
> *at* indrette sine tjenester leveret over telefonen på en sådan måde, at debitering for opkald til tjenesterne først sker, efter at forbrugerne har haft mulighed for at få og acceptere oplysninger om minimumspris, minutpris og andre aftalevilkår, herunder virksomhedens fulde navn og adresse, således at forbrugerne har mulighed for at afbryde forbindelsen, før ydelsen leveres,
>
> *at* undlade at fremsende fakturaer for opkald til tjenesten til indehaveren af det abonnent, der er ringet til tjenesten fra, medmindre den erhvervsdrivende har sikret sig, at abonnenten er forpligtet til at betale for opkaldet. Fremsendelse af faktura til abonnenten kan dog ske, såfremt det klart, tydeligt og særligt fremhævet fremgår af fakturaen, at fakturaen er udstedt på baggrund af registrering af opkald fra abonnentens telefon, at abonnenten, såfremt han ikke selv har foretaget opkaldet eller er mindreårig, skal kontakte den erhvervsdrivende, og at den erhvervsdrivende ved modtagelse af reklamationer straks annullerer fakturaerne.

Videre indeholdt tilsagnet krav om, at den erhvervsdrivende ved sin markedsføring overfor forbrugere af **tjenester leveret over Internettet**, og som der kræves særskilt betaling for, skulle

- oplyse minimumsdebiteringen, som et beløb,
- sørge for, at minimumsdebitering samt minut-/timepris i annoncer fremgår klart og tydeligt. Teksten skal som minimum være horisontal og med skriftstørrelse pkt. 10,
- sørge for, at minimumspris og minut-/timepris fremgår tydeligt og lige så eksponeret som adgangsfaciliteten til den ydelse, der debiteres for, samt at prisoplysningerne gives således, at de vises i samme skærmbillede som adgangsfaciliteten,
- anføre sit fulde navn og faste adresse i markedsføringsmaterialet,
- indrette sin tjeneste på en sådan måde, at debitering først sker, efter at forbrugeren har fået oplysninger om virksomhedens fulde navn, faste adresse samt tjenestens karakter, således at forbrugeren har mulighed for at afbryde forbindelsen inden debiteringen sker,
- indrette sin tjeneste på en sådan måde, at debitering først sker, efter at forbrugeren har fået og accepteret oplysninger om minimumsdebitering og minut-/timepris og andre aftalevilkår, således at forbrugeren har mulighed for at afbryde forbindelsen, inden debitering sker,
- at undlade at fremsende fakturaer til indehaveren af det telefon- eller Internetabonnement, hvorfra der er sket opkobling, medmindre den erhvervsdrivende på forhånd har sikret sig at abonnenten er forpligtet til at betale for brug af tjenesten. Fremsendelse af faktura til abonnenten kan dog ske, såfremt det klart, tydeligt og særligt fremhævet fremgår af fakturaen, at fakturaen er udstedt på baggrund af registrering af opkald fra abonnentens telefon, at abonnenten, såfremt han ikke selv har foretaget opkaldet eller er mindreårig, skal kontakte den erhvervsdrivende, og at den erhvervsdrivende ved modtagelse af reklamationer straks annullerer fakturaerne.

Forbrugerombudsmanden følger op på, om tilsagnet overholdes.

1.4. Forbrugerklager over computere mv

Forbrugerklagenævnet har i løbet af de seneste år oplevet en stadig stigning i antallet af klagesager om computere og tilbehør. Fra 1994 til 1999 steg antallet af denne type sager med ca. 110 % fra 163 oprettede sager til 345. Den teknologiske udvikling har betydet, at den almindelige forbruger i dag typisk ejer mindst en computer og har adskillige andre chip-styrede produkter i sit hjem. Samtidig indgås et stigende antal aftaler med forbrugere om digitale tjenesteydelser, som fx adgang til Internettet.

Som følge af varernes tekniske kompleksitet og hurtige forældelse gør der sig ofte særlige forhold gældende i disse sager. I det følgende gives en oversigt over de hovedproblemstillinger, som Forbrugerklagenævnet har behandlet i perioden fra 1995-1999.

Købsaftalens indgåelse - særligt om fortrydelsesret i fjernsalg

De fleste køb af computere mv. foregår som traditionelle butikskøb. Forbrugeren henvender sig i en forretning og udvælger den ønskede vare. Samtidig med at varen udleveres, betales købesummen til sælgeren. I en del tilfælde foregår købet imidlertid på andre måder, som ved bestilling pr. telefon eller over Internettet, hvor varen fremsendes til forbrugeren. Her opstår dels spørgsmålet, om sælgeren overhovedet er erhvervsdrivende, dels om anvendelse af reglerne om fjernsalg og fortrydelsesret i dørsalgsloven (lov nr. 886 af 23. december 1987 om visse forbrugeraftaler).

I en sag havde en forbruger ringet til sælgeren efter at have set en annonce i Den Blå Avis om salg af en bærbar computer. Forbrugeren kørte derefter ud til sælgerens forretningssted, der var en mindre forretning med salg af radio, tv, mv., og købte computeren. Da forbrugeren indbragte en klage pga. mangler ved computeren, påstod sælgeren sagen afvist med den begrundelse, at det var hans private telefonnummer, der var opgivet i annoncen, og at han normalt ikke solgte computere i sin forretning, hvorfor han havde handlet som privat person. Nævnet fastslog, at forbrugeren med rette havde opfattet det som et erhvervsmæssigt og ikke et privat salg, fordi den endelige købsaftale var indgået i sælgerens forretning, og kvitteringen bar sælgerens forretningsstempel[1)].

I en anden sag bestilte en forbruger telefonisk en computer med betaling pr. efterkrav. Det var i salgsvilkårene i annoncen oplyst, at der var 8 dages returret på varen mod et gebyr på 10% af købesummen. Forbrugerklagenævnet fastslog, at der var tale om et fjernsalg omfattet af dørsalgslovens ufravigelige regler om fortrydelsesret. Et gebyr på 10% er en indskrænkning i fortrydelsesretten, hvilket er ugyldigt. Sælgeren havde gjort gældende, at computeren var specialfremstillet og dermed undtaget fra fortrydelsesretten. Dette afviste nævnet, fordi sælgeren kun havde ændret computeren ved hjælp af standardkomponenter og ikke foretaget en egentlig »tilvirkning« af varen i lovens forstand[2)].

I en sag hvor en forbruger havde bestilt en computer pr. e-mail, men selv skulle afhente den, fandt nævnet også, at det var et fjernsalg, selvom varen ikke blev tilsendt forbrugeren. Det bemærkes, at sælgeren over for forbrugeren havde betegnet aftalen som et "postordresalg"[3)].

Forbrugerklagenævnet har i flere andre sager behandlet anvendelsen af dørsalgslovens fortrydelsesret. Nævnet har udtalt, at det er tilstrækkeligt, at en forbruger faktisk udnytter fortrydelsesretten indenfor tidsfristen, og at hans identitet fremgår af det returnerede. Det er ikke et krav, at man udtrykkeligt skal skrive, at fortrydelsesretten benyttes[4)].

Det er dog ikke altid, at forbrugeren kan påberåbe sig fortrydelsesret efter dørsalgsloven, eller at købsaftalen er ugyldig som følge af manglende skriftlig oplysning om fortrydelsesretten. En forbruger havde pr. postordre købt en computer, der trods 4-5 afhjælpningsforsøg fra sælgerens side ikke fungerede tilfredsstillende. Forbrugeren påberåbte sig i klagesagen, at aftalen var ugyldig, fordi han ikke havde fået skriftlig oplysning om fortrydelsesretten ved aftalens indgåelse. Nævnet fandt, at købsaftalen var bindende for forbrugeren, fordi han gennem længere tid havde fastholdt købet og ladet sælgeren foretage de mange afhjælpningsforsøg[5)].

I en anden sag fastslog nævnet, at en forbruger ikke kunne påberåbe sig en 30 dages fortrydelsesret over for sælgeren 51/2 måned efter købet, uanset at han lige siden købet havde reklameret kontinuerligt til producenten af varen[6)].

Nævnet har taget stilling til spørgsmålet om en købsaftales bindende virkning, hvis der opstår en uventet situation, der gør det vanskeligt for sælgeren at levere den aftalte vare. En forbruger havde bestilt 1 stk. 128 MB RAM. Sælgeren bekræftede ordren pr. e-mail, hvori han skrev, at prisen var 875 kr., og at RAM-klodsen ville blive sendt fra lageret den følgende dag. Fem dage senere modtog forbrugeren en e-mail fra sælger, der skrev, at

prisen nu var steget til 2.295 kr., fordi et jordskælv i Taiwan dagen forinden havde ødelagt en stor RAM-fabrik. Nævnet fandt, at sælgeren ikke kunne påberåbe sig, at jordskælvet var en ansvarsfritagende force majeure situation. Ansvarsfritagelse sker kun, når alle genstande af den pågældende art eller parti er gået til grunde, så varen er umulig at fremskaffe, hvilket ikke var tilfældet, jf. købelovens § 24[7)]. Samtidig var leveringen allerede ved jordskælvet forsinket væsentligt.

Mangler ved det købte

Langt de fleste klagesager drejer sig om mangler ved den købte genstand eller tjenesteydelse. Når der er tale om rent tekniske mangler, fx at computeren ikke har den annoncerede kapacitet eller har en defekt, er mangelsbedømmelsen relativt simpel, idet en sagkyndig besigtigelse oftest vil kunne fastslå årsagen til problemet. I en del sager er spørgsmålet imidlertid, om det købte lever op til forbrugerens forventninger, og om forventningerne til varens egenskaber er berettigede. Afgørelsen kommer derfor til at bero dels på, hvad parterne konkret har aftalt, og dels på, hvad »den almindelige forbruger med rette kunne forvente«.

Vildledende oplysninger

En printer var i et katalog beskrevet som en »printer til den professionelle bruger...velegnet til at løse opgaver i såvel små hjem som i små og store virksomheder«. Det var oplyst, at printeren kunne udskrive 6 sider i minuttet i en opløsning på 600 DPI. På baggrund af disse oplysninger samt sælgerens bekræftelse af printerens egenskaber, købte en forbruger printeren, idet han bl.a. skulle bruge den til at udskrive billeder. Printeren viste sig ikke at kunne udskrive billeder i den anførte opløsning og på den anførte tid og var efter nævnets computersagkyndiges opfattelse ikke en printer for »den professionelle bruger. Nævnet fandt derfor, at der var givet vildledende oplysninger af betydning for forbrugerens køb af printeren, hvorfor han kunne ophæve aftalen, jf. købelovens §§ 76, stk. 1, nr. 2 og 78, stk. 1[8)].

I flere sager har nævnet statueret, at det er vildledende fx at sælge en computer som en »Pentium 586«, hvis det kun er en opgraderet »386'er«[9)]. Sælgerens oplysninger har betydning for forbrugerens bedømmelse af varen, og de vildledende oplysninger betød, at computerne var mangelfulde, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 1. Det samme gælder naturligvis, når en computer, der sælges som »ny«, i virkeligheden indeholder brugte og ulovlige dele, eller sælgeren har lovet nogle egenskaber, som en printer fx ikke har[10)].

Berettigede forventninger

Selvom sælgeren ikke har udtalt sig om specifikke egenskaber ved computeren mv., har forbrugerne nogle berettigede forventninger til varernes kunnen. Hvis den pågældende vare afviger fra det forventelige, skal sælgeren oplyse forbrugeren om det. I modsat fald er der mangler ved den købte computer mv.

En forbruger havde købt en computer, der viste sig ikke at kunne udvides med yderligere RAM, uanset at det stod i den medfølgende manual. Forbrugerklagenævnet fandt, at det er en typeforudsætning hos forbrugerne, at en computers interne hukommelse kan udvides indenfor de tekniske specifikationer. Købet kunne derfor ophæves[11)].

I en anden sag havde en sælger anbefalet et grafikkort, der viste sig ikke at være kompatibelt med Windows 98 og kun virkede med få typer bundkort. Selvom forbrugeren ikke havde stillet særlige krav til grafikkortets anvendelsesmuligheder, fandt nævnet, at sælgeren af egen drift burde have oplyst de væsentlige begrænsninger, der reelt var, og købet kunne derfor hæves[12)]. Endelig har nævnet i 1999 udtalt, at en forbruger, der køber en programpakke i »den danske version«, er berettiget til at forvente, at brugervejledningen og ikke blot installationsfolderen er på dansk[13)].

I andre sager har forbrugerens forventninger ikke været typeforudsætninger og dermed ikke berettigede. Nævnet har i overensstemmelse med dette udtalt, at forbrugere, der køber komplekse komponenter, som fx bundkort, grafikkort, mv. for selv at installere delene, er forpligtede til at søge vejledning hos sælgeren, om hvorvidt delene er kompatible med den pågældende computer. Hvis forbrugeren ikke har søgt sælgerens råd, er det forbrugerens egen risiko, hvis delene ikke kan bruges[14)]. Princippet må antages at gælde generelt.

En forbruger kunne således ikke med rette forvente, at en laserprinter kunne håndtere alle funktioner i et bestemt tekstbehandlingsprogram, eller at programmer og spil udviklet til et andet styresystem, kunne bruges med styresystemet OS2, der fulgte med computeren ved købet[15)]. I ingen af sagerne var sælgeren bekendt med forbrugernes forventninger. I en anden sag købte en forbruger en computer med »gratis Internet i 3 måneder«.

Nævnet fandt, at udtrykket »gratis Internet« almindeligvis må forstås som opkoblingsabonnementet, og ikke også telefonforbruget på Internettet, som forbrugeren påstod[16)].

Bevisbyrden

Bevisbyrden for, at der er en mangel ved en computer eller noget tilbehør, påhviler forbrugeren, der vil gøre manglen gældende. Både i situationer, hvor årsagen til en defekt uden tvivl er, at forbrugeren har brugt varen på en uhensigtsmæssig måde ved fx at fejlinstallere komplekse komponenter, og hvor det ikke kan udelukkes, at defekten skyldes forbrugerens forhold, kan ansvaret for defekten ikke pålægges sælgeren.

En forbruger havde købt en bærbar computer, men mente, at batterialarmen var defekt, fordi den bippede hver halve time. Nævnets sagkyndige konstaterede, at batteriet ikke kunne holde så lang tid som et normalt batteri, og at det efter korrekt opladning kun var opladet 75%. Han kunne dog ikke med sikkerhed fastslå årsagen hertil. Nævnet fandt, at det ikke kunne afvises, at batteriets levetid var forkortet som følge af, at forbrugeren ikke havde sørget for at aflade det fuldstændigt før genopladning. Da defekten ved batteriet muligvis skyldtes uhensigtsmæssig brug, var det ikke påvist, at der var en mangel ved computeren som sælgeren kunne holdes ansvarlig for[17)].

Retsvirkningen af mangler

Hvis en forbruger vil påberåbe sig, at der er mangler ved en computer eller lignende, skal han sørge for at gøre det »inden rimelig tid«, jf. købelovens § 81. Hvis der går for lang tid, fra han opdager eller burde have opdaget manglen, og til han gør sælgeren opmærksom på det, mister han sin ret.

En forbruger havde købt et program via Internettet. Det virkede ikke, og han reklamerede derfor til producenten over Internettet. De havde løbende korrespondance om problemet i 5 måneder, hvorefter producentens hjemmeside pludselig forsvandt fra Internettet. Forbrugeren reklamerede derefter til sælgeren, der afviste klagen. Nævnet fandt, at producenten havde påtaget sig at afhjælpe eventuelle mangler, da det fremgik af programmet, at man altid kunne benytte producentens support-funktion. Da forbrugeren derfor havde reklameret rettidigt over for producenten, kunne sælgeren ikke afvise reklamationen, jf. købelovens § 84[18)].

Som det ses af de refererede sager, er retsvirkningen af mangler ved computere mv. ofte, at købet kan hæves, jf. købelovens § 78, stk. 1. Dette skyldes, at den tekniske fejl eller eventuelt manglende egenskab ved computeren bevirker, at forbrugeren slet ikke kan anvende den som forudsat. I visse tilfælde er manglen ikke så væsentlig, at forbrugeren ikke kan bruge det købte, og nævnet fastsætter i stedet et afslag i den samlede købesum. I en sag hvor en forbruger havde købt en computer med printer, skærm og et tekstbehandlingsprogram, var der mangler ved programmet. Han fik tildelt et afslag i købesummen, der blev fastsat i forhold til den samlede købesum og ikke kun programmets pris[19)].

Reparationer

Reparationer foregår enten som følge af sælgerens almindelige afhjælpningsret (købelovens § 79), med henvisning til en garanti eller endelig for forbrugerens egen regning.

Reparation af mangler i henhold til købeloven eller garanti

Ifølge købelovens regler har sælgeren ved en reklamation ret til at forsøge at afhjælpe mangler ved en vare, før forbrugeren kan ophæve købet, jf. købelovens § 79. Sælgeren kan vælge at reparere eller at ombytte varen.

Når der er tale om simple genstande, hvor det hurtigt kan konstateres, om man kan reparere dem eller ej, gives der sælgeren et eller to afhjælpningsforsøg. Ved teknisk komplicerede genstande såsom computere og disses tilbehør har sælgeren ifølge praksis ret til flere afhjælpningsforsøg. Det beror på en konkret vurdering af defekten, hvor mange afhjælpningsforsøg sælgeren har. Forbrugerklagenævnet har i flere sager statueret, at forbrugeren kan ophæve købet, hvis det ikke er lykkedes sælgeren at udbedre en mangel efter 4-5 forsøg[20)].
Når en reparation er foretaget, opstår der ofte tvist mellem parterne, om det var en vederlagsfri (garanti)reparation, eller om forbrugeren skal betale vederlag.
En forbruger havde indenfor garantiperioden indleveret sin computer til reparation og fik efterfølgende tilsendt en regning, fordi sælgeren ikke havde kunnet finde fejl ved computeren. Nævnets afgørelse fastslog, at sælger har pligt til at foretage vederlagsfri fejlfinding og reparation, når der er ydet en funktionsgaranti. Der kan kun kræves vederlag, hvis sælgeren kan bevise, at forbrugeren er skyld i fejlen, og sælgeren derudover inden reparationen

har gjort forbrugeren opmærksom på vederlaget[21)]. I en anden sag havde sælger tilkendegivet, at det var en reparation indenfor garantien, og han kunne derfor ikke bagefter kræve vederlag af forbrugeren[22)].
Uanset om en reparation foretages efter de almindelige afhjælpningsregler i købeloven eller i henhold til en garanti, skal den som udgangspunkt være uden udgifter for forbrugeren. Nævnet udtalte således i en sag om mangler ved et modem, at da købelovens udgangspunkt ikke klart var fraskrevet i garantibetingelserne, skulle sælgeren erstatte forbrugerens udgifter til transport i forbindelse med reparationen samt til en sagkyndig erklæring, som forbrugeren havde måttet indhente for at få sælgeren til at reparere modemet[23)].

Undersøgelsesgebyr

Det hænder, at sælgeren undersøger en computer for fejl, som forbrugeren har oplevet, og finder, at der slet ikke er fejl ved varen, eller at fejlen skyldes uhensigtsmæssig betjening. I disse tilfælde opstår spørgsmålet, om sælgeren kan kræve et undersøgelsesgebyr. Når forbrugeren reklamerer indenfor købelovens 1-års frist, kan sælgeren formentlig kun kræve gebyr, hvis; forbrugeren ved indleveringen er gjort bekendt med gebyret, sælgeren kan dokumentere, at der ikke foreligger en mangel, og gebyrets størrelse i øvrigt er rimeligt[24)]. Hvis undersøgelsen foretages under en garanti må samme principper gælde, idet afgørelsen dog må bero på en fortolkning af garantiens vilkår sammenholdt med markedsføringsloven § 4[25)].

Reparationer for forbrugerens egen regning

I sager om reparationer for forbrugerens egen regning er spørgsmålet ofte, om vederlagets størrelse er rimeligt. I en sag havde en forbruger indleveret sin printer til reparation, hvorefter printerhovedet var blevet udskiftet. En sagkyndig undersøgelse viste, at det alene havde været nødvendigt at udskifte blækpatronen. Forbrugeren skulle derfor kun betale for udgiften til en ny blækpatron[26)].

Som følge af den stadige teknologiske udvikling forældes computere mv. meget hurtigt, og værdien af dem falder med tilsvarende hast. Før der foretages en reparation, skal reparatøren derfor overveje, om det overhovedet kan betale sig for forbrugeren. En forbruger fik repareret sin 5 år gamle printer for 2.150 kr. Nævnet udtalte, at reparatøren burde have været klar over, at det var urentabelt, og han skulle derfor have indhentet forbrugerens samtykke, før han foretog reparationen[27)]. I en anden sag fik en forbruger oplyst, at det ville koste ca. 2.000 kr. at reparere hans skærm. Han afslog reparationstilbuddet, men fik tilsendt en regning for undersøgelsen på knapt 1.000 kr. Nævnet tilsidesatte regningen, da reparatøren burde have frarådet undersøgelsen under hensyn til skærmens ringe værdi[28)].

Ombytning

Mange sælgere vælger at ombytte en mangelfuld computer i stedet at forsøge at reparere den. Da ombytning træder i stedet for en reparation, skal der ombyttes til en helt tilsvarende, mangelfri vare, og forbrugeren skal stilles juridisk lige så godt som ved reparation.

I en sag, hvor der var en mangel ved en harddisk, valgte sælgeren at foretage ombytning. Da klageren oprindelig havde købt sin computer med præinstalleret software, fandt nævnet, at sælgeren var forpligtet til at geninstallere softwaren efter ombytningen[29)]. I en anden sag blev forbrugerens mangelfulde computer ombyttet til en nyere model af samme type. Som følge af den hurtige prisudvikling indenfor computere var den nye computers værdi imidlertid ca. 4.200 kr. mindre end den oprindelige, hvilket fremgik af den faktura, forbrugeren fik udleveret ved ombytningen. Sælgeren gjorde gældende, at der var sket korrekt ombytning, fordi han havde leveret en mindst lige så god computer som den gamle. Nævnet fandt, at ombytningen i sig selv var korrekt, men at den ikke måtte bevirke, at forbrugerens computer faldt i værdi. Sælgeren skulle derfor påføre ombytningsdatoen på den oprindelige faktura, så denne købspris fortsat var gældende[30)].
Der gælder ligeledes den almindelige regel om, at afhjælpning skal ske indenfor rimelig tid. Hvis sælgeren ikke ombytter indenfor et vist tidsrum, kan forbrugeren hæve købet[31)].
På samme måde som ved reparationer under en garanti eller i henhold til købelovens regler gælder der ved ombytning, at sælgeren ikke kan kræve et vederlag eller gebyr[32)]. Der opstår endvidere ofte spørgsmål om forbrugerens retsstilling efter ombytningen, hvis det ombyttede viser sig at være mangelfuldt. Ifølge Forbrugerklagenævnets praksis bevirker ombytning, at der løber en ny 1-årig reklamationsfrist for de ombyttede dele fra ombytningstidspunktet, jf. købelovens § 83. Sælgeren kan ikke i vilkårene for en garanti indskrænke denne rettighed for forbrugeren[33)].

Tillægsforsikringer

Det er kendetegnende ved køb af computere og lignende dyrt teknisk udstyr, at forbrugerne ofte enten får eller - mere typisk - betaler for en særlig garanti eller forsikring imod fejl/mangler ved det købte. Klagesagerne viser, at værdien af disse tillægsforsikringer kan være lig nul, hvis forbrugeren enten allerede er dækket af købelovens regler, eller hvis der er mange undtagelser til dækningen.

En forbruger, der på sælgerens anbefaling havde købt en forsikring i forbindelse med køb af en computer, opdagede senere, at der fulgte en gratis 3-årig producentgaranti med computeren. Nævnet udtalte, at sælgeren var forpligtet til at oplyse forbrugeren om producentgarantien, da han tilbød forsikringen. Da han havde tilbageholdt oplysninger af væsentlig betydning, kunne forbrugeren hæve købet af forsikringen[34)].

I en anden sag købte en forbruger en computer med 3 års indleveringsgaranti, hvor computeren kunne repareres eller ombyttes. Samtidig købte han en 4-årig totalforsikring. Computeren gik i stykker, og da sælgeren ikke kunne reparere den, ville han i henhold til forsikringen udbetale 80 % af købesummen. Forbrugeren nægtede dette med henvisning til, at garantien stadig var gældende. Sælgeren tilbød derefter ombytning mod betaling af 600 kr. Nævnet fastslog, at forbrugeren var berettiget til ombytning uden beregning under garantien. Man udtalte endvidere, at sælgeren ikke havde vejledt forbrugeren forsvarligt, idet forsikringen var unødvendig pga. garantien. Forbrugeren kunne derfor ophæve købet af forsikringen[35)].

Endelig kan der opstå problemer, når forbrugeren reklamerer over en mangel, som sælgeren mener falder udenfor garantien eller forsikringens dækningsområde. I en sag, hvor der var en mangel ved en computer med indbygget modem, afviste sælgeren at reparere under garantien, da denne ikke omfattede softwarefejl. En sagkyndig undersøgelse viste, at der var en fejl i konfigurationsfilen til modemet. Nævnet fandt, at softwaren ved et internt modem er en del af computerens samlede funktionalitet, som forbrugeren køber, hvorfor fejlen var omfattet af garantien[36)].

Hvis forbrugeren i forbindelse med købet af sin computer har tegnet en forsikring, og computerkøbet senere ophæves, eller der sker ombytning, er det ofte sælgerens påstand, at forsikringen bortfalder. Nævnet har fastslået, at ved ombytning skal sådanne forsikringer kunne overføres til den nye computer, da forbrugeren skal stilles lige så godt som ved reparation. Hvis sælgeren af praktiske grunde ikke kan overføre forsikringen, må han for egen regning tegne en ny[37)]. I de tilfælde hvor købet af computeren ophæves, skal forbrugeren samtidig have tilbagebetalt købesummen for forsikringen, da det er et samlet køb.

1.5. En videofilmklubs krav om erstatning for lejede videofilm

Forbrugerklagenævnet har behandlet en række klager mod en videoklub, der udlejer videofilm. Sagerne vedrører klubbens krav om erstatning for lejede videofilm, som ikke er returneret til klubben. En del af sagerne angik forbrugernes hæftelse, når den manglende tilbagelevering skyldtes misbrug af medlemskortet.

For at leje videofilm skal forbrugerne være medlem af klubben. Der udstedes et medlemskort med pinkode til kunderne, der herefter kan trække film i klubbens udlejningsautomater ved brug af kortet, pin-koden og poletter. Klubbens udlejningsautomater er efter det oplyste opstillet på tankstationer og i døgnkiosker, hvor man ligeledes kan købe poletterne.
De lejede film returneres i automaten. Ifølge klubbens oplysninger udskrives en kvittering både ved leje og returnering af film.
Hvis maskinen er i stykker, kan videobåndet afleveres til butikkens personale, der udskiver en kvittering manuelt.
Hvis en lejet film ikke returneres til klubben, kontaktes den registrerede lejer med krav om erstatning. Sagerne viste, at klubbens forretningsgang var tilrettelagt således, at medlemmerne først blev kontaktet om udeblevne film, når der var gået adskillige måneder efter tidspunktet for lejen af de pågældende film.

Beviserne for kundernes leje af videofilm

En af sagerne drejede sig om videoklubbens registrering af en kundes leje af film. Forbrugeren oplyste, at han havde lejet en enkelt film, som var afleveret rettidigt, hvorefter han modtog krav om erstatning for 2 film. Ifølge videoklubben havde han lejet 3 film og kun returneret den ene. Forbrugeren oplyste, at der ofte er problemer med udlejningsautomaterne, således at man må foretage flere forsøg, før maskinen udleverer filmen.

Under sagens behandling indsendte klubben en transaktionsudskrift, hvorefter forbrugeren indenfor et minut

skulle havde lejet 3 videofilm med samme titel.
På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at klubben havde ført bevis for, at klageren havde lejet de 2 yderligere film. (1997-571/7-49)

Beviserne for kundernes returnering af lejede videofilm

I to af sagerne krævede klubben erstatning for film, der ifølge forbrugerne var returneret. I disse sager oplyste forbrugerne, at de omhandlede film ikke kunne returneres i automaten og derfor var afleveret til en medarbejder i butikken, som ikke havde givet nogen kvittering.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at videoklubben, som ikke selv har personale til stede i forbindelse med returneringen af lejede film, bør sikre sig, at der opereres med en fast kvitteringsprocedure, således at forbrugernes bevismuligheder sikres. Nævnet fandt endvidere, at klubben bør rykke kunderne straks i tilfælde af overskridelse af afleveringsfristen, således at det i givet fald hurtigt kan afklares, hvad der måtte være sket med filmen.
Overholdes disse krav ikke, taler dette efter nævnets opfattelse for at pålægge klubben bevisbyrden i tilfælde, hvor klubben gør gældende, at lejede videofilm ikke er afleveret.
I den ene af sagerne havde forbrugeren ligeledes afleveret 2 andre film til personalet, fordi automaten var i uorden. Disse film var registreret modtaget af klubben. Selvom klubben oplyste, at der anvendes en formular, som kunden og medarbejderen skal underskrive, når film afleveres til personalet, kunne klubben ikke fremlægge en sådan formular vedrørende de 2 andre film. Dette støttede forbrugerens forklaring om den manglende kvitteringsprocedure. Den pågældende forbruger havde imidlertid i lang tid forholdt sig passiv ved klubbens mange henvendelser om filmen. Nævnet fandt derfor i denne sag, at det påhvilede forbrugeren at bevise, at filmen var afleveret. Forbrugeren kunne ikke løfte denne bevisbyrde og måtte derfor erstatte filmen. (1998-571/7-54)

I den anden sag forklarede forbrugeren, at han havde fået en forkert film i automaten og derfor afleverede den til personalet i døgnkiosken, der oplyste, at en kvittering ikke var nødvendig. Da forbrugeren 4 måneder senere modtog krav om erstatning for filmen, protesterede han straks. Klubben kunne ikke godtgøre, at personalet i døgnkiosken havde påtaget sig at følge en kvitteringsprocedure, og da klubben endvidere lod 4 måneder gå, før man henvendte sig til forbrugeren om filmen, fandt nævnet i denne sag, at det påhvilede klubben at godtgøre, at forbrugeren ikke havde afleveret filmen. Klubben kunne ikke løfte denne bevisbyrde, og forbrugeren blev derfor fritaget for at erstatte filmen. (1998-571/7-66)

Erstatning for lejede videofilm

I den ovenfor nævnte sag, hvor forbrugeren måtte erstatte den omhandlede videofilm, havde klubben krævet en erstatning på 625 kr. til indkøb af ny film og en erstatning på 160 kr. for mistet omsætning i 8 dage. Klubben oplyste, at den omhandlede film var ny, og at genanskaffelsesprisen udgjorde 500 kr. + moms. Da der ved køb af film til udlejning betales vederlag til rettighedsindehaverne, fandt nævnet ikke grund til at betvivle klubbens prisoplysninger. I denne sag fandt nævnet heller ikke anledning til at betvivle, at den omhandlede film var ny. Da klubben må antages at have fradragsret for købsmomsen i sit momsregnskab, var forbrugeren dog ikke forpligtet til at erstatte momsen. Nævnet fandt ikke anledning til at kritisere klubbens beregning af tabt avance, da denne var begrænset til mistet omsætning i 8 dage. Se i øvrigt om erstatning for driftstab i Forbrugerklagenævnets årsberetning 1985, afsnit 2.2.5. (1998-571/7-54)

I en anden sag om erstatning for bortkomne videofilm, hvor den pågældende erhvervsdrivende ikke havde dokumenteret eller redegjort for sit tab, fastsatte nævnet skønsmæssigt erstatningen til 300 kr., idet nævnet herved lagde vægt på, at det ikke kunne antages, at den bortkomne film var ny og ubrugt. (1998-571/7-73)

Misbrug af medlemskortet

Ansvar for tab som følge af misbrug af medlemskortet skulle ifølge klubbens lejevilkår afgøres efter betalingskortlovens bestemmelser. Koden kunne ikke anses for »hemmelig« i betalingskortlovens forstand.

En del af sagerne drejede sig om misbrug af medlemskortet.

Ifølge videoklubbens registreringer var de pågældende film lejet ved brug af forbrugernes medlemskort og pinkode. Klubben gjorde derfor gældende, at filmene var lejet af forbrugeren eller af en person, som forbrugeren havde udlånt kortet og koden til.
Således som sagerne var oplyst, var der tale om en fremmeds misbrug af medlemskortet. I ingen af sagerne var der oplysninger, der tydede på, at forbrugerne havde behandlet medlemskortet og koden letsindigt, ligesom

forbrugerne bestred, at kortet havde været overdraget til andre.
Medlemskortet kan erhverves som et rent medlemskort og som et kombineret medlems- og betalingskort. Betalingskortdelen kan bruges til betaling af filmlejen, således at brugeren ikke behøver at købe poletter.
I de sager, som blev forelagt nævnet, var der tale om rene medlemskort uden betalingsfacilitet.
Forbrugerklagenævnet lagde derfor til grund, at det ikke med disse kort havde været muligt at trække film i klubbens automater, uden at filmlejen forinden var betalt kontant. Kortene var derfor ikke betalingskort som defineret i betalingskortlovens § 2, og som udgangspunkt kunne misbruget derfor ikke bedømmes efter denne lovs bestemmelser.
Videoklubbens generelle lejebetingelser indeholdt imidlertid følgende vilkår: »Kortindehaveren kan blive ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af medlemskortet med de begrænsninger, der følger af § 21 i lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort mv.«
På Forbrugerstyrelsen forespørgsel om pin-kodesystemet havde videoklubben oplyst, at de ansatte havde mulighed for at se kundernes pinkoder i klubbens edb-system. Forbrugerklagenævnet fandt herefter ikke, at sikkerheden i klubbens system levede op til de krav, der efter betalingskortloven stilles til personlige, hemmelige koder, der udstedes i tilknytning til betalingskort. Forbrugerne hæftede derfor ikke efter den regel, der i 1992 blev indført i betalingskortlovens § 21, stk. 1, om kortindehaverens selvrisiko på 1.200 kr., når den til kortet hørende personlige, hemmelige kode har været anvendt i forbindelse med andres uberettigede brug af kortet.
Som lejebetingelserne var affattet, fandt Forbrugerklagenævnet herefter ikke, at der kunne pålægges kortindehaverne noget ansvar, som går ud over, hvad der fulgte af 1984-lovens erstatningsbestemmelser.
Nævnet bemærkede, at det bevismæssigt måtte komme klubben til skade, at mulighederne for at afklare, hvem der havde benyttet kortet til leje af de pågældende film, var blevet forringet som følge af, at der gik flere måneder før forbrugerne blev konfronteret med påstanden om den omhandlede brug af kortet.
Nævnet fandt det herefter ikke godtgjort, at forbrugerne havde overladt kortet til andre, eller at forbrugerne havde mistet kortet ved grov uagtsomhed.
Nævnet fandt heller ikke grundlag for at antage, at forbrugerne på tidspunktet for misbruget burde have underrettet klubben om kortets bortkomst.
Der var herefter ikke grundlag for at pålægge forbrugerne nogen del af ansvaret for den uberettigede brug af medlemskortet. (1997-211/7-2, 1998-4012/7-512, 1998-571/7-53 og 62, 1999-571/7-80 og 95 m.fl.)

Noter:

[1)] 1996-4031/7-70, JÅ 1997, p. 94f.

[2)] 1996-4031/7-378, JÅ 1998 p. 14.

[3)] 1998-4031/7-800, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[4)] 1998-4031/7-956, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[5)] 1999-4031/7-756, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[6)] 1998-4031/7-887, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[7)] 1999-4031/7-1241, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[8)] 1999-4031/7-1038, JÅ 1999, afsnit 6.3.

[9)] 1996-4031/7-209, JÅ 1996 p. 110 og 1994-4031/7-291, JÅ 1995 p. 162ff. om en 386'er soldt som 486'er.

[10)] 1997-4931/7-652, JÅ 1999 afsnit 6.3. og 1993-4031/7-269, JÅ 1995 p. 165.

[11)] 1994-4031/7-129, JÅ 1995 p. 159 ff.

[12)] 1998-4031/7-1055, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[13)] 1999-4031/7-1055, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[14)] 1996-4031/7-206, JÅ 1997 p. 96.

[15)] 1992-4031/7-149, JÅ 1996 p. 161f. og 1996-4031/7-136, JÅ 1996 p. 109.

[16)] 1998-4031/7-934, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[17)] 1998-4031/7-953, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[18)] 1998-4031/7-887, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[19)] 1993-4031/7-199, JÅ 1995 p. 168f.

[20)] Jf. bl.a. 1999-4031/7-756, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[21)]1994-4031/7-312, JÅ 1995, p. 169f.

[22)]1997-4031/7-580, JÅ 1998 p. 119f.

[23)]1997-4051/7-215, JÅ 1998 p. 117f.

[24)]Jf. bl.a. 1994-4031/7-312, JÅ 1999 p. 169f. og 1997-4031/7-649.

[25)]1999-4031/7-1175, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[26)]1996-4031/7-353, JÅ 1997 p. 94f.

[27)]1994-4031/7-386, JÅ 1995p. 170.

[28)]1999-4031/7-728, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[29)]1996-4031/7-264, JÅ 1996 p. 109f.

[30)]1999-4031/7-1170.

[31)]1997-4031/7-617.

[32)]1998-4031/7-752, JÅ 1999 afsnit 6.3.

[33)]1997-4031/7-641, JÅ 1998 p. 118f.

[34)]1997-4031/7-512, JÅ 1998 p. 122f

[35)]1997-4031/7-597, JÅ 1998 p. 123f.

[36)]1998-4031/7-404, JÅ 1998 p. 120f.

[37)]1999-4031/7-1170.

Kapitel 2 Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1.

2.1.1. Kontraktvilkår

2.1.1.1. Forbrugerombudsmandens indberetning til Justitsministeriet vedrørende rykkergebyrer

På baggrund af et stadigt stigende antal henvendelser fra forbrugere vedr. rykkergebyrer udarbejdede Forbrugerombudsmanden et udkast til en vejledning herom.

Vejledningen tog udgangspunkt i gældende ret og praksis på området. Vejledningens principper var i hovedtræk, at et rykkergebyr ikke bør overstige den erhvervsdrivendes meromkostninger ved at gennemføre rykkerproceduren, dvs. gebyret bør alene dække arbejdstid, papir, kuverter, porto og andre berettigede omkostninger, der er direkte forbundet med rykkerproceduren. Medmindre den erhvervsdrivende kan fremlægge klar dokumentation for at have større omkostninger ved at gennemføre rykkerproceduren, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at rykkergebyret maksimalt bør være på 50 kr. Den erhvervsdrivende bør endvidere højst opkræve gebyr for 3 rykkerbreve pr. restance, og der bør være mindst 14 dage mellem udsendelse af gebyrpålagte rykkerbreve.

Forinden vejledningens udarbejdelse havde Forbrugerklagenævnet truffet en afgørelse, hvor man nedsatte rykkergebyrer på 145-225 kr. til 50 kr. I en anden sag blev det nedsat til 65 kr.

Generelt kan oplyses, at renteloven angiver den maksimale sats, der i forbrugerforhold kan opkræves ved forsinket betaling. Det fremgår af rentelovsbetænkningen fra 1989, at renteloven ikke begrænser kreditors adgang til at forlange et rykkergebyr. Ud over at kunne kræve deres udgifter ved at sende rykkere dækket bør virksomhederne dog ikke kunne tjene penge på for sen betaling. Aftalte rykkergebyrer, der er urimeligt høje, vil kunne tilsidesættes i medfør af aftalelovens § 38 c og § 36.

Da udkastet blev sendt i høring hos relevante erhvervsorganisationer, måtte Forbrugerombudsmanden konstatere, at principperne i udkastet ikke mødte opbakning. Særligt tog organisationerne afstand fra rykkergebyrets størrelse.

Uden opbakning fra erhvervslivet fandt Forbrugerombudsmanden det formålsløst at udsende vejledningen, idet det måtte påregnes, at vejledningen ikke ville blive fulgt af de erhvervsdrivende. Efter markedsføringsloven kan Forbrugerombudsmanden gribe ind over for urimelige kontraktvilkår, men markedsføringsloven er ikke egnet til ved domstolene at gennemtvinge det rimelige.

Forbrugerombudsmanden afgav i stedet en indberetning til Justitsministeriet, hvori han anførte, at de eksisterende regler, hvor man kun har renteloven og aftalelovens regler om urimelige kontraktvilkår at holde sig til, ikke sikrer rimelighed. Der er derfor behov for en snarlig iværksættelse af initiativer til lovgivning vedr. rykkergebyrer.

Justitsministeriet har efterfølgende informeret Forbrugerombudsmanden om, at man arbejder på et lovudkast vedrørende rykkergebyrer.

Pengeinstitutankenævnet afsagde i sommerens løb to afgørelser, hvor man nedsatte rykkergebyrer til 100 kr. Pengeinstitutterne har meddelt, at man ikke ønsker at følge ankenævnets afgørelser. Forbrugerombudsmanden er indtrådt i disse to retssager. Ligeledes er Forbrugerombudsmanden indtrådt i en anket kendelse fra Skive fogedret, hvor fogedretten nedsatte gebyrer på 135-225 kr. til 100 kr. i henhold til kreditaftaleloven. (1998-2011/5-210)

2.1.1.2. Aftalevilkår ved handel med brugte biler

Inden for brugtvognshandelen finder salgsbetingelser, herunder reklamations- og garantivilkår, der strider imod købelovens præceptive regler om forbrugerkøb samt mod markedsføringsloven og Forbrugerombudsmandens retningslinier for anvendelse af garantitilsagn, udbredt anvendelse. Dette er klart kommet frem under behandlingen i Forbrugerklagenævnet af det stadigt voksende antal klager over motorkøretøjer.

Forbrugerombudsmanden har derfor iværksat en nærmere undersøgelse af brugtbilbranchens kontraktsvilkår.

Her skal omtales de to væsentligste problemer, der foreløbig er blevet taget op.

Det første er *sælgernes manglende opfyldelse af den oplysningspligt, der i medfør af kreditaftalelovens § 9, stk. 1*, påhviler dem, når de indgår en kreditkøbsaftale med en forbruger.

Ifølge den nævnte bestemmelse skal en række oplysninger om kreditvilkårene gives forbrugeren skriftligt ved indgåelsen af kreditaftalen. Når så mange bilsælgere overtræder bestemmelsen, skyldes det navnlig, at man inden for branchen sædvanligvis opererer med to salgsdokumenter, nemlig en salgsslutseddel og en købekontrakt. Da forbrugeren ønskes bundet af kreditkøbsaftalen allerede fra underskrivelsen af slutsedlen - forudsat at denne ikke indeholder noget forbehold - er det i dette dokument, kreditoplysningerne skal findes. Imidlertid kommer oplysningerne meget ofte først frem i det efterfølgende aftaledokument, nemlig købekontrakten, der ofte underskrives flere dage senere.

Danske Finansieringsselskabers Forening har været involveret i drøftelserne omkring spørgsmålet. Både denne forening og bilbranchens to store organisationer, Danmarks Automobilforhandlerforening (D.A.F.) og Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark (CAD) har erklæret sig indforstået med at medvirke til, at praksis ændres inden for branchen, således at kreditaftalelovens regler overholdes. Dette vil i høj grad også være i branchens egen interesse. Det følger nemlig af kreditaftalelovens § 23, stk. 1, at forbrugeren højst skal betale lånebeløbet og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%, hvis kreditomkostningerne angivet som et samlet beløb ikke er oplyst allerede ved aftalens indgåelse.

Forbrugerombudsmanden har endvidere beskæftiget sig med et vilkår i D.A.F.'s standardkontrakt, hvorefter køberen, hvis han annullerer aftalen om køb af en brugt bil, altid skal betale 10% af den aftalte købesum i erstatning. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at et sådant vilkår, hvorefter erstatningens størrelse på forhånd er fastlagt uden hensyn til, om sælgeren kan dokumentere at have lidt et modsvarende tab, er usædvanligt og i almindelighed stiller forbrugeren væsentligt ringere end sædvanlige erstatningsretlige

grundsætninger. Det må derfor som minimum efter markedsføringsloven kræves, at vilkåret er fremhævet tydeligt for forbrugeren i forbindelse med aftalens indgåelse, og ikke som i Danmarks Automobilforhandler Forenings standardkontrakt blot anføres på bagsiden blandt de generelle salgsbetingelser som en del af en fortrykt standardtekst.

Forbrugerombudsmanden har udtalt, at det må anses for tvivlsomt, som vilkåret vil kunne gøres gældende mod en forbruger, selvom det specielt er fremhævet for ham, jf. herved aftalelovens § 38c, jf. § 36. Forbrugerklagenævnet har i to sager udtalt, at vilkåret ikke kan gøres gældende over for en forbruger. Én af disse sager, som er omtalt i afsnit 6.12., er indbragt for retten, og Forbrugerombudsmanden er indtrådt som biintervenient.

Generel vejledning til brugtvognsforhandlere

Forbrugerombudsmanden har udarbejdet en lille folder, hvori de vigtigste regler i købeloven samt reglerne om garanti gennemgås. Hensigten med folderen er at komme de ofte anvendte vilkår til livs, som er i modstrid med købelovens præceptive regler. Som eksempel kan nævnes et vilkår som »Tre måneders reklamationsret«, der må betegnes som vildledende, idet forbrugeren ifølge købelovens § 83 altid har 12 måneders reklamationsret. Endvidere gøres der med folderen et forsøg på at udrydde visse misforståelser hos forhandlerne, fx at de ved at skrive »Uden garanti« på slutsedlen kan fraskrive sig ansvaret for bilens stand. Folderen sendes med ud til alle de forhandlere, mod hvem der bliver indgivet en klage ved Forbrugerklagenævnet. (1998-521/5-80)

2.1.1.3. Standardkontrakter om vagt- og sikkerhedstjeneste

Forbrugerombudsmanden har gennemgået vilkårene i de standardkontrakter, der anvendes af de tre store udbydere på det danske marked af tyverialarmer med tilknyttet vagtabonnement, og har henstillet til firmaerne, at man ændrede kontrakterne på en række punkter.

Ydelsernes specielle karakter rejste nogle særlige problemer i relation til markedsføringsloven, hvoraf følgende skal nævnes som de væsentligste:

Prisregulering i abonnementets løbetid

Det kan i langvarige kontraktsforhold som de omhandlede ikke ubetinget anses for urimeligt eller i strid med markedsføringsloven, at firmaet forbeholder sig ret til med et rimeligt varsel at forhøje abonnementsvederlaget i kontraktens løbetid.

Spørgsmålet om prisregulering må imidlertid efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i disse specielle kontrakter ses i sammenhæng med, at forbrugeren i forbindelse med alarmanlæggets etablering har foretaget en ikke ubetydelig investering, som ikke i rimeligt omfang vil komme vedkommende til nytte, hvis omkostningerne ved at fortsætte abonnementet efter en kort periode bliver væsentlig større end forudsat som følge af upåregnelige og ukontrollable stigninger i abonnementsvederlaget. I det omfang betjeningen af alarmanlægget ikke kan overføres fra en udbyder til en anden, binder investeringen reelt forbrugeren til den udbyder, der oprindelig er kontraheret med, hvorfor konkurrencen er sat ud af funktion.

Forbrugerombudsmanden har derfor over for firmaerne givet udtryk for den opfattelse, at en rimelig afvejning af parternes interesser må medføre, at abonnementsvederlaget i en længere periode efter kontraktens indgåelse kun bør kunne reguleres efter objektive, kontrollerbare kriterier som fx nettoprisindekset. Periodens længde bør afhænge af størrelsen af det løbende abonnementsvederlag sammenholdt med det beløb, forbrugeren har betalt i etableringsomkostninger, men den bør under alle omstændigheder være på mindst 3 år.

Opsigelse

Abonnementsaftaler vedrørende vagt- og sikkerhedstjenester er omfattet af reglen i § 14, stk. 1, i lov om visse forbrugeraftaler. Forbrugeren er i medfør af denne bestemmelse efter ni måneder berettiget til at opsige kontrakten med tre måneders varsel til et hvilket som helst tidspunkt. Reglen kan ikke fraviges til skade for forbrugeren, og kontraktsvilkår, hvorefter opsigelse kun kan ske til udgangen af en abonnementsperiode eller et kvartal, vil derfor uden videre kunne tilsidesættes, ligesom de vil være i strid med markedsføringslovens § 1.

Det forhold, at bestemmelserne om forbrugerens opsigelsesadgang ikke kan fraviges til skade for forbrugeren, hindrer ikke, at firmaet forpligter sig til at være bundet i en længere periode. Også dette spørgsmål skal ses i relation til den investering, forbrugeren har foretaget i forbindelse med anlæggets etablering, og som han bør

have rimelig sikkerhed for at få fordel af. Forbrugerombudsmanden har derfor henstillet, at firmaerne binder sig til ikke at opsige kontrakten i en længere periode, med mindre der foreligger væsentlig misligholdelse fra forbrugerens side.

Endelig har Forbrugerombudsmanden givet udtryk for den opfattelse, at det ikke er stemmende med god markedsføringsskik, hvis forbrugerens frie opsigelsesadgang gøres illusorisk ved, at der pålægges ham et nedtagningsgebyr eller andre omkostninger af betydning i forbindelse med kontraktens ophør.

Fortrydelsesret

Mange af aftalerne må ifølge deres natur indgås på forbrugerens bopæl. Forbrugerombudsmanden har derfor påpeget, at forbrugeren under disse omstændigheder i medfør af § 5, stk. 1, i lov om visse forbrugeraftaler har ret til at træde tilbage fra aftalen inden for 7 dage, og at forbrugeren skal have tydelig skriftlig oplysning herom ved aftalens indgåelse i overensstemmelse med reglerne i Justitsministeriets bekendtgørelse nr. 459/93. Det følger af bekendtgørelsen, at oplysningen, når den gives i en standardkontrakt, skal være tydeligt adskilt fra dokumentets øvrige tekst og skal være fremhævet ved særlig skrifttype eller på lignende måde.

Ansvarsbegrænsninger

Kontraktsvilkår, som begrænser det erstatningsansvar, der påhviler firmaerne efter dansk rets almindelige erstatningsregel, culpareglen, kan efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke i forbrugerforhold anses for stemmende med god markedsføringsskik. Ikke alene tab, der påføres forbrugeren af firmaet ved forsæt eller grov uagtsomhed, men også tab, der skyldes simpel uagtsomhed, bør derfor være omfattet af firmaets erstatningsansvar. (1998-361/5-5)

2.1.1.4. Krav om tilmelding til BetalingsService som betingelse for at få et kreditkort

I maj 1997 anmeldte et større dansk benzinselskab et nyt betalingssystem til Forbrugerombudsmanden i overensstemmelse med betalingskortloven. Der var tale om et betalingssystem for kunder, som foruden et medlemskab af benzinselskabets kundeklub, også ønskede en kreditfacilitet i form af et kontokort. Medlemskabet af klubben gav adgang til bonus på varer og ydelser på selskabets tankstationer samt i forskellige forretninger, som selskabet havde indgået aftaler med.

Forbrugerombudsmanden gennemgik selskabets kontokortbestemmelser og påtalte en række forhold, herunder et vilkår om tilmelding til BetalingsService og spærring af kontokortet ved ophør eller opsigelse af betalingsordningen. Forbrugerombudsmanden opfordrede selskabet til at ændre vilkåret, så forbrugerne også fik mulighed for at betale på anden måde - eventuel mod indførelse af et passende administrationsgebyr. Dette ønskede selskabet ikke, og Forbrugerombudsmanden udtog i juni 1998 stævning mod selskabet.

Forbrugerombudsmanden gjorde under sagen gældende, at selskabet ved at stille krav om betaling via BetalingsService fratager forbrugeren muligheden for frit at vælge, på hvilken måde forbrugeren ønsker at betale sine regninger. Forbrugerombudsmanden gjorde endvidere gældende, at der kan være mange forskellige årsager til, at en forbruger ikke ønsker at benytte BetalingsService, og at det derfor ikke er rimeligt, at forbrugeren påtvinges denne betalingsform, alene fordi forbrugeren ønsker et kontokort. Forbrugerombudsmanden afviste endvidere, at tilmelding til BetalingsService, som fremført af benzinselskabet, medfører en vis reduktion af kreditrisikoen. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at tilmelding til BetalingsService på ingen måde er udtryk for, om en person er kreditværdig og i stand til at betale sine regninger.

For så vidt angår vilkåret om spærring af kontokortet ved ophør af betalingsordningen med BetalingsService gjorde Forbrugerombudsmanden endvidere gældende, at vilkåret er med til at fastholde forbrugeren til en betalingsform, som denne muligvis ikke er interesseret i at benytte, ligesom vilkåret ikke tager hensyn til, hvad årsagen til en opsigelse eller en ophævelse skyldes. Forbrugerombudsmanden gjorde endvidere gældende, at en ophævelse eller opsigelse af betalingsordningen ikke automatisk kan tages som udtryk for, at forbrugeren ikke har til hensigt at betale sine regninger, og at spærring af kontokortet står i misforhold til ophævelsen/opsigelsen, når der ikke er konstateret misligholdelse med betalingerne.

Sø- og Handelsretten afsagde dom den 8. marts 1999. Retten gav ikke Forbrugerombudsmanden medhold i, at det er i strid med god markedsføringsskik at stille vilkår om tilmelding til BetalingsService som en forudsætning for at få et kreditkort. Heller ikke vilkåret om spærring af kontokortet ved ophævelse eller opsigelse af betalingsordningen blev anset for at være i strid med god markedsføringsskik.

Retten begrundede sin enstemmige afgørelse med, at benzinselskabet yder forbrugeren en rentefri kredit, hvorfor kravet om tilmelding til BetalingsService ikke kan anses for at være urimeligt eller i strid med god markedsføringsskik. Retten fandt endvidere, at tilmelding til BetalingsService i den konkrete sag har væsentlig betydning for kreditværdighedsvurderingen, hvorfor vilkåret ikke fandtes urimeligt eller i strid med god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden valgte ikke at anke dommen til Højesteret. Baggrunden for Forbrugerombudsmandens beslutning var, dels at rettens dom var begrundet i konkrete forhold hos benzinselskabet, og dels at der var tale om en enstemmig afgørelse.

Forbrugerombudsmanden udtalte i den forbindelse, at det kan frygtes, at dommen vil betyde, at flere erhvervsdrivende vil begynde at stille krav om tilmelding til BetalingsService - uanset om der er tale om betaling af lån, husleje, forsikringer, telefonregninger mv.
Forbrugerombudsmanden kan endvidere frygte, at de erhvervsdrivende herefter vil begynde at overvælte omkostninger ved betaling over BetalingsService på forbrugerne. I dag er det for det fleste forbrugere gratis at betale på denne måde, men der ses allerede eksempler på erhvervsdrivende, der opkræver et gebyr hos de forbrugere, der betaler over BetalingsService. Det kan endelig frygtes, at BetalingsService på et tidspunkt begynder at kræve betaling direkte fra forbrugerne. Forbrugerombudsmanden ville derfor ikke afvise, at han på et senere tidspunkt tager spørgsmålet op til fornyet vurdering, hvis det måtte vise sig, at krav om tilmelding til BetalingsService får uheldige konsekvenser for forbrugere. (1998-211/5-30)

2.1.1.5. Teleudbyderes opkrævning af fakturagebyr, når betaling ikke er tilmeldt BetalingsService

To teleselskaber meddelte ved udsendelse af månedsfaktura, at for fremtiden ville det koste et gebyr på henholdsvis 10 kr. og 20 kr. i administration, hvis kunderne fortsat ønskede at få tilsendt en faktura med et indbetalingskort. Administrationsgebyret kunne dog spares, hvis kunderne tilmeldte betalinger til BetalingsService.

Et andet teleselskab havde en særlig abonnementsordning med indbygget rabat. Et vilkår for tilmeldingen var tilmelding af betalinger til BetalingsService. Hvis kunden i stedet ønskede telefonregningen udskrevet og tilsendt, kostede det 20 kr. pr. kvartal.

Forbrugerombudsmanden har tidligere udtalt, at det næppe kan anses for urimeligt at kræve et mindre gebyr svarende til udgifterne ved at få udskrevet og tilsendt en særlig faktura, hvis en kunde ikke ønsker at tilmelde regningen til BetalingsService.

I relation til to teleselskaber, der generelt indførte fakturagebyr, udtalte Forbrugerombudsmanden, at da vilkåret om betaling af et mindre gebyr tydeligt var meddelt til kunderne, var det næppe urimeligt at kræve betaling for at få udskrevet og tilsendt en særlig faktura, hvis en kunde ikke ønsker at tilmelde regningen til BetalingsService.

I relation til rabatordningen lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at der var tale om en særlig rabataftale, hvor omkostningerne til administration begrænses ved at kræve tilmelding til BetalingsService. Da vilkåret om betaling af gebyr tydeligt og klart fremgik af markedsføringsmaterialet, var dette heller ikke urimeligt at kræve betaling.

På den baggrund fandt Forbrugerombudsmanden ikke, at opkrævning af et mindre fakturagebyr var i strid med god markedsføringsskik. (1999-4050/5-3, 1999-4054/5-43, 1999-4054/5-45 & 1999-4054/5-77)

2.1.1.6. Banks formidling af tilbud til sine depotkunder om køb af aktier i to selskaber

Forbrugerombudsmanden blev gennem en artikel bragt i Ugebrevet Mandag Morgen opmærksom på, at et større pengeinstitut tilbød sine depotkunder at sælge deres aktier i to selskaber.

Ifølge artiklen var tilbuddene udsendt efter, at henholdsvis en amerikansk koncern og en dansk finansieringskoncern havde budt på de pågældende to selskaber. Tilbuddene udløste ifølge Ugebrevet omgående store kursstigninger i de to selskaber, og dagskurserne lå for begges vedkommende væsentligt over niveauet i de to tilbud, som pengeinstituttet formidlede til sine depotkunder.

Banken oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at den i den foreliggende situation alene optrådte som depotbank, dvs. som opbevarer af kundernes aktier. Når banken blev informeret om, at der var fremsat et købstilbud på en aktiekapital i et selskab, videreformidledes denne oplysning som en standardservice til de af

bankens depotkunder, der havde aktier i de berørte selskaber. Banken understregede samtidig, at meddelelsen fra banken til sine depotkunder på ingen måde indeholder nogen form for råd eller anbefaling af, hvorvidt bankens kunder burde sælge eller undlade at sælge den pågældende aktie til den kurs, som de var tilbudt. Kunden havde mulighed for i tilbudsperioden at få rådgivning af banken om kursudviklingen på de pågældende aktier efter samme principper som ved andre aktier. Sagen betragtedes af banken som en ren ekspeditionssag, hvor banken videreformidlede et offentligt fremsat tilbud til sine depotkunder.

Artiklen og Forbrugerombudsmandens henvendelse havde dog givet banken anledning til at foretage en revision af bankens standardbreve på dette område. For banken er det således vigtigt, at bankens breve er let forståelige og informative.

I standardbrevet til bankens kunder var der blandt andet henvist til de nærmere betingelser for købstilbuddet, som enten var fremsendt separat af selskabet, eller samtidig blev fremsendt af banken. Herudover var det anført, at »Hvis De ønsker at benytte Dem af tilbuddet, beder vi Dem venligst underskrive og returnere 2. del af dette brev i en afdeling af NN bank, så banken har modtaget Deres svar senest den 17. september 1999.«

Forbrugerombudsmanden henviste ved sin vurdering af sagen til Forbrugerombudsmandens retningslinier om etik i pengeinstitutternes rådgivning. I retningslinierne er det anført, at retningslinierne finder anvendelse på pengeinstitutternes rådgivning, men ikke gælder for ekspeditioner. Ved rådgivning forstås der i henhold til retningslinierne anbefalinger og vejledninger. Rådgivningen skal tilgodese kundens interesser og skal gives *hvor omstændighederne tilsiger, at der er behov*. Rådgivningen skal først og fremmest ydes efter anmodning fra kunden, men det kan under en ekspedition vise sig, at kunden har et behov for rådgivning om forhold, der har tilknytning til en ekspedition.
Pengeinstituttet skal i så fald af egen drift tilbyde at rådgive kunden herom.

Retningslinierne er en konkret udmøntning af, hvad der efter markedsføringslovens § 1 karakteriseres som »god markedsføringsskik«. Forbrugerombudsmanden tilkendegav over for det pågældende pengeinstitut at være enig i, at en fremsendelse af en meddelelse til en depotkunde om købstilbud i princippet må betragtes som en ekspedition. Meddelelsens indhold og karakter, og herunder den omstændighed, at et sådant købstilbud kan give anledning til kursændringer, samt det forhold, at der til meddelelsen er vedlagt en acceptblanket, gør imidlertid, at der må siges at foreligge omstændigheder, som tilsiger et behov for rådgivning. Det kan således heller ikke udelukkes, at der vil være depotkunder, som opfatter bankens meddelelse og tilbud om at modtage kundens accept som en anbefaling af det pågældende købstilbud.

På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden, at bankens henvendelse til sine depotkunder har været affattet på en uhensigtsmæssig måde, da man ikke har henledt sine depotkunders opmærksomhed på, at der i den foreliggende situation kunne ske kraftige kursændringer, at der kunne være behov for at søge yderligere informationer, eventuelt i form af rådgivning, og at den vedlagte acceptblanket har kunnet opfattes som en anbefaling af det pågældende købstilbud.

2.1.1.7. Oplysning om ÅOP m.m. i låneaftaler og annoncer

I henhold til kreditaftalelovens § 9, stk. 1, skal en kreditgiver ved indgåelse af en låneaftale give en række oplysninger. Blandt andet skal der oplyses om årlige omkostninger i procent (ÅOP) for kreditten. Grov eller gentagen overtrædelse af § 9 er strafbelagt, jf. § 56.

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på, at to selskaber indgik låneaftaler uden at give de oplysninger, der kræves efter kreditaftalelovens § 9. For begge selskabers vedkommende var der tale om lån med pant i fast ejendom. Låneaftalerne blev indgået på forbrugernes bopæl.

Forbrugerombudsmanden indledte forhandlinger med selskaberne. Det ene selskab afgav tilsagn om fremover at ville overholde kreditaftalelovens regler. På trods heraf måtte Forbrugerombudsmanden konstatere at selskabet alligevel ikke overholdt tilsagnet. Det andet selskab ville ikke give tilsagn.

Herefter overgav Forbrugerombudsmanden sagerne til politiet og anmodede om, at der blev indledt efterforskning med henblik på tiltalerejsning. Det var Forbrugerombudsmandens vurdering, at overtrædelsen burde resultere i en betydelig bøde blandt andet under henvisning til, at manglende overholdelse af § 9 rent civilretligt kan medføre en betydelig nedsættelse af kreditomkostningerne. En anden væsentlig begrundelse var, at de oplysninger, der skal gives efter kreditaftalelovens § 9, skal give forbrugeren et grundlag at vurdere det tilbudte lån på, herunder have mulighed for at sammenligne omkostningerne ved lånet med andre lånetilbud. I de sager, Forbrugerombudsmanden havde fået forelagt, var forbrugerne, når de havde fundet ud af, at den indgåede låneaftale ikke var fordelagtig, blevet afkrævet store erstatningskrav af selskaberne, når de ønskede at annullere aftalen.

For det ene selskabs vedkommende forelagde politiet selskabet en bøde på 5.000 kr. Beløbsstørrelsen var blandt andet begrundet i, at Forbrugerombudsmanden efter at have modtaget selskabets tilsagn havde accepteret, at sagen kunne afgøres uden nogen bøde. Selskabet betalte bødeforelægget.

For det andet selskabs vedkommende kom politiet under efterforskningen frem til, at selskabet havde indgået omkring 2.000 låneaftaler, der ikke indeholdt de påkrævede oplysninger efter kreditaftalelovens § 9. Sagen blev afsluttet ved, at retten i Horsens idømte selskabet en bøde på 10.000 kr.

Forbrugerombudsmanden er efterfølgende blevet opmærksom på, at samme selskab i sin annoncering i kuponhæfter o.l. angiver forkerte oplysninger om årlige omkostninger i procent. Sagen er overgivet til politimæssig efterforskning med henblik på tiltalerejsning efter markedsføringsloven § 2, stk. 1 om vildledning og urigtige oplysninger. (1998-2012/5-40, 1997-202/5-36, 1999-2042/5-49)

2.1.1.8. Rejsebranchen udsendte ekstraregninger som følge af det toldfrie salgs bortfald

Forbrugerombudsmanden modtog en lang række klager fra forbrugere over, at rejsebureauer tilknyttet Foreningen af Rejsearrangører i Danmark (RID) udsendte ekstraregninger til kunder, som man forinden havde indgået aftaler med. Der var således tale om, at alle kunder, der havde bestilt rejse, der skulle påbegyndes efter den 1. juli 1999, som udgangspunkt fik en ekstraregning på 150-175 kr. pr. person. Det var således uden betydning for rejsebureauernes opkrævningsprocedure, hvorvidt aftalerne med forbrugerne var indgået adskillige måneder forinden, ligesom det var uden betydning, at også den fulde og (oprindeligt aftalte) pris havde været indbetalt i adskillige måneder.Rejsebureauernes begrundelse for at udsende ekstraregningerne var, at det toldfri salg i flyene ophørte med virkning fra 1. juli 1999, og at flyselskaberne i denne forbindelse havde forhøjet sædepriserne over for rejsearrangørerne. Rejsearrangørerne mente, at de i medfør af en særlig regel i lov om pakkerejser, § 14 kunne forhøje priserne, fordi der var tale om »forhøjede transportomkostninger«, da den oprindelige ekstraregning kom fra selve transportørerne (flyselskaberne).

Rejsebureauerne meddelte bl.a. kunderne, at såfremt de ikke indbetalte ekstraregningerne (der blev udsendt helt ned til 20 dage inden afrejse) risikerede forbrugerne, at de ikke kunne komme af sted på ferie, og at alle de i forvejen indbetalte penge var spildt. Dette gjaldt også i de situationer, hvor forbrugerne mange måneder forinden havde indbetalt den samlede, oprindeligt aftalte pris.

Forbrugerombudsmanden greb ind i sagen, idet det blev anset for at være i strid med god markedsføringsskik at udsende disse ekstraregninger under de givne forhold. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse lagde ekstraregningerne et stort pres på forbrugerne, da det var ferien, der stod på spil. Med truslen om ikke at komme af sted på ferie hængende over hovedet blev forbrugerne tvunget til at betale - uanset om beløbet var opkrævet med rette eller ej. Ifølge Forbrugerombudsmanden var det således i strid med god markedsføringsskik, uanset om der var tale om en såkaldt pakkerejse, eller man blot havde købt en flybillet (en såkaldt »seat-only«-billet). At rejsearrangørerne havde taget forbehold i deres standardvilkår kunne ifølge Forbrugerombudsmanden ikke ændre ved, at forholdet var i strid med markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden forbeholdt sig ethvert skridt over for rejsearrangørerne, herunder at kræve erstatning på forbrugernes vegne.
Samtidig vurderede Forbrugerombudsmanden, hvilken blandt flere reaktionsmuligheder der skulle iværksættes. Men henset til det meget korte varsel, som ekstraregningerne var udsendt med, samt at det for adskillige forbrugere blot var et spørgsmål om dage, inden rejsen skulle finde sted, valgte Forbrugerombudsmanden at opfordre alle de berørte rejsekunder til at indbetale beløbet under (dokumenterbar) protest og efterfølgende søge ekstrabeløbet tilbagebetalt ved at indbringe sagen for Rejseankenævnet.

Ved at vælge denne fremgangsmåde med betaling under protest sikrede forbrugeren, at ferien kunne afholdes som planlagt, og at Rejseankenævnet efterfølgende kunne tage konkret stilling til, hvorvidt ekstrabeløbene med rette kunne opkræves eller ej.

Via dagspressen erfarede Forbrugerombudsmanden, at enkelte blandt foreningens medlemmer havde valgt at frafalde prisforhøjelserne, hvorefter Forbrugerombudsmanden meddelte foreningen, at han gik ud fra, at de øvrige medlemmer ligeledes ville frafalde deres krav og foretage tilbagebetaling over for de kunder, der allerede havde betalt ekstraregningen. Enden på sagen blev, at Rejsearrangørerne i Danmark meddelte Forbrugerombudsmanden, at alle medlemmer af foreningen ville frafalde de udsendte ekstraregninger, ligesom allerede indbetalte beløb ville blive tilbagebetalt. (1999-514/5-84)

2.1.1.9. Ændring af takstsystem/takstforhøjelser for færgeruter

Et kommunalt færgeselskab ændrede takstsystem og vedtog takstforhøjelser med virkning fra 1. maj 1999. De nye takster blev bekendtgjort i Statstidende og i lokale aviser den 10. april 1999.

Forbrugerombudsmanden modtog flere henvendelser herom.

Byrådet havde afskaffet 20-turs kortet, og der var samtidig sket takstforhøjelser generelt på enkeltbilletter og kort. 10-turs kort og 20-turs kort havde hidtil været påført »Gyldig i 12 måneder«. 10-turs kort, der var købt inden takstforhøjelsernes ikrafttræden den 1. maj 1999, kunne fortsat anvendes i den resterende gyldighedsperiode. Byrådet havde derimod for 20-turs kortenes vedkommende bekendtgjort, at »Uforbrugte klip på 20-turs kort - refunderes ved henvendelse til færgepersonalet - senest 30. april 2000«. I en af henvendelserne var også peget på, at det fra færgepersonalets side var forlangt, at hver enkelt voksen købte et 10-turs kort, selvom kortene ikke er personlige.

Forbrugerombudsmanden meddelte, at 20-turs kortene ikke var påtrykt forbehold, fx om adgang for transportøren til at ændre gyldighedsperioden, eller forbehold i øvrigt.

Ved færgeselskabets salg af 20-turs kortene, dækkende en 12 måneders periode fra købet, var indgået en bindende aftale. Og da færgeselskabet ikke havde taget forbehold for eventuelle ændringer i forbindelse med ændringer af takstsystem/takstforhøjelser, var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at kunder, der havde ubrugte klip på 20-turs kort, hvor gyldighedsperioden ikke var udløbet den 1. maj 1999, skulle stilles, som om aftalen stadig var gældende. Det betød, at disse kunder i de købte 20-turs korts resterende gyldighedsperiode skulle kunne rejse med den samlede prisrabat, vedkommende ville have opnået, hvis færgeselskabet ikke havde annulleret aftalen. Sagt på en anden måde skulle køberne kunne gennemføre det resterende antal ture uden merudgift. Færgeselskabet burde endvidere godtgøre den enkelte kunde dennes merudgift som følge af, at den pågældende var blevet nægtet at kunne betale med sit 20-turs kort. Det blev oplyst over for kommunen, at Forbrugerklagenævnets praksis på området var i overensstemmelse hermed.

Som følge af vurderingen af sagens civilretlige aspekter anså Forbrugerombudsmanden den anvendte fremgangsmåde for at være i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1. Da rabatkort almindeligvis ikke er personlige, fandt Forbrugerombudsmanden tillige, at færgeselskabet må påtrykke kortene dette vilkår eller i det mindste bekendtgøre dette ved opslag, såfremt man ønsker, at kortene skal være personlige. Forbrugerombudsmanden henstillede, at kommunen etablerede procedurer, der sikrer, at indehaverne af fortsat gyldige 20-turs kort blev tilgodeset som beskrevet. Det blev tilkendegivet over for kommunen, at sagerne eventuelt senere ville blive indbragt for Forbrugerklagenævnet, hvis den civilretlige tvist ikke kunne anses for løst tilfredsstillende.

Kommunen bekræftede Forbrugerombudsmandens henstilling, med hensyn til 20-turs kort, der var købt inden den 1. maj 1999 og påbegyndt anvendt inden denne dato samt helt ubrugte rabatkort, indkøbt inden 10. april 1999. Kommunen ville ikke følge henstillingen for helt ubrugte 20-turs rabatkort købt efter bekendtgørelsen af de nye takster mv. den 10. april 1999.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at de procedurer, der nu blev fastsat, måtte annonceres på samme måde, som kommunen annoncerede ændringer af takstsystemet/takstforhøjelser, og at færgepersonalet måtte instrueres i at orientere fyldestgørende om ændringerne. Det blev endvidere præciseret over for kommunen, at foruden refusion af uforbrugte klip, må der udbetales et erstatningsbeløb, som må fastsættes på baggrund af færgeselskabets priser i dag, således at køberen beløbsmæssigt stilles, som om der havde været mulighed for at opbruge kortet. For kunder, der allerede har fået udbetalt refusion, må der laves en opgørelse over det berettigede erstatningsbeløb, som derefter udbetales til de pågældende. Forbrugerombudsmanden tilføjede, at han forventede, at færgeselskabet godtgør den enkelte kunde dennes merudgifter som følge af, at den pågældende er blevet nægtet at betale med sit 20-turs kort - såsom køb af enkeltbillet.

Forbrugerombudsmanden havde ikke indvendinger mod en ordning, som giver køberne mulighed for at bruge 20-turs kortene op. Men færgeselskabet må i så fald sikre, at gyldighedsperioden forlænges med perioden fra 1. maj 1999 til det tidspunkt, hvor de nye procedurer er sat i gang. Endvidere blev det forudsat, at det må være valgfrit for køberne, om de ønsker at bruge endnu ikke refunderede kort op, eller om de ønsker at få udbetalt refusion for kortene samt en erstatning.

Endelig tilføjede Forbrugerombudsmanden, at han anså det for bedre stemmende med god markedsføringsskik, såfremt kommunen stillede købere af helt ubrugte 20-turs kort, indkøbt efter bekendtgørelsen af de nye takster mv. den 10. april 1999 på tilsvarende måde.

Færgeselskabet forhøjede således taksterne og ugyldiggjorde alle 20-turs kort fra 1. maj 1999, men fortsatte

alligevel med at sælge 20-turs kortene med en gyldighed på 12 måneder uden at påtrykke kortene forbehold af nogen art. Den civilretlige problemstilling kunne imidlertid ikke da forelægges Forbrugerklagenævnet til afgørelse, eftersom der ikke var indgivet en klage over denne type kort indkøbt i den nævnte periode.
Forbrugerombudsmanden gik endvidere ud fra, at færgeselskabet præciserer over for færgepersonalet, at klippekortene ikke er personlige. (1999-511/5-154)

2.1.1.10. Forsikringsselskabs manglende hjemmel til opkrævning af gebyr

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse vedrørende et forsikringsselskabs gebyropkrævning. Henvendelsen udsprang af en konkret sag, der var blevet afgjort af Ankenævnet for Forsikring.

Forbrugeren havde indbragt sagen for Ankenævnet for Forsikring, fordi forsikringsselskabet opkrævede et gebyr på 5 kr. i forbindelse med præmieopkrævningen uanset der ikke i forsikringsbetingelserne var hjemmel til opkrævning af et sådant gebyr.

Forsikringsselskabet udtalte under ankenævnets behandling af sagen, at det var selskabets principielle opfattelse, at gebyropkrævningen kunne finde sted, uanset om der er hjemmel eller ej. Denne opfattelse støttedes på gældsbrevslovens § 3.

Ankenævnet for Forsikring fandt ikke, at der i den konkrete forsikringsaftale var hjemmel til opkrævning af gebyret på 5 kr. Nævnet udtalte på den baggrund, at forsikringsselskabet ikke var berettiget til at opkræve gebyret. Forsikringsselskabet efterlevede ikke ankenævnets afgørelse.

Derfor rettede Forbrugerombudsmanden henvendelse til selskabet, og gav udtryk for, at opkrævning af et gebyr skal have klar hjemmel i aftalen for, at den kan betragtes som kontraktsmæssig. Dette gælder i særlig grad ved indgåelse af forsikringsaftaler, som kan indebære meget komplicerede og svært overskuelige vilkår for den enkelte forbruger.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at det skal fremgå eksplicit af forsikringsbetingelserne, at der er adgang til opkrævning af et gebyr.
Foretages der opkrævning af gebyrer uden en sådan hjemmel, vil opkrævningen være i strid med markedsføringslovens § 1 og § 2, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden anmodede forsikringsselskabet om at afgive et tilsagn efter markedsføringslovens § 16 om: at afstå fra at opkræve gebyrer, der ikke har hjemmel i de forsikringsbetingelser, selskabet anvender over for forbrugere.
Forsikringsselskabet underskrev tilsagnet, hvorefter Forbrugerombudsmanden afsluttede sagen. (1999-203/5-269)

2.1.1.11. Ulykkesforsikring der spiller på frygt

Et forsikringsselskab markedsførte en seniorulykkesforsikring - et produkt, der primært henvendte sig til ældre mennesker.

Af annoncens overskrift fremgik det, at »Voldsmændene får rigelig opmærksomhed. Vi vil gerne gøre noget ekstra for ofrene«. I annoncens brødtekst stod der »Så godt som hver dag kan man læse i aviserne om sagesløse mennesker, der bliver overfaldet. For mange ældre betyder det, at de ikke er trygge ved at gå ud. Og slet ikke efter mørkets frembrud. Hos (selskabets navn) har vi udviklet en forsikring, specielt til ældre mennesker«.

Forbrugerombudsmanden påpegede, at ordvalget og tonen i annoncen i høj grad spillede på en latent frygt hos ældre mennesker for at blive overfaldet og gav indtryk af, at ældre mennesker i almindelighed er ofre.

Forbrugerombudsmanden fandt, at annoncen var i strid med kravet om god markedsføringsskik i markedsføringslovens § 1. Herudover henviste han til grundprincipperne i ICC's Internationale Kodeks for Reklame Praksis, hvorefter alle reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse, jf. kodeks art. 1. I øvrigt henvistes til ICC kodeks art. 4, stk. 2, hvorefter reklamer ikke bør spille på frygt.

Forsikringsselskabet oplyste, at det ikke var intentionen, at spille på frygt. Selskabet oplyste, at annoncekampagnen var afsluttet og annoncen ville derfor ikke blive bragt igen.

På baggrund heraf afsluttede Forbrugerombudsmanden sagen. (1999-203/5-312)

2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger

2.1.2.1. Reklamefinansieret telefoni. Gratis taletid når forbrugeren tillod, at samtalen blev afbrudt af reklamespots.

En teleudbyder markedsførte et produkt, hvorefter forbrugerne kunne ringe gratis mod at acceptere, at samtalen ca. hvert andet minut blev afbrudt af reklameindslag. Såvel abonnenten som modtageren af opkaldet kunne høre reklamebudskaberne. Konceptet blev også tilbudt til børn og unge under 18 år.

Forbrugerombudsmanden fandt, at reklameindslag under en telefonsamtale var en aggressiv og utilbørlig markedsføring, idet konceptet pånødede modtagere af sådanne opkald reklamer på tidspunkter, hvor de ikke var forberedte herpå, og i situationer, hvor de af høflighed over den, der ringede op, ikke ville afbryde samtalen. Konceptet kunne endvidere efter omstændighederne indebære en overtrædelse af forbudet mod uanmodet telefoniske henvendelser i lov om visse forbrugeraftaler, § 2. Forbrugerombudsmanden fandt derfor, at konceptet var i strid med god markedsføringsskik. At forbrugerne havde mulighed for skriftligt at fravælge sig sådanne opkald fra andre abonnenter ændrede ikke Forbrugerombudsmandens vurdering, idet man ikke kan pålægge forbrugerne en aktiv handling for at beskytte sig imod en ulovlig handling.

Efter forhandling meddelte den erhvervsdrivende, at man ville ændre konceptet. Forbrugere, der modtog opkald fra en reklamefinancieret telefon, ville fremover blive informeret om, at de kunne fravælge reklamespot via "tryk selv", uden at dette afbrød den igangværende samtale. Et sådant fravalg medførte derimod, at modtageren ikke fremover ville kunne modtage sådanne opkald. Aldersgrænsen for tegning af et abonnement blev sat op til 13 år, og den erhvervsdrivende gav tilsagn om, at reklamespots ved opkald fra børn og unge ville overholde Forbrugerombudsmandens retningslinier for markedsføring over for børn og unge. (1999-4054/5-28)

2.1.2.2. Markedsføringsmateriale udformet som "rykkere"

En virksomhed, der leverer tv-signaler til indehavere af parabolantenneanlæg, tilbød nye kunder, at de kunne få parabolkortet gratis på prøve i 3 måneder. De personer, der havde taget imod tilbuddet om gratis prøveperiode, modtog senere et brev fra virksomheden, hvori man tilbød kunderne at fortsætte abonnementet efter prøvetidens udløb - mod betaling.

De kunder, der ikke reagerede på henvendelsen, fik senere et brev i en noget skrappere tone. "Betalingspåmindelse" var brevets overskrift, ligesom det i brevet blev påpeget, at kunden endnu ikke havde betalt.

En række forbrugere klagede til Forbrugerombudsmanden over at modtage "rykkere", uden at de skyldte virksomheden penge.

Baggrunden for Forbrugerombudsmandens indgriben i sagen var, at Forbrugerombudsmanden fandt, at markedsføringen var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, og vildledende efter markedsføringslovens § 2.

For så vidt angår § 1, da der var stor risiko for, at forbrugere uforvarende ville komme til at foretage indbetaling, idet reklamematerialet er udstedt med modtagerens navn og et beløb påført, ligesom materialet som overskrift var benævnt "Betalingspåmindelse!" og angav en betalingsdato.

For så vidt angår § 2, fordi Forbrugerombudsmanden endvidere fandt, at der var risiko for, at brevet i sin helhed var egnet til at give modtageren et fejlagtigt indtryk af, at der bestod en betalingsforpligtelse. Da "rykkeren" således ikke umiddelbart lod sig identificere som uforpligtende reklamemateriale, fandt Forbrugerombudsmanden derfor tillige, at reklamematerialet var vildledende, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden indledte forhandlinger med virksomheden, jf. markedsføringslovens § 16. Forhandlingerne mundede ud i, at virksomheden i overensstemmelse med markedsføringslovens § 16, stk. 2 gav Forbrugerombudsmanden tilsagn om, *at* virksomheden ikke fremover vil udsende giroindbetalingskort med modtagerens navn, adresse og et beløb påført, medmindre det drejer sig om opkrævning af et beløb, som modtageren skylder, eller at det i øvrigt tydeligt fremgår, at der er tale om annoncering eller anden form for markedsføringsmateriale, *at* virksomheden fremover undlader at anvende ord som "betalingspåmindelse" og "påmindelse" og ord med tilsvarende indhold, der er egnet til at give modtageren det indtryk, at der består en betalingsforpligtelse, medmindre det drejer sig om beløb, som modtageren reelt skylder, *at* virksomheden til samtlige kunder, der havde accepteret tilbuddet, fremsender en berigtigelse, hvoraf det fremgår, at "rykkeren" alene var uforbindende reklamemateriale, og at der ikke var tale om nogen betalingsforpligtelse, *at* samme

personkreds fik tilbud om at blive løst fra eventuelt indgåede aftaler, og *at* virksomheden straks skulle tilbagebetale de indbetalte beløb til de personer, der ønskede at gøre brug af retten til at komme ud af aftalen. (1999-4014/5-237)

2.1.2.3. Telefonsalg af bogklubabonnementer

Forbrugerombudsmanden fik flere henvendelser fra forbrugere, som var blevet ringet op af en bogklub med henblik på tegning af et bogklubabonnement. Klagerne gik blandt andet på, at telefonsælgerne gav mangelfulde oplysninger. I nogle af henvendelserne fik forbrugerne ikke oplysning om, at det drejede sig om tegning af et løbende abonnement. I andre tilfælde fik forbrugerne ikke tilstrækkelige oplysninger om klubbetingelserne. Forbrugerne fik ikke efterfølgende oplysning om fortrydelsesret i forhold til forbrugeraftalelovens regler.

Forbrugerombudsmanden henvendte sig til bogklubben og vejledte om fremgangsmåden.

Først og fremmest skal telefonsælgeren give fyldestgørende oplysninger om klubbetingelser, priser og diverse omkostninger.

Dernæst finder reglerne om fjernsalg tilsvarende anvendelse ved bestilling af bøger på denne måde, jf. forbrugeraftalelovens § 10, stk. 1, 2. punktum. En telefonisk aftale om tegning af abonnement på løbende bogudgivelser betragtes som bestilling af varer. Det betyder ved bestilling af varer, at sælgeren/klubben ved fremsendelse af den første vare til køberen skal give tydelig skriftlig oplysning om fortrydelsesretten, jf. forbrugeraftalelovens § 13, stk. 1, jf. § 11. Klubben skal endvidere sende en skriftlig bekræftelse på den telefoniske aftale om tegning af abonnement med oplysning om abonnementsvilkårene snarest muligt og senest samtidig med fremsendelsen af den første bog, jf. § 1 i markedsføringsloven om god markedsføringsskik.

Bogklubben oplyste, at klubben oplærer deres telemarketingspersonale omhyggeligt. Klubben efterkom i det hele Forbrugerombudsmandens anvisninger og ville endvidere sørge for at stramme procedurerne op. (1998-4042/5-207)

2.1.3. Diskriminerende markedsføring

2.1.4. Inkasso

2.1.5. Negativ aftalebinding

2.1.5.1 Tele Danmark Kabel TV har afgivet tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om ikke at anvende negativ aftalebinding

Forbrugerombudsmanden modtog i juli 1999 en henvendelse vedrørende Tele Danmark Kabel TV´s markedsføring af deres programpakker. En beboer i en boligforening havde således modtaget et brev fra Tele Danmark Kabel TV, hvoraf det fremgik, at beboeren automatisk ville blive tilmeldt den fulde programpakke til en pris af 174,28 kr. om måneden, og at beboeren, kun hvis beboeren positivt reagerede på henvendelsen og indsendte et tilmeldingskort, kunne nøjes med at blive tilsluttet grundpakken til en pris af 61,40 kr. om måneden.

Forbrugerombudsmanden bad om Tele Danmark Kabel TV´s kommentarer til henvendelsen, idet Forbrugerombudsmanden bemærkede, at der var tale om negativ aftalebinding i strid med markedsføringslovens § 1.

Tele Danmark Kabel TV oplyste til Forbrugerombudsmanden,

- at de beklagede den anvendte form for negativ aftalebinding, og
- at de ville tage kontakt til alle, som den omhandlede fremgangsmåde var anvendt over for, for at sikre, at disse alene blev forpligtet af tilbuddet, hvis de afgav aktiv accept.

Forbrugerombudsmanden meddelte herefter Tele Danmark Kabel TV, at de afgivne oplysninger blev betragtet som et tilsagn over for Forbrugerombudsmanden efter forhandling i medfør af markedsføringslovens § 16 [nu § 23].

2.1.6. Alkohol

2.1.6.1. Forbrugerombudsmandens vejledning om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer

I begyndelsen af 1999 indbød Forbrugerombudsmanden alkoholbranchen til forhandlinger om revision af »Forbrugerombudsmandens retningslinier vedrørende markedsføring af øl, vin, spiritus og andre alkoholholdige drikkevarer«, som har været gældende siden 1990.
Baggrunden var, at retningslinierne ikke fungerede tilfredsstillende.

Det viste sig ikke at være muligt at opnå fuld tilslutning til et forhandlingsresultat. Forbrugerombudsmanden valgte herefter at ophæve de gældende retningslinier med virkning fra 1. juni 1999 og udstedte »Vejledning om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer«. Vejledningen bygger på de vurderinger og opfattelser, som fandt tilslutning fra den overvejende del af forhandlingsparterne. Vejledningen afspejler blandt andet, at alkohol ikke hører sammen med børn, unge og sport. (1998-7125/5-62)

2.1.6.2. Artikel i et dagblad havde overskriften »Øl skal sælges som sundt«. Ifølge punkt 3 i Forbrugerombudsmandens vejledning om alkoholholdige drikkevarer bør markedsføring ikke give indtryk af, at et vist forbrug kan være sundt, kan give succes eller kan forbedre forbrugerens mentale eller fysiske formåen

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på en artikel i et dagblad med overskriften »Øl skal sælges som sundt«.

Det fremgik af artiklen, at den kommende udgave af nyhedsbrevet »Nyt fra Bryggeriforeningen« blandt andet ville omtale udenlandske undersøgelser, der skulle dokumentere, at et moderat, dagligt forbrug af øl er lige så godt til at forebygge hjertekarsygdomme, åreforkalkning og blodpropper i hjertet som et til to glas vin om dagen. I denne forbindelse blev Bryggeriforeningens informationschef blandt andet citeret for at sige »Budskabet om, at øl i moderate mængder er godt for helbredet, er et led i vores kampagne for at forbedre øllets image«.

Forbrugerombudsmanden skrev til Bryggeriforeningen og henledte foreningens opmærksomhed på punkt 3 i Forbrugerombudsmandens vejledning fra maj 1999 om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Efter denne bestemmelse bør markedsføring ikke give indtryk af, at et vist forbrug kan være sundt, kan give succes eller kan forbedre forbrugerens mentale eller fysiske formåen.

I bemærkningerne til punkt 3 er det anført, at vejledningen må ses som et supplement til bestemmelserne i fødevarelovgivningen. Disse bestemmelser forbyder blandt andet, at det i markedsføringen anføres, at et levnedsmiddel er anbefalet af læger eller kan forebygge, lindre eller have gavnlig virkning på sygdomme eller sygdomssymptomer.

Samtidig henledte Forbrugerombudsmanden foreningens opmærksomhed på, at fx blade og pressemeddelelser, som erhvervsdrivende eller repræsentanter for erhvervsdrivende står bag, også betragtes som markedsføringsmateriale. (1999-7125/5-90)

2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.1.7.1. Markedsføringslovens anvendelse over for markedsføring på Internettet

På baggrund af et par sager om ulovlige præmiekonkurrencer på Internettet, se afsnit 2.9.1., fandt Forbrugerombudsmanden anledning til ved årets udgang at udsende en generel orientering til erhvervs- og interesseorganisationer om markedsføringslovens anvendelighed over for markedsføring på Internettet. Orienteringen havde følgende indhold

»Ulovligheder på Internettet

Forbrugerombudsmanden har i sidste uge standset to ulovlige præmiekonkurrencer, der blev afviklet på Internettet på de respektive firmaers hjemmesider. I begge tilfælde var konkurrencerne i strid med forbudet i markedsføringslovens § 9, stk. 1, hvorefter det er forbudt at foranstalte tilfældighedsprægede gevinstfordelinger, fx lodtrækninger, når deltagelsen er betinget af køb eller bestilling af varer.I Forbrugerombudsmandens

orientering af 28. juni 1999 om den vedtagne ændring af markedsføringsloven blev bl.a. anført:

> **»4. Påbud efter forhandling**
>
> Formålet med bestemmelsen er, at det skal være vanskeligere at gennemføre markedsføringsinitiativer, der klart strider mod markedsføringslovens regler og den kendte eller aftalte praksis. Forbrugerombudsmanden får derfor nu mulighed for at meddele påbud efter forgæves forhandling over for handlinger, der klart er i strid med loven.
>
> Om lovens udtryk: *»en handling klart er i strid med loven«* har der under lovændringens behandling i Folketingets Erhvervsudvalg været diskussion. Lovforslaget udtaler herom, at klare overtrædelser er begrænset til handlinger på områder, hvor retsstillingen kan beskrives som klar. En klar retsstilling vil typisk foreligge, hvor praksis allerede er fastlagt af domstolene, eller hvor der ikke er tvivl om fortolkningen af retsgrundlaget, fordi loven eller retsteorien er klar på området.
>
> Efter den gældende markedsføringslovs § 16, stk. 1, kan Forbrugerombudsmanden søge sager afsluttet ved, at den erhvervsdrivende efter forhandling afgiver et skriftligt tilsagn om at ophøre med eller i fremtiden undlade nærmere angivne markedsføringstiltag. Denne mulighed, som Forbrugerombudsmanden tillægger stor betydning, vil fortsat blive søge anvendt.
>
> Kan tilsagn efter § 16, stk. 1, ikke opnås, eller ved klare og gentagne overtrædelser af markedsføringsloven, vil Forbrugerombudsmanden kunne anvende det nye påbud.«

I stedet for at rejse straffesager anvendte Forbrugerombudsmanden fremgangsmåden med få et skriftligt tilsagn, men det blev gjort klart over for firmaerne, at hvis Forbrugerombudsmanden ikke inden for et døgn fik tilsagn, ville Forbrugerombudsmanden gøre brug af den nye beføjelse om at give et administrativt påbud [Mulighed for at give påbud blev indført ved ændringen af markedsføringsloven i juni 1999]. Sagerne er offentliggjort på Forbrugerstyrelsens hjemmeside[38)].

Dette giver derfor Forbrugerombudsmanden anledning til at udsende denne orientering til erhvervs- og interesseorganisationerne m.m.

Markedsføringsloven gælder på Internettet

Formålet med orienteringen er at præcisere, at markedsføringsloven gælder for enhver handling, som erhvervsdrivende foretager som led i markedsføringen af varer og tjenester. Markedsføringsloven skal derfor også respekteres i forbindelse med handel og markedsføring på Internettet og i tilsvarende kommunikationssystemer, hvor erhvervsdrivende via sin markedsføring har til hensigt at påvirke udbud og efterspørgsel på markedet. Og det er ikke blot specialforbudene (tilgift, mængdebegrænsning, rabatkuponer og købsbetingede præmiekonkurrencer), man skal være opmærksom på, men også § 1 om god markedsføringsskik og § 2 om vildledning eller urimeligt mangelfulde oplysninger.

Forbrugerombudsmanden skal erindre om, at de nordiske forbrugerombudsmænd for et års tid siden blev enige om *»Fælles holdning til handel og markedsføring på Internettet og i tilsvarende kommunikationssystemer«*, som vedlægges. Den fælles holdning er offentliggjort på Forbrugerstyrelsens hjemmeside[39)]. Særligt kan der henvises til de tre første afsnit i indledningen:

> »De nordiske forbrugerombudsmænd har bemærket den hastige udvikling i anvendelsen af informationsteknologien. Forbrugerombudsmændene har i den forbindelse konstateret et behov for en fælles holdning i forbindelse med handel og markedsføring på Internettet og i tilsvarende kommunikationssystemer.
>
> Forbrugerombudsmændene har fundet det ønskeligt, at synspunkterne udtrykkes på fælles nordisk plan. Det er tanken, at disse synspunkter skal danne grundlag for en fælles nordisk holdning i både nationale og internationale sammenhænge. Nationale forhandlingssituationer kan dog gøre det nødvendigt at modificere principperne i kompromisets ånd. Denne fælles holdning er udarbejdet på baggrund af den viden og de forventninger, der p.t. er til mediet. Den hastige udvikling på Internettet kan gøre det nødvendigt løbende at justere nogle af synspunkterne. Den fælles holdning skal derfor betragtes som et dynamisk værk med det formål at sikre forbrugerne en god retsstilling i informationssamfundet.
>
> Forbrugerombudsmændene bemærker, at forbrugernes tillid er en forudsætning for, at Internettet vil blive betragtet som et seriøst medie. Desuden er forbrugernes tillid en væsentlig forudsætning

for, at potentialet i den elektroniske handel realiseres. Det er derfor i høj grad også i erhvervslivets interesse, at de erhvervsdrivende overholder principperne i denne fælles holdning.«

Eftersyn af danske, kommercielle hjemmesider

På baggrund af de to nævnte sager og indikationer om, at der foregår adskillige handlinger i strid med markedsføringsloven på Nettet, vil Forbrugerombudsmanden i det nye år iværksætte et projekt, hvor der vil blive foretaget mere systematiske undersøgelser på Internettet af en række danske, kommercielle hjemmesider for at undersøge, hvorvidt de pågældende virksomheder overtræder markedsføringsloven, og i hvilket omfang der leves op til de nordiske forbrugerombudsmænds fortolkning af god markedsføringsskik på Nettet.

Så det kan være en god idé for virksomhederne selv at foretage et tjek af, om deres hjemmesiders indretning, funktion og forbrugervenlighed følger reglerne.

På baggrund af erfaringerne, som Forbrugerombudsmanden indhenter gennem denne undersøgelse, vil Forbrugerombudsmanden vurdere, om der i en periode skal afsætte særlige ressourcer til et mere systematisk tilsyn med markedsføringen på Internettet. I tilfælde af konstaterede, klare, ulovlige overtrædelser af markedsføringsloven vil Forbrugerombudsmanden være sindet at bringe disse til hurtig standsning ved at anvende fremgangsmåden om at få hurtige skriftlige tilsagn efter markedsføringslovens § 16, stk. 2, eller at udstede administrative påbud. For de strafbelagte bestemmelser kan det også komme på tale at anmode anklagemyndigheden om at rejse tiltale.

Hjælp til selvhjælp

På Forbrugerstyrelsens hjemmeside[40)] findes omfattende orientering om gældende lovgivning, Forbrugerombudsmandens retningslinier, vejledninger mv. ligesom den telefoniske rådgivning kan give hurtig respons på aktuelle spørgsmål. Ønskes en mere specifik tilkendegivelse vedrørende påtænkte markedsføringstiltag, kan virksomhederne få en skriftlig forhåndsbesked fra Forbrugerombudsmanden.

Europæisk og international udvikling

Der er efterhånden kommet skred i bestræbelserne på at harmonisere reglerne for elektronisk handel og markedsføring på Nettet.I EU ventes et kommende direktiv[41)] baseret på afsenderlandsprincippet (kontrolfunktionen udføres af afsenderlandets myndigheder) at kunne færdiggøres til ikrafttrædelse om et par år i national lovgivning.

I OECD har regeringerne på et rådsmøde den 9. december i år godkendt »Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce«. Retningslinierne med tilhørende pressemeddelelse og forklaringsdokument kan findes på OECD's hjemmeside[42)].

Disse retningslinier ligger fint i tråd med de nordiske forbrugerombudsmænds holdning til elektronisk handel og markedsføring på Nettet.

I det Internationale Netværk for Markedsføringstilsyn (IMSN, som de nordiske forbrugerombudsmænd i sin tid tog initiativ til at starte) og IMSN-Europe) vil samarbejdet mellem myndighederne om tilsyn på Internettet blive intensiveret. Yderligere oplysninger om IMSN og IMSN-Europe kan findes på Forbrugerstyrelsens hjemmeside[43)].« (1999-1110/5-47)

2.1.7.2. Sager om strafbare overtrædelser af markedsføringsloven

Forbrugerombudsmanden rettede henvendelse til Rigsadvokaten, efter at markedsføringsloven var blevet ændret i juli 1999. Baggrunden for henvendelsen var, at Rigsadvokatens meddelelser om overtrædelse af markedsføringsloven ikke var blevet ændret siden 1982, selvom bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed var ændret flere gange.

Efter at en ny markedsføringslov var trådt i kraft 1. oktober 1994, var der også udstedt en ny bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed. I den nye lov var markedsføringslovens § 14, stk. 2 om offentlige straffesager ændret, så disse sager nu som hovedregel skal anlægges ved Sø- og Handelsretten i København.

Forbrugerombudsmanden orienterede endvidere om, at Erhvervsministeriets Turnuspanel i en rapport fra

efteråret 1998 vedrørende Forbrugerstyrelsens område bl.a. har anbefalet, at markedsføringslovens bestemmelser om erhvervshemmeligheder (markedsføringslovens § 10) overføres til anden lovgivning.

Forbrugerombudsmanden anførte om sit formelle tilsyn med overholdelse af markedsføringslovens § 10, at han i praksis har nedprioriteret disse sager, da bestemmelsen typisk ikke involverer forbrugerhensyn. Denne type sager forudsætter ikke særlig viden eller ekspertise i relation til markedsføringsloven, og udøvelse af tilsyn forudsætter i hvert tilfælde en grundig politimæssig efterforskning. Anklagemyndighedens høring af ham ved tiltalerejsning efter denne bestemmelse syntes derfor helt overflødig.

Efter bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed skal Forbrugerombudsmanden ved optagelse af sager til behandling navnlig lægge vægt på varetagelsen af hensynet til forbrugerne. Dette hensyn kunne også tages i betragtning vedrørende straffesager, således at kun straffesager, hvor dette hensyn gør sig gældende, skal forelægges Forbrugerombudsmanden i forbindelse med overvejelser om tiltalerejsning.

På den baggrund anmodede Forbrugerombudsmanden Rigsadvokaten om at overveje at ændre meddelelserne om markedsføringssager.

Efter drøftelse udarbejdede Rigsadvokaten 15. september 1999 nedenstående meddelelse:

Meddelelse om sager om overtrædelse af markedsføringsloven

Indledning

I forbindelse med markedsføringsloven ikrafttræden i 1975 udsendtes RM nr. 7/75. Denne meddelelse blev i anledning af en ændring af bekendtgørelsen om reglerne for Forbrugerombudsmandens virksomhed suppleret med RM nr. 2/82. Den 1. oktober 1994 trådte en ny markedsføringslov i kraft, jf. lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring, som ændret ved lov nr. 342 af 2. juni 1999. Der henvises herved til lovbekendtgørelse nr. 545 af 1. juli 1999. I medfør af lovens § 15, stk. 5, er udstedt en bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed, jf. bekendtgørelse nr. 890 af 26. oktober 1994. I den anledning har der vist sig et behov for at ændre reglerne i RM nr. 7/1975 og RM nr. 2/1982, jf. nedenfor pkt. 2 og 4.

Forelæggelse af sager for Forbrugerombudsmanden

Påtale for overtrædelse af markedsføringsloven bør som udgangspunkt ikke rejses, uden at Forbrugerombudsmanden har givet tilslutning dertil. I sager, hvor det er åbenbart, at der ikke indgår forbrugerhensyn, og hvor førelse af sagen ikke forudsætter en særlig viden eller ekspertise i forhold til markedsføringsloven, skal sagen ikke forelægges for Forbrugerombudsmanden. Sager vedrørende overtrædelse af markedsføringslovens § 10 om erhvervshemmeligheder mv. skal således ikke forelægges for Forbrugerombudsmanden.

Tiltalens udførelse

Efter retsplejelovens § 105, stk. 3, kan Forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerstyrelsen beskikkes til at udføre tiltale for Sø- og Handelsretten og byretterne i sager vedrørende lov om markedsføring.

For så vidt angår tiltale for overtrædelse af markedsføringsloven udføres denne i medfør af lovens § 19, stk. 6, af Forbrugerombudsmanden, såfremt denne begærer dette.

Værneting

Ved lovændringen i 1994 skete der en ændring af reglerne om værneting ved sager om overtrædelse af markedsføringsloven. Ifølge lovens § 14, stk. 2, skal offentlige straffesager om overtrædelse af markedsføringsloven behandles ved Sø- og Handelsretten, medmindre nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af uvæsentlig betydning for sagens afgørelse. Afgørelsen herom bør i tvivlstilfælde træffes efter forhandling med Forbrugerombudsmanden.

Ophævelse af forskrifter

RM nr. 7/1975 og RM nr. 2/1982 ophæves.
Rigsadvokaten, den 15. september 1999
Henning Fode (1999-110/5-9)

2.1.8. Samfundsmæssige hensyn

2.1.8.1. Forbrugerombudsmandens hyrdebrev om hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering

Forbrugerombudsmanden udsendte i december måned 1999 et hyrdebrev til erhvervs- og interesseorganisationerne om vejledning i forbindelse med markedsføring af hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering.

Forbrugerombudsmanden havde konstateret, at forbrugerne ved køb af hi-fi-produkter, der kan anvendes til ulovlig digital kopiering, kunne være i tvivl om produktets brugsegenskaber, idet de ikke i tilstrækkeligt omfang blev vejledt herom.

Efter ophavsretsloven er det som udgangspunkt ulovligt, at andre end rettighedshaverne foretager eksemplarfremstilling af de værker, som rettighedshaverne har ophavsret til.

Efter ophavsretslovens § 12, stk. 1, må der af et offentliggjort værk fremstilles enkelte eksemplarer til privat brug.

Der var i ophavsretslovens dagældende § 12, stk. 2, nr. 4, gjort undtagelse, for så vidt angår fremstilling af eksemplarer i digital form af andre værker, når eksemplarfremstillingen skete på grundlag af en gengivelse af værket i digitaliseret form.

Ulovlig digital kopiering kunne blandt andet foregå på følgende måder:

- Downloading af værker fra en cd-rom eller fra en database i digitalt net (såsom Internettet).
- Indlæsning af værker i en computer fra en diskette.
- Kopiering af cd'ere på digitale lydbånd.

Der var set eksempler på, at der i forbindelse med annoncering mv. af den omhandlede type produkter, for eksempel blev oplyst om muligheden for at downloade musik og optage fra cd'ere og i øvrigt ikke blev givet oplysning om, at der var begrænsninger i den anvendelse, der lovligt kunne ske af de omhandlede produkter.

Dette var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse egnet til at give forbrugerne det indtryk, at der ikke var begrænsninger i den anvendelse, der lovligt kunne ske, og forbrugerne kunne derfor ved deres køb af produkterne have en forventning om en brug, der ikke lovligt ville kunne finde sted.

På denne baggrund henstillede Forbrugerombudsmanden, at der fremover blev givet en sådan vejledning i forbindelse med salg af de omhandlede produkter, at forbrugerne blev gjort bekendt med, at der var indskrænkninger i den lovlige anvendelse af produkterne.

Forbrugerombudsmanden benyttede i øvrigt lejligheden til at gøre en bemærkning om en kampagne mod piratkopiering, der på samme tidspunkt blev kørt af Musikbranchen.
I kampagnen anvendtes for eksempel udsagn som:

- »Det er ikke ulovligt at købe en CD-brænder. Det er heller ikke ulovligt at købe en elefanthue.«,
- »Hvor mange advokater kan der være på et børneværelse «, og
- »Hver dag opdager musikbranchen nye navne. Bed til, at det ikke bliver dit barn.«

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at sådanne udsagn er i strid med god markedsføringsskik, idet de giver indtryk af, at en CD-brænder pr. definition bruges ulovligt, at børn kan straffes, samt spiller på forældres angst for, at deres børn kan komme galt af sted.

Idet Forbrugerombudsmanden bemærkede, at hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering, også kan benyttes på fuldt ud lovlig vis, udtalte Forbrugerombudsmanden sin kritik af den nævnte kampagne. (1999-4019/5-10)

2.1.9. Børn og unge

2.1.10. Andet

2.1.10.1. Forbrugerombudsmandens gennemgang og bedømmelse af udvalgte loyalitetsprogrammer

I 1997 udarbejdede de fire nordiske forbrugerombudsmænd en fælles vejledning om loyalitetsprogrammer. I Danmark har Forbrugerombudsmanden udgivet vejledningen i en pjece om »loyalitetsprogrammer i markedsføringen«.

Som en opfølgning på vejledningen iværksatte Forbrugerombudsmanden et projekt om loyalitetsprogrammer, hvorved en række udvalgte danske programmer blev gennemgået og bedømt på baggrund af markedsføringsloven og vejledningen.

Undersøgelsen viste, at udbyderne af loyalitetsprogrammerne generelt overholder de krav, som indgår i vejledningen. Dog var det et gennemgående problem, at programmernes bonusordninger ikke levede op til vejledningens krav om overskuelighed.

Resultatet af gennemgangen blev forelagt udbyderne af de undersøgte programmer med en henstilling om at tilrette den fremtidige markedsføring i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens bedømmelse. (1997-989/5-205)

2.1.10.2. Klage over en filial af et tysk forsikringsselskab

Forbrugerombudsmanden modtog i slutningen af 1998 en klage over et forsikringsselskabs markedsføring, forretningsmetoder og produkter. Selskabet var en filial af et tysk forsikringsselskab.

Selskabet havde forinden været omtalt i medierne, da det havde introduceret et nyt forsikringsprodukt i Danmark.

Produktet indeholdt både et forsikringselement og et opsparingselement. Endvidere var de forudsætninger som selskabet anvendte for sine bonusprognoser, forskellige fra de forudsætninger, der anvendes i Danmark. Endelig solgte selskabet som noget nyt sælgerforsikringerne i et såkaldt multilevel marketing system. Selskabet indgik således forhandlerkontrakter med selvstændige forsikringsformidlere, der dels markedsførte og solgte produktet, dels hvervede nye sælgere. Den ranghøjere sælger fik en slags salgsprovision for den ranglaveres salg.

Sagen blev endvidere kompliceret af, at selskabets aktiviteter i et vist omfang er undergivet tyske regler og tysk kontrol, bl.a. er produktet underkastet tyske skatteregler.

På trods af disse omstændigheder valgte Forbrugerombudsmanden dog at behandle klagen, da han fandt, at sagen omfattede væsentlige forbrugeraspekter.

Forbrugerombudsmanden havde på grund af medieomtalen allerede inden modtagelsen af klagen behandlet enkelte problemstillinger vedrørende denne konstruktion og havde afholdt et møde med selskabet herom.

Det havde bl.a. havde været fremme, at selskabet skulle benytte sig af den såkaldte vennehvervning, og Forbrugerombudsmanden meddelte derfor selskabet, at han finder denne markedsføringsform for betænkelig og aggressiv. Selskabet har dog afvist, at man benytter sig at sådanne metoder.

Desuden havde der været rejst kritik af selskabets forsikringsformidlere. Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor tillige, at formidlerne efter hans opfattelse er underlagt en almindelig rådgivningsforpligtelse, og at de derfor også loyalt bør stille deres markedskendskab til rådighed for potentielle forsikringstagere.

Kritikpunkterne i klagen vedrørte bl.a. at selskabets i deres markedsføring brugte ansatte assurandører og i den forbindelse nævnte disses tidligere ansættelsessteder. Endvidere angav selskabet, at det var noget nyt i Danmark at sælge finansielle ydelser ved direkte kundekontakt.
Forbrugerombudsmanden fandt ikke, at selskabet med disse udsagn havde overtrådt markedsføringsloven.

Under sagens behandling udsendte selskabet en annonce, hvoraf det fremgik, at selskabet havde solgt til 7 ud af 10 danskere, der nytegnede forsikringer i 1998. Da selskabet imidlertid ikke kunne dokumentere påstanden, således som det kræves i henhold til markedsføringslovens § 2, stk. 4, valgte selskabet at trække annoncen tilbage.

I klagen blev der endvidere rejst kritik af den rådgivning, som selskabets forsikringsformidlere gav forbrugerne i forbindelse med salget af forsikringerne. Det blev anført, at rådgivningen var ukvalificeret.

Mens sagen blev behandlet udfærdigede selskabet et udkast til at sæt etiske retningslinier vedrørende formidlernes rådgivning. Desuden intensiverede selskabet sin undervisning af formidlerne.

Forbrugerombudsmanden fandt, at de etiske retningslinier var udtryk for god rådgivningsskik, men bemærkede dog, at visse bestemmelser burde ændres, således at der ikke var tvivl om, at forsikringsformidlerne ikke måtte anmode forbrugere om at henvise til deres familie og venner, og således, at det klart fremgik, at formidlerne skal stille deres markedskendskab til rådighed for potentielle forsikringstagere. Selskabet ændrede efterfølgende bestemmelserne i overensstemmelse hermed.

Klagen indeholdt desuden den kritik, at der ikke blev givet tilstrækkelig rådgivning om skatteforhold mv. Efter en gennemgang af selskabets materiale og betingelser fandt Forbrugerombudsmanden ikke anledning til at fremkomme med bemærkninger.

Endelig blev det gjort gældende, at der snarere var tale om et opsparingsprodukt end et forsikringsprodukt. Efter forbrugeraftalelovens § 2, stk. 2 nr. 4 kan man bl.a. sælge forsikringer ved uanmodet personlig og telefonisk henvendelse, mens man ikke kan sælge fx bankprodukter. Klager mente, at da der reelt er tale om et bankprodukt, burde selskabet ikke kunne sælge forsikringer ved personlig henvendelse.
Forbrugerombudsmanden anmodede Finanstilsynets og Justitsministeriet om en udtalelse om dette. Finanstilsynet oplyste, at de tyske myndigheder havde godkendt produktet som et forsikringsprodukt, og at der er tilknyttet en forsikringsrisiko til produktet. Justitsministeriet udtalte, at forbrugeraftalelovens bestemmelse finder anvendelse på produkter, hvor forsikringselementet ikke er underordnet i forhold til det samlede produkts indhold.

På baggrund af dette udtalte Forbrugerombudsmanden, at der ikke var tilstrækkeligt sikre holdepunkter for at antage, at der ikke er tale om et forsikringsprodukt i forbrugeraftalelovens forstand.

2.1.10.3. Spærring af telefon

En forbruger, der havde en telefon i sit sommerhus, som han af og til lejede ud, henvendte sig til Forbrugerombudsmanden, idet han på trods af en spærring af sin telefon for udgående opkald modtog telefonregninger for opkald foretaget via en anden teleudbyder.

Forbrugeren havde indgået en abonnementsaftale med et telefonselskab. Ifølge denne aftale kunne forbrugeren ved en tryk selv service spærre sin telefon for udgående samtaler, ligesom forbrugeren på samme måde kunne ophæve spærringen, når han selv benyttede sommerhuset. Forbrugeren havde samtidig en aftale med et andet teleselskab, som han kunne benytte ved fast forvalg. Forbrugeren gik ud fra, at en spærring af telefonen også omfattede opkald via andre teleudbydere.

Som følge af teleliberaliseringen kan teleselskaberne ikke spærre for opkald via andre teleselskaber. Da mange forbrugere regner med, at en spærring hos abonnementsudbyderen tillige vil spærre for opkald via andre teleudbydere, henstillede Forbrugerombudsmanden til alle teleselskaber, at de oplyser forbrugerne om, at spærringer ikke hindrer opkald efter frit operatørvalg, og at forbrugerne, såfremt de benytter flere teleudbydere, må rette henvendelse til de enkelte udbydere for at få spærret for opkald. (1999-4054/5-58)

2.1.10.4. Erhvervsdrivendes gaver i anledning af prinsefødslen

I anledning af prinsefødslen i kongehuset omtalte dagspressen, at erhvervsdrivende i betragteligt omfang sendte gaver til den nye prins.
Samtidig sendte de erhvervsdrivende pressemeddelelser til aviserne om gaven for at skilte med gavmildheden over for den nyfødte prins.Forbrugerombudsmanden udsendte en pressemeddelelse, hvor han mindede erhvervslivet om, at man ikke uden videre kan bruge portrætter af andre mennesker til at reklamere for sig selv eller sit produkt, og at det samme gælder, hvis der bruges andre personlige kendetegn end billeder.

Forbrugerombudsmanden henviste i den forbindelse til »Retningslinier for markedsføringsmæssig brug af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn«, som blev udarbejdet i 1987.

Af retningslinierne fremgår bl.a., at der i reklamer ikke uden tilladelse må afbildes eller refereres til personlige kendetegn, herunder navne, på en måde, der er egnet til at give indtryk af en personlig anbefaling.

Hvis erhvervslivet ikke fulgte disse de simple krav i retningslinierne, fandt Forbrugerombudsmanden, at der ville være tale om en klar overtrædelse af god markedsføringsskik efter markedsføringslovens § 1.
Forbrugerombudsmanden indskærpede endvidere, at udsendelse af pressemeddelelser også er et led i en virksomheds samlede markedsføring, og at retningslinierne derfor også gjaldt for virksomhedernes pressemeddelelser. (1999-989/5-480)

2.1.10.5. Pejseblad anset for at være skjult reklame

En Fabrikant af pejse udgav et blad med titlen »Alt om pejse«.

Foruden at indeholde artikler med oplysninger af forbrugerrådgivende karakter indeholdt bladet også tekster med rene anprisninger af en række pejse, som blev produceret af fabrikanten. Det fremgik imidlertid ikke - på nær i et enkelt tilfælde - at udgiveren af bladet også var fabrikanten af de produkter, der blev rosende omtalt. Bladet indeholdt desuden »rigtige« annoncer for forskelligt tilbehør, hvilket gav bladet et præg af at være et almindeligt tidsskrift fremfor en tryksag eller et reklameblad for fabrikanten.

Forbrugerombudsmanden fandt, at ved at lade markedsføringen fremtræde som et tidsskrift og ved at blande artikler af forbrugerrådgivende karakter med artikler, der indeholdt rene anprisninger af udgiverens produkter, blev det sløret over for forbrugerne, at der er tale om reklame. Der var derfor tale om såkaldt skjult reklame. Dette er i strid med Kodeks for reklamepraksis og markedsføringslovens § 1, hvorefter det kræves, at reklamer klart skal kunne identificeres som værende sådanne, uanset deres form, og uanset hvilket medium der anvendes. Desuden er der tale om en fremgangsmåde, der er egnet til at vildlede forbrugere, og som derfor er i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 3.

Fabrikanten oplyste, at bladet ikke var tænkt som en brochure eller annonceskrift, men som forbrugerinformation.

Forbrugerombudsmanden krævede imidlertid, at fabrikantens navn skulle oplyses i de artikler, der indeholdt markedsføring af produkterne, og at de artikler, der indeholdt forbrugerinformation, og de tekster, der indehold anprisninger af produkterne, klart skulle adskilles, så forbrugerne kunne se, hvad der var neutral information, og hvad der var reklame.

Det fandtes ikke tilstrækkeligt, som fabrikanten havde tilbudt, at det blev anført i forbindelse med angivelsen af udgiveren, at denne tillige var fabrikant af de i bladet omtalte pejse.

Fabrikanten meddelte Forbrugerombudsmanden, at man ved næste genoptryk af bladet ville tilføje ordet »brochure« på forsiden.

2.2. Lovens § 2

2.2.1. Vildledende angivelser

2.2.1.1. Højesteret stadfæstede Sø- og Handelsrettens afgørelse, hvorefter en person blev idømt en bøde på 250.000 kr. for overtrædelse af markedsføringslovens § 2 og § 6

I JÅ 1998, afsnit 2.2.1.1. side 50 er omtalt en retssag, hvor to anpartshavere ved Sø- og Handelsretten i København blev idømt en bøde på 250.000 kr. hver for overtrædelse af markedsføringslovens § 2 og § 6.

Den ene af de domfældte ankede dommen til Højesteret. Højesteret stadfæstede afgørelsen i henhold til de grunde, der var anført af Sø- og Handelsretten. Højesteret tilføjede, at der forelå grove overtrædelser af markedsføringslovens § 2, stk.1. Højesteret havde herved lagt vægt på, at den erhvervsdrivende under afholdelse af betydelige omkostninger i oktober 1994 og - efter at selskabet havde meddelt forbrugerombudsmanden, at man ikke igen ville benytte en sådan markedsføring - i april 1995 udsendte markedsføringsmateriale til et stort antal forbrugere med tilkendegivelse om, at hver enkelt havde vundet en nærmere beskrevet værdifuld præmie, som modtageren dog kun kunne få ved indbetaling at et beløb eller ved køb af varer. Den genstand, der herefter tilsendtes som præmie, svarede imidlertid ikke til, hvad der var stillet modtageren i udsigt, og var af ganske ringe værdi. Under henvisning til dette og til overtrædelsen af markedsføringslovens § 6 fandt Højesteret, at straffen var passende bestemt. (1996-989/5-4 m.fl.)

2.2.1.2. Pengeinstitutters brug af oplysninger fra betalingsserviceoversigter - utilbørlig fremgangsmåde

Økonomisk Ugebrev nr. 36 og 37 bragte i november 1998 under overskriften »Storbanker tapper PBS-registre for oplysninger om deres kunder« oplysninger om, at en række pengeinstitutter brugte oplysninger fra betalingsserviceoversigter til uvedkommende formål. En række pengeinstitutter skulle således på baggrund af betalingsserviceoversigterne have rettet henvendelse til kunder, da pengeinstitutterne blev opmærksomme på, at kunderne brugte et bestemt forsikringsselskab.Forbrugerombudsmanden rettede henvendelse til de nævnte pengeinstitutter og modtog redegørelser om forløbet.

I to af de tre tilfælde fandt Forbrugerombudsmanden ikke anledning til at rejse kritik af pengeinstitutterne i medfør af markedsføringslovens regler.

I et pengeinstitut havde en af bankens medarbejdere foretaget en analyse af modtagne PBS-lister vedrørende forsikring/forsikringstilbud fra et bestemt forsikringsselskab. Pengeinstituttet oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at der var tale om en uofficiel analyse, hvis indhold ikke var godkendt af banken, og derfor ikke kunne tages som et udtryk for bankens holdning. Den pågældende analyse med forslag om at gennemgå PBS-lister var blevet fremsendt til bankens afdelingsnet, men det blev ved en officiel, intern orientering efterfølgende af banken præciseret, at disse lister ikke måtte anvendes, ligesom materialet som helhed blev tilbagekaldt. Dette skete, da banken konstaterede, at forslaget var i strid med PBS-reglerne.

Enkelte filialer havde anvendt PBS-listerne, og der var i denne forbindelse rettet henvendelse til kunder. Disse henvendelser havde imidlertid ikke ført til, at pengeinstituttet havde solgt »egne« produkter. Endelig bemærkede pengeinstituttet, at der ikke havde været tale om markedsføring af »egne« produkter, hvorfor forholdet efter pengeinstituttets opfattelse faldt uden for markedsføringslovens anvendelsesområde.

Forbrugerombudsmanden gav udtryk for, at anvendelsen af PBS-oplysningerne er en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 3, da anvendelsen af PBS-oplysningerne til brug for markedsføring og/eller rådgivning af pengeinstituttets kunder er en utilbørlig fremgangsmåde over for såvel kunder som de erhvervsdrivende, der findes på de pågældende PBS-oversigter. Det er uden betydning, om pengeinstituttet havde markedsført egne eller andre erhvervsdrivendes produkter. Det afgørende er, at pengeinstituttet benyttede oplysningerne fra PBS til uvedkommende formål (markedsføring og rådgivning), og at denne markedsføring/rådgivning var egnet til at påvirke udbud og efterspørgsel af forsikrings- og pensionsprodukter.

Forbrugerombudsmanden fandt i øvrigt, at anvendelsen af PBS-oplysningerne, der var sket i strid med de interne regler for BetalingsService, var en overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, da oplysningerne benyttedes til helt andre formål end det, de var afgivet til af kunderne.

Da brugen af oplysningerne ikke var sket som følge af en beslutning i pengeinstituttet, og pengeinstituttet straks havde skredet ind over for den ulovlige fremgangsmåde, da pengeinstituttet blev bekendt med denne, foretog Forbrugerombudsmanden sig ikke videre. Det blev dog tilkendegivet over for det pågældende pengeinstitut, at bliver Forbrugerombudsmanden bekendt med en lignende handling fremover, vil Forbrugerombudsmanden straks tage initiativ til at få rejst straffesag efter markedsføringsloven. (1999-2011/5- 250)

2.2.1.4. Skjult reklame i provinsavis - Rigsadvokatens behandling

I JÅ 1998 er der på side 52-54 omtalt en sag om skjult reklame i en provinsavis. Bl.a. er Pressenævnets behandling af sagen omtalt.

En provinsavis tilbød firmaer annoncer af en vis størrelse og samtidig hermed redaktionel omtale i bladet af samme størrelse som annoncen, hvor annoncøren selv bidrog med det redaktionelle materiale.

Annoncer fra forskellige firmaer og en række anprisende tekststykker vedrørende en overvejende del af disse firmaer blev bragt i nogle annoncetillæg til avisen.

Forbrugerombudsmanden meddelte, at han umiddelbart fandt, at denne form for annoncering kunne betragtes som skjult reklame, idet forbrugerne blev vildledt til at tro, at der var tale om en redaktionel tekst. Forbrugerombudsmandens foreløbige vurdering var, at der var tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 1 samt § 2, stk. 3. Forbrugerombudsmanden rettede samtidig henvendelse til nogle af annoncørerne samt til Pressenævnet. Over for Pressenævnet henviste Forbrugerombudsmanden til medieansvarslovens bestemmelse om, at massemediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik. Pressenævnet afviste at behandle Forbrugerombudsmandens klage.

Derefter rettede Forbrugerombudsmanden henvendelse til Rigsadvokaten for at få vurderet spørgsmålet om eventuel tiltalerejsning mod avisen efter medieansvarsloven for overtrædelse af markedsføringsloven i forbindelse med udgivelsen af annoncetillæg til avisen. Rigsadvokaten lagde bl.a. i sin vurdering af sagen vægt på, at det ikke i dag er fuldt afklaret, om markedsføringsloven indeholder et forbud mod skjult reklame. Der kan endvidere efter Rigsadvokatens opfattelse rejses tvivl om, hvorvidt de to annoncetillæg indeholder reklame, der er skjult. Tillæggene angiver på forsiden udtrykkeligt at være »annoncetillæg«. De dele af tillægget, der fremtræder som redaktionel omtale, indeholder overvejende annoncørernes egne anprisninger, og omtalen er hovedsagelig bragt i umiddelbar tilknytning til annoncen. Efter Rigsadvokatens opfattelse får tekstafsnittene således en karakter, hvor det kan diskuteres, om de fremstår som reklamer eller som artikler med skjult reklame.

Rigsadvokaten nævner, at et eventuelt strafansvar vil forudsætte, at det kan godtgøres, at markedsføringsloven indeholder et forbud mod skjult reklame, og det skal kunne bevises, at tekstafsnittene i annoncetillægget må anses for at være artikler, der i strid med forbuddet i markedsføringsloven indeholder skjult reklame.

Rigsadvokaten bemærker videre, at et eventuelt strafansvar vil forudsætte en afklaring af, hvem der kan anses for strafferetligt ansvarlig i sagen. En nærmere undersøgelse heraf forudsætter afhøring af både journalisterne, den ansvarlige redaktør samt af udvalgte annoncører. Bl.a. under hensyn til, at det må anses for tvivlsomt, om der foreligger en overtrædelse af reglerne i markedsføringsloven, finder Rigsadvokaten ikke grundlag for, at der indledes en efterforskning i sagen med henblik på at undersøge, om der kan gøres strafansvar gældende mod redaktøren eller de journalister, der har medvirket ved affattelsen af tekstafsnittene i tillæggene.

Rigsadvokaten har endvidere henvist til, at Forbrugerombudsmanden i december 1998 oplyste, at det blev overvejet, om der var grundlag for at præcisere reglerne i markedsføringsloven, således at skjult reklame udtrykkeligt forbydes.

Rigsadvokaten finder herudover, at der ikke vil være grundlag for at rejse tiltale over for avisen som juridisk person alene for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 3, ved at have fremsendt tilbuddet om annoncering i de to annoncetillæg til annoncører og erhvervsdrivende. En sådan tiltale indebærer efter Rigsadvokatens opfattelse et strafansvar for indholdet af et periodisk skrift, som kun vil kunne gøres gældende efter ansvarsreglerne i medieansvarsloven.

Rigsadvokaten fandt ikke grundlag for at foretage videre.

Forbrugerombudsmanden har derfor besluttet ikke at forfølge sagen yderligere. Men Forbrugerombudsmanden pointerer i en meddelelse på Forbrugerstyrelsens hjemmeside, at avisens fremsendelse af tilbud om annoncering i de to annoncetillæg til annoncører og erhvervsdrivende efter hans opfattelse klart er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

Der er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse også tale om en overtrædelse af ICC's Internationale Kodeks for Reklamepraksis, art. 12, der indeholder en helt generel regel om, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, uanset deres form og uanset hvilket medie, der anvendes. I nærværende sag er det ikke nok, at der blot anføres »Annoncetillæg« på forsiden af indstikkene. Hver enkelt reklame bør efter Forbrugerombudsmandens opfattelse klart kunne identificeres som sådan.

Herefter må pressen holde selvjustits. Danske Dagblades Forening og Dansk Journalistforbund har vedtaget en udtalelse om tekstreklame, som indeholder vejledende regler. Der er lavet regler om tekstreklame, fordi der er forskel på annoncer og redaktionel tekst.

I et interview i Journalisten allerede i august 1998 udtaler en tekstilhandler om annoncekonceptet fra provinsavisen, at »folk tror, det er rigtig journalistisk omtale. For mig at se så er omtalen ikke en annonce, det er journalistik, og det virker mere rigtigt end en annonce. Hvis vi selv laver en annonce, så spørger folk lidt skeptisk »er det nu også rigtigt «. Men det har de ikke gjort med denne her. Slet ikke. Det har jo stået i Stiftstidende.«

I Politiken den 8. oktober 1998 kunne man læse, at det er almindeligt udbredt blandt journalister fra stort set alle medier, at de takker ja til virksomhedernes tilbud om fx betaling af omkostninger til journalisters rejser, middage, hotelophold - til gengæld får virksomhederne omtale i avisernes spalter.

I Jyllands-Postens leder den 9. december 1998 blev der under overskriften »Rene linier, tak!« peget på vejledende regler for god presseskik: »Der bør opretholdes en klar skillelinie mellem annoncering og redaktionel tekst. Tekst og billeder foranlediget af direkte eller indirekte merkantile interesser bør kun bringes, hvis et klart journalistisk kriterium taler for offentliggørelse.« I lederen gives der udtryk for, at annoncekonceptet fra provinsavisen naturligvis er »en klar og helt utilstedelig tilsidesættelse af ovennævnte passus i de vejledende presseetiske regler. Fremgangsmåden, der heldigvis er et særsyn i dansk presse, er med til at undergrave den redaktionelle troværdighed, som dybest set er mediernes eksistensgrundlag«.

Den norske forbrugerombudsmand udtaler i et interview i Journalisten den 3. februar 1999, at et brev som det, provinsavisen har sendt ud, i Norge øjeblikkeligt ville blive stoppet af parterne selv. Den norske forbrugerombudsmand ville ikke behøve at gribe ind. I Norge er journalister og redaktører gået sammen om en stram selvjustits, og hele branchen i Norge fører en offentlig debat om såkaldt tekstlignende, skjult reklame.

Forbrugerombudsmanden sender i sin meddelelse en kraftig opfordring til Danske Dagblades Forening og Dansk Journalistforbund om på lignende måde som i Norge at sørge for, at de vejledende regler om tekstreklame efterleves.

Danske Dagblades Forening har i december 1999 påmindet dagbladene om den vedtagne udtalelse om

tekstreklame. Foreningen har peget på, at dagbladene bør udvise særlig agtpågivenhed med de redaktionelle virkemidler og forholdet mellem tekst og reklame ved særlige annoncetillæg som for eksempel virksomhedsportrætter og tillæg med holdningspåvirkende foreninger eller lignende som afsender. Sådanne tillægstyper er i hovedsagen kommet til, siden udtalelsen blev vedtaget i 1980. (1999-989/5-320)

2.2.2. Vildledende prisangivelser

2.2.2.1. Markedsføring af mobiltelefoner

Forbrugerombudsmanden har løbende modtaget klager over markedsføring af mobiltelefoner. Flere annoncer har ikke indeholdt tilstrækkelige oplysninger til, at forbrugerne har kunnet vurdere tilbuddet. Af nogle annoncer for mobiltelefoner fremgik det ikke, at køb til den annoncerede pris forudsatte samtidig oprettelse af et abonnement hos en bestemt teleudbyder, og at abonnementet var uopsigeligt i 6 måneder. I andre fremgik det ikke, at mobiltelefonen var forsynet med en operatørlås/ SIM-lock, således at mobiltelefonen i en periode af 6 måneder alene kunne benyttes til opkald via en bestemt teleudbyder.

Forbrugerombudsmanden har i disse sager udtalt, at krav om samtidig oprettelse af et abonnement og begrænsninger i mobiltelefonens anvendelse i form af en operatørlås er af væsentlig betydning for forbrugerens vurdering af tilbuddet, og at annoncerne derfor var urimeligt mangelfulde og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1. Disse oplysninger skal fremgå klart og tydeligt af annoncerne. Andre annoncer for køb af mobiltelefoner har Forbrugerombudsmanden fundet vildledende, idet det ikke af annoncerne fremgik, hvad prisen for mobiltelefonen reelt var, og om denne pris indbefattede taletid/abonnement. (1997-4051/5-261, 1998-4051/5-301, 1999-4051/5-379)

2.2.2.2. Markedsføring af frimærker

Forbrugerombudsmanden anlagde i 1998 sag mod en frimærkeforhandler. Forbrugerombudsmanden fandt, at det var vildledende at angive, at usorterede frimærkepakker havde en katalogværdi på 18.000 kr., når pakken alene indeholdte frimærker af symbolsk værdi og uden reel salgsværdi. Sagen er beskrevet i JÅ 1998 afsnit 2.2.2.1.

I efteråret 1999 gik den erhvervsdrivende konkurs. Sagen var berammet til domsforhandling i Sø- og Handelsretten i februar 2000. Konkursboet udeblev fra domsforhandlingen. Retten afsagde den 6. marts 2000 dom i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens påstande. (1997-552/5-29)

2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger

2.4. Lovens § 4. Garanti

2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn

2.6. Lovens § 6. Tilgift

2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning

2.8. Lovens § 8. Rabat

2.8.1. Spørgeskema som rabatkupon

Et supermarked ønskede forhåndsbesked om et markedsføringstiltag, hvor der i ugeaviser og lignende blev indrykket et spørgeskema. Forbrugerne ville blive opfordret til at besvare spørgsmål vedrørende et bestemt købmandsprodukt. Ved aflevering af et korrekt udfyldt spørgeskema ville kunden få ret til at købe det konkrete produkt til reduceret en pris.

Forbrugerombudsmanden anførte, at den konkrete vurdering af, om de indsendte oplysninger om

markedsføringsmaterialet er i overensstemmelse med markedsføringsloven, i høj grad vil afhænge af den endelige udformning og præsentation samt af den faktiske indvirkning på modtageren.

Forholdet måtte bedømmes efter markedsføringslovens § 8, stk. 1, [nu § 10, stk. 1], der forbyder brug af rabatkuponer, der er stillet til rådighed forud for køb. Således som tiltaget var præsenteret uden et konkret eksempel, måtte Forbrugerombudsmanden gå ud fra, at tiltaget primært var tænkt som en vareundersøgelse med spørgeskema, hvor den efterfølgende ydelse af rabat til de forbrugere, der afleverede spørgeskemaet, var en slags »tak for hjælpen« gave, der ikke kan betragtes som ulovlig tilgift efter § 6 (forbuddet mod tilgift er ophævet pr. 1. januar 2007).

Et udfyldt spørgeskema ville dog ligesom traditionelle rabatkuponer være bærer af en individuel rabat, og herved fandt Forbrugerombudsmanden det mest sandsynligt, at tiltaget vil være omfattet af udtrykket: »eller lignende«. Han henviste i den forbindelse til bemærkningerne i lovforslag L 211, FT 1993-94 Tillæg A, hvor det er anført, at rabat anses for urimelig og tilfældigt tilgængelig, når forbrugerne skal klippe kuponer ud af omdelte tilbudsaviser eller købe bestemte dagblade og medbringe sådanne til forretningen for at opnå rabatten. Det forhold, at forbrugerne ud over at klippe spørgeskemaet ud og aflevere det i forretningen, også skal udfylde det, synes derfor tillige at være omfattet af lovgivers intentioner, jf. udtrykket »eller lignende« i § 8, stk. 1 [nu § 10, stk. 1]. Endelig vurderede han, at et tiltag som det nævnte reelt vil kunne sætte forbudet i § 8, stk. 1, ud af kraft.

På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden det mest nærliggende, at det påtænkte tiltag måtte karakteriseres som brug af rabatkuponer i strid med forbudet i § 8, stk. 1 [nu § 10, stk. 1].

2.9. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer

2.9.1. Ulovlige præmiekonkurrencer på Internettet

Via indlæg på Forbrugerstyrelsens DebatForum på hjemmesiden blev Forbrugerombudsmanden gjort opmærksom på lodtrækninger, der foregik på to firmaers hjemmesider på Internettet.

Forbrugerombudsmanden tjekkede hjemmesiderne og kunne konstatere, at i begge tilfælde kunne forbrugerne i perioden op til jul deltage i lodtrækninger om betydelige gevinster, hvis der blev afgivet elektroniske bestillinger via hjemmesiderne.

I begge tilfælde meddelte Forbrugerombudsmanden ved elektronisk post og telefax de to firmaer, at således som konkurrencerne var udformet, forelå der en klar og utvetydig overtrædelse af forbudet i markedsføringslovens § 9, stk. 1, hvorefter det er forbudt at foranstalte købsbetingede præmiekonkurrencer.

Forbrugerombudsmanden anmodede begge firmaer om inden 24 timer at afgive et skriftligt tilsagn efter markedsføringslovens
§ 16, stk. 2. I tilsagnene skulle firmaerne bekræfte, at de inden udløbet af det næste døgn fjernede alle oplysninger på Internettet på hjemmesiderne om lodtrækningerne, at de undlod at foretage nogen lodtrækning blandt de forbrugere, der afgav elektroniske bestillinger, at de samtidigt indsatte en meddelelse på hjemmesiden om, at den på hjemmesiden annoncerede lodtrækning var en ulovlig konkurrence, og at der heller ikke blev foretaget nogen lodtrækning blandt de kunder, der allerede havde afgivet en bestilling.

Forbrugerombudsmanden orienterede om, at han efter forvaltningslovens partshøringsregler og de ikke-lovbestemte, videregående regler om partshøring skulle give firmaerne mulighed for at udtale sig. Da de markedsførte lodtrækninger klart og utvetydigt var betinget af afgivelse af bestilling (køb) af varer for at kunne deltage, var det utvivlsomt, at det strafbare forbud i markedsføringslovens § 9, stk. 1, var overtrådt. Han anførte også, at han kunne sende sagerne til politimæssig efterforskning med henblik på tiltalerejsning, men at han under hensyn til præmiekonkurrencens begrænsede løbetid i stedet fandt behov for at bringe den ulovlige markedsføring til ophør. Han fastsætte derfor en kort høringsfrist på under et døgn. Det fremgik også, at firmaerne ikke var forpligtet til at afgive skriftlige tilsagn, men han tilkendegav, at han ville være sindet - medmindre der eventuelt fremkom nye, særlige oplysninger - at udstede et administrativt påbud efter markedsføringslovens § 19, stk. 2, med henblik på at standse den ulovlige markedsføring. Et sådant påbud ville få virkning fra modtagelsen, og tilsidesættelse af et påbud ville være selvstændigt strafbart.

Begge firmaer afgav skriftligt tilsagn i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens krav og standede øjeblikkeligt konkurrencerne på Internettet. Sagerne gav Forbrugerombudsmanden anledning til at udsende en generel orientering til erhvervs- og interesseorganisationer om markedsføringslovens anvendelighed på Internettet, se afsnit 2.1.7.1. (1999-529/5-20 + 989/5-52)

2.9.2. Tele Danmarks underholdningskoncept »MobilSjov«

Tele Danmark sendte et nyt underholdningskoncept for mobiltelefoner på markedet. Det indeholdt forskellige spil, chat-funktioner og informationstjenester.

Deltagerne i spillene skulle svare på spørgsmål eller løse opgaver af forskellig sværhedsgrad med mulighed for at vinde præmier. Der skulle sendes et antal SMS beskeder. Prisen pr. besked var 0,50-1,50 kr. afhængig af kundeforholdet. Vinderne var de, der hurtigst svarede rigtigt. Forbrugerombudsmanden meddelte Tele Danmark, at han fandt det uheldigt, at et så vigtigt kommunikationsmiddel som telefonen udvikles til at blive et lege- og spilleinstrument.

Forbrugerombudsmanden bemærkede også, at MobilSjov typisk vil appellere til børn og unge, der formentlig ikke vil være tilstrækkeligt opmærksomme på, at brugen af MobilSjov koster penge. Der vil være risiko for, at de mister overblikket over forbruget.

Brugen af Mobilsjov kunne stoppes ved, at Tele Danmark spærrede for adgangen til at sende SMS-beskeder. I den forbindelse bemærkede Forbrugerombudsmanden, at SMS-beskeder er en del af abonnementsaftalen. Det vil derfor stride mod god markedsføringsskik, såfremt den eneste mulighed for at hindre brug af MobilSjov medfører en indskrænkning i den almindelige brug af mobiltelefonen.

I forbindelse med præmiekonkurrencerne henledte Forbrugerombudsmanden Tele Danmarks opmærksomhed på markedsføringslovens § 9 stk. 1, hvorefter det er forbudt at søge at fremme salget af varer eller tjenesteydelser ved brug af en mulighed for gevinst ved deltagelse i lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden form for foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet, såfremt deltagelse er betinget af køb.

Deltagelsen i præmiekonkurrencerne i MobilSjov var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse betinget af køb, idet konkurrencerne forudsatte et antal SMS-beskeder. En købsbetinget præmiekonkurrence er dog lovlig, hvis belønningen gives til den bedste præstation.

Forbrugerombudsmanden havde ikke på det foreliggende grundlag mulighed for at vurdere rækkeviden af konkurrencerne, idet forskellene i præstationerne formentlig kunne blive forsvindende små, således at et moment af tilfældighed ville foreligge. Konkurrencerne ville da ikke kunne karakteriseres som egentlige præstationskonkurrencer. Forbrugerombudsmanden forudsatte imidlertid, at teknikken gjorde det muligt at finde en vinder i de enkelte konkurrencer.

Forbrugerombudsmanden bemærkede afslutningsvis, at der var tale om en form for loyalitetskoncept, idet MobilSjov er et forsøg på kundebinding. I loyalitetsprogrammer bør der ikke udbydes præmiekonkurrencer.

Tele Danmark meddelte Forbrugerombudsmanden, at selskabet ville gøre det muligt for forbrugeren kun at få spærret for adgangen til at sende SMS beskeder til MobilSjov. For så vidt angik præmiekonkurrencerne mente Tele Danmark, at disse var i overensstemmelse med markedsføringsloven. (1999-4051/5-391)

2.9.3. Coca-Colas »Vind Her-og-Nu« konkurrence

Coca-Cola Danmark A/S foranstaltede en præmiekonkurrence. I Coca-Cola kapslerne kunne man læse, om man havde vundet en »Her-og Nu« præmie eller fik mulighed for at deltage i lodtrækning af en hovedpræmie.

Konkurrencereglerne var leveret til detailhandlen og kunne læses på Coca-Colas hjemmeside og blev oplyst telefonisk. Reglerne fremgik også af en reklame i bladet Chili. I slutningen af reglerne blev det oplyst, at konkurrencen ikke var købsbetinget, idet man kunne få et skrabelod med samme vinderodds som en kapsel, hvis man sendte et svarkuvert til Coca-Cola.

Det fremgår af markedsføringslovens § 9, stk.1, at afsætning til forbrugere af formuegoder eller tjenester ikke må søges fremmet af en mulighed for gevinst ved deltagelse i lodtrækning, præmiekonkurrence eller anden form for foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet, såfremt deltagelsen er betinget af et køb.

Forbrugerombudsmanden meddelte Coca-Cola Danmark A/S, at flere forudsætninger måtte være opfyldt, for at konkurrencen var i overensstemmelse denne bestemmelse. For det første måtte gevinstmuligheden reelt set være den samme uanset køb eller ej. Da ethvert skrabelod efter det oplyste havde samme vinderodds som en kapsel og derfor gav samme mulighed for gevinst, var denne forudsætning opfyldt.

For det andet skulle forbrugeren have let adgang til at deltage i konkurrencen uden køb. Hvis en person, der køber produktet, umiddelbart modtager et lod, må kravet derfor være, at personer, der ikke køber produktet, enten kan få et antal lodder udleveret på de steder, hvor produktet kan købes, eller uden omkostninger kan få

tilsendt et antal lodder.

For at få et skrabelod i konkurrencen, skulle forbrugeren sende en eller flere svarkuverter mod en portoudgift på mindst 4 kr., dvs. en udgift omtrent svarende til prisen på en Coca-Cola. Det måtte tages i betragtning, at sodavand i høj grad nydes af børn og unge. De vil være nemme at påvirke til køb af Coca-Cola, ikke mindst, når der er chance for at vinde præmier. Skrabelodderne udgjorde således ikke et reelt alternativ for mange, hverken børn, unge eller voksne. Den anden forudsætning var således ikke opfyldt.

For det tredje skulle muligheden for at deltage i konkurrencen uden køb markedsføres klart og ligeværdigt med oplysningerne om den del af konkurrencen, der er forbundet med køb.

Oplysningen om muligheden for at erhverve skrabelodder var i konkurrencereglerne anført til sidst og med små, ikke særligt læsbare bogstaver. I en tv-reklame for Coca-Cola fokuseredes der i billede og speak på købssituationen. Først i de sidste sekunder af reklamen var der nederst i billedet anført »konkurrencen er ikke købsbetinget. Se regler i butik«

Forbrugerombudsmanden mente, at denne tredje forudsætning næppe var opfyldt.

Samlet fandt Forbrugerombudsmanden, at konkurrencen harmonerede dårligt med markedsføringslovens §1 og § 9, stk.1.

Coca-Cola Danmark A/S meddelte, at selskabet ved fremtidige konkurrencer ville indrette markedsføringen i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens anvisninger. (1999-116/5-196)

2.9.4. Skrabelodder i kaffeposer. Konkurrencen blev anset for købsbetinget, selvom der var en vis adgang til at få skrabelodder uden at købe kaffen

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på en kaffeproducent, der på toppen af emballagen angav, at der var et skrabelod i pakken. Skrabelodderne gav mulighed for at vinde en Peugeot 206 til en værdi af 150.000 kr. og en række andre præmier.På emballagen stod også »Konkurrencen er ikke købsbetinget. Du kan få et skrabelod ved at skrive til: ....(producentens adresse), mrk. »Skrabelod«.«

Forbrugerombudsmanden fandt, at muligheden for at få et skrabelod uden at købe varen var uden reel betydning, da det næppe kan antages, at forbrugere under hensyntagen til den omkostning og ulejlighed, der er forbundet med at skrive efter et skrabelod, vil gøre brug af et sådant tilbud. For at en konkurrence ikke skal anses for at være købsbetinget, må det i det mindste kræves, at skrabelodderne udleveres i forretningerne uden samtidig køb af en pakke kaffe.

Det var derfor Forbrugerombudsmandens opfattelse, at markedsføringen stred mod markedsføringslovens § 9, stk. 1, fordi der var tale om en købsbetinget præmiekonkurrence, hvis udfald beroede helt eller delvist på tilfældet, og hvor deltagelsen var betinget af køb.

Forbrugerombudsmanden bad derfor kaffeproducenten om at bringe markedsføringen i overensstemmelse med markedsføringslovens bestemmelser.

Kaffeproducenten meddelte Forbrugerombudsmanden, at man ville følge Forbrugerombudsmandens henstilling, hvorefter sagen blev afsluttet. (1999-7125/5-94)

2.9.5. Et større dagblads konkurrence var købsbetinget og i strid med markedsføringslovens § 9, stk. 1. Undtagelsen i stk. 3 fandt ikke anvendelse på den pågældende konkurrence

Forbrugerombudsmanden modtog oplysning om, at et større dagblad ville starte en forbrugerkonkurrence. Konkurrencen var således planlagt, at forbrugeren skulle sende bonen fra sit lørdagskøb til avisen, hvorved man kunne deltage i lodtrækningen om et gavekort til den butik, hvor man havde købt sine varer, svarende til det beløb der var købt ind for. Hver uge blev der trukket 20 vindere. Det eneste, der krævedes for at deltage i konkurrencen var, at man havde købt den pågældende avis den dag, og at dette fremgik af bonen. Derefter skulle der indsendes en kuvert med navn og adresse til avisen. Forbrugerombudsmanden gjorde opmærksom på, at det var hans opfattelse, at der var tale om en købsbetinget konkurrence i strid med markedsføringslovens § 9, stk. 1. Stk. 3 om, at en udgiver af et periodisk skrift kan foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer, fandt ikke anvendelse på den pågældende sag.

Forbrugerombudsmanden henstillede, at konkurrencen straks blev standset. Avisen meldte tilbage, at det var besluttet på baggrund af Forbrugerombudsmandens brev at standse konkurrencen. Forbrugerombudsmanden foretog sig herefter ikke yderligere i sagen. (1999-4041/5-255)

2.10. Retningslinier

2.10.1. Forbrugerombudsmandens vejledning vedr. unge og bankbøger/betalingskort og net-/homebanking

Forbrugerombudsmanden har foretaget en undersøgelse af en række udvalgte pengeinstitutters praksis vedrørende unge og betalingskort. Undersøgelsen vedrørte interne hævekort, Dankort samt VISA/ Dankort.

Undersøgelsen viste, at der er behov for at få fastlagt samspillet mellem reglerne i betalingskortloven, værgemålsloven og princippet om god markedsføringsskik, jf. markedsføringsloven § 1.

Forbrugerombudsmanden har forhandlet pengeinstitutternes praksis med Finansrådet, Civilretsdirektoratet, Børnerådet og Forbrugerrådet og har fastlagt en række principper, der bør gælde for bankbøger og betalingskort samt net- og homebanking til unge under 18 år.

1. Aldersgrænse for udlevering/tilslutning.

Børn og unge under 18 år, der ikke har indgået ægteskab, er mindreårige og dermed umyndige. Som hovedregel kan mindreårige ikke selv råde over deres formue, jf. værgemålslovens § 1, stk. 2.

En mindreårig kan dog uden værgens tilladelse oprette en konto, hvis kontoen alene anvendes til midler, som den mindreårige har fri rådighed over, jf. værgemålslovens § 42. Det påhviler pengeinstituttet at sikre sig, at der er tale om midler, som den mindreårige kan råde over.

På denne baggrund henstilles det, at pengeinstitutterne følger nedenstående principper.

1. 1. Bankbog/hævekort uden PIN-kode.
Bankbøger/hævekort giver ikke mulighed for overtræk. Den mindreårige kan således kun råde over de midler, der står på kontoen.

Når unge under 15 år ønsker at få en bankbog eller et internt hævekort *uden* PIN-kode, bør pengeinstituttet indhente værgens skriftlige samtykke. Dette gælder dog ikke, hvis det klart fremgår, at den mindreårige har selvråden over de midler, der skal indgå på kontoen.

1. 2. Hævekort med PIN-kode.
Der bør ikke udleveres hævekort med PIN-kode til unge under 13 år.

Hævekort med PIN-kode til unge over 13 år bør kun udleveres, hvis pengeinstituttet vurderer, at den unge er egnet til at administrere kortet. Pengeinstituttet bør overveje, om der er behov for at orientere værgen om, at den unge har fået et hævekort med PIN-kode.

For unge i alderen 13-15 år bør pengeinstitutterne følge samme principper for indhentelse af værgens samtykke som angivet i punkt 1.1. ovenfor.

1.3. Internationalt betalingskort med saldokontrol
Et internationalt betalingskort med PIN-kode og saldokontrol giver ikke mulighed for overtræk.

Sådanne kort bør alene udleveres til unge under 15 år med værgens skriftlige samtykke.

Til unge over 15 år bør kortet kun udleveres, hvis pengeinstituttet vurderer, at den unge er egnet til at administrere kortet. Pengeinstituttet bør ved udleveringen orientere værgen om, at den unge har fået et internationalt betalingskort med PIN-kode og saldokontrol.

1. 4. Dankort samt VISA/Dankort.
Da udlevering af Dankort eller VISA/Dankort giver mulighed for overtræk, bør sådanne betalingskort som hovedregel ikke udleveres til unge under 18 år.

I særlige tilfælde kan pengeinstituttet udlevere sådanne kort til unge under 18 år. I disse tilfælde skal pengeinstituttet forinden foretage en vurdering af den unges egnethed til at administrere et betalingskort, som kan overtrækkes, og som har PIN-kode.

Pengeinstituttet bør orientere værgen om, at den unge har fået udleveret betalingskortet.

1. 5. Net- og homebanking.
Ved tilslutning til et net-/homebankingsystem udstyres kunden med en PIN-kode, der giver adgang til egne konti. Normalt giver dette ikke mulighed for overtræk, men der vil eventuelt kunne foretages betalinger til tredjemand.

Unge under 15 år bør ikke tilsluttes et net-/homebankingsystem.

Unge over 15 år kan tilsluttes et net-/homebankingsystem, hvis den pågældende unge har et særligt behov herfor. Tilslutning bør kun ske, hvis pengeinstituttet vurderer, at den unge er egnet til at administrere systemet, herunder hemmeligholde den tilhørende PIN-kode.

Pengeinstituttet bør overveje, om der er behov for at orientere værgen om, at den unge er blevet tilsluttet et net-/homebankingsystem.

2. Markedsføring.

Forbrugerombudsmandens vejledning for børn, unge og markedsføring finder anvendelse for markedsføring af bankbøger samt betalingskort/-systemer over for mindreårige.

Derudover gælder det generelt, at et pengeinstitut i sin markedsføring ikke må give udtryk for, at en person kan få udleveret en bankbog eller et kort eller tilsluttes et system, hvis der reelt er knyttet betingelser hertil, der ikke fremgår af markedsføringen. Dette gælder såvel den direkte markedsføring som den markedsføring, der i det væsentlige er rettet mod unge under 18 år.

Samtidig gælder nedennævnte principper for markedsføring af de forskellige typer betalingskort-/systemer.

2. 1. Hævekort med PIN-kode.
Pengeinstitutterne bør ikke markedsføre hævekort med PIN-kode over for unge under 13 år.

2.2. Internationalt betalingskort med PIN-kode og saldokontrol
Pengeinstitutternes bør ikke markedsføre internationale betalingskort med PIN-kode og saldokontrol til unge under 15 år.

2.3. Dankort samt VISA/Dankort.
Pengeinstitutterne bør ikke markedsføre Dankort samt VISA/Dankort til unge under 18 år.

2. 4. Net-/homebanking.
Pengeinstitutterne bør ikke markedsføre net-/homebanking til unge under 15 år.

3. Hæftelse for misbrug.

Betalingsmiddellovens § 11 regulerer det ansvar, brugeren kan ifalde i tilfælde af tredjemands misbrug af betalingsmidlet.

3. 1. Den unges hæftelse
Civilretsdirektoratet har givet udtryk for den opfattelse, at ansvarsreglerne i betalingsmiddellovens § 11 ikke bevirker, at en aftale om udstedelse af betalingskort *af den grund* er usædvanlig og derfor kræver statsamtets godkendelse.

Unges ansvar for tredjemands misbrug af et hævekort, et internationalt betalingskort med PIN-kode og saldokontrol, et Dankort eller VISA/Dankort eller et net-/homebankingsystem skal gøres gældende i overensstemmelse med værgemålslovens regler og reglerne om umyndiges erstatningsansvar.

Kun i de tilfælde, hvor den unges retsstilling vil blive forbedret, hvis pengeinstituttet anvender ansvarsreglerne i betalingsmiddellovens § 11 over for den unge, kan og skal betalingsmiddellovens § 11 anvendes.

Det skal i den anledning fremhæves, at hovedreglen efter § 11 er, at kortudsteder/systemudbyder er ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort/-systemet, jf. bestemmelsernes stk. 1.

Såfremt der opstår problemer, fx overtræk, spørgsmål om hæftelse eller tilsvarende, i forbindelse med brug af betalingsmidlet, bør pengeinstituttet inddrage værgen.

3.1.1. Betalingsmiddellovens § 11, stk. 2
Selvrisikoreglen (på 1.200 kr.) i § 11, stk. 2, kan aldrig gøres gældende over for en mindreårig.

3. 1. 2. Betalingsmiddellovens § 11, stk. 6.

I særlige tilfælde, hvor et ansvar kan gøres gældende over for den unge efter værgemålsloven eller efter dansk rets almindelige erstatningsregler, bør ansvaret afgøres efter den bevisbyrderegel, der følger af § 11, stk. 6.

3.1.3 Betalingsmiddelloven §11,stk.3-5.
I andre særlige tilfælde, hvor et ansvar kan gøres gældende over for den unge efter værgemålsloven eller efter dansk rets almindelige erstatningsregler, er pengeinstituttets krav mod den unge begrænset efter de principper, der fremgår af betalingsmiddellovens § 11, stk. 3-5.

Bestemmelserne skal anvendes i situationer, hvor bestemmelsernes forbrugerbeskyttelseshensyn er til den unges fordel på grund af ansvarsbegrænsningen på 8.000 kr.

Den ansvarsnorm, der gælder for en mindreårig, bør være mindre restriktiv end for en myndig person. Som følge heraf bør en fortolkning af ansvarsbestemmelserne efter § 11, stk. 3-4 foretages i overensstemmelse med den praksis, der gælder for mindreåriges erstatningsansvar.

3. 2. Værgens hæftelse
Forinden udlevering af et betalingskort (hævekort, internationalt betalingskort med PIN-kode og saldokontrol, eller et Dankort eller VISA/Dankort med PIN-kode) eller tilslutning til et net-/homebankingsystem bør pengeinstituttet vurdere den unges egnethed til at administrere kortet/systemet.

Som følge heraf bør pengeinstitutterne kun i ganske særlige tilfælde aftale med værgen, at værgen hæfter i tilfælde, hvor tredjemand misbruger den unges betalingskort/-system. En sådan aftale skal indgås på en separat erklæring, og det bør fremgå af aftalen, hvilke særlige forhold der begrunder, at værgen skal hæfte.

4. Overtræk.

4. 1. Den unges hæftelse.
Hvis en mindreårig overtrækker sin konto, vil den gældsstiftelse, der sker ved overtrækket, være ugyldig, medmindre statsamtet har givet sin godkendelse. Overtræk kan ikke godkendes af værgen.

Hvis den unge overtrækker sin konto, reguleres pengeinstituttets krav på tilbagebetaling derfor af værgemålslovens § 45, stk. 1 (nyttereglen).

Hvis den unge ved aftalens indgåelse har gjort sig skyldig i strafbart forhold, gælder de almindelige erstatningsregler, jf. værgemålslovens § 45, stk. 3.

4. 2. Værgens hæftelse.
Pengeinstitutterne bør som udgangspunkt ikke kræve, at værgen hæfter for overtræk. Hvis et pengeinstitut kræver, at værgen hæfter for overtræk, skal en sådan aftale indgås som en særskilt aftale, og det bør fremgå af aftalen, hvilke særlige forhold der begrunder, at værgen skal hæfte.

5. Skriftlige betingelser.

Pengeinstitutterne bør udfærdige særlige skriftlige betingelser til de unge, der er i overensstemmelser med ovennævnte principper

Materialet skal i et letlæseligt og forståeligt sprog sætte den unge i stand til at anvende betalingsmidlet på en sikker og hensigtsmæssig måde, og således at materialet er udformet med den særlige aldersgruppe for øje.

Betingelserne må angive de begrænsninger, der gælder for den umyndiges ansvar og hæftelse. Derudover bør oplyses om typiske omkostninger ved anvendelsen af betalingsmidlet, de krav til opbevaring, hemmeligholdelse af kode samt spærring af kortet m.v., der gælder.

Endvidere bør pengeinstitutterne sikre sig, at de unge før udlevering af betalingskort / tilslutning til et homebankingsystem modtager fornøden rådgivning i brug og opbevaring af kort og PIN-kode i form af mundtlig instruks fra pengeinstitutmedarbejdere.

2.10.2. Forhandlerpræmiering

Inden for visse brancher er det ikke ualmindeligt at søge afsætningen fremmet ved præmiering af forhandlerne. Præmierne er til privat brug og typisk betinget af, at forhandlerne enten indkøber eller videresælger et bestemt kvantum.

Da præmieringen er skjult for forbrugerne og dermed kan få en uheldig indflydelse på den rette kundemæssige betjening, vil den normalt være i strid med god markedsføringsskik efter markedsføringslovens § 1.

På baggrund af nogle sager fra 1998 iværksatte Forbrugerombudsmanden et projekt om forhandlerpræmiering.

Efter at have gennemgået retsteorien, domspraksis og administrativ praksis siden Forbrugerombudsmandsinstitutionens start i 1975 blev der udarbejdet et udkast til en vejledning om forhandlerpræmiering. Udkastet blev i slutningen af 1999 udsendt i høring til centrale erhvervs- og interesseorganisationer. Høringen gav anledning til bemærkninger, som i vid udstrækning indgår i den endelige vejledning om forhandlerpræmiering. Vejledningen er udsendt i februar 2000 til branche- og interesseorganisationer.

Vejledningen gør rede for, hvornår der foreligger ulovlig forhandlerpræmiering. Samtidig omtaler vejledningen nogle grænseområder, hvor der ikke foreligger forhandlerpræmiering i gængs forstand, men hvor ordningen alligevel kan være strid med god markedsføringsskik.

Vejledningen lyder sådan:

Indledning

Forbrugerombudsmanden ønsker med denne vejledning at informere om brug af forhandlerpræmiering i markedsføringen.

Vejledninger fra Forbrugerombudsmanden kan ses som en "generel forhåndsbesked", hvor Forbrugerombudsmanden informerer om, hvordan han vurderer markedsføringsmæssige spørgsmål på bestemte områder. Vejledninger vil også kunne signalere, at tilvante fremgangsmåder ikke længere er tidssvarende. Vejledningers betydning er mere udførligt omtalt på side 18.

Vejledninger er normalt udformet som en omtale af særlige problemstillinger på et givet markedsområde og Forbrugerombudsmandens vurderinger og opfattelser af problemerne. Derimod vil vejledninger normalt ikke detaljeret omtale eller referere administrativ praksis eller retspraksis.

Denne vejledning afviger dog herfra, da problemstillingerne i relation til forhandlerpræmiering er af en sådan karakter, at de bedst kan illustreres med eksempler fra praksis i forbrugerombudsmandsinstitutionen siden 1975.

Forhandlerpræmiering

Vejledningen omhandler brug af forhandlerpræmiering i markedsføringen, og henvender sig især til erhvervsdrivende, fx importører, fabrikanter, grossister eller reklamebureauer. Når erhvervsdrivende planlægger en kampagne med at give tillægsydelser (præmier) til efterfølgende led i omsætningen (typisk til detailhandlere), kan man i vejledningen orientere sig om, hvorvidt en sådan kampagne er lovlig eller er problematisk i relation til markedsføringsloven.

Vejledningen giver på baggrund af retspraksis og forbrugerombudsmandsinstitutionens praksis svar på, hvornår forhandlerpræmiering er ulovlig efter markedsføringsloven § 1. Man må dog også være opmærksom på, at forhandlerpræmiering også kan være ulovlig efter konkurrenceloven[44)].

Den oprindelige markedsføringslov fra 1974 var baseret på "FORBRUGERKOMMISSIONENS BETÆNKNING II: Markedsføring – Forbrugerombudsmand – Forbrugerklagenævn" [45)]. På side 22, højre spalte, i betænkningen er det anført om forhandlerpræmiering: "… Som også anført i konkurrenceudvalgets betænkning side 55 (*se nedenfor*), må det yderligere bemærkes, at gave- og præmietilbud til erhvervsdrivende og disses personale er fundet stridende mod god forretningsskik, jfr. højesteretsdom i Ugeskrift for Retsvæsen 1963, side 489[46)], hvor generalklausulen i den gældende konkurrencelovs § 15 blev taget i anvendelse. …"

Markedsføringslovens forgænger var konkurrenceloven fra 1912 med senere ændringer. I 1959 nedsatte handelsministeren et udvalg med den opgave at gennemgå lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse. Konkurrenceudvalgets arbejde er udmøntet i: "Betænkning angående en ny konkurrencelov" [47)]. Denne betænkning er på mange områder et af de væsentligste fortolkningsbidrag til markedsføringsloven, da Forbrugerkommissionen i sin betænkning henviser til Konkurrenceudvalgets betænkning. Om tilgift og forhandlerpræmiering anføres det særligt på side 55, højre spalte: " … Ulovlig tilgift foreligger kun ved salg m.v. til forbrugere. Forbruger er den, der skal have varen til eget brug, eller for hvem en arbejds- og tjenesteydelse udføres. Tilgift er således forbudt ikke alene, når tilgiften gives af en detailhandler til dennes kunder, men også hvis tilgiften gives til en erhvervsdrivende i forbindelse med salg af varer m.v., som skal anvendes i vedkommende erhvervsdrivendes virksomhed, f.eks. brevpapir eller inventar til et kontor, vareautomater eller

vægte til en butik, maskinanlæg til en fabrik eller håndværksarbejde i kontor- eller fabriksbygninger. Endvidere foreligger der ulovlig tilgift, hvis fabrikanter eller grossister lader detailhandlere formidle tilgiften til disses kunder, eller hvis fabrikanter og grossister yder tilgift ved salg til forbrugere uden om detailhandelen. Derimod foreligger der ikke ulovlig tilgift, hvis der ved salg til den, der skal benytte hovedydelsen til erhvervsmæssigt videresalg eller ved erhvervsmæssig fremstilling af andre varer, gives en tillægsydelse. Det er dog fundet stridende mod konkurrencelovens § 15 (generalklausulen) til detailforretninger at udsende en brochure, hvori meddeltes, at der i varekartoner fandtes kuponer, der berettigede til nærmere angivne præmier i form af ure og smykker i forhold til det indsendte antal kuponer, H.D., U.f.R. 1963/489, jfr. afsnit 26. Det tiltrådtes af højesteret, at forholdet var stridende mod generalklausulen, uanset om det måtte antages, at de i brochuren fremsatte præmieringstilbud kun henvendte sig til detailhandlerne, eller at de tillige rettede sig til ekspedienterne.
Efter denne dom tør det antages, at gave- og præmietilbud til erhvervsdrivende og disses personale må anses for stridende mod redelig forretningsskik. …"

Med udgangspunkt i disse forarbejder kan det fastslås, at *forhandlerpræmiering i de fleste tilfælde vil være ulovlig* efter markedsføringslovens § 1, der handler om god markedsføringsskik.

> *Markedsføringslovens § 1:*
> Loven gælder i privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed. Der må i sådan virksomhed ikke foretages handlinger, som strider mod god markedsføringsskik.

[Bestemmelsens indhold dækkes nu af § 1 og § 2, stk. 1, ilov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring]

Når man vurderer, hvad der er "god markedsføringsskik", indgår der en afbalanceret afvejning af:

- hensynet til forbrugerne,
- hensynet til erhvervslivets forhold og
- almene samfundshensyn.

Der er tale om en såkaldt retlig standard, der hele tiden kan tilpasse sig de aktuelle forhold på markedet og i samfundet.

Det vil heller ikke kunne udelukkes, at en kampagne med forhandlerpræmiering er tilrettelagt på en sådan måde, at den er i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 3 [nu § 3, stk. 3, jf.lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring].

> *Markedsføringslovens § 2* [nu § 3, jf.lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring]*:*
> **§ 2.** Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urime-ligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.
> *Stk. 2.* Bestemmelsen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.
> *Stk. 3.* Der må ikke anvendes vildledende fremgangsmåder af lignende betydning for efterspørgsel og udbud som angivet i stk. 1 eller fremgangsmåder af tilsvarende betydning, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er util-børlige over for andre erhvervs-drivende eller forbrugere.
> *Stk. 4.* Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Hvad er forhandlerpræmiering?

Når en erhvervsdrivende præmierer efterfølgende omsætningsled i forbindelse med indkøb af varer, som skal sælges videre eller indgå i produktionen, er der tale om forhandlerpræmiering. Forhandlerpræmiering har til formål at fremme afsætningen.

Forhandlerpræmiering kan også forekomme i forbindelse med udførelse af arbejds- og tjenesteydelser.

Forhandlerpræmiering ligner tilgift ved, at en erhvervsdrivende ved salg af en hovedydelse giver en "gratis" tillægsydelse. I begge tilfælde er hensigten at fremme salget til den endelige køber.

Tillægsydelser er naturalier typisk beregnet til privat brug, som opnås uden særskilt betaling. Mulighed for at deltage i lodtrækninger om attraktive præmier er også forhandlerpræmiering. I det følgende bruges udtrykkene "tillægsydelser, præmier, gaver" synonymt.

Markedsføringsloven indeholder ikke en udtrykkelig bestemmelse, der specifikt regulerer brug af forhandlerpræmiering. Forhandlerpræmiering skal derfor vurderes efter generalklausulen i markedsføringslovens § 1. Efter fast retspraksis vil forhandlerpræmiering imidlertid nemt komme i strid med denne bestemmelse om at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik.

Forhandlerpræmiering er ikke omfattet af markedsføringslovens forbud i § 6 mod tilgift [bestemmelsen, der findes i lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000, ophæves pr. 1. januar 2007] og § 9 [nu § 11, jf.lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] om købsbetingede præmiekonkurrencer. Disse to forbud gælder kun i relation til forbrugere [48)].

Ud fra domspraksis samt forbrugerombudsmandsinstitutionens praksis tegner der sig et nogenlunde klart billede af, hvornår der er tale om ulovlig forhandlerpræmiering.

Elementer, der kan gøre forhandlerpræmiering ulovlig:

- Præmieringen er skjult for kunden (forbrugeren) og kan dermed få en uheldig indflydelse på den rette kundemæssige betjening og vejledning, da hovedydelsen konkurrerer med andre tilsvarende ydelser.
- Præmieringen vil medføre, at flere erhvervsdrivende bliver tvunget til at benytte lignende markedsføringsmetoder og dermed virker konkurrenceforvridende.
- Præmieringen virker prisslørende og prisfordyrende4)

Hvem er efterfølgende led i omsætningen?

Præmieringen sker typisk til detailhandleren. Forhandlerpræmiering kan dog forekomme i alle led i omsætningen. Det spiller ingen rolle, om præmieringen ydes til indehaveren eller de ansatte. I den nedenfor omtalte sag, fandtes en kagefabrikants præmiering af grossister og disses medarbejdere således ulovlig (j. nr. 1975-417-6).

Det har heller ingen betydning, om varen videresælges i ekspedientbetjente forretninger eller i selvbetjeningsbutikker. I Sø- og Handelsrettens dom Ugeskrift for Retsvæsen (UfR) 1981, s. 516, som er omtalt nedenfor, fandt retten den anvendte forhandlerpræmiering ulovlig, uanset om afsætningen af varer skete til ekspeditionsbetjente forretninger eller til selvbetjente butikker og supermarkeder. I begge tilfælde er præmien egnet til at påvirke forretningernes markedsføring af varer af ensartet beskaffenhed, så forbrugerens valg af et ellers ligeværdigt, konkurrerende produkt kan blive påvirket af usaglige hensyn.

I det følgende vil vejledningen give eksempler fra praksis på forhandlerpræmiering. Eksemplerne er ikke udtømmende, og i takt med konkurrenceudviklingen på markedet kan der forekomme andre markedsføringstiltag, som denne vejledning ikke tager højde for.

Eksempler fra praksis

Præmiere indkøb

Det er ulovlig forhandlerpræmiering at give præmier i forbindelse med indkøb af bestemte varer, der skal videresælges i konkurrence med andre tilsvarende varer. Det er typisk en betingelse for at få præmien, at forhandleren indkøber et nærmere angivet antal af firmaets produkter.

I en sag anlagt af Forbrugerombudsmanden UfR 1981, s. 516 fandt Sø- og Handelsretten det stridende med markedsføringslovens § 1, at en forhandler af papirvarer tilbød detailhandlere gaver ved køb af et nærmere angivet kvantum. Gaverne var blandt andet kaffe- og spisestel, tv-modtagere, cykler og autoindtræk.

I Sø- og Handelsrettens præmisser anføres: " … *Forhandlerpræmiering er ikke omfattet af nogen af de særlige markedsføringsforbud i markedsføringslovens kapitel 2. Spørgsmålet er derfor alene, om præmiering, således som den er anvendt af sagsøgte og beskrevet i Forbrugerombudsmandens påstand, må anses for at være i strid med god markedsføringsskik efter markedsføringslovens § 1.*
Uanset om afsætning af varer sker til ekspedientbetjente forretninger eller til selvbetjeningsbutikker og supermarkeder, findes præmiering som den i sagen omhandlede at være således egnet til at påvirke forretningernes markedsføring af varer af i øvrigt ensartet beskaffenhed, at forbrugernes valg af produkt som følge heraf kan blive påvirket af usaglige hensyn. Under disse omstændigheder må ydelse til detailhandlere af

vederlagsfrie præmier, der er af anden art end de solgte varer og ikke af ganske ubetydelig værdi, anses for stridende mod markedsføringslovens § 1. …"

Ligeledes er en fabrikants tilbud om i forbindelse med køb af et bestemt varesortiment at præmiere detailhandlere med en flaske whisky, er af Forbrugerombudsmanden blevet anset for at være i strid med god markedsføringsskik (j. nr. 76-416-104).

Man må heller ikke ved køb af varer for et bestemt beløb udlevere værdikuponer, som forhandleren senere kan indløse for varer, der er af en anden art end de solgte varer.

I en højesteretsdom UfR 1963, s. 489[49)], fandt retten det stridende mod konkurrencelovens § 15, at en grossist, der importerede hygiejnebind, gav præmier i form af ure og smykker i forhold til det antal kuponer, detailhandlerne eller disses ekspedienter havde indsendt.

I Sø- og Handelsrettens præmisser hedder det: " … *finder retten, selv om det muligvis er rigtigt, at ydelsen af præmierne i og for sig ikke virker prisfordyrende, at der er en fare for, at præmieringen, som er skjult for publikum, bringer usaglige momenter ind i ekspedientens stillingtagen til, hvilke varer han bør anbefale, og således kan være skadelig for den rette kundemæssige betjening. At nogle få andre firmaer efter det oplyste har benyttet et noget lignende præmieringssystem, er efter rettens mening uden betydning, og da det er rettens opfattelse, at en præmiering som den påklagede af de foran nævnte grunde er uheldig og stridende mod redelig konkurrence* …"

Højesteret tiltrådte Sø- og Handelsrettens præmisser med følgende begrundelse:

" … *Uanset om det måtte antages, at de i brochuren fremsatte præmieringstilbud kun henvender sig til detailhandlerne, eller at de tillige retter sig til ekspedienterne, tiltrædes det af de i dommen i øvrigt anførte grunde, at den i sagen omhandlede præmieringsordning er anset stridende med konkurrencelovens § 15.* …"

Præmiere videresalg

Det er heller ikke tilladt at give præmier, der bliver ydet efter en bestemt skala i forhold til, hvor meget der efterfølgende bliver solgt af de pågældende produkter.

Sø- og Handelsretten fandt i dommen UfR 1955, s. 713, at en præmiekonkurrence foranstaltet af en fabrikant af skocreme blandt skotøjsekspedienter var i strid med redelig forretningsskik. Præmier i form af nylonstrømper blev ydet ved et nærmere angivet salg af fabrikantens skocreme, ligesom der blev udloddet rejser til de ekspedienter, der havde det højeste salg.

Forbrugerombudsmanden har ligeledes i flere sager udtalt, at salgskampagner, der går ud på at præmiere forhandlere i forhold til omfanget af salget af de pågældende produkter, er i strid med markedsføringslovens § 1.

En importør af regnemaskiner tilbød forhandler af maskinerne præmier i form af vin og spiritus beregnet i forhold til salget af en bestemt type regnemaskine. Kampagnen var i strid med god markedsføringsskik (j. nr. 1976-416-55).

En kagefabrikant havde iværksat en salgskampagne, der gik ud på at grossister og disses medarbejdere blev præmieret i form af "feriemærker", som blev ydet efter en bestemt skala i forhold til omfanget af salget af de pågældende produkter. Gevinsterne bestod i rejer, der tilfaldt deltagerne ved at indsende et bestemt antal feriemærker, svarende til hver rejsetype. Kampagnen var i strid med markedsføringslovens § 1 (j. nr. 1995-417-6).

Det produkt, der videresælges, vil typisk være en vare, men det kan også være en tjenesteydelse. Forbrugerombudsmanden har ved henvendelse til flere biludlejningsfirmaer gjort opmærksom på, at der forelå ulovlig forhandlerpræmiering, når firmaerne gav gaver som fx en flaske rødvin til de ansatte i rejsebureauerne afhængig af, hvor mange reservationer på biludlejning bureauerne skaffede.

Præmier, der fordeles ved lodtrækning

Det er uden betydning for lovligheden, om præmien fordeles ved lodtrækning mellem forhandlerne eller de ansatte, hvis det er nødvendigt at indkøbe bestemte varer eller omsætte for et vist beløb for at deltage.

I UfR 1960, s. 438 blev en konkurrence arrangeret af en madrasfabrikant anset for stridende mod konkurrencelovens § 15. Ved hvert salg af en madras skulle detailforhandlere og deres ekspedienter indsende et

postkort. Samtlige indsendere deltog i lodtrækning om rejser, båndoptagere og transistorradioer.

Forbrugerombudsmanden har ligeledes tilsidesat en konkurrence om en bil, som detailhandlere kunne deltage i ved køb af en enhed af en række udvalgte produkter. Konkurrencen var tilrettelagt således, at den enkelte detailhandler for hver købt vareenhed af de pågældende varenumre deltog med én vinderchance. (98-521-92)

Lodtrækningen er ikke omfattet af forbudet i markedsføringslovens § 9 [nu § 11, jf.lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] mod købsbetingede konkurrencer, da forbudet i § 9 [nu § 11] kun er rettet mod tilfældighedspræget gevinstfordeling blandt private forbrugere.

Præmier, der ikke er skjult for den efterfølgende kunde

Hvis man giver præmier og samtidig sørger for, at kampagnen med forhandler-præmiering ikke er skjult, så kunderne (forbrugerne) er orienteret herom, kan det være lovligt.

Dette betyder ikke, at forbudet mod forhandlerpræmiering kan omgås ved blot en formel orientering af kunderne (forbrugerne). Det afgørende vil være, at præmieringen på grund af kundernes kendskab hertil ikke er egnet til at have en uheldig indflydelse på den kundemæssige betjening og vejledning. Et sådan eksempel har endnu ikke været forelagt Forbrugerombudsmanden, netop fordi det karakteristiske ved forhandlerpræmiering er, at det holdes skjult. Men selvom der er åbenhed om kampagnen, skal det stadig tages i betragtning, om kampagnen kan være prisslørende, konkurrenceforvridende og indebære risiko for usaglig vejledning af kunderne.

Præmier til privat brug

De præmier, der gives i forbindelse med ulovlig forhandlerpræmiering, er naturalier, typisk beregnet til forhandlernes eller de ansattes private brug, fx spiritus, sportsudstyr eller lign. Præmien kan også være en tjenesteydelse, fx en rejse.

Præmier til erhvervsmæssig brug

Præmier, der rent faktisk benyttes i forhandlerens virksomhed, men hvor brugen ikke er et led i markedsføringen af det produkt, der skal videresælges, er heller ikke tilladt. Fx vil præmiering i form af en kaffemaskine, der bruges i forhandlerens kantine, være ulovlig.

Derimod kan det være lovligt at give en tillægsydelse, der skal bruges som led i markedsføringen i forbindelse med det videre salg af hovedydelsen. Der vil typisk være tale om reklamemateriale eller andet salgsfremmende materiale, herunder produkter, der skal bruges til udstilling.

Når det vurderes, om præmien er beregnet til privat brug, eller der er tale om salgsfremmende materiale, vil der blandt andet blive lagt vægt på, om det fremgår af det konkrete markedsføringstiltag, at tillægsydelsen skal bruges som et led i forhandlerens markedsføring.

En grossists tilbud om et farve-tv til detailhandler ved køb af en samlet kollektion af ure, fandt Forbrugerombudsmanden var i strid med markedsføringslovens § 1. Grossisten havde gjort gældende, at tv'et skulle benyttes til fremvisning af reklamer for det pågældende urmærke, og at tillægsgevinsten således var et led i markedsføringen. Forbrugerombudsmanden lagde derimod vægt på, at tilbudet om farve-tv'et ikke i reklametryksagen fremstod som et led i forhandlerens markedsføring af urene, ligesom dette forudsatte såvel en videoafspiller som reklamevideoprogrammer, hvad intet var nævnt (j. nr. 89-541-28).

Præmier af beskeden værdi

Hvis præmiens værdi er så beskeden, at den ikke vil være egnet til at virke skadelig på kundebetjeningen, vil forhandlerpræmieringen være lovlig. Ved fastsættelse af værdien lægges vægt på præmiens handelsværdi og ikke indkøbsprisen. Der kan ikke fastsættes en beløbsmæssig grænse for, hvornår præmien er tilladt, idet præmiens størrelse beror på en konkret vurdering i den enkelte sag.

Forære noget væk

Gaver, der ikke er betingede af, at forhandleren samtidig skal købe noget eller sælge noget, vil normalt være lovlige.

Fx vil det normalt være tilladt, at et firma giver julegaver eller andre gaver til potentielle kunder, når gaven ikke er betinget af samtidig køb eller videresalg.

Man må også gerne give en "tak for hjælpen" gave, når forhandleren fx har deltaget i en markedsanalyse eller udfylder et spørgeskema.

Rabat – pengeydelser

Tillægsydelser af samme art som hovedydelsen eller i form af et pengebeløb vil normalt blive betragtet som lovlig rabat. Det er således tilladt at give prisreduktion ved køb af større mængder f.eks. i form af købsbonus, årsbonus eller at give kontantrabat.

Det kan også være lovligt at lade forhandleren vælge mellem naturalieydelser af en anden art end hovedydelsen og en pengeydelse, såfremt de to ydelser har samme værdi. Naturalieydelsens værdi fastsættes ud fra handelsværdien.

En grossist inden for konfekturebranchen udleverede ved køb af grossistens vare bonuskuponer, der kunne indløses med enten én præmieobligation med pålydende 50 kr. eller med 50 kr. kontant. Forbrugerombudsmanden fandt ikke, at der forelå ulovlig forhandler præmiering.

Er pengeydelsen ikke knyttet til forhandlerens køb af hovedydelsen, fordi den først udløses, når forhandleren sælger varerne videre, er der ikke tale om rabat i traditionel forstand. Et sådan markedsføringstiltag minder meget om ulovlig forhandlerpræmiering, og vil muligvis være i strid med § 1.

Man skal samtidig være opmærksom på, at giver man rabatten til de ansatte og holdes forholdet skjult for indehaveren, foreligger der returkommission, som er strafbart. Efter straffelovens § 299 er det strafbart både at yde og modtage returkommission.

Formidling af salg

Ved forhandlerpræmiering i traditionel forstand er præmien betinget af et køb, således at præmien ligesom ved tilgift er en tillægsydelse til en hovedydelse.

Der vil således foreligge ulovlig forhandlerpræmiering, hvis et firma har en aftale med en forhandler om, at denne mod betaling formidler firmaets produkter, og firmaet *samtidig giver præmie* i forbindelse med salget.

Ofte foreligger der imidlertid ikke en aftale om, at forhandleren får betaling for at formidle salget, og præmieringen vil derfor ikke falde ind under den traditionelle opfattelse af forhandlerpræmiering. Præmien er her ikke en tillægsydelse til en hovedydelse. Selvom der ikke er tale om forhandlerpræmiering i gængs forstand, kan en sådan ordning stride mod god markedsføringsskik.

Hvis præmieringsordningen er skjult for forbrugeren, er der ligesom ved ulovlig forhandlerpræmiering risiko for, at præmieringen kan få en uheldig indflydelse på betjeningen af kunderne. En sådan præmieringsordning vil derfor normalt være i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik. Som eksempel kan nævnes et forsikringsselskabs eller et finansieringsselskabs præmiering af detailhandlere, der i forbindelse med salg af egne produkter formidler selskabets forsikringer eller lån.

Forbrugerombudsmanden har således udtalt, at en påtænkt præmieringsordning, hvor et finansieringsselskab ønskede at belønne bilforhandlere ved at give en tillægsydelse på baggrund af det antal billån, bilforhandleren formidlede, indebar skjult forhandlerpræmiering, og var dermed i strid med markedsføringslovens § 1. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse bør finansieringsselskabet som minimum oplyse låntagerne om, at forhandleren præmieres særskilt for at formidle finansieringsselskabets lån, ligesom forbrugerne bør gives et indtryk af størrelsen af præmieringen. (j.nr. 1999-116/5-181)

Forbrugerombudsmanden har ligeledes fundet, at en sælgerkonkurrence afholdt af et finansieringsselskab, hvor bilsælgerne deltog i en lodtrækning om udlandsrejser med et lod for hvert lån sælgeren formidlede, var ulovlig. (j.nr. 1999-521-130)

Selve aftalen om, at forhandleren får betaling/provision for formidling af et salg, fx en bilforhandler der får provision for at sælge en bilforsikring eller for at formidle et lån, er ikke ulovlig forhandlerpræmiering. Der foreligger ikke en tillægsydelse men alene en hovedydelse. En sådan ordning kan dog kan efter omstændighederne være i strid med god markedsføringsskik, hvis køberen af produktet ikke er bekendt med, at der foreligger et sådant samarbejde. Tilsvarende problemstilling er omtalt i Forbrugerombudsmandens retningslinier om etik i pengeinstitutters rådgivning. Det fremgår heraf, at såfremt et pengeinstitut har en særlig interesse ved udbud af andre virksomheders produkter, skal pengeinstituttet oplyse herom, ligesom pengeinstituttet på forespørgsel skal oplyse, om et salg til kunden vil udløse betaling til pengeinstituttet. Dette gælder dog ikke, hvis samarbejdsrelationen med pengeinstituttet er åbenbart for kunden [50)].

Præmieringsordninger eller bonusordninger i forbindelse med samarbejdsaftaler mellem to erhvervsdrivende kan også være i strid med konkurrencelovens bestemmelser, se senere afsnit.

Provisionsordninger til aflønning af egne ansatte

Forhandleres anvendelse af forskellige provisionsordninger til aflønning af de egne ansatte falder udenfor reglerne om forhandlerpræmiering.

Dog kan det ikke udelukkes, at provisionsordninger i form af stykpræmiering, hvor ekspedienten får en præmie ved salg af bestemte varer, kan udformes og tilrettelægges således, at det i det konkrete tilfælde er i strid med god markedsføringsskik. Her lægges der vægt på, om ordningen generelt indeholder en betydelig risiko for forkert vejledning af forbrugerne, især hvis stykpræmierne er af betydelig størrelse.

Forhandlerpræmiering i konkurrenceretligt perspektiv

Konkurrenceloven forbyder konkurrencebegrænsende aftaler mellem erhvervsvirksomheder og misbrug af en dominerende stilling. Overtrædelse af forbudene er strafsanktioneret, og aftalerne vil være ugyldige.

Forhandlerpræmiering vil næsten altid være en del af en aftale eller af virksomhedens almindelige forretningsbetingelser og kan undertiden være konkurrencebegrænsende. Ved virksomhedernes overvejelser af at benytte præmiering er det derfor vigtigt at være opmærksom på konkurrencelovens regler.

Forhandlerpræmiering vil især kunne stride mod konkurrenceloven, hvis den medfører, at konkurrenternes adgang til markedet begrænses. Risikoen for en sådan udelukkelses-virkning vil navnlig være til stede for virksomheder med en stærk stilling på markedet. Formen for præmiering af forhandlerne er ikke afgørende. Det kan fx være tale om rabatter, bonus, særydelser eller individuelle begunstigelser.

Virksomheder, der indtager en særlig stærk markedsstilling - dominerende virksomheder - vil have en forpligtelse til ikke at forskelsbehandle deres forhandlere. Præmiering af forhandlere, der yder en særlig indsats og dermed sparer omkostninger hos leverandørerne, vil normalt ikke give anledning til problemer i relation til konkurrenceloven. Adgangen til sådanne præmier skal stå åben for alle forhandlerne.

Derimod vil vilkår hos dominerende virksomheder, der stiller de enkelte forhandlere ulige, ikke være acceptable. Det kan fx være loyalitetsrabatter, der præmierer forhandlere, der er særlig trofaste over for leverandøren, i forhold til andre forhandlere, der objektivt set yder samme indsats fx mht. salg og markedsføring.

Grænsen mellem lovlig og ulovlig forhandlerpræmiering vil altid bero på en konkret vurdering, der kan ikke udstikkes præcise retningslinier efter konkurrenceloven.

Konkurrencestyrelsen har udarbejdet generelle vejledninger om konkurrencelovens bestemmelser, bl.a. "Forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler" og "Forbud mod misbrug af dominerende stilling", samt "Redegørelse om prisdiskriminering" fra 1998. Disse kan ses på Konkurrencestyrelsens hjemmeside: www.ks.dk eller fås ved henvendelse til Konkurrencestyrelsen.

Håndhævelse af markedsføringsloven

Tilsyn

Efter markedsføringslovens § 15 [nu § 22, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med, at loven overholdes, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne. Efter bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed kan Forbrugerombudsmanden på eget initiativ eller på baggrund af klager fra andre optage sager til behandling. Forbrugerombudsmanden er ikke forpligtet til at behandle alle klager, som han får forelagt.

Da det er karakteristisk for forhandlerpræmiering, at kampagnen er skjult, er det ikke ofte, at Forbrugerombudsmanden får kendskab til kampagner med forhandlerpræmiering. Som regel vil det være en konkurrerende virksomhed eller brancheorganisation, der henleder Forbrugerombudsmandens opmærksomhed på en sådan kampagne.

Hvis en kampagne med forhandlerpræmiering involverer væsentlige forbrugerhensyn, kan det forventes, at Forbrugerombudsmanden vil tage sagen op til behandling.

Forbud

Enhver med retlig interesse deri, fx en konkurrerende virksomhed, brancheorganisation, kan gå til Sø- og Handelsretten i København for at få nedlagt et forbud mod ulovlig forhandlerpræmiering. Man kan også søge at få nedlagt et foreløbig fogedforbud ved fogedretten, der så efterfølgende skal følges op med en egentlig forbudssag ved Sø- og Handelsretten i København.

Forhandling og tilsagn

Forbrugerombudsmanden skal efter markedsføringslovens § 16, stk. 1 [nu § 23, stk. 1, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring], ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik. Efter stk. 2 kan Forbrugerombudsmanden afslutte en sag ved, at den erhvervsdrivende giver et skriftligt tilsagn om i fremtiden ikke at lave tilsvarende kampagner, fx ulovlig forhandlerpræmiering. Sker det alligevel, kan Forbrugerombudsmanden meddele fornødne påbud for at sikre, at tilsagnet overholdes.

Påbud

Ved en ændring af markedsføringsloven, der trådte i kraft 1. juli 1999, kan Forbrugerombudsmanden efter forgæves forhandling meddele påbud ved klare lovovertrædelser.

Nogle af eksemplerne i vejledningen baserer sig på retspraksis, hvorfor der vil være tale om klare overtrædelser af § 1 om god markedsføringsskik. I disse tilfælde vil Forbrugerombudsmanden kunne meddele påbud for at bringe forhandlerpræmieringen til ophør. Overtrædelse af et påbud er strafbart.

En erhvervsdrivende, der har fået et påbud af Forbrugerombudsmanden, kan skriftligt anmode om, at påbudets lovlighed prøves ved Sø- og Handelsretten i København, men indbringelse af påbudet har ikke opsættende virkning. Retten kan, efter anmodning fra den erhvervsdrivende, ved kendelse tage stilling til, om den aktivitet, som påbudet angår, alligevel kan fortsættes.

Erstatning

Hvis en konkurrent kan dokumentere, at en kampagne med ulovlig forhandlerpræmiering har betydet et omsætningstab, vil man kunne risikere at skulle betale erstatning til konkurrenten efter dansk rets almindelige regler.

Forhåndsbesked

Efter markedsføringslovens § 18 [nu § 25, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] kan Forbrugerombudsmanden udtale sig om sit syn på lovligheden af påtænkte markedsføringstiltag, medmindre en stillingtagen giver anledning til særlig tvivl eller der i øvrigt foreligger særlige omstændigheder.

Hvis man ønsker en forhåndsbesked om en kampagne med forhandlerpræmiering, er det nødvendigt at indsende en detaljeret beskrivelse af den påtænkte kampagne i god tid. Forbrugerombudsmanden tilstræber hurtigt at give en forhåndsbesked, normalt inden for 14 dage. Der kan fx opstå behov for at få yderligere oplysninger, inden Forbrugerombudsmanden kan udtale sig om lovligheden.

En forhåndsbesked om, at en kampagne ikke er i strid med markedsføringsloven, er ikke nogen godkendelse. Forbrugerombudsmanden vil dog ikke på eget initiativ kunne gribe ind over for en foranstaltning, der er dækket af forhåndsbeskeden og iværksat inden rimelig tid efter dennes afgivelse.

Indkommer der derimod en klage over foranstaltningen, hvor andre erhvervsdrivende eller forbrugere fremhæver nye momenter, som ikke allerede har været inddraget i vurderingen, kan dette medføre, at Forbrugerombudsmanden må tage sagen op til fornyet bedømmelse i lyset af de fremførte synspunkter.

Vejledninger – generel forhåndsbesked

En "vejledning" som denne fra Forbrugerombudsmanden kan man også kalde "en generel forhåndsbesked". I lovmotiverne til markedsføringslovens § 18 [nu § 25, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] betegnes forhåndsbesked både som informationsmulighed for virksomhederne og som styringsinstrument for Forbrugerombudsmanden. Da mange af de problemer i markedet, Forbrugerombudsmanden får kendskab til, vedrører mange virksomheder, kan det være til fremtidig nytte at udsende generelle forhåndsmeddelelser (vejledninger) om, hvordan Forbrugerombudsmanden vurderer problemerne. Det er stadig virksomhederne, der selv må tage ansvaret for lovligheden af deres markedsføring.

I en vejledning kan Forbrugerombudsmanden fx også signalere, at tilvante fremgangsmåder – som måske har været accepteret i retspraksis – efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke længere er tidssvarende, fx fordi erfaringerne hermed har været utilfredsstillende, eller fordi udviklingen kræver ændringer. Og her kommer markedsføringslovens fleksibilitet ind i billedet, idet lovens hovedsigte er at sikre, at fortolkning og praksis løbende tilpasses udviklingen.

Forbrugerombudsmandens rolle er efter lovens § 16 [nu § 23, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring] at søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle efter principperne for god markedsføringsskik og til at holde loven i øvrigt.

2.10.3. Ophævelse af retningslinier for afregning ved handel med børsnoterede værdipapirer

Ved børsreformen i 1995 blev princippet om best execution lovfæstet i værdipapirhandelsloven. Forbrugerombudsmandens retningslinier fra 1990 for pengeinstitutternes afregning over for private ved handel med børsnoterede værdipapirer kunne herefter ikke længere anses for tidssvarende.

I 1998 blev der nedsat en arbejdsgruppe i Finanstilsynet, der skulle diskutere indholdet af en fremtidig bekendtgørelse, der nærmere skal definere afregning i henhold til best execution. Arbejdet pågår stadig, og Forbrugerombudsmanden deltager i denne arbejdsgruppe. På vegne af de diskussioner, der havde været ført i arbejdsgruppen, vurderede Forbrugerombudsmanden i april 1999, at der ikke var udsigt til en snarlig afklaring eller en enig indstilling til, hvilke behov hos de private investorer, der skal tilgodeses.

Som følge heraf ophævede Forbrugerombudsmanden sine retningslinier med virkning fra den 1. august 1999. Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig,hvilke principper der under hensyn til værdipapirhandelsloven er udtryk for god markedsføringsskik ved afregning af værdipapirhandler, som foretages for private investorer.

Noter:

[38)] www.fs.dk/jura/fjura/sager/00-lo.htm

[39)] www.fs.dk/jura/loveregl/mfl/nord-retn.html

[40)] www.fs.dk/jura/loveregl/mfl/0-mflovs.htm

[41)] Direktionsforslaget og ændringer til forslaget kan findes på EUR-LEX på henholdsvis:http://europa.eu.int/eurlex/da/com/dat/1998/da_599PC0427.html

[42)] www.oecd.org/dsti/stk/it/consumer/index.htm

[43)] www.fs.dk/jura/loveregl/mfl/div/fo-net.htm

[44)]Om konkurrenceretlige aspekter, se side 15.

[45)]Handelsministeriets Betænkning nr. 681 fra 1973

[46)]Højesteretsdommen er omtalt på side 8-9

[47)]Handelsministeriets Betænkning nr. 416 fra 1966

[48)]Begrebet "forbruger". I relation til tilgift forstås "forbruger" som slutbruger, dvs. en kunde, der køber en vare eller bestiller en ydelse, der ikke skal videresælges eller indgå i en produktion, forarbejdning mv. I relation til købsbetingede præmiekonkurrencer forstås "forbruger" som en kunde, der ved atgaleindgåelsen hovedsageligt handler uden for sit erhverv

[49)]Om højesteretsdommens generelle betydning for lovligheden af forhandlerpræmiering, se side 4

[50)]Der kan også henvises til § 13, stk. 3, i lov om forsikringsmæglervirksomhed, hvorefter en forsikringsmægler uopfordret skal oplyse forsikringstageren om størrelsen af en provision eller andet vederlag, som er knyttet til de tilbud fra forsikringsselskaberne, som forelægges kunden.

Kapitel 3 Betalingskortloven

3.1. Principielle sager

3.1.1. Sikkerhedsundersøgelse af kontokort

Som led i Forbrugerombudsmandens tilsyn med betalingskortloven har Forbrugerombudsmanden fået foretaget en undersøgelse af sikkerheden ved kontokort i stormagasiner, butikscentre samt forretningskæder. Undersøgelsen er foretaget af et konsulentfirma.

Forbrugerombudsmanden har tidligere ladet foretage lignende undersøgelser af sikkerheden ved Dankortsystemet, benzinkort samt internationale betalingskort.

Sikkerhedsundersøgelsen af kontokort omfattede ti betalingssystemer og viste, at sikkerheden generelt er betryggende og i det væsentlige lever op til kravene i betalingskortloven. Der er meget få sager vedrørende tyveri og misbrug af kortene og meget få klager fra forbrugernes side.

Konsulentfirmaet fandt dog forhold ved systemerne, hvor der er behov for ændringer. Blandt andet havde flere af selskaberne udsendt fornyede kort, uden at dette på forhånd var aftalt med forbrugerne. Konsulentfirmaet har anbefalet, at selskaberne forinden udsendelsen sikrer sig, at kortindehaverne er indforstået hermed og forberedt herpå.

En del af kortene har ikke nogen udløbsdato, hvilket skaber uklarhed med hensyn til kortets gyldighedsperiode. Konsulentfirmaet har anbefalet, at der indføres en udløbsdato på kortene, eller at selskaberne efter 2-3 år kontakter kortindehaveren for at få oplyst, om kortindehaverne fortsat ønsker at benytte kortet. Endvidere konstaterede konsulentfirmaet i flere tilfælde, at kortselskabet efter en vis tids inaktivitet spærrer kortene, uden at dette har været aftalt med kortindehaverne. Konsulentfirmaet har anbefalet, at kortindehaverne informeres forud for spærringen.

Ligeledes har undersøgelsen vist, at nogle selskaber enten ikke udsendte bekræftelse, når kort meldes bortkommet, eller at de manglede at anføre anmeldelsestidspunktet på bekræftelsen. Konsulentfirmaet har anbefalet, at de nødvendige procedurer bliver indført.

Som opfølgning på undersøgelsen har Forbrugerombudsmanden anmodet selskaberne om at oplyse, hvilke af de foreslåede ændringer, selskaberne påtænker at foretage. Om nødvendigt vil Forbrugerombudsmanden herefter tage en drøftelse med de enkelte selskaber. I forbindelse med undersøgelsen lavede konsulentfirmaet en vejledende sikkerhedsmodel. Modellen, som er udtryk for, hvad der er god skik på området, er tilgængelig på Forbrugerstyrelsens hjemmeside www.forbrug.dk. (1998-210/8-11)

3.1.2. Dobbelte debiteringer ved brug af Dankort i supermarkeder

Forbrugerombudsmanden har tidligere behandlet problemer med dobbelttransaktioner (dobbeltdebiteringer) ved brug af betalingskort. Der henvises fx til JÅ 1998, side 74 ff.

I forbindelse med brug af et Dankort i en kortterminal i en større dagligvarekæde blev samme beløb flere gange trukket på forbrugerens konto.

Forbrugeren rettede selv henvendelse til kædens medlemsservice og sit pengeinstitut og fik efter en del besvær det for meget trukne beløb udbetalt.

Ifølge de indhentede oplysninger skyldtes problemerne efter al sandsynlighed fejl i kommunikationen mellem Dankortterminalen og kassesystemet.

Pengeinstitutternes BetalingsSystemer (PBS) oplyste i forbindelse med en nærmere redegørelse om fejlkilderne, at den sandsynligste årsag til fejlene var ydre påvirkninger af de elektriske apparater (elektromagnetisk støj). Der er ifølge et EU-direktiv fastsat grænseværdier for den maksimale udstråling og den maksimale følsomhed, som nye elektriske apparater skal opfylde, men disse krav har ikke været gældende for ældre elektroniske eller elektriske apparater fra før 1995. Dankortterminalerne har imidlertid kunnet tilpasses de gældende krav ved minimale konstruktionsmæssige ændringer af det elektroniske kredsløb.

Herudover er der i Dankortsystemet indført et blokeringssystem, hvor forretningerne via en fejlkode på deres kasseterminal bliver gjort opmærksom på eventuelle dobbelttransaktioner.

Forbrugerombudsmanden har tidligere udtalt, at problemet med dobbelttransaktioner må tages alvorligt, da disse fejl er egnede til at svække tilliden til betalingssystemerne.

Hovedkontoret oplyste til sagen, at den pågældende butik var blevet gjort specielt opmærksom på, at man må sikre sig, at der i kasserne er adgang til en oversigt over fejlkoder, og at man i butikken dagligt skal kontrollere Dankortterminalernes lukkeboner op mod skuffeopgørelserne, så eventuelle fejl kan opdages.

Forbrugerombudsmanden understregede over for kæden vigtigheden af, at personalet, der betjener kasserne, er bekendt med og kontrollerer fejlkoder samt øvrige procedurer i forbindelse med betjeningen af Dankortterminalerne. Ligeledes bad Forbrugerombudsmanden kæden om at være opmærksom på de anvisninger, der var givet i PBS' redegørelse, på at imødegå fejl ved elektromagnetisk støj. Da Forbrugerombudsmanden antog, at hovedkontoret ville træffe de fornødne foranstaltninger til at imødegå risikoen for dobbelttransaktioner, foretog Forbrugerombudsmanden sig ikke for tiden videre i sagen. (1999-212/8-18)

3.1.3. Internationalt, forudbetalt hævekort - betalingskortlovens anvendelsesområde

En forbruger rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, da han var utilfreds med, at et VISA-Travel Money Card, der kunne bruges til kontanthævninger i udlandet, ved hver hævning blev pålagt et gebyr. Kortet var udstedt til hans datter i forbindelse med datterens sprogrejse i England. Forbrugeren mente, at de ikke var blevet orienteret om det pågældende gebyr forinden udleveringen af kortet. Datteren var blevet belastet med et uforholdsmæssigt stort antal gebyrer

Kortet var udstedt af EF-Sprogrejser i København, og Forbrugerombudsmanden var ikke bekendt med kortet eller kortets anvendelsesområde.

EF-Sprogrejser oplyste om kortet, at der er tale om et forudbetalt hævekort, som kan benyttes til kontanthævninger rundt omkring i Europa. Forinden udleveringen har brugeren taget stilling til, med hvilken værdi kortet skal oplades. Højeste værdi er 7.000 dollars, men i praksis er gennemsnitsværdien over for danske brugere på 3.000 kr. Kortet udstedes til unge mellem 11-18 år. Samtidig med udstedelsen forsynes brugeren med en pinkode, som skal anvendes ved hævningerne.

Hvorvidt der gives kvittering, når kortet bruges, afhænger af den pengeautomat eller det pengeinstitut, hvor kortet benyttes. Oplysninger om restsaldo kan fås ved telefonisk henvendelse til et callcenter i USA. Der udsendes ikke kontoudtog eller lignende til brugerne.

Efter betalingskortloven er hævekort, der kun kan benyttes til at hæve penge hos kortudstederen, alene reguleret efter bestemmelserne i lovens kapitel 5 (ansvars- og tabsbegrænsningsregler).

Forbrugerombudsmanden tilkendegav, at kortet er at betragte som et betalingskort omfattet af lovens almindelige

regulering, da kortet kan benyttes hos andre end udsteder. Kortet kan således benyttes til kontanthævninger alle de steder, hvor udsteder har indgået aftale herom med pengeinstitutter eller andre. Forbrugerombudsmanden henledte endvidere EF-Sprogrejsers opmærksomhed på, at kortet muligvis kunne være omfattet af lov om sparevirksomhed og udstedere af forudbetalte betalingskort. Administrationen af denne lov henhører under Finanstilsynet.

Forbrugerombudsmanden bad herefter om at få betalingssystemet anmeldt efter betalingskortlovens § 6. (1998-211/8-403)

3.1.4. Dankortsystemet. Retssag vedrørende »fluesmækkerløsningen« med papirnotaer

I JÅ 1997, side 68, er omtalt Sø- og Handelsrettens dom fra 1996, hvor retten stadfæstede Forbrugerombudsmandens påbud over for Pengeinstitutternes BetalingsSystemer A/S (PBS) i fluesmækker gebyrsagen. Dommen blev af PBS anket til Højesteret. PBS har i foråret 1999 hævet anken.

Sø- og Handelsrettens dom må fortsat anses for at have betydning ved forståelsen af betalingskortlovens § 20 - selv efter den i 1999 gennemførte lovændring - da det fortsat ikke er tilladt at pålægge en betalingsmodtager udsteders omkostninger ved drift af et betalingssystem, når et betalingskort benyttes i den fysiske handel.

Det bemærkes i øvrigt, at tilsynet med overholdelsen af § 20 og 20a efter lovændringen varetages af Konkurrencestyrelsen. (1996-211/8-218)

3.2. Dispensationer

3.2.1. Dispensation for kort til færgeoverfarter

Et færgeselskab ansøgte om dispensation fra betalingskortlovens §§ 16 og 19 a. Ansøgningen vedrørte tre forskellige betalingskortsystemer.Det ene system er et forudbetalt kort, der kan benyttes til køb af færgeoverfarter. Kortet er et ihændehaverkort, der giver ret til eksklusiv forkørselsret ved ankomst til færgen. Derudover bliver der budt på kaffe eller danskvand ombord på færgen. Kortet har ingen tidsmæssig begrænsning, og restbeløb kan til enhver tid refunderes. For dette systems vedkommende var der kun søgt om dispensation fra betalingskortlovens § 19 a.

De to andre systemer er i form af kreditkort, der kan benyttes til køb af billetter samt betaling for fortæring ombord på færgen. Kortene udbydes både til private og til firmaer, der kan få udstedt kort til sine medarbejdere. Afhængigt af konkurrencesituationen og omsætning gives sidstnævnte mulighed for en forhandlet bonus, ligesom der er mulighed for at forhandle fakturarabat. Det ene af systemerne giver derudover automatisk pladsreservation samt adgang til færgens business lounges med gratis kaffe og danskvand. Med dette kort kan man kun købe billetter svarende til 1. klasse. Med det andet kort kan man købe almindelige billettyper.

Den 27. oktober 1999 blev forslag til lov om visse betalingsmidler, der erstatter betalingskortloven, fremsat i Folketinget. I henhold til lovforslaget vil loven ikke skulle gælde for betalingsmidler, der kun udbydes til erhvervsdrivende, hvis udstederen godtgør, at brugeren i tilslutningsaftalen har forpligtet sig til udelukkende at anvende betalingsmidlet erhvervsmæssigt. Hvis der er tale om betalingsmidler, der udbydes med henblik på såvel erhvervsmæssig som ikke-erhvervsmæssig anvendelse, vil systemerne være omfattet af loven, men den bestemmelse, der viderefører § 16, vil ikke gælde i forholdet mellem udstederen og den enkelte bruger, hvis udstederen godtgør, at brugeren i tilslutningsaftalen har forpligtet sig til udelukkende at anvende betalingsmidlet erhvervsmæssigt.

På den baggrund blev færgeselskabet meddelt dispensation fra betalingskortlovens § 16 begrænset til aftaler, der udelukkende benyttes erhvervsmæssigt.
I forslag til lov om visse betalingsmidler foreslås § 19 a ophævet. På den baggrund meddeltes dispensation fra § 19 a. Ved dispensationen blev der samtidig lagt vægt på, at adgang til automatisk pladsreservation samt gratis kaffe/danskvand forudsætter, at man køber en billet svarende til 1. klasse.

Dispensationen begrænsedes til 1 år, idet der i henhold til forslag til lov om visse betalingsmidler ikke vil være behov for dispensation. (1999-211/8-449, -450 og -451)

3.2.2. Dispensation for et forudbetalt taletidskort med kode

En udsteder af et forudbetalt betalingssystem, hvor brugerne kan erhverve et kort med en værdi af 100, 200 eller 500 kr., søgte om dispensation fra betalingskortlovens regler i videst muligt omfang. Kortet var forsynet med en kode, som benyttes i forbindelse med telefonopkald til udlandet.Det var endvidere om det pågældende betalingssystem oplyst, at forbruget af taletid beregnes pr. sekund. Telekortet kunne anvendes i en periode på 6 måneder fra første anvendelse.

Selskabet oplyste, at man var opmærksom på, at reklamationer kan opstå, hvor kunder ikke opnår den forventede taletid på kortet. Årsagen hertil kan enten være fejl i edb-systemet, som styrer kortene og deres anvendelse, eller at prisen for samtalen efterfølgende er ændret. Det var desuden oplyst, at telekortsystemet er knyttet til kortet og ikke til brugerens identitet, som er udstederen ubekendt.

Forbrugerstyrelsen meddelte, at det pågældende system må betragtes som et betalingssystem uden kort, men med kode, jf. betalingskortlovens § 1, stk. 2.

Selskabet blev meddelt dispensation fra betalingskortlovens §§ 14, 16, 26b, 26c og 26e. Dispensationen blev betinget af, at reglerne for systemets anvendelse blev angivet i det informationsmateriale, som udleveres til alle ved køb af kortet. I dette materiale må det klart angives, at pristaksterne kan ændres, og at eventuelt angivne taletider derfor kun er vejledende. Det må desuden i dette materiale oplyses, hvorledes brugeren forholder sig i tilfælde af, at kortet ikke fungerer, eller i tilfælde af andre uregelmæssigheder. Endvidere må det anføres, hvorledes brugeren bliver orienteret om saldoen på telefonkortet.

Endelig blev det sat som en betingelse, at kortets gyldighedsperiode (udløbsdato) blev angivet på kortet. I denne forbindelse blev det bemærket, at Forbrugerombudsmanden har tilkendegivet, at restværdien på forudbetalte kort bør kunne refunderes efter udløbet af en eventuel gyldighedsperiode i op til mindst et år efter udløbet af gyldighedsperioden. Om fornødent vil der kunne opkræves et mindre gebyr i forbindelse med anmodningen om refusion.

Forbrugerstyrelsen forudsatte, at selskabet indrettede sig i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens tilkendegivelser. Dispensationen blev givet for en periode på 5 år, men vil i denne periode kunne tilbagekaldes. (1998-2051/9-264)

Kapitel 4 Prismærkningsloven

4.1. Administrationen generelt

4.1.1. Annoncering med priser i udenlandsk valuta

Forbrugerstyrelsen fik forelagt spørgsmålet om, hvorvidt det efter prismærkningsloven var tilladt i annoncer at angive priser i udenlandsk valuta. Anledningen var, at et tysk firma i annoncer i danske aviser havde angivet priserne i DM.

Forbrugerstyrelsen udtalte, at det ikke efter prismærkningsloven var forbudt at angive priser i udenlandsk valuta, hvis betalingen for varerne skulle foregå i den pågældende møntfod. Ifølge lovens regler kræves det blot, at priserne i en annonce angives tydeligt og inkl. moms og andre afgifter. De afgifter, der ville blive pålagt priserne i Tyskland, skulle således være indregnet i de anførte priser.

Samtidig udtalte Forbrugerstyrelsen, at hvis der i danske medier angives priser i udenlandsk valuta, uden at man i umiddelbar tilknytning til prisangivelserne anfører, at der ikke er tale om danske kr., men om en fremmed valuta, er prisangivelsen ikke tydelig, jf. prismærkningslovens § 5, stk. 1, jf. § 1, stk. 1. I øvrigt vil angivelserne kunne betegnes som vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Kapitel 5 Produktsikkerhed

5.1. Produktsikkerhedsloven

5.1.1. Konkrete projekter

5.1.1.1. Engangslightere

Det i 1998 indledte samarbejde med Danmarks Gasmateriel Prøvning om farlige engangslightere blev videreført i et nyt fælles-europæisk PROSAFE-projekt, som bestod af markedskontrol og test af produkterne i udvalgte europæiske lande.Projektet blev afsluttet med en rapport ultimo 1999, hvoraf det bl.a. fremgår, at de fleste af de farlige lightere er importeret fra Østen.

Samarbejdet med den europæiske lighterbranche fortsætter i PROSAFE-regi med henblik på at intensivere markedskontrollen. (1999-989/6-118)

5.1.1.2. Farlige weekendsenge

Forbrugerstyrelsens laboratorium testede ultimo 1999 i samarbejde med Produktsikkerhedskontoret 15 weekendsenge på det danske marked. Testen, som er omtalt i Råd & Resultater nr. 12, 1999, var bl.a. forårsaget af en notifikation fra Holland, hvor et 11 måneder gammelt barn blev kvalt, fordi en weekendseng klappede sammen om barnets hals.

Testen viste, at samtlige weekendsenge havde sikkerhedsmangler. Fem af sengene var så farlige, at Produktsikkerhedskontoret påbød salgsstop over for importørerne. En af sengene havde samme låsemekanisme som den, der medførte dødsulykken i Holland.

De fire øvrige senge havde farlige v-formede åbninger udvendig, hvor et barn kunne komme til at sidde fast med hovedet. Dette problem blev dog løst midlertidigt i et samarbejde mellem importøren og laboratoriet, idet sengene blev forsynet med nylonstrips, som blev fastgjort i sengenes stofsider, hvorved risikoen blev elimineret. Producenten arbejder nu på at ændre konstruktionen.

Forbrugerstyrelsen udsendte en pressemeddelelse om de 5 salgsstop. Denne indeholdt tillige oplysning til forbrugere, som havde købt én af de 4 senge om at henvende sig til forhandleren og gratis få udleveret nylonstrips og monteringsvejledning.

Der blev primo 2000 udsendt notifikationer til EU-Kommissionen om de 5 weekendsenge. (1999-65/6-56 m.fl.)

5.1.1.3. Farlige barnevogne

Som led i Statens Husholdningsråds arbejdsplan prøvede Forbrugerstyrelsens Laboratorium i begyndelsen af 1999 11 barnevogne.Barnevognene blev prøvet efter en metode udviklet af Forbrugerstyrelsens laboratorium på baggrund af standardforslaget prEN 1888 »Child care articles - Wheeled child conveyances - Safety requirements and test methods«, Dansk Varefakta Nævns forskrift 5227:2 »Barnevogne«, standarden EN 71-1: 1998 »Safety of Toys«, standarden DS 935 »Textilprøvning - Bestemmelse af farveægtheder«, samt Scan-Medic nikkeltest.

Før prøvningen blev igangsat, var producenterne og importørerne blevet orienteret om prøvningsmetoden, og havde ikke haft indvendinger imod prøvningsforløbet.

Efter endt prøvning udarbejdede Forbrugerstyrelsens Laboratorium en prøvningsrapport, hvis resultater efterfølgende blev forelagt Forbrugerstyrelsens Produktsikkerhedskontor.

I forbindelse med Produktsikkerhedskontorets vurdering af prøvningsrapportens resultater blev det tillagt afgørende betydning for brugerens sikkerhed, at 4 ud af 11 barnevogne ikke bestod kravene til bremseeffektivitet. Der blev således efterfølgende nedlagt påbud om straks at standse salget af de fire barnevogne, der ikke bestod kravene til bremseeffektivitet. Salget af barnevognene kunne først genoptages, når

barnevognene kunne bestå kravene.

Efter samarbejde med producenter og importører blev manglerne siden hen afhjulpet, hvorfor påbuddet om at standse salget af barnevognene kunne hæves. (1999-525/6-54)

5.1.2. Konkrete afgørelser

5.1.2.1. Kondomer uden beskyttende effekt

Forbrugerstyrelsen er koordinerende produktsikkerhedsmyndighed, jf. § 17, stk. 2 i lov om produktsikkerhed. I den anledning modtog styrelsen en henvendelse fra Lægemiddelstyrelsen om et produkt, som ikke faldt ind under denne myndigheds kontrolområde. Det var en henvendelse om et kondom, som hverken beskyttede mod uønsket svangerskab eller smitsomme kønssygdomme. Derfor faldt produktet uden for Sundhedsministeriets lovgivning om medicinsk udstyr i bekendtgørelse nr. 734 af 10. august 1994. Produktet falder derfor ind under anvendelsesområdet i lov om produktsikkerhed.

Forbrugerstyrelsen skrev til importøren af kondomerne uden beskyttende effekt og gjorde opmærksom på, at det fremgår af § 6 i lov om produktsikkerhed, at et produkt er sikkert, hvis det ikke indebærer sundheds- og sikkerhedsfare for personer, når det anvendes til det forudsatte formål eller på en måde, som det forventes at blive anvendt på. Af samme lovs § 8 fremgår det, at kun sikre produkter må bringes i omsætning.

Det er i befolkningen almindeligt kendt, at kondomer skal anvendes som beskyttelse mod kønssygdomme og graviditet. Sundhedsstyrelsen har igennem flere år brugt ressourcer på at informere om, hvordan brug af kondom forebygger overførsel af kønssygdomme, herunder AIDS.

Det er derfor efter Forbrugerstyrelsens opfattelse i strid med lov om produktsikkerhed, jf. § 6 og § 8 at bringe et produkt i omsætning, i dette tilfælde et kondom, uden de egenskaber, der normalt kendetegner et kondom, og som normalt er årsagen til, at kondomet benyttes.

Materialet fra Lægemiddelstyrelsen vedrørte tre produkter, hvor det på pakningernes bagside var nævnt med små bogstaver hhv. »They are not intended to prevent (std) or pregnancy«/«Sold as a novelty« og »Nicht zur Empfängnisverhütung oder als Schutzmittel geeignet«. Advarslerne ansås ikke for tilstrækkelig information, jf. lov om produktsikkerhed § 9, hvoraf det fremgår, at det påhviler enhver, der bringer et produkt i omsætning, på egnet måde at oplyse om eventuel risiko for fare og om, hvorledes den kan forebygges.

Forbrugerstyrelsen anså den pågældende mærkning på fremmedsprog for at være utilstrækkelig til at advare brugerne om risiko ved brug af produktet, og påbød importøren salgstop med henvisning til § 12, stk. 1, nr. 3, i lov om produktsikkerhed, indtil en tilstrækkelig mærkning var etableret. Importøren meddelte hurtigt, at kondomerne kun var til spøg og skæmt, og de ville blive tilbagekaldt med det samme. Importøren ville ikke føre produktet fremover. (1999-729/6-1)

5.1.2.2. Babybæresele

Produktsikkerhedskontoret fik en henvendelse fra en forbruger, som var snublet med sin 3½ måned gamle datter i en bæresele. Ved faldet tog hun frem for sig med hænderne, hvorved bæreselens øverste trykknapper gik op, og pigen faldt bagover med overkroppen - underkroppen var stadig fastspændt - og ramte fortovet med baghovedet.

En undersøgelse på hospitalet viste, at der ikke var sket den lille pige noget. Moderen var imidlertid rystet og chokeret over, at uheldet kunne ske.

Ved et møde med repræsentanter for producenten, oplyste disse, at man har solgt 600.000 af bæreselen, og man ikke har hørt om lignende uheld.

Producentens repræsentanter oplyste, at man løbende arbejder med produktudvikling, og at produkterne testes i USA. Der findes endnu ikke en europæisk standard på området.

Endelig oplyste man, at man arbejder på at finde andre former for lukkemekanismer end trykknapper. Der kan være tale om »almindelige«, »hårde« eller »ekstremt hårde« trykknapper. Imidlertid må trykknapperne ikke blive så vanskelige at lukke, at forbrugerne vil undlade at lukke dem eller ikke får dem lukket forsvarligt.

Produktsikkerhedskontoret konkluderede, at uheldet skyldtes en usædvanlig uheldig situation og mente ikke, at den alene berettigede til et radikalt indgreb over for bæreselen. Der forelå ingen andre oplysninger eller nogen

statistik om tilsvarende uheld. Man bad producenten, som arbejder med produktudviklingen, om at blive holdt underrettet om resultaterne af udviklingsarbejdet.

Da forbrugeren ikke længere turde bruge babybæreselen, fik hun refunderet beløbet fra producenten. (1999-722/6-183)

5.1.2.3. Gåstol

En forbruger ringede til Produktsikkerhedskontoret efter en forskrækkelse, han var ude for, mens han passede sit 1-årige barnebarn.Den lille pige havde siddet i sin gåstol, som havde et sæde af hård plastik og temmelig store udskæringer til benene.

Under et øjebliks uopmærksomhed fra bedstefaderens side havde pigen fået hovedet og højre skulder i klemme ved venstre benudskæring, hvorved hun sad fast, og ifølge det oplyste var ved at blive kvalt.

Sædets hårde plastik gjorde det vanskeligt at få pigen ud af den klemme, hun var kommet i, og et forsøg på at klippe sædet op mislykkedes af samme grund. Det lykkedes dog at få pigen fri, uden at der skete hende skade.

Produktsikkerhedskontoret rettede henvendelse til importøren, som frivilligt standsede salget af gåstolen og tilbagekaldte den fra forretningerne. Importøren forsøgte samtidig at få den italienske producent til at ændre gåstolens konstruktion.

Da det ikke lykkedes at få producenten til at ændre konstruktionen, besluttede importøren, at han ikke længere ville have gåstolen i sit sortiment. (1999-722/6-179)

5.1.2.4. Narresutter med små skjold

På baggrund af Forbrugerstyrelsens samarbejde med Sundhedsstyrelsen, Forbrugerrådet og Dansk Varefakta Nævn om at opstille krav til narresutters skjoldstørrelse, så barnet ikke får narresutten helt ind i munden med risiko for kvælning, rettede Produktsikkerhedskontoret i sommeren 1999 henvendelse til det europæiske standardiseringsudvalg, CEN, som herefter arbejder videre med problemstillingen.

Forbrugerstyrelsens Laboratorium foretog en test af 33 narresutter på det danske marked. Da to af disse på flere punkter ikke opfyldte sikkerhedskravene i standarden, påbød Produktsikkerhedskontoret med hjemmel i § 12 i lov om produktsikkerhed de to narresutter salgsstoppet, og der blev fremsendt notifikationer til Europa-Kommissionen. Resultatet af undersøgelsen blev omtalt i Råd & Resultater nr. 9, 1999 (1999-722/6-178).

5.1.2.5. Isprodukt med farlig emballage

Produktsikkerhedskontoret modtog via PROSAFE en advarsel fra Sverige, efter at en 6-årig dreng havde slugt plastiklåget til sin is-emballage. Isen, som bestod af små kugler, skulle spises direkte fra emballagen, men låget, som havde meget skarpe kanter, kunne løsne sig og falde ned i emballagen.

Da der senere skete et tilsvarende uheld for en 12-årig dreng i Danmark, forhandlede Produktsikkerhedskontoret med det internationale selskab, hvorefter isen blev trukket tilbage fra det europæiske marked. Selskabet fandt en midlertidig løsning på problemet og påtog sig at finde en varig løsning.

Forbrugerstyrelsen udsendte en pressemeddelelse, og der blev fremsendt en notifikation til EU-Kommissionen om den frivillige tilbagetrækning. (1999-429/6-5)

5.1.2.6. BMX-cykel opstillet i skotøjsforretning

Forbrugerstyrelsens Produktsikkerhedskontor modtog en henvendelse fra et forældrepar, hvis ældste dreng havde fået fingrene i klemme i kæden på en BMX-cykel, mens hans ældre bror cyklede på cyklen. Cyklen var opstillet til legeformål i en skotøjsforretning. Cyklen var forsvarligt indrettet i forhold til Færdselsstyrelsens bekendtgørelse om cyklers indretning og udstyr mv., hvorfor den var fuldt lovlig at anvende til gadebrug.Produktsikkerhedskontoret bemærkede imidlertid, at forretningen ved at anbringe cyklen i et fast stativ i væsentlig grad havde ændret cyklens anvendelsesmåde, så den havde en funktion, der var identisk med en stationært anbragt motionscykels, som de kendes fra motionscentre mv.

Herved opstår en række nye risikoforhold, som adskiller sig væsentligt fra de risikoforhold, der gør sig gældende, når cykler anvendes til normalt gadebrug.

En stationær anvendelse af cykler indebærer bl.a., at roterende og skærende komponenter, så som hjuleger, kæde og tandkranse, bliver lettilgængelige for personer, herunder børn, der befinder sig i umiddelbar nærhed af cyklen. Risikoen for alvorlig personskade, fx at fingre mv. kan blive amputeret var således efter Forbrugerstyrelsens vurdering forøget og dette i særligt omfang i forhold til børn, der ikke kan forventes at være opmærksomme på eller bekendt med det nævnte risikoforhold.

Produktsikkerhedskontoret vurderede på den baggrund, at cykler, der anvendes stationært til underholdningsbrug og/eller legeformål, bør indrettes således, at roterende og skærende dele ikke er umiddelbart tilgængelige for især børn.

Produktsikkerhedskontoret anmodede derfor i medfør af produktsikkerhedslovens § 12 forhandleren om straks at fjerne cyklen fra forretningslokalet eller sørge for, at cyklens roterende og/eller skærende dele ikke var umiddelbart tilgængelige, fx ved at foretage en egnet afskærmning heraf.

Forhandleren bekræftede efterfølgende over for Produktsikkerhedskontoret, at cyklen var blevet fjernet fra salgslokalerne. (1999-523/6-11)

5.1.2.7. Retssag: mærkning af fyrfadslamper. Forsigtighedsprincippet

Forbrugerstyrelsen modtog i begyndelsen af 1998 en henvendelse fra en forbruger om et uheld med en fyrfadslampe med ophængskrog. Forbrugeren havde lampen hængt op med et tændt lys i, da den efter to minutter faldt ned på hendes bord. Årsagen til uheldet var, at ophængskrogen var bristet i lodningen.

Produktet blev testet hos et testinstitut i to omgange. På baggrund af testresultaterne konkluderede Forbrugerstyrelsen afslutningsvis, at det var styrelsens opfattelse, at produktet måtte vurderes som potentielt mere farligt, end det sikkerhedsmæssigt var forsvarligt og forventeligt for et produkt af denne type.

Derfor blev importøren med det landsdækkende forhandlernet ved påbud fra styrelsen i sommeren 1998 bedt om at sætte dansk advarselsmærkning på fyrfadslamperne med hjemmel i § 12, stk. 1, i lov om produktsikkerhed.

Da importøren imidlertid ikke ønskede at efterkomme Forbrugerstyrelsens mærkningspåbud, var styrelsen nødsaget til at indbringe sagen for Sø- & Handelsretten jf. § 23, stk. 2, i lov om produktsikkerhed.

Retten stadfæstede Forbrugerstyrelsens påbud med den begrundelse, at lov om produktsikkerhed, som gennemfører Rådets direktiv 92/59 EØF om produktsikkerhed i almindelighed, har til formål at sikre et højt beskyttelsesniveau for forbrugernes sundhed og sikkerhed. Reglerne skal garantere, at de markedsførte produkter, som anvendes af forbrugere, er sikre, det vil sige, at de ikke frembyder risici eller kun minimale risici for skader på personer eller ting. Ved bedømmelsen skal der tages højde for den brug, som med rimelighed kan forudses af produktet, og på samme tid tages højde for en vis atypisk brug af produktet, når denne brug dog efter almindelige erfaringer er forventelig.

Retten tilkendegav samtidig, at mærkningspåbuddet ikke gik videre end nødvendigt med henblik på at afværge faren ved produktet. (1998-989/6-83)

5.2. Sikkerhedkrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger

5.2.1. Legetøjsbekendtgørelsen

5.2.1.1. Administration generelt

5.2.1.1.1. Legetøjskontrol i dansk og europæisk perspektiv

Forbrugerstyrelsen er forpligtet til at foretage markedsovervågning af legetøj på markedet. I praksis sker det i samarbejde med Markedskontrollen i Elektricitetsrådet. Kontrollen udføres som stikprøvekontrol og bliver gennemført som løbende kontrol med legetøj på det danske marked. Af det legetøj, der blev gennemgået og udsat for en visuel inspektion på det danske marked, gik 60 legetøjsprodukter videre til laboratorietest. 22% af det testede legetøj opfyldte sikkerhedskravene til legetøj. Resten af produkterne var ikke i orden. Tallene dækker store såvel som små fejl. Produkterne blev fortrinsvis fundet hos importører og forhandlere, som ikke er

legetøjsspecialforretninger.

Da sikkerhedskravene til legetøj er fælleseuropæiske krav, fandt Europakommissionen i februar 1999 anledning til at initiere gennemførelsen af et besøgsprogram over temaet markedskontrol i medlemslandene. Programmet omfattede fem såkaldt ny-metode direktiver, herunder legetøjsdirektivet. Alle fem direktiver pålægger medlemslandene at udføre markedsovervågning med de produkter på markedet, som er omfattet af direktiverne. De respektive ansvarlige kontrolmyndigheder i medlemslandene inden for de fem områder: legetøj, maskiner, personlige værnemidler, lavspænding og elektromagnetisk kompatibilitet skulle dels modtage besøg af kolleger fra tilsvarende kontrolmyndigheder i andre medlemslande, dels selv besøge kontrolmyndigheder i andre medlemslande.

Formålet med besøgene var at skaffe indsigt på ekspertniveau i de procedurer, som er nødvendige for at tilrettelægge og gennemføre markedsovervågning. Besøgene skulle afsløre svagheder og styrker ved de enkelte systemer. Hvert besøg resulterede i en omfattende rapport med beskrivelser af kontrolmyndighedens arbejde i praksis. Alle rapporterne blev samlet i Kommissionen, som forventes at følge op på initiativet i 2000. Besøgene blev gennemført fra april til juni. I september holdt Kommissionen et opsamlende møde, hvor forskelle mellem medlemslandenes metoder blev gennemgået. Besøgsprogrammet var udbytterigt for deltagerne, fordi det gav indsigt, respekt og forståelse for, hvordan kontrolopgaverne kan tilrettelægges på forskellige måder og alligevel opfylde samme formål. (1999-1322/1-97)

5.2.2. Konkrete projekter

5.2.2.1. Temaeftermiddag om den nye legetøjsstandard

Forbrugerstyrelsens produktsikkerhedskontor holdt en temaeftermiddag for legetøjs- og babybranchen den 16. november 1999. Her blev den nye, harmoniserede legetøjsstandard EN 71-1:1998 gennemgået for branchen af eksperter fra såvel Forbrugerstyrelsens informationskontor som fra Forbrugerrådet. Derudover bidrog FORCE-laboratoriet, Markedskontrollen i Elektricitetsrådet og Produktsikkerhedskontoret til at sætte standarden ind i en sammenhæng med gældende regler.

Standarden indeholder tekniske krav, specifikationer og prøvningsmetoder for legetøj, og standarden udfylder de væsentligste sikkerhedskrav i legetøjsbekendtgørelsen. Den nuværende legetøjsstandard EN 71-1:1988 trækkes tilbage ved udgangen af januar 2001. Indtil dette tidspunkt gælder de to standarder side om side. Efter 31.01.2001 gælder EN 71-1:1998 alene.

Standarden kan købes hos Dansk Standard tlf. 39 96 61 01.

Formålet med temadagen var at sætte fokus på de nye krav i dialog med erhvervslivet med henblik på at optimere erhvervslivets mulighed for tilpasning til de nye og ændrede krav i god tid.

Temadagen skal ses som et supplement til markedsovervågningen. (1998-0641-6)

5.2.3. Konkrete afgørelser

5.2.3.1. Telt til at lege i for børn

En mor skrev til Forbrugerstyrelsen om en kedelig oplevelse med et legetelt. Fire børn i alderen 1-2½ år havde en hel weekend tumlet rundt i teltet. Da moderen tog teltet ned nogle dage efter, fik hun en mængde usynlige splinter i hænderne. Splinterne kom fra en af teltstængerne af glasfiber, som var knækket, mens børnene legede i teltet. Teltstangen var placeret inde i en løbegang i teltvæggen. Moderen undrede sig over, at stangen kunne knække, og over det materiale, den var lavet af.

Styrelsen kontaktede virksomheden, som importerer og sælger produktet i Danmark. Virksomheden oplyste, at det var imod deres egen miljøpolitik at anvende PVC. Derfor var materialet glasfiber valgt. Virksomheden oplyste videre, at man netop havde iværksat en ændring af produktet, så glasfiberstængerne fremover ville blive betrukket med et lag polyetylenplast for at hindre, at små glasfibre frigøres ved et eventuelt brud.

Forbrugerstyrelsen lod et testinstitut teste legeteltet i henhold til relevante sikkerhedskrav. Det kunne konstateres, at stængerne klarede de vedtagne belastningskrav på 50 kg, men det kunne også konstateres, at der ikke er særlige krav til materialet glasfiber.

Efter forhandlinger med virksomheden blev der opnået enighed om, at der fremover kun bliver solgt telte med

teltstænger af den nye, forbedrede type. Forbrugerstyrelsen gennemgik efterfølgende det danske marked for lignende legetelte for at undersøge, om der var andre telte med samme problem. Undersøgelsen viste, at det ikke var tilfældet. (1998-531/6-1)

5.2.3.2. Amuletten: De syv dødssynder

Forbrugerstyrelsen var selv opmærksom på en annonce i et magasin for forældre til småbørn. En amulet af pileflet med småsten indeni blev omtalt, som om det var en rangle til babyer.

Amuletten skulle beskytte babyer mod de syv dødssynder: hovmod, misundelse, vrede, gerrighed, åndelig dovenskab, frådseri og utugt. Men produktet var også mærket med en advarsel om, at det var uegnet som legetøj og ikke måtte gives til børn under 3 år.

Styrelsen kontaktede producenten af amuletten. Han forklarede, at det ikke var en rangle, man skulle give til små børn. Det var blot en lykkeamulet, som skulle anbringes uden for børns rækkevidde.

Forbrugerstyrelsen lod en sagkyndig pædagogisk ekspert bedømme produktet. Den sagkyndige oplyste, at det ikke var en rangle til små børn, men en lykkeamulet uden legeværdi.

Forbrugerstyrelsen bad på den baggrund producenten om at ændre mærkningen af produktet, så det på en tydeligere måde fremover ville fremgå, at det var et produkt, som ikke var beregnet til at komme i hænderne på små børn. (1999-561/6-534)

5.2.3.3. Gummimasker - spøg og skæmt

En erhvervsdrivende importør ville importere gummimasker til ansigtet som spøg og skæmt for voksne. Han spurgte Forbrugerstyrelsen, om maskerne i voksenstørrelse var produkter, som faldt ind under definitionen i legetøjsbekendtgørelsens § 1.

Styrelsen fik sendt to masker til vurdering. En konkret vurdering førte til, at produkterne ikke blev anset for at falde ind under legetøjsbekendtgørelsens anvendelsesområde. Produkterne henvendte sig klart til et voksent publikum som spøg og skæmt. Der blev i den forbindelse lagt vægt på, at produkterne ikke skulle sælges i legetøjsbutikker, men i spøg og skæmt forretninger til nytår, karneval mv. Forbrugerstyrelsen anbefalede imidlertid importøren at sikre sig, at maskerne kunne leve op til de sikkerhedskrav, der er i standarden EN 71-2: 1989 brændbarhed. Uagtet at kravene vedrører legetøjsudklædning mv., så er det de eneste standardiserede og relevante krav, der kan henvises til. (1999-619/6-9)

5.2.3.4. Legetøjscykel med vakkelvorne støttehjul

En far kontaktede Forbrugerstyrelsen, fordi hans datter på $2^{1/2}$ år var styrtet på sin nye legetøjscykel med støttehjul. Barnets cykelhjelm forhindrede alvorlige skader på pigens hoved. Men støttehjulenes montering og konstruktion syntes umiddelbart utilstrækkelig.

Forbrugerstyrelsen fik testet en tilsvarende cykel i henhold til relevante sikkerhedskrav. Testen afslørede, at der manglede en dansksproget brugsanvisning og samlevejledning. Derudover var det medfølgende værktøj ikke velegnet til at montere støttehjul.

Importøren sørgede for dansk brugsanvisning og samlevejledning, og efter forhandling blev de uegnede monteringsnøgler fjernet fra produkterne.

Forbrugerstyrelsen vil i nærmeste fremtid gennemgå det danske marked for lignende produkter for at konstatere, om der er sikkerhedsmangler ved andre lignende produkter. (1999-523/6-10)

5.2.3.5. Bliklegetøj fra Afrika

Under stikprøvekontrolbesøg hos en importør af brugskunst og legetøj fandt Forbrugerstyrelsen bliklegetøj fra Afrika. Det var en motorcykel, en tandem og en personbil. Alle produkterne var fremstillet af genbrugsmaterialer fra konservesdåser, såler fra sandaler og diverse metalstumper. Bliklegetøjet havde en primitiv finish med skarpe kanter og fremspring.

Importøren mente selv, at det var brugskunst, som er beregnet til pynt.

Forbrugerstyrelsen lod en sagkyndig, pædagogisk ekspert bedømme produkterne. Den sagkyndige oplyste, at han

havde testet produkterne på børn i 4-5 års alderen. Produkterne oppebar ingen legeværdi til sammenligning med samme type af legetøj af velkendte mærker og udseende på legetøjsmarkedet. Såkaldt legetøj importeret fra tredjeverdenslande er meget sjældent legetøj i almindelig kulturel forstand i Europa, selvom det er blevet benyttet som legetøj i de pågældende lande. På den baggrund blev produkterne ikke kategoriseret som legetøj. (1999-561/6-618, 619, 620)

5.2.3.6. Badebønner

En erhvervsdrivende påtænkte at importere såkaldte badebønner og bad om en vurdering af produktet. Forbrugerstyrelsen skilte en lille gennemsigtig kapsel ad, og ud sprang en lille skumgummifigur i facon som en edderkop. Den gennemsigtige kapsel ville i brug opløse sig i badevandet, og børn kunne så lege med figurerne. Efter en konkret vurdering oplyste styrelsen, at produktet klart var fremstillet til, at børn under 14 år kunne lege med det, og derfor skulle legetøjsbekendtgørelsens bestemmelser iagttages. (1999-7211/6-40)

5.3. Notifikationer

EU-Kommissionen udsendte i 1999 i alt 140 notifikationer om farlige produkter, hvilket er en markant stigning i forhold til 1998, hvor der blev udsendt i alt 82 notifikationer. 28 notifikationer vedrørte sager, som var behandlet af Forbrugerstyrelsen. Det drejede sig om laserpenne, en babygynge, suttekæder, narresutter, en kombinationsbarnevogn, klapstole og farlig plastemballage til en is.

48 af de modtagne notifikationer blev behandlet af Forbrugerstyrelsen. De vedrørte forskelligt legetøj, lysholdere til fyrfadslys, sikkerhedsgitter, briller til brug ved solformørkelsen, duftende lys, køkkenredskaber, en sammenklappelig barneseng, suttekæde, minihængekøje, flydeudstyr til børn, gåstol, brandfarlig fjerboa, børnemøbler samt fødevareefterligninger. De resterende 64 var omfattet af andre myndigheders kompetence og blev oversendt til disse.

EU-Kommissionen har i slutningen af 1999 aflagt besøg i samtlige medlemsstater for at drøfte, hvordan man kan forbedre notifikationssystemet. Der forventes rapport herom primo 2000.

Kapitel 6 Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

6.1. Husholdningsapparater og isenkram

6.1.1. Betaling for service på lejet vaskemaskine i strid med lejeaftalen. Forbrugeren ikke ansvarlig. Bevisbyrde

Forbrugerklagenævnet har truffet afgørelse i to sager, hvor forbrugere havde lejet en vaskemaskine og er afkrævet betaling for service i lejeperioden. Af de generelle lejevilkår fremgår, at det er forhandleren, der på udlejers vegne skal holde det lejede i funktionsdygtig stand og udføre nødvendig service snarest muligt og uden udgift for lejer. Vedligeholdelsespligten bortfalder dog, hvis lejer har foretaget nogen form for indgreb i det lejede. Det fremgår endvidere af vilkårene, at enhver skade/fejl på det lejede omgående skal meldes til forhandler. Skader, der er opstået som følge af fejl fra lejers eller tredjemands side, er udlejer berettiget, men ikke forpligtet til at udbedre ved forhandler efter regning. Efter kontrakten har forbrugeren således haft pligt til omgående at rette henvendelse til forhandleren, hvis hun mente, at der var noget galt med vaskemaskinen. Hun har samtidig

været berettiget til at forvente, at forhandleren herefter udførte den nødvendige service gratis, forudsat at servicetilkaldet ikke vedrørte en skade på maskinen forårsaget af en fejl begået af hende eller hendes familie mv.

Det var på den baggrund nævnets opfattelse, at hvis forhandleren vil have betaling for udført service, må det påhvile denne at godtgøre, at den pågældende service er udført med henblik på at udbedre skader på maskinen, som forbrugeren er ansvarlig for.

Den ene forbruger havde på tidspunkterne for servicebesøgene været lejer af maskinen i over et år. Forbrugeren var ikke forud for reparationernes udførelse oplyst om, hvad der var galt, og forbrugeren bestred, at hun skulle have betjent maskinen forkert. De påståede betjeningsfejl var samtidig ikke nærmere uddybede i forhandlerens fakturaer. Teksten på den ene faktura var »Smække låge til i vaskemaskine« og på den anden »Eftersyn af vaskemaskine, fejlbetjent«. Nævnet fandt det på den baggrund ikke godtgjort, at de to fakturaer, som sagen omfattede, vedrørte udbedring af skader, som forbrugeren var ansvarlig for. Forbrugeren havde derfor ikke pligt til at betale nogen del af fakturabeløbene.

Den anden forbruger havde ved servicetilbuddet oplyst, at maskinen af og til ikke ville centrifugere. Det var nævnets opfattelse, at hvis maskinen var behæftet med en sådan periodisk fejl, havde forbrugeren efter kontrakten pligt til omgående at melde dette til forhandleren. Det forhold, at forhandleren ikke ved sin undersøgelse af maskinen havde kunnet finde nogen fejl ved denne, var ikke i sig selv et bevis for, at servicetilkaldet havde været uberettiget, idet det ikke udelukkede, at der havde foreligget en periodisk fejl ved maskinen, som oplyst af forbrugeren. Forbrugeren havde derfor ikke haft pligt til at betale fakturaen, som var påført teksten »Efterset og afprøvet vaskemaskine, ingen fejl på do.« Forbrugeren havde krav på tilbagebetaling af vederlaget. (1999-441/7-192 og 1999-441/7-209)

6.1.2. Lejeaftale med 2 års uopsigelighed tilsidesat i medfør af aftalelovens §§ 36 og 38 c

En forbruger havde lejet et køle/fryseskab og en mikrobølgeovn. Det var i lejekontrakterne anført, at lejeperioden var mindst 2 år. Der skulle ikke betales leje de første 4 måneder. Da forbrugeren efter ca. 5 måneders leje skulle flytte til en ny bolig, hvor der var de fornødne hvidevarer, havde hun ikke længere brug for de lejede genstande. Da forbrugeren kontaktede den erhvervsdrivende for at opsige lejeaftalerne, meddelte denne, at kontrakterne var uopsigelige i godt 24 måneder fra lejeaftalens indgåelse.Nævnet bemærkede i øvrigt, at det naturlige anvendelsesområde for forbrugeraftaler om leje af løsøre er de tilfælde, hvor en forbruger midlertidigt har behov for at benytte den lejede genstand. Forbrugeren har i disse tilfælde en åbenbar interesse i at kunne opsige lejeaftalen med et rimeligt varsel, når forbrugeren ikke længere ønsker at gøre brug af det lejede.

Et vilkår som det foreliggende, hvorefter de indgåede lejeaftaler er uopsigelige i godt 24 måneder, kan således være byrdefuldt for forbrugeren, samtidig med at vilkåret ensidigt varetager den erhvervsdrivendes finansielle interesser. Skal anskaffelsen af et varigt forbrugsgode finansieres med midler hidrørende fra forbrugeren, bør dette ske under overholdelse af kreditaftalelovens regler, hvorfor det er vanskeligt at se, at en udlejer i forbrugerforhold kan have en loyal interesse i at betinge sig længere tids uopsigelighed.

På denne baggrund var det nævnets opfattelse, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om 2 års uopsigelighed gældende, jf. herved aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36. Nævnet fandt derfor, at vilkåret burde lempes til en rimelig opsigelsesfrist, som tilgodeså hensynet til begge parter.

Nævnet fandt det efter en samlet bedømmelse rimeligt, at forbrugeren blev stillet, som om hun havde betalt leje fra lejeaftalens indgåelse og indtil udløbet af et passende opsigelsesvarsel regnet fra opsigelsestidspunktet. Efter en samlet vurdering fandt nævnet ikke, at et rimeligt opsigelsesvarsel kunne overstige 3 måneder, og at forbrugeren samlet ikke burde kunne afkræves et beløb, som væsentlig oversteg, hvad der svarede til 8 måneders leje for en fem måneders lejeperiode efterfulgt af tre måneders opsigelsesperiode. (1999-4111/7-103)

6.1.3. Køb af køleskab. Prisgaranti måtte efter en formålsbestemt fortolkning forstås til gunst for køberen

En forbruger købte hos en elektriker i sit lokalområde et køleskab til en pris af 3.500 kr. Køberen havde anskaffet køleskabet bl.a. på baggrund af en husstandsomdelt reklametryksag, hvoraf fremgik, at sælgeren gav »130% prisgaranti på alle varer, der var købt i butikken«. I reklametryksagen var nærmere anført, at garantien var gældende i butikkens handelsområde.To dage efter, at forbrugeren anskaffede køleskabet, modtog han i sin postkasse en tilbudsavis fra en større hvidevarekæde, der var beliggende ca. 50 km fra køberens og sælgerens

lokalområde. I tilbudsavisen var det pågældende køleskab prissat til 2.995 kr., hvorfor køberen på baggrund af den af sælgeren ydede prisgaranti anmodede sælgeren om udbetaling af prisdifferencen på de 130%, dvs. 650 kr.

Sælgeren afviste køberens reklamation, idet han gjorde gældende, at garantien alene var ydet i forretningens handelsområde, og at det tilbud, som forbrugeren påberåbte sig, var ydet af en hvidevarekæde, som var uden for dette. Den erhvervsdrivende henviste til, at butikkens handelsområde, således som det var defineret af Danmarks Statistik, ikke omfattede den by, hvor hvidevarekæden var beliggende.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at indklagedes prisgaranti, således som den var udformet i den husstandsomdelte tilbudsavis, var ydet på alle varer købt i butikken og var gældende i butikkens handelsområde.

Nævnet fandt, at garantien efter dennes ordlyd og de formål, som garantigiver må antages at have søgt opnået, måtte forstås således, at den også omfatter tilsvarende varer, der gennem omdelt reklamemateriale af en konkurrerende virksomhed blev markedsført i indklagedes handelsområde, uanset om vedkommende konkurrent var beliggende i samme grafiske område eller ej.

På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet, at den erhvervsdrivende skulle betale 650 kr., svarende til 130% af prisdifferencen mellem sælgerens pris på 3.500 kr. og hvidevarekædens tilbud på 2.995 kr. (1998-4111/7-90)

6.1.4.Ny teknologi - Komfur med »boosterfunktion« krævede særlig information i forbindelse med køb og en informativ brugsvejledning

En forbruger købte i slutningen af december 1996 et komfur med glaskeramisk kogeplade med elektronisk fingertouch-betjening, som indeholdt en såkaldt boosterfunktion, der gav en meget hurtigt opvarmning af kogepladen. Forbrugeren havde imidlertid meget svært ved at styre disse funktioner.Forbrugeren mente ikke at have fået en tilfredsstillende vejledning i, hvorledes de nye funktioner virkede og skulle styres.

Sælgerens leverandør havde i forbindelse med behandlingen af reklamationen fra forbrugeren sendt forbrugeren supplerende informationsmateriale om kogepladens særlige funktioner, uden at dette havde hjulpet.

Sælgeren oplyste, at kogepladen virkede, som den skulle, og at man havde gjort, hvad man kunne for at forklare forbrugeren, hvorledes disse nye funktioner skulle udnyttes, men at forbrugeren ikke var indstillet på at bruge kogepladen, som den skulle bruges.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige udtalte, at komfuret var indrettet med en uhensigtsmæssig styring af kogezoneeffekten, som var meget vanskelig at styre, at brugervejledningen ikke var entydig, samt at den supplerende vejledning, som forbrugeren havde modtaget som tillæg til den almindelige brugsvejledning, var ret teknisk og ikke var til stor hjælp for forbrugeren.

Efter den sagkyndiges opfattelse krævede det stor bevidsthed, opmærksomhed og nøjagtighed fra brugerens side at få et tilfredsstillende resultat.

Den sagkyndige udtalte endvidere, at anvendelsen af et sådant komfur var væsentligt forskelligt fra anvendelsen af et såkaldt normalt komfur, og at forskellen lå i den måde, kogezonernes effekt styres på.

Nævnet lagde på baggrund af den sagkyndige erklæring til grund, at komfuret havde en uhensigtsmæssig styring af kogezoneeffekten, og at det måtte betegnes som en fejl, at brugervejledningen ikke var entydig, og at vejledningen var vigtig for at få det fulde udbytte af kogepladens teknik. Den faxudskrift, som klageren havde fået tilsendt som supplement til den egentlige brugsvejledning, var i øvrigt ret teknisk og ikke til stor hjælp for klageren.

Nævnet fandt herefter, at klageren ved købet burde være gjort opmærksom på den specielle kogezonestyring, og da dette ikke var sket, var komfuret behæftet med en mangel, jfr. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Da anvendelsen af dette komfur var væsentlig forskellig fra anvendelsen af et normalt komfur og stiller sådanne særlige og ekstraordinære krav til brugeren for at få et tilfredsstillende resultat, fandt nævnet, at denne mangel måtte betegnes som væsentlig, jfr. købelovens § 78, stk. 1. Forbrugeren var herefter berettiget til at hæve købet. (1997-4112/7-63)

6.2. Radio/tv mv.

6.2.1. Reparationsgaranti - løber fra det tidspunkt, hvor der sker overgivelse af varen til garantimodtager

En forbruger havde tekniske problemer med sit musikanlæg og henvendte sig i den anledning til en tv-reparatør. Da forbrugeren stod umiddelbart foran en hospitalsindlæggelse, aftaltes det af praktiske hensyn, at reparatøren ville hente musikanlægget inden forbrugerens hospitalsindlæggelse og først aflevere det reparerede anlæg tilbage efter udskrivningen fra hospitalet. Således blev musikanlægget afhentet den 6. september 1998 og tilbageleveret til forbrugeren den 10. november 1998. Ifølge reparatørens regning var reparationen udført 7. september 1998, hvilket også var datoen for faktura. Ifølge fakturaen ydede reparatøren 6 måneders garanti på den udførte reparation.

På grund af forbrugerens sygdom havde hun haft svært ved at afprøve musikanlægget umiddelbart efter hjemkomsten fra hospitalet. Derfor reklamerede hun først til reparatøren den 25. marts 1999 over, at fejlen fortsat var til stede. Imidlertid afviste reparatøren reklamationen, idet han gjorde gældende, at garantiperioden skulle regnes fra reparationsdagen den 7. september 1998.

Forbrugeren gjorde derimod gældende, at fakturaen skulle regnes fra afleveringstidspunktet, den 10. november 1998.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at meningen med en garantiperiode må være at give modtageren af garantien sikkerhed for, at den garanterede ydelse ved sædvanlig brug i garantiperioden lever op til det, der garanteres for. Hvis intet andet er udtrykkeligt fremhævet, må en garanti derfor fortolkes således, at garantiperioden løber fra det tidspunkt, hvor der sker overgivelse af varen til garantimodtageren. Forbrugerklagenævnet henviste tillige til Forbrugerombudsmandens retningslinier fra december 1997 vedrørende garantiudsagn, hvori er opstillet en række minimumskrav til indholdet af garantier på varer og tjenesteydelser, herunder, at det skal fremgå af garantiudsagnet, at garantien løber fra tidspunktet for levering.

På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet, at den erhvervsdrivendes garanti på 6 måneder skulle regnes fra den dato, musikanlægget blev tilbageleveret til klageren. (1999-4011/7-183)

6.2.2. En forbruger skulle ikke betale erstatning for en dekoder, der blev beskadiget som en følgevirkning af et lynnedslag. Fortolkning mod affatteren

En forbruger indgik i februar 1998 en aftale med en erhvervsdrivende om leje af en dekoder. 5 måneder senere opstod der en defekt i dekoderen i forbindelse med et tordenvejr. Den erhvervsdrivende ombyttede dekoderen, men krævede samtidig erstatning på 3.000 kr. Den erhvervsdrivende henviste i denne forbindelse til abonnementsbetingelsernes punkt 8.2, hvorefter forbrugeren var forpligtet til at holde dekoderen forsikret. Den erhvervsdrivende opfordrede derfor forbrugeren til at anmelde skaden til sit forsikringsselskab. Såfremt forbrugeren ikke var behørigt forsikret, var det den erhvervsdrivendes opfattelse, at forbrugeren bar risikoen for skaden.Forbrugeren afviste at være erstatningsansvarlig for en beskadigelse, der var sket ved en hændelig begivenhed. Forbrugeren oplyste, at han havde tegnet familiens basisforsikring, men at denne skade ikke var omfattet af forsikringen.

De relevante vilkår i abonnementsbetingelserne var affattet således:

> *2.7 Dersom en lejet dekoder...går tabt i abonnementsperioden eller ikke tilbageleveres efter dennes udløb, er abonnenten forpligtet til at erlægge et erstatningsbeløb svarende til den erhvervsdrivendes tab.*
> *8.2 Abonnenten bærer risikoen for dekoderen og forpligter sig til... - at holde dekoderen behørigt forsikret.*

Forbrugerstyrelsen kontaktede forsikringsoplysningen, der oplyste, at det ikke er usædvanligt, at elektronik kortslutter som en afledet virkning af et lynnedslag. I så fald er skaden ikke omfattet af familiens basisforsikring, med mindre der er tegnet en tillægsforsikring benævnt elskadedækning 1. Hvis lynet slår direkte ned i den forsikrede genstand eller huset, vil skaden derimod være omfattet af basisforsikringen.Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at dekoderen var beskadiget som en følgevirkning af et lynnedslag. Nævnet udtalte endvidere, at et lynnedslag må betragtes som en hændelig begivenhed. Er andet ikke aftalt, følger det af dansk rets almindelige regler, at det er udlejeren selv, som må bære tabet, såfremt en udlejet genstand beskadiges eller går til grunde som følge af en sådan begivenhed.

Nævnet fandt ikke, at abonnementsbetingelsernes punkt 2.7 kunne læses som et vilkår om, at abonnenten er

forpligtet til at erstatte skader, som skyldes en hændelig begivenhed. Nævnet fandt endvidere ikke, at det med tilstrækkelig tydelighed fremgik af punkt 8.2, hvilken risiko abonnenten havde påtaget sig, og hvilken forsikring, abonnenten var forpligtet til at tegne.

Under henvisning til aftalelovens § 38 b, stk. 1, måtte aftalevilkårene, der ikke havde været genstand for individuel forhandling, fortolkes på den måde, der var mest gunstig for forbrugeren. Nævnet fandt det som følge heraf ikke godtgjort, at forbrugeren havde påtaget sig risikoen for forhold, som ikke dækkes af en almindelig familieforsikring tegnet på sædvanlige vilkår. Da elskader ikke er dækket af en sådan forsikring, men sædvanligvis vil kræve tegning af en tillægsforsikring, fandt nævnet det ikke godtgjort, at forbrugeren havde påtaget sig risikoen for hændelige elskader. Forbrugeren blev derfor fritaget for den erhvervsdrivendes erstatningskrav. (1998-4051/7-659)

6.2.3. 5 rykkergebyrer på mellem 145 og 245 kr. nedsat til 3 rykkergebyrer af 50 kr.

En forbruger indgik i maj 1996 en lejeaftale af tv med en erhvervsdrivende. Af lejevilkårene fremgik det, at såfremt lejen ikke blev betalt rettidigt, var forbrugeren pligtig at betale et gebyr på p.t. 145 kr. ved den erhvervsdrivendes fremsættelse af betalingspåkrav. Lejekontrakten blev opsagt i august 1997. Forbrugeren betalte ikke lejen rettidigt fra juli 1997, og den erhvervsdrivende fremsendte derfor en påmindelse den 13. august 1997. I perioden fra 13. august til 1. oktober 1997 sendte den erhvervsdrivende i alt 5 påmindelser med ca. 14 dages mellemrum. Påmindelserne var belagt med gebyr på mellem 145 og 245 kr., i alt 1.025 kr. Den erhvervsdrivende oplyste, at man i efteråret 1997 havde ændret princippet for rykkergebyrer, idet gebyrernes størrelse steg afhængigt af, hvor mange rykkere forbrugerne havde fået tilsendt. Den erhvervsdrivende meddelte, at det ikke var muligt at opgøre de faktiske omkostninger, der var forbundet med udsendelse af rykkerbrevene.

Nævnet udtalte, at rentelovens bestemmelser om morarenter ikke er til hinder for, at det kan aftales, at forbrugeren skal betale et rykkergebyr, hvis han ikke betaler til tiden. Aftaler om betaling af rykkergebyrer må imidlertid ses i lyset af rentelovens bestemmelser, således at vilkår, der reelt tilsigter at omgå rentelovens ufravigelige regler, i almindelighed må tilsidesættes efter aftalelovens

§ 38c sammenholdt med § 36. Et rykkergebyr, hvis størrelse væsentligt overstiger kreditors omkostninger ved udsendelse af betalingsanmodning, må antages primært at have til formål at virke som pressionsmiddel for at få forbrugeren til at betale og dermed i strid med rentelovens beskyttelsesformål. På denne baggrund bør rykkergebyrer ikke væsentligt overstige kreditors udgifter til porto, papir, kuverter og administration. I mangel af oplysninger fra den erhvervsdrivende anslog nævnet, at udgifterne i den konkrete sag ikke havde oversteget 50 kr. pr. rykkerbrev.

Nævnet udtalte endvidere, at det måtte anses for værende i strid med rentelovens beskyttelsesregler løbende at fremsende betalingsanmodninger med krav om rykkergebyrer. Heraf følger det, at der er et maksimum for antallet af gentagne rykkerskrivelser, for hvilke der kan kræves gebyr. Dette maksimum fandt nævnet passende kunne fastsættes til 3, idet kreditor, når dette antal rykkerskrivelser var afgivet, i almindelighed burde tage stilling til, om det skyldige beløb skal inddrives ved retslig inkasso, eller om kreditor må acceptere en henstands- eller afdragsordning. Den erhvervsdrivende var derfor alene berettiget til at kræve betaling for 3 rykkerskrivelser á 50 kr. (1997-4012/7-385)

6.2.4. Køb af et projektions-tv. Mangler. Forbrugeren berettiget til at hæve, da et program-logo brændte fast på tv-skærmen. Forbehold kunne ikke tages ved at omtale problem i brugsanvisning, uden at det var særligt fremhævet

En forbruger købte i november 1997 et tv-apparat mærket Thomson Projektions TV til 21.490 kr. I forbindelse med købet blev det oplyst, at tv-apparatet kunne benyttes til at se tv på, samt at der kunne spilles tv-spil på det. Forbrugeren benyttede kun tv-apparatet til at se tv på og havde på intet tidspunkt haft prøvebilleder eller faststående billeder på skærmen.I august 1998 opdagede forbrugeren, at TV-Danmarks logo »D« var brændt fast på skærmen, og logoet blev vist på alle kanaler. Dette reklamerede forbrugeren over. Den erhvervsdrivende nægtede at lade forbrugeren hæve. I den forbindelse påpegede den erhvervsdrivende, at et projektions-tv er meget følsomt pga. den store lysstyrke, der anvendes til projektionen. Dette fremgik i øvrigt af brugsanvisningen, og dermed var der taget forbehold for, at skader kunne opstå ved bestemt adfærd.

Nævnet fandt, at uanset om tv-apparatet havde været tændt med eller uden fast billede i mere end 15 minutter, burde et logo ikke brænde fast på den måde, som det var sket. Derfor var tv-apparatet af en ringere beskaffenhed, end man kunne forvente og var følgelig behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Nævnet bemærkede videre, at det tilrådes i brugsanvisningen at undlade at lade prøvebillede eller ethvert andet fast billede stå på skærmen i mere end 15 minutter. Dette forbehold var ikke tydeligt fremhævet, men stod som en del af en samlet tekst under overskriften »Andre anbefalinger«. Forbeholdet angik desuden kun fast billede og prøvebillede, men tilskyndede ikke til særlige forholdsregler for at undgå, at et logo kunne brænde fast. Under hensyn hertil og henset til prisen på 21.490 kr. måtte forbrugeren kunne forvente at se tv uden risiko for, at et logo brændte fast.

På baggrund heraf fandt nævnet, at klageren var berettiget til af hæve købet, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, jf. § 78, stk. 1 og 3. (1998-4012/7-505)

6.2.5. Kontoudskrift ikke tilstrækkeligt til at bevise køb

En forbruger klagede over, at en af to discmænd var gået i stykker, hvorfor hun ville have ombyttet den. Forbrugeren anførte, at hun tidligere havde fået ombyttet den anden. Forbrugeren kunne dog ikke fremlægge nogen kvittering for købet eller for den tidligere omlevering, der skulle have fundet sted. Forbrugeren kunne kun fremlægge et kontoudtog lydende på hendes svigerindes navn. Forbrugeren anførte, at det var hendes svigerinde, der havde købt de to discmænd og foræret den ene til forbrugerens datter. Forbrugeren havde oplyst, at prisen på de to discmænd udgjorde ca. 500 kr. stk. Postering på kontoudtoget lød imidlertid på 1.160,90 kr.Den erhvervsdrivende, der havde lavet salgsbilag for den pågældende dato, undersøgte uden at kunne konstatere, at der den pågældende dag var solgt to discmænd og afviste, at discmændende var købt i den erhvervsdrivendes forretning.

Nævnet fandt ikke, at klageren havde bevist, at hun havde foretaget det pågældende køb. Nævnet lagde dels vægt på, at kontoudtoget lød på en anden end forbrugerens navn, og dels at beløbet ifølge kontoudtoget ikke svarede til den pris, som forbrugeren havde oplyst, at de to discmænd havde. (1998-4011/7-169)

6.2.6. En ældre mand købte et fjernsyn til en pris, der stod i et betydeligt misforhold til branchens sædvanlige pris. Aftalen om købesummens størrelse blev ændret i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36, stk. 1

En ældre mand indleverede sit fjernsyn til reparation. Reparatøren meddelte, at han ikke kunne udføre reparationen, og solgte i stedet et nyt fjernsyn til forbrugeren for 6.000 kr. Nogen tid efter købet så forbrugeren det samme fjernsyn annonceret til 2.495 kr. - ganske vist som »chokpris«.I følge Forbrugerklagenævnets sagkyndige havde det pågældende fjernsyn været solgt i branchen til 3.995 kr. og 3.495 kr. Det var sidst blevet solgt af importøren et halvt års tid inden forbrugerens køb. Den annonce, som forbrugeren havde indsendt, drejede sig sandsynligvis om udsalg af de sidste apparater til specialpris.

Forbrugerklagenævnet fandt herefter, at der var et betydeligt misforhold mellem den sædvanlige branchepris for fjernsynet og den pris, som den erhvervsdrivende havde betinget sig. Henset hertil samt til, at forbrugeren var en ældre mand, fandt nævnet, at sælgeren havde udnyttet sin stilling som erhvervsdrivende til at betinge sig en urimelig fordel på forbrugerens bekostning. Nævnet fandt derfor, at aftalen om købesummens størrelse burde ændres i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36, stk. 1, til en rimelig pris, som nævnet skønsmæssigt fastsatte til 4.000 kr. (1998-4012/7-441)

6.3. Computere mv.

6.3.1. Levering af RAM-kort kunne ikke nægtes under henvisning til vareknaphed efter jordskælvet i Taiwan

Den 7. september 1999 bestilte en forbruger gennem sælgerens hjemmeside en 128 MB 168-Pin PC-100 SDRAM til 875 kr. Sælgeren bekræftede den 17. september 1999, kl. 11.57 ordren ved en e-mail, hvori han oplyste, at varen ville blive afsendt i løbet af et døgn. Leveringen fandt ikke sted som lovet, og efter at et voldsomt jordskælv i Taiwan den 21. september havde ødelagt verdens vigtigste produktion af RAM-kort, meddelte

sælgeren den 22. september 1999, kl. 9.14, per e-mail køberen, at prisen var steget til 2.295 kr. Nævnet konstaterede, at der var tale om en ansvarspådragende forsinkelse fra sælgerens side, allerede før jordskælvet fandt sted. Dernæst fandt nævnet ikke, at den vareknaphed, som var opstået som følge af jordskælvet, og de heraf følgende prisstigninger kunne fritage sælgeren for at opfylde aftalen. Begrundelsen var, at varen fortsat kunne leveres, jf. herved købelovens § 24, hvorefter en sælger af genstande bestemt efter art kun fritages for ansvar for manglende levering, såfremt levering er umuliggjort på grund af hændelig undergang af alle genstande af den art eller det parti, købet angår, som følge af en ekstraordinær udefra kommende begivenhed, som sælgeren ikke ved købets afslutning burde have taget i betragtning. Forbrugeren fik derfor medhold i sit krav om opfyldelse af aftalen. (1999-4031/7-1241)

6.3.2. Opsigelse af Internetabonnement. Meddelelse om automatisk ophør bindende for Internetudbyderen

Forbrugerklagenævnet har behandlet to sager vedrørende ophør af Internetabonnement mod den samme virksomhed.

I den ene sag købte en forbruger i marts 1996 et års Internetabonnement til en pris af 900 kr. I forbindelse med købet fik forbrugeren oplyst, at abonnementet ville løbe for et år ad gangen. Abonnementet blev fornyet i 1997. Forbrugeren modtog i februar 1998 en e-mail, hvoraf det fremgik, at abonnementet ville udløbe om en måned, og at der ville blive fremsendt girokort til brug for fornyelse af abonnementet. Ca. 2 uger senere modtog forbrugeren en ny e-mail, hvoraf det fremgik, at abonnementet udløb om 14 dage, og at girokort var udsendt. Det fremgik endvidere af den sidste e-mail, at såfremt betalingen ikke var modtaget inden fjorten dage, ville abonnementet automatisk ophøre.

Forbrugeren reagerede ikke på disse e-mails, da forbrugeren ønskede, at abonnementet automatisk skulle ophøre. Den erhvervsdrivende udsendte senere et inkassovarsel, hvorefter forbrugeren betalte under protest.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at forbrugeren havde en berettiget forventning om, at den erhvervsdrivende i tilfælde af manglende betaling ville betragte abonnementet som opsagt. Derfor fandt Forbrugerklagenævnet, at den erhvervsdrivende var uberettiget til at opkræve betaling for endnu et års abonnement. Den erhvervsdrivende skulle derfor tilbagebetale det beløb, som forbrugeren havde indbetalt under protest.

I den anden sag havde forbrugeren købt Internetabonnementet i marts 1996 og fornyet det i august 1998 for et år. Forløbet omkring opsigelsen var det samme som i den sag, der er refereret ovenfor. Nævnet kom også i denne sag frem til, at forbrugeren var berettiget til at gå ud fra, at abonnementet automatisk ville ophøre på den dato, der var angivet i de to e-mails. Nævnet fastlog derfor, at forretningen ikke havde noget krav mod forbrugeren. (1998-4052/7-18 og 1998-4031/7-877)

6.3.3. Køb af computer inkl. Internet. Forbrugeren krævede telefonforbruget dækket af forhandleren

En forbruger havde købt en computer via en annonce. Det fremgik af annoncen, at der i købet var inkluderet tre måneders Internet. Forbrugeren regnede derfor med, at de tre første måneders Internetforbrug var gratis.

Efter ca. to måneder modtog forbrugeren en telefonregning, hvor der var opkrævet ca. 7.000 kr. for brug af Internettet. Forbrugeren krævede dette beløb betalt af forhandleren, der nægtede at betale under henvisning til, at de tre måneders gratis Internetforbrug kun dækkede selve opkoblingen.

Forbrugerklagenævnet lagde i sin afgørelse til grund, at forbrugeren havde købt en computer, hvor købet inkluderede tre måneders Internet. Forhandlerens ydelse bestod således i at levere Internetopkoblingen, men nævnet fandt ikke i forhandlerens annoncemateriale eller sagens oplysninger i øvrigt grundlag for at antage, at forhandleren havde påtaget sig at betale for telefonforbruget i den forbindelse. Forbrugerklagenævnet gav derfor ikke forbrugeren medhold. (1998-4031/7-934)

6.3.4. Leje af kopimaskine. Lejer var en selvejende daginstitution. Forbrugerklagenævnet havde ikke kompetence til at behandle klagesagen, jf. § 3, stk. 1, i bekendtgørelsen om nævnets virksomhedsområde

En selvejende daginstitution havde indgået en aftale om leje af en kopimaskine med en lejeperiode på 24 kvartaler, dvs. 6 år. Daginstitutionen klagede til Forbrugerklagenævnet med krav om ophævelse af lejeaftalen før udløb.

I henhold til bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde kan klager ikke indgives af offentlige myndigheder og offentlige institutioner henhold til Forbrugerklagenævnets praksis er kriteriet for nævnets kompetence til at behandle klager fra selvejende institutioner, hvorledes den får offentligt tilskud. Hvis den vare/tjenesteydelse, klagen vedrører, betales direkte af kommunen, eller hvis budget og regnskab føres direkte af kommunen, betragtes institutionen som offentlig, hvorved nævnet ikke kan behandle klagen.

Daginstitutionen oplyste, at 65% af institutionens budget hidrørte fra offentlige tilskud. Det fremgik videre, at kommunen var repræsenteret i bestyrelsen, og at kommunen betalte institutionens driftsudgifter.

Socialministeriet oplyste på baggrund af Forbrugerklagenævnets forespørgsel, at selvejende daginstitutioner på samme måde som kommunale daginstitutioner skal følge reglerne i den kommunale styrelseslov om budgetlægning, regnskabsførelse og revision. Endvidere er selvejende daginstitutioner med aftale med en kommune omfattet af forvaltningsloven og offentlighedsloven i det omfang, de udfører opgaver for kommunen ifølge aftalen, jf. socialretssikkerhedslovens § 43.

Efter en samlet vurdering fandt nævnet, at en selvejende daginstitution, der som her har indgået aftale med en kommune, må betragtes om en offentlig institution omfattet af § 3, stk. 1, i bekendtgørelsen om nævnets virksomhedsområde. Nævnet havde derfor ikke kompetence til at behandle klagen. (1999-4032/7-19)

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

I forbindelse med køb af pc-udstyr for i alt 5.385 kr. hos den erhvervsdrivende gjorde forbrugeren opmærksom på, at varerne skulle udføres af landet (til Færøerne). Den erhvervsdrivende lovede at refundere momsbeløbet på 1.077 kr., hvis forbrugeren returnerede fakturaen med toldvæsenets stempel som bevis på, at varerne var udført af landet. Allerede dagen efter udførslen af varerne afleverede forbrugeren fakturaen påført toldvæsenets stempel hos den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende bekræftede skriftligt ved påtegning på fakturaen, at den erhvervsdrivende ville fremsende momsbeløbet pr. check. Da forbrugeren imidlertid aldrig modtog beløbet, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet. Den erhvervsdrivendes eneste bemærkning til sagen var, at der i Danmark ikke er nogen lov eller aftale om, at detailhandelen er forpligtet til at tilbagebetale momsbeløb til folk, der udfører varer til udlandet. Det er derfor frivilligt, om man vil udbetale disse beløb. Den erhvervsdrivende kommenterede således ikke forbrugerens oplysninger om den indgåede aftale, ej heller forklarede den erhvervsdrivende, hvorfor man på fakturakopi påførte »har modtaget org. Check fremsendes«.

Da den erhvervsdrivende ikke havde bestridt forbrugerens oplysninger, lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at der var indgået en aftale mellem parterne om, at den erhvervsdrivende skulle refundere momsbeløbet, når den erhvervsdrivende modtog dokumentation for udførslen i form af faktura med toldvæsenets påtegning. Klagenævnet lagde samtidig vægt på, at den erhvervsdrivende havde påført fakturaen ordene »har modtaget org. Check fremsendes«. Da Forbrugerklagenævnet endvidere konstaterede, at betingelserne for refusion af afgiftsbeløbet var opfyldt, fik forbrugeren medhold i sit krav. Forbrugerklagenævnet bemærkede, at det påhviler den erhvervsdrivende som professionel forhandler at sikre sig, at betingelserne for momsfritagelse er til stede, når en erhvervsdrivende uden forbehold indgår aftale om refusion af momsbeløb. (1998-4031/7-809)

6.3.6. Køb af computer anset som fjernsalg. Aftale ikke bindende for køber, da oplysningspligten ikke var opfyldt

En forbruger havde via Internettet fundet frem til en erhvervsdrivende, som solgte computere. Den erhvervsdrivende havde på sin hjemmeside oplyst om adressen på sin butik, men da butikkens åbning var blevet forsinket på grund af håndværkere, fik forbrugeren oplyst, at der indtil videre blev solgt via postordre. Forbrugeren bestilte herefter telefonisk en computer, og afhentningsstedet for computeren blev samtidig aftalt. Forbrugeren fik 10 dage efter bestillingen udleveret computeren på køleren af en bil på den aftalte adresse.Den første computer, som forbrugeren modtog, fungerede ikke, og den blev udskiftet af den erhvervsdrivende med en anden computer. Denne computer fungerede tilsyneladende, men forbrugeren havde fortrudt købet og ønskede derfor at levere computeren retur.

Den erhvervsdrivende afviste at tage computeren retur under henvisning til, at der ikke var tale om postordresalg, og at forbrugeren derfor ikke havde nogen returret. Den erhvervsdrivende bemærkede endvidere i

den forbindelse, at hvis de havde tilbudt en returret, ville de ved forbrugerens brug heraf fratrække 20% af dagsprisen for produktet.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at forbrugeren forud for bestillingen af computeren alene havde haft mulighed for at vurdere, hvad det var, han købte, på baggrund af de oplysninger, som han havde fået via den erhvervsdrivendes annoncering på Internettet. Den erhvervsdrivende havde endvidere besvaret en henvendelse fra forbrugeren med, at man endnu ikke havde et forretningssted, men at man, indtil dette åbnede, solgte via postordre. Derudover havde den erhvervsdrivende ved klagerens telefoniske bestilling aftalt, at forbrugeren skulle afhente computeren på en nærmere aftalt adresse.

Nævnet fandt, at der under de foreliggende omstændigheder forelå et fjernsalg omfattet af forbrugeraftaleloven, idet indklagede havde sendt varen til klageren på det aftalte afhentningssted. Forbrugeren havde derfor fortrydelsesret i overensstemmelse med reglerne i forbrugeraftaleloven, ligesom den erhvervsdrivende ved fremsendelsen af computeren til forbrugeren havde pligt til at give forbrugeren tydelig skriftlig oplysning om fortrydelsesretten og om, hvorledes forbrugeren skulle forholde sig, hvis han ville gøre brug af fortrydelsesretten. Nævnet fandt ikke, at den erhvervsdrivende havde opfyldt denne oplysningspligt, hvorfor aftalen ikke var bindende for forbrugeren. Forbrugeren var derfor berettiget til at kræve købesummen tilbagebetalt. Nævnet bemærkede endvidere, at da bestemmelserne i forbrugeraftaleloven ikke kan fraviges til skade for forbrugeren, var den erhvervsdrivende allerede af den grund ikke berettiget til at påberåbe sig deres vilkår i salgsbetingelserne om, at man ved returnering fratrak et gebyr på 20% af fakturabeløbet. (1998-4031/7-800)

6.3.7. Køb af computerdele. Fortrydelsesretten gjort gældende inden fristens udløb

En forbrugers mindreårige søn og plejebarn havde via e-mail bestilt nogle computerdele hos en erhvervsdrivende. Ifølge den erhvervsdrivendes salgs- og leveringsbetingelser kunne bestilling af varer foretages på denne måde. Ved en fejltagelse var forbrugerens mindreårige søn og plejebarn imidlertid kommet til at bestille 2 stk. AMD i stedet for én. Derudover havde de bestilt 2 stk. RAM.

Ved leveringen af computerdelene, hvorved forbrugerens søn og plejebarn blev orienteret om fortrydelsesretten, viste det sig, at rammene ikke fungerede sammen med det øvrige pc-udstyr. Forbrugerens søn og plejebarn returnerede derfor rammene sammen med den ene fejlbestilte AMD, da de ønskede at fortryde denne del af aftalen. Den erhvervsdrivende tilbagesendte imidlertid computerdelene under henvisning til, at fortrydelsesretten ikke var blevet gjort behørigt gældende inden fristens udløb, idet varerne var blevet tilbagesendt til dem uden vedlæggelse af fakturakopi og uden udtrykkelig påberåbelse af fortrydelsesretten.

Nævnet fandt, at der forelå et fjernsalg omfattet af forbrugeraftaleloven, og at forbrugeren derfor havde fortrydelsesret i overensstemmelse med forbrugeraftalelovens regler.

Nævnet bemærkede i den forbindelse, at en forbruger kan gøre fortrydelsesretten gældende blot ved inden for fristen at tilbagesende eller tilbagegive varen til sælgeren. Da det fremgik af de indsendte bilag, at varerne var blevet tilbagesendt til den erhvervsdrivende inden for fristen med oplysning om bestillerens navn og adresse, fandt nævnet, at den erhvervsdrivende ikke kunne have været i tvivl om, hvilken bestilling tilbagesendelsen vedrørte. På den baggrund var det nævnets opfattelse, at fortrydelsesretten var blevet gjort behørigt gældende inden fristens udløb. Forbrugeren var derfor berettiget til på vegne af sin søn og sit plejebarn at få købesummen retur mod udlevering af 2 stk. RAM og 1 stk. AMD. (1998-4031/7-956)

6.3.8. Sælgers udstedelse af kreditnota var accept af forbrugerens ophævelse af købet. Efterfølgende indsigelser ikke tillagt betydning. Programpakke »Dansk Version« skal indeholde dansk brugervejledning

En forbruger henvendte sig til sælger for at købe en særlig pc-programpakke. Det var vigtigt for forbrugeren, at der medfulgte danske manualer til programmet, hvilket sælgeren bekræftede. Ved udpakningen af programmet opdagede forbrugeren imidlertid, at det kun var installationsfolderen, der var på dansk, mens manualerne var affattet på engelsk.Den følgende dag kontaktede forbrugeren derfor sælgeren for at få ophævet købet. Han tilbageleverede programpakken, og sælger udstedte en keditnota, hvorpå var noteret købesummen på 4.380 kr., samt at beløbet ville blive indsat på forbrugerens bankkonto med angivelse af kontonummeret.

Et par dage efter henvendte sælger sig til forbrugeren og afviste, at købet kunne ophæves, fordi

programpakkens emballage ifølge sælgeren var ødelagt på en sådan måde, at han ikke ville kunne videresælge programmet.

Forbrugerklagenævnet fandt, at sælgeren ved udstedelsen af kreditnotaen havde accepteret, at forbrugeren kunne ophæve købsaftalen, hvorfor sælgeren uanset sine efterfølgende indsigelser var forpligtet til at tilbagebetale købesummen. Nævnet bemærkede derudover, at når en programpakke markedsføres som »den danske version«, må forbrugerne med rette kunne forvente, at programmet indeholder en dansk brugervejledning enten i papirform eller i elektronisk form. Det er ikke tilstrækkeligt, at installationsfolderen er på dansk, hvis den egentlige brugervejledning er affattet på et fremmed sprog. Indeholder en »dansk« programpakke ikke en dansk brugervejledning, er dette en væsentlig mangel ved varen, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 1. (1999-4031/7-1055)

6.3.9. Køb af »Webhotel«. Tvist om aftalens pris. Aftalelovens § 38b, stk. 1

En forbruger købte via en indsat hjemmeside et såkaldt »Web-hotel«. Efterfølgende opstod der strid mellem parterne om, hvilken pris der gjaldt for aftalen.Det fremgik på hjemmesidens forside under kolonnen »Web-hotel«, at »Starter« (som forbrugeren havde valgt) var »absolut noget af det billigste, der findes på det danske webhotel-marked«. Umiddelbart herefter anførtes uden noget forbehold for yderligere udgifter følgende prisoplysning: »Kr. 30 pr. md.«. Længere nede på hjemmesidens forside var der en henvisning til »Oversigt over webhotel-løsninger«. Hvis der blev klikket på denne oversigt, fremkom der dels en kolonne over priser for »Domæneregistrering og oprettelse/flytning af webhotel«, dels en kolonne over priser for »Webhoteller inkl. e-mail under eget domæne«. Da det ikke af oversigten »Webhoteller inkl. e-mail under eget domæne« fremgik klart, at bestilling af produktet ikke uden videre kunne foretages til den angivne pris, men derudover ville forudsætte »oprettelse af webhotel« til en udgift af 500 kr., fandt Forbrugerklagenævnet, at hjemmesiden havde været egnet til at give forbrugeren det indtryk, at han hos den erhvervsdrivende kunne bestille et »Starter Webhotel« for en samlet udgift på 30 kr. + moms pr. måned.

I medfør af aftalelovens § 38 b, stk. 1 skal vilkår forstås på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren, hvis der opstår tvist om forståelsen af et aftalevilkår, og det pågældende vilkår ikke har været genstand for individuel forhandling. Således fastsatte klagenævnet, at den erhvervsdrivendes oplysninger på hjemmesiden i den konkrete sag skulle forstås således, at forbrugeren havde erhvervet et »Starter Webhotel« i et år for en månedlig udgift på 30 kr. plus moms eller i alt 450 kr. Da den erhvervsdrivende ikke ønskede at levere sin ydelse til den pris, kunne forbrugeren som følge heraf træde tilbage fra aftalen. (1999-4052/7-52)

6.3.10. Defekt batteri på bærbar computer. Bevisspørgsmål

En forbruger købte i juni 1998 en bærbar computer for 12.900 kr. Forbrugeren reklamerede i september 1998 over, at computerens batterialarm var defekt. Alarmen bippede efter en times brug og bippede herefter i ca. 40 minutter hvert halve minut. Computeren blev indleveret til reparation tre gange, uden at forretningen havde korrigeret fejlen. Ved den tredje indlevering oplyste forbrugeren, at han ville ophæve købet, såfremt fejlen ikke var udbedret inden 10 dage. Forbrugeren klagede igen i december 1998, hvor indklagede ikke kunne konstatere den pågældende fejl.Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte forbrugerens computer og kunne konstatere, at batteriet maksimalt kunne holde omkring 80-95 minutter, og at styresystemets batteriindikator viste, at batteriet kun var 75% opladet efter en korrekt opladning. Den sagkyndige oplyste, at en normal batterilevetid er mellem 2,5 og 4,5 timer. Den sagkyndige kunne ikke fastslå årsagen, men fandt det mest sandsynligt, at batteriet var defekt.

Sagen blev behandlet på et nævnsmøde, hvor nævnet var bistået af nævnets faste sagkyndige i edb-spørgsmål. Den sagkyndige og nævnets to branchekyndige medlemmer udtalte på mødet, at det er almindelig kendt, at et batteris levetid kan forkortes, hvis batteriet ikke er helt afladet før genopladning. Forbrugerklagenævnet fandt på den baggrund, at man ikke kunne se bort fra, at den korte batteritid skyldtes uhensigtsmæssig brug. Det fandtes således ikke godtgjort, at der forelå en køberetlig mangel ved computeren. Forbrugeren fik på den baggrund ikke medhold i sin klage. (1998-4031/7-953)

6.3.11. Køb af software, hvor reklamationerne gik til producenten

En forbruger havde efter et katalog købt et softwareprogram. Ved opstart af programmet blev man inviteret til at undersøge, om der fandtes opdateringer til programmet. Samtidig kom man via programmet ind på hjemmesider,

der indbød til at benytte den amerikanske producents supportfunktioner.Idet forbrugeren havde problemer med programmet, havde han en løbende korrespondance med producenten. Det lykkedes imidlertid ikke at løse problemet med programmet, og efter ca. et halvt år forsvandt producentens hjemmeside fra Internettet. Forbrugeren henvendte sig derfor til den forhandler, han havde købt programmet hos. Forhandleren afviste forbrugerens reklamationer med, at han havde reklameret for sent.

Forbrugerklagenævnet fandt, at når der er tale om software baseret på, at producenten yder service, må producenten antages at have påtaget sig at afhjælpe eventuelle mangler ved programmet. Via den løbende korrespondance med producenten var det derfor nævnets vurdering, at forbrugeren havde afgivet rettidig reklamation, jf. købelovens § 84. Nævnet fandt derfor, at forhandleren ikke var fremkommet med en gyldig begrundelse for at afvise forbrugerens reklamationer. Idet forhandleren ikke havde bestridt, at der var mangler ved programmet, og forhandleren således uden gyldig grund havde undladt at opfylde forbrugerens påkrav om afhjælpning inden rimelig tid, var forbrugeren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3. (1998-4031/7-887)

6.3.12. Køb af Windows 98 program i en version, der kun var beregnet til salg i forbindelse med køb af en ny computer (OEM-version). Aftalevilkår berettigede forbrugeren til at hæve købet

En forbruger havde i en computerforretning købt programpakken Windows 98. Ved købet oplyste hun, at hendes computer var af ældre dato. Uden at have åbnet pakningen kontaktede forbrugeren producenten af sin computer, der fortalte hende, at programmet ikke kunne benyttes til hendes computer. Forbrugeren ønskede derfor at hæve købet.Forbrugerklagenævnets sagkyndige fik tilsendt programmet til brug for en undersøgelse. Den sagkyndige oplyste, at der var tale om en OEM-version, hvilket vil sige en version, som kun må sælges installeret på en ny computer.

På baggrund af oplysningerne om forbrugerens computer udtalte den sagkyndige, at Windows 98 formentlig var kompatibel med computeren, dog med risiko for, at programmet ville køre langsomt på grund af computerens alder.

Den sagkyndige havde ved sin undersøgelse erfaret, at programmet sælges i en plastkassette med en tekst, som først er synlig, når emballagen er brudt. Det fremgår af teksten, at brugeren skal acceptere betingelserne i en licensaftale, idet brugeren - hvis dette ikke ønskes - straks skal returnere programmet til det sted, hvor det er købt »mod refusion af købesummen«.

Forbrugerklagenævnet kunne ikke give forbrugeren medhold i kravet om ophævelse af købet på baggrund af den manglende kompatibilitet.

Eftersom forbrugeren allerede som følge af aftalevilkåret var berettiget til at træde tilbage fra aftalen, fandt Forbrugerklagenævnet, at forbrugeren på denne baggrund kunne hæve købet. (1999-4031/7-1050)

6.3.13. Køb af laserprinter. Markedsføring af egenskaber, mangler og krav om ophævelse

En forretning reklamerede i sit priskatalog for en printer som »en stærk, personlig printer til den professionelle bruger, som ønsker høj ydeevne til en fornuftig pris. Med 6 sider i minuttet i ægte 600 DPI og gode papirfaciliteter er den velegnet til at løse printopgaver i såvel hjem som i små og store virksomheder.« Det fremgik ligeledes af omtalen samme sted, at printeren havde »2 MB RAM (max 35 MB)«.En forbruger købte under henvisning til denne beskrivelse printeren for en pris af 3.995 kr. Ved købet orienterede forbrugeren ekspedienten om sin store interesse for slægtsforskning og egnshistorie, og at han af denne grund ønskede at udskifte sin Canon printer for at få en bedre billedkvalitet.

Det viste sig imidlertid, at printeren ikke kunne udskrive en hel billedside i en opløsning på 600 DPI, men delte et sådant billede op på to sider. Hvis forbrugeren skulle have udskrevet en hel A4 side som billede, måtte han gå ned i en opløsning på 300 DPI, som den tidligere printer også kunne gøre. Forbrugeren klagede endvidere over, at den ny printer ikke engang kunne udskrive 6 halve billedsider pr. minut i 600 DPI.

Forretningen oplyste, at når der tales om 6 sider pr. minut, drejer det sig om tekstsider. Hvis et billede fylder hele siden, er to MB typisk ikke tilstrækkeligt. Printeren dækker imidlertid de flestes behov.

Såfremt printeren skulle kunne udskrive hele billedsider i 600 DPI-opløsning, skulle den have yderligere 2,5 MB

RAM. I så fald skulle der monteres et udvidelsesmodul - et kort, som kostede godt 1.000 kr. Dertil kom en omkostning på 200-300 kr. for selve RAM'en.

Klagen blev behandlet på et nævnsmøde, hvor nævnets faste edb-sagkyndige deltog. Denne og nævnets to branchekyndige medlemmer udtalte i enighed, at en printer med en hukommelse med 2 MB RAM ikke kan karakteriseres som en printer med en høj ydeevne til en professionel bruger, ligesom en sådan printer ikke er velegnet til at løse printopgaver i »små og store virksomheder«. Nævnet bemærkede endvidere, at det ikke fremgik af annoncen, at den nødvendige RAM-udvidelse vil forudsætte, at computeren udstyres med et særligt udvidelseskort.

Da forretningen (eller et tidligere salgsled) således i salgsmaterialet, der var beregnet til at komme til almenhedens eller køberens kundskab, havde givet urigtige eller vildledende oplysninger, der måtte antages at have haft betydning for forbrugerens bedømmelse af salgsgenstanden, forelå der en mangel ved printeren. Nævnet lagde endvidere til grund, at forbrugeren havde lagt stor vægt på den nævnte beskrivelse af printeren i forbindelse med købet, hvilket forbrugeren tillige gav udtryk for ved købet. Manglen blev fundet for væsentlig, og forbrugeren kunne hæve købet. (1999-4031/7-1038)

6.3.14. Ansvaret for, at remmen til en bærbar pc's taske knækkede, påhvilede sælgeren

En HF-studerende havde købt en bærbar pc med taske. Kort efter købet gik den ene af de to karabinhager, der fæstede skulderremmen til tasken, itu, så pc'en faldt på gulvet og blev skadet. Sælgeren forlangte 7.478 kr. for at reparere pc'en, som den studerende betalte under protest.Forbrugerklagenævnet besigtigede karabinhagen og konstaterede, at den var defekt uden at vise tegn på overlast eller anden uhensigtsmæssig brugspåvirkning. Forbrugerklagenævnet fandt, at køberen var berettiget til at forvente, at karabinhagen på bæretasken, som var en del af det samlede køb, havde tilstrækkelig styrke til formålet. Nævnet lagde til grund, at defekten ved karabinhagen skyldtes en materiale- eller fabrikationsfejl.

Da denne defekt var en mangel ved det samlede køb, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, havde den studerende haft krav på en gratis reparation af skaden, jf. lovens § 78, stk. 1. Nævnet fandt ikke, at reparationen havde påført sælgeren en uforholdsmæssig omkostning eller ulempe, så han kunne fritages for afhjælpningspligten, jf. lovens § 78, stk. 1, 2. punktum. Sælgeren skulle derfor betale vederlaget for reparationen tilbage. (1999-4031/7-1258)

6.3.15. Et grafikkort, der var anbefalet af sælger, kunne ikke anvendes i forbindelse med Windows 98. Da styresystemet i forbrugerens computer netop var Windows 98, forelå der en væsentlig mangel, der berettigede forbrugeren til at hæve købet

En forbruger henvendte sig i en computerforretning for at købe et grafikkort. Forbrugeren bad sælger om hjælp med at finde et grafikkort af rimelig kvalitet, således at forbrugeren ikke ville få problemer med kortet. Sælgeren anbefalede et grafikkort, som forbrugeren herefter købte.Forbrugeren fandt ved hjemkomsten ud af, at grafikkortet ikke virkede. Forbrugeren reklamerede straks over for sælger.

Sælger testede kortet for 125 kr., men kunne ikke finde fejl ved grafikkortet. Fejlen måtte ligge i forbrugerens computer.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte forbrugerens computer og grafikkortet og konstaterede, at grafikkortet ikke kunne anvendes i forbindelse med styresystemet i klagerens computer, som var Windows 98.

I sin bedømmelse lagde Forbrugerklagenævnet vægt på, at forbrugeren udtrykkelig havde bedt sælger om vejledning til, hvilket grafikkort forbrugeren skulle vælge.

Forbrugerklagenævnet fandt, at sælgeren havde forsømt at give forbrugeren oplysning om forhold, der havde betydning for klagerens bedømmelse af det solgte, og som sælgeren kendte eller burde kende - nemlig at grafikkortet ikke kunne anvendes i forbindelse med Windows 98. Der forelå som følge heraf en mangel ved grafikkortet i medfør af købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. Da manglen samtidig måtte anses for væsentlig, var forbrugeren berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1. Forbrugeren kunne derfor kræve købesummen tilbagebetalt sammen med det af sælgeren opkrævede undersøgelsesgebyr. (1998-4031/7-905)

'

6.3.16. Langsommelig afhjælpning af mangel på harddisk gav forbrugeren ret til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3

En forbruger købte i april 1997 en harddisk, som i september 1997 ikke længere kunne starte op. Forbrugeren klagede til forretningen i september 1997. Forretningen tilbød forbrugeren at ombytte harddisken til en nyere model mod betaling af 300 kr. Forbrugeren afviste forretningens tilbud. Forbrugeren rykkede 4-5 gange for afhjælpningen, og den 21. oktober 1997 skrev forbrugeren til forretningen. I brevet gav forbrugeren en frist til den 28. oktober 1997 til at afhjælpe manglen. Forbrugeren anførte i brevet, at såfremt afhjælpningen ikke var foretaget inden fristen, ønskede forbrugeren at hæve købet.Forretningen oplyste til Forbrugerstyrelsen, at man den 27. oktober havde forsøgt at få fat i forbrugeren for at oplyse, at man havde en ny harddisk klar til afhentning. Forbrugeren bestred, at forretningen havde forsøgt at komme i kontakt med forbrugeren.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at forretningen havde dokumenteret, at tilbuddet om omlevering var kommet til forbrugerens kundskab, før forbrugeren fik tilsendt indklagedes oplysninger fra Forbrugerstyrelsen. Nævnet fandt derfor, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet efter købelovens § 78, stk. 3. Efter den nævnte bestemmelse kan en forbruger hæve købet, hvis forbrugeren har krævet afhjælpning, og sælgeren ikke opfylder dette krav inden rimelig tid. (1997-4031/7-617)

..

6.3.17. Printer forurenet af tonerpulver under transport, fordi der ikke var lukket for beholderen til tonerpulver. Garantien gjaldt alligevel, fordi brugsvejledningen kunne misforstås

En far havde købt en printer til sin datter. Da han kort efter købet indleverede den til garantireparation, krævede sælgeren betaling for rensning af printeren, der var forurenet af tonerpulver, fordi beholderen hertil - tonerbrønden - ikke havde været lukket med låg under transporten i overensstemmelse med brugsvejledningen til printeren. Herefter krævede forretningen betaling for rensningen, som køberen ikke ville betale, med det resultat, at printeren ikke blev repareret.Faderen havde transporteret printeren fra hjemmet til forretningen i sin bil, hvilket efter nævnets sagkyndiges vurdering sandsynligvis ikke havde været årsag til forureningen. Derimod var det langt mere sandsynligt, at skaden var sket, da printeren blev sendt fra forretningen til værkstedet som almindelig postpakke.

Da forretningen havde sendt printeren som postpakke uden at sikre, at den var forsvarligt sikret, fandt nævnet, at forretningen bar hovedansvaret for forureningen.

Det viste sig også, at det ikke kunne lægges til grund, at en brugsvejledning med oplysning om transport af printeren overhovedet havde været leveret. Dette skyldtes, at instrukserne om hvordan printeren skulle sikres før transport, stod i en manual, som forbrugeren påstod han ikke havde fået. Forbrugeren havde heller ikke haft mulighed for at konstatere, at der manglede en manual. Listen over dele til printeren nævnede kun en manual. Forbrugeren kunne derfor med god grund tro, at manualen var den såkaldte »læs-mig-først-manual«, som i øvrigt var 1,2 cm tyk og vejede 290 g. Det kunne derfor ikke bebrejdes forbrugeren, at han havde overset eksistensen af den fuldstændige manual og dermed oplysningen om korrekt transportsikring.

Efter den sagkyndiges udtalelse kunne printeren næppe renses med et tilfredsstillende resultat.

Da forureningen af printeren var sket som følge af forretningens forsømmelse i forbindelse med en garantireparation, indebar forholdet, at printeren led af en mangel, jf. købelovens § 44, og da denne mangel samtidig måtte anses for væsentlig, var forbrugeren berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1. (1999-4031/7-984)

6.3.18. Reparationsundersøgelse af en computerskærm. Prisen for arbejdet var uforholdsmæssig høj, og arbejdets udførelse burde være frarådet

En forbruger indleverede sin tre år gamle computerskærm til en erhvervsdrivende med henblik på at få oplyst, hvor meget det ville koste at reparere den. Forbrugeren fik efter undersøgelsen at vide, at en reparation ville koste ca. 1.800-2.000 kr. Forbrugeren ønskede imidlertid ikke skærmen repareret. Forbrugeren blev derefter faktureret en pris på 925 kr. for selve undersøgelsen af computerskærmen.Forbrugeren forsøgte efter tilbageleveringen af skærmen fra den erhvervsdrivende at få den repareret et andet sted. Denne reparatør

meddelte imidlertid forbrugeren, at skærmen ikke kunne repareres, da den ikke var samlet korrekt hos den erhvervsdrivende.

Nævnets sagkyndige samt nævnets to branchekyndige medlemmer udtalte på nævnsmødet, at en skærm af pågældende type og alder erfaringsmæssigt har en værdi af ca. 2.000 kr. På den baggrund fandt nævnet, at den erhvervsdrivende burde have indset, at prisen for undersøgelse og reparation - med den erhvervsdrivendes beregnede timeløn - ville løbe op i et beløb, der svarede til skærmens værdi. Da prisen for arbejdet således ville blive uforholdsmæssig høj i forhold til det, som kunne forventes opnået ved arbejdet, fandt nævnet, at den erhvervsdrivende burde have vejledt forbrugeren herom og frarådet arbejdets udførelse.

Da det måtte formodes, at forbrugeren, hvis han var behørigt vejledt, ikke ville have bedt den erhvervsdrivende om at lade skærmen undersøge, og da undersøgelsen ikke i sig selv havde nogen værdi for forbrugeren, fandt nævnet, at den erhvervsdrivendes vederlagskrav herefter burde bortfalde helt.

Forbrugeren havde endvidere klaget over, at skærmen ikke ved tilbageleveringen fra den erhvervsdrivende var samlet korrekt. Dette forhold havde den erhvervsdrivende imidlertid bestridt. På grund af parternes modstridende oplysninger kunne nævnet ikke uden yderligere bevisførelse afgøre, om skærmen var samlet ukorrekt efter undersøgelse hos den erhvervsdrivendes reparatør. Da den nødvendige bevisførelse ville forudsætte afgivelse af forklaring fra parterne, og da en sådan bevisførelse ikke kunne ske ved nævnet, afviste nævnet denne del af sagen. (1998-4031/7-728)

6.3.19. Sælgeren kunne ikke kræve betaling for en undersøgelse i garantiperioden, hvor ingen fejl blev fundet

Forbrugeren indleverede sin computer til reparation inden for garantiperioden. Fejlbeskrivelsen på sælgerens serviceseddel angav: »Fryser i Windows«.Sælgerens værksted kunne ikke finde nogen fejl og krævede derfor 625 kr. for undersøgelsen. Forbrugeren bestred kravets berettigelse.

Nævnet udtalte, at udtrykket garanti efter markedsføringsloven kun må anvendes i forbrugerforhold om erklæringer, som giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, forbrugeren har efter lovgivningen. Da garantitilsagn må fortolkes i lyset af markedsføringslovens § 4, fortolkede nævnet garantien som en garanti mod funktionssvigt i et år efter overgivelsen. Forbrugeren havde derfor været berettiget til at forvente, at garantigiveren i tilfælde af funktionssvigt i garantiperioden ville udføre den nødvendige fejlfinding og reparation gratis, medmindre han kunne godtgøre, at funktionssvigtet skyldtes uhensigtsmæssig brug eller andre forhold, som ikke var omfattet af garantien. Det var derfor ikke foreneligt med indklagedes garantitilsagn at kræve vederlag for enhver forgæves fejlfinding. Nævnet bemærkede også, at garantigiveren for at kunne løfte sin bevisbyrde selv har en væsentlig interesse i at foretage den nødvendige fejlfinding og bevissikring.

Derfor var det nævnets opfattelse, at det er en betingelse for at kræve betaling for forgæves fejlfinding eller for en udført reparation i garantiperioden, at garantigiveren kan godtgøre, enten at det kan bebrejdes køberen, at denne uden grund har indleveret salgsgenstanden til reparation, eller at der er repareret skader, kunden selv er ansvarlig for. Det må derudover kræves, at garantigiveren på forhånd har sikret sig, at kunden er bekendt med, at han risikerer at skulle betale et nærmere angivet beløb, og at kunden har accepteret dette.

Det forhold, at undersøgelsen ikke viste fejl ved computeren, udelukkede efter nævnets opfattelse ikke, at forbrugeren havde været udsat for den beskrevne fejl. Det var derfor ikke godtgjort, at det kunne bebrejdes forbrugeren, at han havde indleveret computeren til reparation i henhold til garantien. Nævnet konkluderede derfor, at garantigiveren ikke havde krav på et undersøgelsesgebyr. (1999-4031/7-1175)

6.3.20. Forudsætningerne for at lade garanti gælde reparation bortfaldt pga. forhold hos køber, idet elinstallationerne ikke overholdt standarder efter stærkstrømslovgivningen

Et boligselskab havde hos en erhvervsdrivende købt et antal computere til brug i boligselskabets administration.En af computerne voldte gentagne - identiske - problemer hos boligselskabet, og den erhvervsdrivende foretog adskillige reparationer.

Den erhvervsdrivende mente, at boligselskabet selv skulle betale for reparationerne, i alt 11.962,50 kr., da det til sidst i forløbet havde vist sig, at årsagen til de gentagne computernedbrud var fejl ved den elektriske installation hos boligselskabet (den erhvervsdrivendes montør havde ved et besøg hos boligselskabet konstateret, at den defekte computer var tilkoblet en elektrisk installation, hvor der stod »spænding« på jordforbindelsen).

Ifølge den erhvervsdrivende var fejlinstallationen efterfølgende repareret af boligselskabets elektriker, hvorefter computeren fungerede upåklageligt.

Boligselskabet, der bestred, at der havde været fejl ved elinstallationen, mente, at fejlfinding og reparation var omfattet af den ydede 3 års garanti på computeren.

Da parterne var enige om, at der ikke var fejl ved elinstallationen på det tidspunkt, hvor sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, ville en besigtigelse af elinstallationen derfor være ligegyldig for sagens afgørelse. I stedet blev Forbrugerklagenævnets sagkyndige bedt om at gennemgå reparationssedler mv. for at vurdere, hvorvidt han ved hjælp af disse og med parternes oplysninger kunne udlede, hvad der var årsag til de gentagne computernedbrud. Forbrugerklagenævnets sagkyndige erklærede, at de konstaterede fejl var typiske ved den af den erhvervsdrivende beskrevne fejlinstallation.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at den erhvervsdrivendes garanti må antages at være givet under forudsætning af, at boligselskabets elinstallation overholder standarden efter stærkstrømslovgivningen. Da dette ikke var tilfældet, og da der herved måtte antages at være svigtet en væsentlig og kendelig forudsætning for den erhvervsdrivendes garantitilsagn, kunne de udførte reparationer ikke anses for garantireparationer. Endvidere udtalte klagenævnet, at da den sagkyndige havde forklaret, at den foreliggende fejlsituation var yderst sjældent forekommende, kunne den erhvervsdrivende ikke kritiseres for ikke at have fundet den egentlige fejlårsag tidligere i forløbet. Der var derfor ikke grundlag for at nedsætte den erhvervsdrivendes betalingskrav under henvisning til, at de udførte reparationer havde været unødvendige.

Dog fandt nævnet, at den erhvervsdrivende, da denne lokaliserede fejlårsagen, ikke burde have foretaget yderligere arbejde uden først at have indhentet forholdsordre fra boligselskabet, om denne ønskede arbejdet udført, når garantien ikke dækkede. Da der imidlertid var tale om at bringe et anlæg til at fungere hurtigst muligt, som boligselskabet havde brug for i sin virksomhed, fandt nævnet det imidlertid ikke sandsynliggjort, at boligselskabet i tilfælde af, at forholdsordre var blevet indhentet, ville have undladt at lade arbejdet udføre eller ville have ladet det udføre af en anden end den erhvervsdrivende. Således blev den erhvervsdrivendes manglende indhentelse af forholdsordre ikke tillagt økonomisk betydning i sagen, hvorfor boligselskabet var forpligtet til at betale den erhvervsdrivendes fulde regning. (1998-4031/7-789)

6.3.21. Computerkøb. Mangler, da computeren bl.a. var samlet med brugte komponenter. Manglende CE-mærkning af enkeltdele og af den samlede computer

En forbruger købte en computer med diverse tilbehør, men kunne ikke få den til at fungere efter hensigten. Efter henvendelse til en anden computervirksomhed blev forbrugeren endvidere opmærksom på, at den samlede computer muligvis ikke opfyldte reglerne om CE-mærkning.Efter sagkyndig gennemgang af computeren fandt nævnet det sandsynliggjort, at sælger ved samling af computeren tildels havde anvendt brugte komponenter i form af harddisk og kabinet. Der manglede endvidere installationsdiskette for cd-romdrevet, og forbrugeren havde aldrig modtaget et autencititetscertifikat til Windows 95, som er en forudsætning for en opgradering. Forbrugerens computer kunne således sandsynligvis ikke bringes i driftsklar stand. Nævnet fandt derfor, at computeren var behæftet med en væsentlig mangel, som berettigede klager til at hæve købet.

Ved den sagkyndige undersøgelse var der endvidere konstateret komponenter, som ikke var CE-mærket, ligesom den samlede computer ikke var CE-mærket. Med henvisning til lov nr. 102 af 28. februar 1996 om beskyttelse mod elektromagnetiske forstyrrelser med tilhørende bekendtgørelse nr. 796 af 5. december 1991 om markedsføring mv. af elektriske apparater og om elektromagnetiske forstyrrelser, blev Forbrugerklagenævnets afgørelse fremsendt til Telestyrelsen til orientering og eventuel videre foranstaltning. (1997-4031/7-652)

6.4. Telefoner mv.

6.4.1. Forbruger fritaget for krav vedrørende telefonsamtaler, som blev ført af hendes søn efter opsigelse af telefonabonnement. Manglende information om fastsat brug

En forbruger oprettede den 10. juni 1998 et mobiltelefonabonnement hos et teleselskab. Abonnementet var uopsigeligt i 6 måneder. Mobiltelefonen blev herefter anvendt af forbrugerens 17-årige søn.På grund af et meget højt samtaleforbrug sendte forbrugeren i oktober 1998 en skriftlig opsigelse til teleselskabet med anmodning om

ophør af abonnementet den 9. december 1998. Forbrugeren anførte samtidig, at hun til den tid forventede at modtage en endelig afregning.

Teleselskabet bekræftede kort efter, at abonnementet ville ophøre den 9. december 1998, hvorefter der ville blive fremsendt en slutopgørelse. Forbrugeren modtog opgørelsen den 16. december 1998 og betalte herefter et beløb til teleselskabet, men returnerede ikke SIM-kortet, selvom der ifølge vilkårene i abonnementsaftalen var en forpligtelse hertil.

I april 1999 blev forbrugeren bekendt med, at mobiltelefonen stadig virkede trods opsigelsen, idet forbrugeren modtog et brev fra teleselskabet om, at der var konstateret et højt forbrug af samtaler i perioden fra den 10. december 1998 til den 18. april 1999.

Forbrugerens søn havde ikke informeret forbrugeren om, at telefonen stadig virkede.

Teleselskabet anmodede om indbetaling af et a conto beløb. Forbrugeren reklamerede over kravet, men teleselskabet fastholdt dette under henvisning til, at de opkald, der var foretaget henholdsvis før og efter den 9. december 1998, var til de samme telefonnumre.

Årsagen til, at mobiltelefonen kunne anvendes efter den 9. december 1998 var, at forbrugerens SIM-kort på grund af en teknisk fejl ikke var blevet deaktiveret efter opsigelsen. Da teleselskabet var blevet opmærksom på, at der stadig blev ringet på telefonen, havde teleselskabet oprettet et nyt abonnement for forbrugeren.

Hvis forbrugeren havde returneret SIM-kortet, havde det ikke været muligt at anvende mobiltelefonen efter abonnementsophør.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der lagde vægt på, at teleselskabet havde bekræftet skriftligt over for forbrugeren, at abonnementet ville ophøre 9. december 1998, hvorefter hun den 16. december 1998 modtog en slutafregning fra teleselskabet.

Selvom det fremgik af teleselskabets almindelige abonnementsbetingelser, at SIM-kortet var selskabets ejendom, samt at kunden uden ophold skulle returnere kortet til selskabet efter påkrav eller ved abonnementets ophør, var det ikke en betingelse for abonnementets ophør, at kortet blev returneret, og teleselskabet - som uanset kortets manglende returnering havde mulighed for at deaktivere kortet - rykkede ikke forbrugeren for kortets tilbagesendelse.

Det var endvidere ikke godtgjort, at forbrugeren fra teleselskabet eller fra anden side var blevet underrettet om, at der uanset opsigelsen fortsat skete brug af abonnementet. Forbrugeren var derfor i god tro om dette forhold.

På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet, at den fortsatte brug af abonnementet hverken kunne betragtes som en tilbagekaldelse af opsigelsen eller som en relevant bristende forudsætning for teleselskabets accept af opsigelsen. Da samtalerne herefter fandt sted efter abonnementets ophør, og da det ikke var godtgjort, at forbrugeren på anden måde hæftede for det stedfundne samtaleforbrug, fandtes teleselskabet ikke at være berettiget til at afkræve forbrugeren noget beløb for dette forbrug. (1999-4054/7-116)

6.4.2.Urimeligt vilkår i mobilabonnement om 6 måneders bindingsperiode tilsidesat

En forbruger henvendte sig til en forhandler for at få oprettet et mobilabonnement. Forbrugeren ønskede at tegne et mobiltelefonabonnement hos en udbyder, der havde en rabataftale med LASK og DLG. Forbrugeren fik oplyst, at både teleselskab 1 og teleselskab 2 havde rabataftaler med ovennævnte foreninger. Forbrugeren oprettede derfor en abonnementsaftale hos teleselskab 1. Et par dage senere opdagede forbrugeren, at hun skulle have oprettet et abonnement hos teleselskab 2, da hun var medejer af et landbrug, som allerede havde en rabataftale, der kun gjaldt for abonnenter af dette teleselskab. Forbrugeren henvendte sig derfor til forhandleren, der foreslog, at forbrugeren oprettede et nyt abonnement hos sidstnævnte teleselskab og skrev til det første teleselskab for at annullere abonnementet. Teleselskab 1 afviste at annullere abonnementsaftalen, idet den ifølge abonnementsvilkårene, som var begrundet i mobilabonnementernes særlige karakter, var uopsigelig i 6 måneder.Forbrugerklagenævnet bad teleselskabet uddybe, hvad der menes med mobilabonnementernes særlige karakter. Teleselskabet oplyste, at det ydede et antennetilskud til forhandlere af mobiltelefoner. Tilskuddet betød, at en mobiltelefon kunne erhverves billigere end til den faktiske markedspris, hvilket var årsagen til, at teleselskabet ønskede at binde abonnenterne i 6 måneder for at undgå, at abonnenten blot købte den billige mobiltelefon og derefter skiftede abonnement.

Nævnet udtalte, at forbrugeren ikke havde købt en mobiltelefon samtidig med oprettelse af abonnementet, hvorfor de grunde, som havde motiveret uopsigelighedsbestemmelsen, ikke gjorde sig gældende. Da

abonnementet samtidig blev oprettet ved en undskyldelig fejltagelse, fandt nævnet, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at fastholde abonnementsaftalen i den konkrete sag. Nævnet tilsidesatte som følge heraf aftalen i medfør af aftalelovens § 38 c, jfr. § 36 med den virkning, at forbrugeren kunne kræve abonnementsafgiften på 710,80 kr. tilbagebetalt af teleselskabet. (1998-4051/7-708)

6.4.3. Lukning af mobiltelefonforbindelser. Mobiloperatøren var ikke berettiget til at kræve sikkerhedsstillelse i form af depositum, efter abonnementstegning var sket, og var som følge heraf heller ikke berettiget til at lukke mobiltelefonerne, da beløbet ikke blev betalt indenfor tidsfristen. Forbrugeren havde derfor krav på en skønsmæssigt fastsat erstatning for sine reklamationsudgifter

Forbrugeren, der havde været abonnent hos mobiloperatøren i 4 år, modtog den 17. september 1998 en besked på mobiltelefonen med anmodning om at kontakte mobiloperatøren. Forbrugeren, der troede, at der var tale om en reklame, reagerede ikke på beskeden, da han gik ud fra, at beskeden kunne vente.Mobiloperatøren havde forinden fremsendt et brev til forbrugeren, hvoraf det fremgik, at forbrugeren skulle stille sikkerhed og foretage en ekstraordinær indbetaling, idet mobiltelefonerne ellers ville blive lukket. Forbrugeren, der i en længere periode havde opholdt i England, modtog ikke brevet, hvorefter mobiltelefonerne blev lukket. Forbrugeren rejste på denne baggrund tilbage til Danmark for at klage til mobiloperatøren, der imidlertid afviste reklamationen. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om erstatning på 1.700 kr. for afholdte rejseudgifter.

Under sagens behandling gjorde mobiloperatøren gældende, at forbrugeren var blevet forsøgt kontaktet telefonisk, umiddelbart før mobiltelefonerne blev spærret for udgående opkald. Mobiloperatøren henviste endvidere til, at retten til at kræve sikkerhedsstillelse fremgik af abonnementsvilkårene, og at begge forbrugerens numre var blevet blokeret som følge af, at saldoen blev udregnet på kontoniveau.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at der i medfør af abonnementsvilkårene var hjemmel til at kræve, at en kunde i forbindelse med abonnementstegning skulle stille sikkerhed i form af depositum eller uigenkaldelig anfordringsgaranti. Derimod fremgik det ikke af vilkårene, at mobiloperatøren var berettiget til at stille et sådant krav, efter at abonnementstegningen var sket. Da et sådant krav heller ikke kunne støttes på andet grundlag, og idet forbrugeren på intet tidspunkt havde været i restance med sine betalinger, måtte kravet om sikkerhedsstillelse anses som uberettiget.Nævnet fandt derfor, at mobiloperatøren ikke havde været berettiget til at lukke for forbrugerens mobiltelefoner, da det opkrævede beløb ikke blev betalt inden den fastsatte frist. Forbrugeren havde derfor krav på erstatning fra mobiloperatøren for de merudgifter, der var blevet påført ham i anledning af lukningen, og som forbrugeren ikke havde haft mulighed for at undgå.

Da forbrugeren kunne have reklameret til mobiloperatøren fra England og herved formentlig kunne have fået bragt sagen i orden, fandt nævnet det ikke godtgjort, at det havde været nødvendigt at rejse tilbage til Danmark. Nævnet kunne derfor ikke give forbrugeren medhold i, at han havde krav på at få sine rejseudgifter erstattet. Forbrugeren fandtes derimod at have krav på et beløb svarende til, hvad det måtte antages at ville have kostet i ekstra telefonudgifter at bringe sagen i orden ved at ringe til mobiloperatøren fra England. Dette beløb fastsattes skønsmæssigt til 200 kr. (1998-4054/7-39)

6.4.4. Særlig rabataftale med teleselskab. Annoncematerialet var upræcist, og teleudbyderen kunne ikke kræve, at forbrugeren havde indgået en særlig rabataftale for at få tilbagebetaling efter 5 år, idet forbrugeren i øvrigt opfyldte betingelserne for at kræve tilbagebetaling

En forbruger oprettede i september 1993 et telefonabonnement hos en teleudbyder på baggrund af en avisannonce. Af annoncen fremgik, at man havde mulighed for at tjene på sit abonnement, idet man efter 5 år med et almindeligt abonnement ville få tilbagebetalt 6.000 kr. Af annoncen fremgik det endvidere, at tilbagebetaling forudsatte, at abonnementet blev aktiveret i perioden fra 22. august 1993 til 15. oktober 1993, at aftalen blev overholdt, og at kontoen blev betalt rettidigt. Man kunne spørge sin forhandler om salgsmateriale, der beskrev alle detaljer ved rabataftalen.I september 1998 anmodede forbrugeren teleudbyderen om at få udbetalt 6.000 kr. iht. annoncen, men forbrugeren blev afvist, idet teleudbyderen ikke havde registreret forbrugeren som

omfattet af rabataftalen. Alle forhandlere var bekendt med, at der skulle indgås en særlig aftale for at blive omfattet af rabataftalen, og forbrugeren burde via annonceteksten være blevet opmærksom på, at der gjaldt særlige betingelser for deltagelse.

Nævnet udtalte, at det ikke fremgår af annoncematerialet, at forbrugeren skal indgå en særlig rabataftale for at kunne kræve tilbagebetaling af 6.000 kr. efter 5 års abonnement. Uanset at det af annoncematerialet fremgår, at forhandlerne skal forespørges om salgsmateriale, der beskriver alle detaljer, kunne den upræcist udformede del af annonceteksten ikke indebære, at forbrugeren burde have været opmærksom på, at der gjaldt særlige betingelser for tilbagebetaling. Teleudbydren kunne uden problemer have angivet, at ordningen kun omfattetde kunder, der indgik en særlig aftale. Ved at undlade dette bibragte teleudbyderen forbrugeren en opfattelse af, at han var omfattet af rabattilbuddet, og da forbrugeren opfyldte de øvrige betingelser i henhold til annoncen, havde forbrugeren krav på tilbagebetaling af 6.000 kr. (1998-4054/7-23)

6.4.5. Køb af mobiltelefon betinget af samtidig oprettelse af abonnement. Forbrugeren blev ikke kreditgodkendt af teleselskabet og kunne derfor ikke tegne abonnement. Forbrugeren var berettiget til at beholde mobiltelefonen uden yderligere betaling samt få depositum for oprettelse af abonnement tilbage

I december 1998 købte en forbruger hos en forhandler en julepakke, som bestod af en mobiltelefon til 499 kr. samt et abonnement, som forbrugeren betalte 300 kr. i depositum for.Ved købet fik forbrugeren at vide, at forhandleren skulle faxe nogle oplysninger til teleudbyderen for at få forbrugeren kreditgodkendt. Efter et par minutter fik forbrugeren udleveret mobiltelefonen og SIM-kort.

Efterfølgende opdagede forbrugeren, at mobiltelefonen ikke virkede, og han kontaktede derfor forhandleren, der oplyste, at SIM-kortet først ville blive aktiveret den følgende dag. Da mobiltelefonen forsat ikke virkede den følgende dag, kontaktede forbrugeren igen forhandleren, der oplyste, at forbrugeren ikke var blevet kreditgodkendt. Forbrugeren skulle derfor returnere mobiltelefonen, hvorefter han ville få sine penge retur.

Forbrugeren reklamerede til teleudbyderen, der afviste reklamationen, idet det fremgår af abonnementsbetingelserne, at oprettelsen ikke er godkendt, før SIM-kortet er blevet aktiveret. Teleudbyderen yder et større tilskud til køb af mobiltelefonen under forudsætning af, at der oprettes abonnement hos teleudbyderen. Hvis forbrugeren ville beholde mobiltelefonen, måtte han betale differencen mellem den almindelige udsalgspris og den pris, han havde betalt.

Forbrugeren, der ikke skyldte penge og havde en fast indkomst samt penge på sin bankkonto, indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

Nævnet udtalte, at fakturaen for køb af mobiltelefonen fremstår som en endelig og ubetinget købsaftale. Teleudbyderens abonnementsoprettelse og abonnementsvilkår vedrører alene abonnementet og henviser ikke til købet af mobiltelefonen. Det fremgår ikke af det skriftlige materiale, som forbrugeren fik udleveret, at købsaftalen kan annulleres, hvis abonnementsoprettelsen ikke gik igennem.

Da forbrugeren bestilte et abonnement i forbindelse med købet af mobiltelefonen, og da forhandleren stillede forbrugeren i udsigt, at han var blevet kreditgodkendt, fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til at gå ud fra, at der var indgået en endelig købsaftale. At teleudbyderen efterfølgende ikke ønskede forbrugeren som abonnent, kunne ikke komme forbrugeren til skade.Forbrugeren var derfor berettiget til at beholde mobiltelefonen uden yderligere betaling, og forhandleren og teleudbyderen var forpligtet til at betale de 300 kr. tilbage, som forbrugeren havde forudbetalt i abonnementsafgift. (1999-4051/7-765)

6.4.6. Ophævelse af køb af mangelfuld telefon, selvom forbrugeren ikke kunne tilbagelevere telefonen i original emballage

En forbruger købte i oktober 1998 en trådløs telefon, som kostede 2.498,75 kr. og opdagede samme dag, at telefonen ikke kunne besvare opkald. Forbrugeren henvendte sig straks til sælgeren, der ombyttede telefonen. Den ombyttede telefon blev efterfølgende repareret flere gange, uden at det lykkedes at få den til at fungere. Forbrugeren ville hæve købet, men sælgeren afviste dette, da forbrugeren ikke kunne tilbagelevere telefonen i den originale emballage.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at telefonen var mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1 nr. 4, da telefonen ikke kunne besvare opkald. Efter en ombytning af telefonen havde sælgeren forgæves forsøgt at reparere telefonen, og da manglen ikke blev afhjulpet, kunne forbrugeren ophæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3 uanset den manglende emballage. (1999-4051/7-760)

6.4.7. Det blev tillagt bevismæssig skadevirkning, at den erhvervsdrivende ikke ville stille tester til rådighed for nævnets sagkyndige, da dette var nødvendigt for at undersøge årsagen til fejlen ved mobiltelefonen

I november 1997 købte en forbruger hos en erhvervsdrivende en mobiltelefon. I januar 1998 opdagede forbrugeren, at der var en fejl i displayet, og at funktionerne svigtede. Forbrugeren reklamerede derfor til den erhvervsdrivende og indleverede telefonen til garantireparation. En uge senere fik forbrugeren telefonisk at vide, at fejlen ved telefonen ikke var dækket af garantien, da skaden måtte være sket som følge af en overlast. Forbrugeren afviste, at mobiltelefonen skulle have lidt overlast. Den erhvervsdrivende oplyste, at skaden ved telefonen kunne være sket ved, at denne var blevet klemt eller tabt.Mobiltelefonen blev sendt til undersøgelse hos nævnets sagkyndige, der oplyste, at det ikke var muligt at undersøge mobiltelefonen, medmindre han fik adgang til en speciel tester, som alene den erhvervsdrivende var i besiddelse af. Der var ikke tegn på, at telefonen skulle have lidt overlast.

Trods flere opfordringer hertil stillede den erhvervsdrivende ikke testeren til rådighed for nævnets sagkyndige.

Nævnet udtalte, at da den erhvervsdrivende trods rykkere ikke havde stillet den nødvendige tester til rådighed for nævnets sagkyndige, havde forbrugeren ikke mulighed for at dokumentere, at fejlen ved mobiltelefonen ikke skyldtes uhensigtsmæssig brugspåvirkning fra forbrugerens side. Nævnet fandt derfor, at den erhvervsdrivendes manglende vilje til at stille testeren til rådighed måtte medføre bevismæssig skadevirkning, hvorfor det blev lagt til grund, at fejl ved mobiltelefonen ikke skyldtes brugspåvirkninger fra forbrugerens side. Nævnet fandt derfor, at mobiltelefonen var behæftet med en mangel i henhold til købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, og idet den erhvervsdrivende afviste at afhjælpe manglen, var forbrugeren berettiget til at ophæve købet iht. købelovens § 78 stk. 3. (1998-4051/7-516)

6.4.8. Fortolkning af prisgaranti

En forbruger købte en mobiltelefon inkl. abonnement for 1.499 kr. og fik samtidig udleveret en skriftlig prisgaranti, hvoraf det fremgik, at sælgeren, såfremt den samme vare blev set til en lavere pris i en anden forretning inden for 14 dage efter købsdatoen, ville udbetale prisforskellen kontant. Det fremgik af prisgarantien, at varen skulle være identisk.Forbrugeren så få dage efter købet i en annonce fra en konkurrent, at en tilsvarende mobiltelefon med et andet abonnement blev solgt til en lavere pris. Forbrugeren henvendte sig samme dag til sælgeren for under henvisning til prisgarantien at få udbetalt prisdifferencen på 700 kr. Sælgeren afviste forbrugerens krav, idet der efter sælgerens opfattelse ikke var tale om identiske varer, da der var knyttet to forskellige abonnementer til telefonerne.

Forbrugerklagenævnet fandt det mest naturligt at forstå prisgarantien således, at den alene vedrørte mobiltelefonen, således at prisgarantien trådte i kraft, såfremt en tilsvarende mobiltelefon blev annonceret billigere et andet sted. Nævnet lagde derfor denne forståelse af prisgarantien til grund, jf. herved aftalelovens § 38 b, hvorefter standardvilkår, som ikke har været forhandlet med forbrugeren, i tvivlstilfælde skal fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren.Da en konkurrent 5 dage efter købet annoncerede med en identisk mobiltelefon til salg for 799 kr. med et andet abonnement prissat til 0 kr., var klageren berettiget til at kræve prisdifferencen på 700 kr. tilbagebetalt. (1998-4051/7-579)

6.4.9. En tændt mobiltelefon blev stjålet fra en aflåst bil. Forbrugeren hæftede for uberettiget brug efter betalingskortlovens § 21, stk. 1. Forbrugeren havde ikke godtgjort, at det var umuligt at få telefonen lukket

I april 1998 blev forbrugerens mobiltelefon stjålet mellem klokken 12.00 og 13.00 ved indbrud i forbrugerens aflåste bil. Umiddelbart efter at forbrugeren konstaterede tyveriet, anmeldte forbrugeren dette til politiet og forsøgte samtidig at spærre mobiltelefonen ved opkald til teleselskabet på flere forskellige numre, som det

imidlertid ikke var muligt at komme igennem til. Først kl. 15.10 samme dag lykkedes det forbrugeren at komme igennem til teleselskabet og få spærret mobiltelefonen. Det viste sig, at der i mellemtiden ved uberettiget brug var ringet til udlandet for 1.872,30 kr. Forbrugeren reklamerede overfor teleselskabet, idet han ønskede at blive fritaget for betaling af opkaldene, da forbrugeren ikke havde kunnet komme igennem til teleselskabet for at få spærret mobiltelefonen.Det fremgik af abonnementsvilkårene, at forbrugeren kunne ringe til et særligt nummer for at spærre telefonen. Forbrugeren havde ikke ringet til dette telefonnummer, hvor ventetiden var 15 sekunder, og hvor den erhvervsdrivende den dag, tyveriet havde fundet sted, kun havde registreret 5 opkald. Teleselskabet afviste derfor at fritage forbrugeren for betaling af beløbet og fastholdt, at forbrugeren hæftede efter reglerne i betalingskortloven med 1.200 kr.

Forbrugerklagenævnet lagde i overensstemmelse med det, som teleselskabet havde oplyst, til grund, at den erhvervsdrivende den pågældende dag registrerede 5 opkald til det særlige nummer, der blev ekspederet med en gennemsnitlig ventetid på 15 sekunder. Nævnet fandt derfor, at forbrugeren under de beskrevne omstændigheder var afskåret fra at rette krav mod den erhvervsdrivende, og at det fulgte af § 21, stk. 1 første punktum i lov om betalingskort, jf. abonnementsvilkårenes pkt. 15, at forbrugeren hæftede for 1.200 kr. af tabet som følge af det uberettigede brug. (1998-4051/7-590)

6.4.10. Uanset teleudbyderen af tekniske årsager ikke kunne tilbyde saldokontrol, og det måtte bero på en fejl hos forhandleren, at det af abonnementsaftalen fremgik, at der var et samtalemaksimum på 400 kr., var aftalen om saldokontrol bindende for teleudbyderen, der havde godkendt aftalen uden forbehold. Forbrugeren burde ikke være blevet opmærksom på, at saldokontrollen ikke fungerede, uanset samtaleafgiften oversteg den aftalte saldo med mere end 500%

I marts 1998 købte forbrugeren hos en forhandler en mobiltelefon og oprettede samtidig et abonnement hos en teleudbyder. Af abonnementsoprettelsen fremgik »samtale max. 400 kr.«. Forbrugeren oplyste, at han havde aftalt med forhandleren, at hvis samtaleafgiften oversteg 500 kr., ville telefonen blive lukket. Af abonnementsbetingelserne fremgår det, at abonnementsaftalen indgås ved, at kunden udfylder en kontrakt, som videregives til teleudbyderen, der accepterer denne ved at aktivere abonnementet.I juli 1998 modtog forbrugeren en faktura fra teleudbyderen, hvor han blev opkrævet telefonopkald for 2.143,22 kr. + moms.

Teleudbyderen oplyste, at man ikke var i stand til at tilbyde saldokontrol, men selvom det blev lagt til grund, at der er indgået en aftale om saldokontrol, måtte forbrugeren på et langt tidligere tidspunkt have været klar over, at maksimalsaldoen var overskredet, og at saldokontrolordningen derfor ikke virkede. Da forbrugeren trods dette fortsatte med at benytte abonnementet, måtte forbrugeren have accepteret at hæfte for det fulde samtalebeløb.

Nævnet udtalte, at da teleudbyderen accepterede abonnementsaftalen, hvoraf saldokontrollen fremgik, uden forbehold, var der indgået en bindende aftale om, at samtaleafgiften var maksimeret til 400 kr. + moms. Forbrugeren havde derfor en berettiget forventning om, at mobiltelefonen ville blive lukket, når samtaleafgiften oversteg 400 kr. + moms. Forbrugeren havde derfor ingen særlig anledning til at være opmærksom på sit telefonforbrug, og nævnet fandt på den baggrund ikke godtgjort, at forbrugeren på et tidligere tidspunkt burde være blevet opmærksom på, at saldokontrolordningen ikke fungerede. Samtaleafgiften blev derfor nedsat til 400 kr. + moms. (1998-4051/7-596)

6.4.11. Ombytning af telefon forpligtede sælgeren

En forbruger købte en mobiltelefon med en garanti på 12 måneder. Et par dage efter købet gik telefonen i stykker.Forbrugeren henvendte sig til sin sælger, der byttede den defekte telefon til en ny. Dagen efter kontaktede sælgeren imidlertid forbrugeren, og anmodede om at få den nye telefon tilbage. Defekterne ved forbrugerens første telefon havde vist sig at skyldes vandskade, og da vandskade ikke var dækket af garantien, mente sælgeren ikke, at han var forpligtet til at ombytte telefonen.

Nævnet bemærkede, at udtrykket garanti kun må anvendes i forbrugerforhold om erklæringer, som giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, forbrugeren efter lovgivningen har ret til, jf. markedsføringslovens § 4.

Nævnet fandt, at sælgerens garantiudsagn måtte fortolkes i lyset af denne bestemmelse, og at det var sælgers bevisbyrde, såfremt han ville gøre gældende, at funktionssvigtet i garantiperioden skyldtes uhensigtsmæssig brug eller andre forhold, som ikke var omfattet af garantien.

Hertil kom, at sælgeren havde ladet mobiltelefonen ombytte uden forbehold. Han måtte hermed anses for at have accepteret forbrugerens reklamation som berettiget og anses som bundet af denne viljeserklæring, medmindre han kunne godtgøre, at forbrugeren havde indset eller burde have indset, at der forelå en fejltagelse, jf. aftalelovens § 32, stk. 1.

Da sælgeren hverken havde godtgjort, at telefonen var vandskadet, eller at forbrugeren vidste eller burde vide, at sælgerens ombytning af telefonen beroede på en fejltagelse, fandt nævnet, at han var bundet af sit løfte om at ombytte telefonen. (1999-4051/7-802)

6.4.12. Et kollegium kunne kræve regningen fra et telefonselskab nedsat

Et kollegium havde i 1994 købt et telefonanlæg hos et telefonselskab. Beboerne havde ikke ønsket at tegne et serviceabonnement hos selskabet.Ca. 4 år efter købet opstod der problemer med telefonen hos en af beboerne. Lederen af kollegiet kontaktede derfor telefonselskabet og bad dem komme og kigge på det. Selskabets medarbejder kunne konstatere, at den pågældende beboer ikke havde ophævet viderestillingen på telefonnummeret, og problemet blev løst i løbet af få minutter. Kollegiet oplyste, at medarbejderen kun havde været der i 15 minutter.

Efterfølgende modtog beboeren en regning på 1.800 kr. + moms, i alt 2.250 kr. Beløbet indeholdt ud over et krav om betaling for arbejdstid på 300 kr., betaling for kørsel på 300 kr., et startgebyr på 1.200 kr.

Kollegiet betalte regningen, men klagede over regningens størrelse, først til selskabet dernæst til Forbrugerklagenævnet.

Telefonselskabet anførte, at en arbejdstime koster 600 kr. og da der var blevet brugt en halv time, var kravet på 300 kr.

For så vidt angik kravet på godtgørelse af kørselsudgifter, anførte selskabet, at dette er en fast gennemsnitspris, som bliver opkrævet i forbindelse med et kundebesøg, og som ikke er afhængig af, hvor langt der rent faktisk bliver kørt til den pågældende kunde.

Endelig anførte selskabet, at man opkrævede et startgebyr, fordi kollegiet ikke havde tegnet en serviceaftale.

Dette gebyr er således med til at dække selskabets udgifter til opretholdelse af beredskab, uddannelse af teknikere, fejlretningsmateriel, værktøj og værktøjsvogne. Udgifter, der normalt dækkes af et serviceabonnementet, som koster 1000 kr. om måneden.

Selskabet synes, at det er rimeligt at opkræve et sådant startgebyr på 1.200 kr. fra de kunder, der ikke har tegnet et serviceabonnement, idet de ligeledes får gavn af beredskabet, uddannelse af teknikere mv.

Nævnet bemærkede indledningsvis, at når der ikke er aftalt nogen pris for en tjenesteydelse, er det den almindelige opfattelse, at prisfastsættelsen i forbrugerforhold skal ske i overensstemmelse med principperne i købelovens § 72. Forbrugeren skal således betale, hvad der er en rimelig og gængs pris under hensyn til ydelsens art og beskaffenhed samt omstændighederne i øvrigt.

Nævnet bemærkede endvidere, at et startgebyr på 1.200 kr. til dækning af en række af selskabets generelle omkostninger ikke kan anses for gængs inden for branchen.

Nævnet fandt ikke, at der i den konkrete sag var belæg for at anse selskabets standardtakster for arbejdsløn og kørsel som urimelige. Disse beløb var imidlertid af en sådan størrelsesorden, at de også måtte anses for at være med til at dække de generelle omkostninger. Det havde derfor ikke været påregneligt for kollegiet, at det, udover disse beløb, ville blive opkrævet et startgebyr på 1.200 kr.

Selskabet ville kun være berettiget til at opkræve et sådant gebyr, hvis det på forhånd havde oplyst om det. Da kollegiet ikke havde fået denne oplysning, fandt nævnet, at selskabet skulle tilbagebetale de 1.200 kr. + moms, i alt 1.500 kr., til kollegiets beboere. (1998-4051/7-558)

6.5. Anden elektronik

6.5.1. Lejeaftale i 28 kvartaler af en telefax. Krav om mulighed for opsigelse af lejeaftalen før udløb. Spørgsmål om forbrugeraftale

Lejer var uddannet som sygeplejerske og havde været offentligt ansat siden 1965, siden november 1997 som kvalitetskonsulent i Århus Amt. Til brug for et ulønnet fritidsjob kontaktede hun en forhandler med henblik på at købe en telefax. Hun ønskede at få en kombineret telefax og kopimaskine. Da prisen for en sådan, som også kunne tilkobles pc, var mere end 7.000 kr., valgte hun at leje med mulighed for senere at købe, da hun var i tvivl om, hvor meget hun ville komme til at bruge den. Sælgeren bekræftede, at hun kunne leje og til enhver tid indfri restgælden. Der blev oprettet en lejekontrakt. Kontrakten blev læst op for hende, og lejeafgiften var 597 kr. ekskl. moms, som skulle betales pr. kvartal over 28 kvartaler. Det blev aldrig nævnt, at kontrakten var uopsigelig, og at hun til enhver tid ville hæfte for kontraktsperioden på 28 kvartaler (7 år).Kontrakten havde bl.a. følgende vilkår:

> »**4.9 Løbetid m.m.**
> Kontrakten løber uopsigeligt fra aftalens ikrafttrædelse og indtil udløbet af den foran aftalte kontraktperiode ...
> **4.10 Ophør**
> Ved kontraktens ophør skal det lejede udleveres til ... Kunden skal betale transportomkostningerne for returfragt til ...
> **4.12 Opgørelse**
> Såfremt kontraktens ophæves ..., skal kunden, ud over forfaldne skyldige beløb til ..., betale de i kontraktperioden endnu ikke forfaldne lejeafgifter, tilbagediskonteret med en rentesats svarende til den ved kontraktens ophævelse gældende officielle diskonto i Danmarks Nationalbank.«

Lejeaftalen blev underskrevet af lejer og maskinen blev leveret og opstillet på lejers bopæl.
I forbindelse med jobskifte og flytning fra Silkeborg til Århus ønskede lejer at opsige lejeaftalen og kontaktede sælgeren. Først i forbindelse hermed blev hun klar over aftalens vilkår om uopsigelighed. Uanset dette meddelte hun i udateret brev, at hun opsagde lejeaftalen med udgangen af maj 1998 på grund af flytning. Udlejeren bekræftede opsigelsen af kontrakten pr. 31. maj 1998. Med henvisning til uopsigelighedsbestemmelsen meddelte udlejeren, at beløbet for at indfri kontrakten var 14.985 kr. ekskl. moms, og udlejeren krævede betaling af 18.731,25 kr. inkl. moms senest 22. juli 1998.

Lejer gjorde gældende, at der var tale om en forbrugeraftale, og at det var urimeligt at fastholde en privatperson på en kontrakt i 7 år, specielt for produkter, der hurtigt forældes som følge af ny teknik. Endvidere var det urimeligt at angive kontraktens løbetid i kvartaler, og ikke i måneder ligesom det burde angives, hvad løbetiden svarede til i år.
Udlejer anførte, at forhandleren solgte til lejer, der var kvalitetskonsulent, en laser telefax med stor hukommelse og god oplæsning. Telefaxen kunne endvidere anvendes til fotokopiering. Da lejer ikke ønskede at købe telefaxen kontant, formidlede sælgeren en finansieringsaftale i form af den indgåede lejekontrakt.

På baggrund af dette og under hensyn til, at det ikke er forventeligt at private personer køber en telefax af denne type og til en så høj pris, gjorde udlejeren gældende, at det er bestyrket, at lejer i aftalesituationen har optrådt som selvstændig erhvervsdrivende, og i hvert fald ikke som privat forbruger. Udlejeren gjorde derfor gældende, at der foreligger en aftale mellem to erhvervsdrivende, hvor det tydeligt på forsiden er anført, at den løber i 28 kvartaler, og at lejen betales kvartalsvis. Det fremgår også tydeligt, at aftalen er uopsigelig. Lejer har da også anført, at hun fik oplyst, at hun til enhver tid kunne opsige aftalen og indfri restgælden, hvorfor lejer ikke kan have været i tvivl om, at der var tale om en finansieringsaftale. Den foreliggende lejeaftale er operationel leasing, idet finansieringen sker på samme måde som ved leasing. »Lejeaftale« anvendes, når der i lejeafgiften indgår service på det leasede udstyr. Lejeafgiften indeholder derudover en finansieringsdel (rente).

Udlejers påstand i sagen var primært, at Forbrugerklagenævnet ikke var kompetent til at behandle sagen efter § 1 i lov om Forbrugerklagenævnet, da der ikke er tale om en klage fra en forbruger. Subsidiært fastholdt udlejer kravet om erstatning for tab, opgjort efter aftalens punkt. 4.12, som følge af lejers utidige opsigelse, hvilket blev opgjort til 18.731,25 kr. inkl. moms.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at efter § 1 i lov om Forbrugerklagenævnet behandler Forbrugerklagenævnet klager fra forbrugere vedrørende varer og tjenesteydelser. Efter lovens forarbejder omfatter dette forbrugerbegreb det sidste led i omsætningskæden og er således videre end forbrugerbegrebet i den civilretlige lovgivning. Nævnet kan derfor som udgangspunkt behandle klager fra forbrugende erhvervsdrivende.

Som følge af det anførte er nævnet kompetent til at behandle denne klage, når lejer i sagen optræder som privat forbruger.

Nævnet lagde efter det oplyste til grund, at lejer ikke driver selvstændig erhvervsvirksomhed, men er ansat som tjenestemand med stillingsbetegnelsen kvalitetskonsulent i Århus Amt. Således som sagen foreligger oplyst, lægger nævnet til grund, at lejer ved aftalens indgåelse ikke har givet nogen oplysninger, som med rette kunne opfattes af udlejeren eller dennes partner som om kunden var i færd med at indgå en aftale som led i et erhverv. Dette understøttes af, at lejer i kontrakten som kunde alene er identificeret ved navn, adresse (privat bopæl) og telefonnummer, hvorimod de forudtrykte felter for »Afdeling«, »Bank/afdeling/reg. nr.« ikke er udfyldt, ligesom der heller ikke er andre angivelser, der kan karakterisere lejer som erhvervsdrivende, fx oplysning om SE nr.

At udlejeren og dennes partner opererer i en branche, hvor det måske ikke er sædvanligt at indgå aftaler med private forbrugere, kan efter nævnets opfattelse ikke fremføres som noget selvstændigt argument for lejers status. Endelig finder nævnet, at det ikke er utænkeligt, at forbrugere - set i lyset af markedsforholdene og prisudviklingen i kontormaskinbranchen, der sætter forbrugerne i stand til i vidt omfang at anskaffe kontormateriel til privat brug, fx pc'er - retter henvendelse til forretninger med salg af kontormaskiner og -materiel, fx om køb af den i sagen omhandlede telefax. Endelig bemærker nævnet, at udlejeren og dennes partner nemt kunne have sikret sig oplysning om lejers status ved at kræve oplysninger herom, fx i form af SE nr. eller lignende.

Nævnet fandt på denne baggrund, at udlejeren ikke havde løftet bevisbyrden for, at den betegnede lejeaftale ikke var en forbrugeraftale. Nævnet tog herefter ikke udlejerens indsigelse om manglende kompetence til at behandle sagen til følge.

Efter det af lejer oplyste har hun fået den opfattelse, at hun har indgået en lejekontrakt, mens udlejeren har anført, at lejer reelt har købt telefaxen, og udlejeren har finansieret købet med en lejekontrakt, der skulle fungere som operationel leasing. Udlejerens opfattelse strider dog mod lejeaftalens punkt »4.10 Ophør«, hvorefter det lejede skal tilbagegives til udlejeren ved udløbet af den aftalte kontraktperiode, ligesom lejeperioden forlænges automatisk for 1 år ad gangen, medmindre aftalen af en af parterne skriftligt opsiges med mindst 2 måneders varsel før udløb. Såfremt udlejerens opfattelse om et finansieret køb skulle tages til følge, ville der foreligge et kreditkøb med ejendomsforbehold, jf. kreditaftalelovens § 6, stk. 2, der på en række punkter ikke opfylder kreditaftalelovens krav, bl.a. til oplysninger om kreditomkostninger m.fl.

Da der således er uklarhed om forståelsen af aftalens egentlige indhold, finder nævnet, at den skriftlige aftale ikke er udarbejdet på en klar og forståelig måde, jf. aftalelovens § 38 b, stk. 2. Aftalen må derfor efter princippet i aftalelovens § 38 b, stk. 1, fortolkes på den måde, der er mest gunstig for forbrugeren. I overensstemmelse med lejers opfattelse finder nævnet, at aftaleindgåelsen må fortolkes således, at lejer ikke kan antages at have indgået kontrakt med henblik på en varig anskaffelse af telefaxen. Nævnet bedømmer derfor kontrakten som en almindelig lejeaftale, hvilket i øvrigt bestyrkes ved dens egen betegnelse: »Lejeaftale for Rank Xerox udstyr«.

Nævnet bemærkede herefter, at det naturlige anvendelsesområde for forbrugeraftaler om leje af løsøre efter nævnets opfattelse er de tilfælde, hvor en forbruger midlertidigt har behov for at benytte den lejede genstand. Forbrugeren har i disse tilfælde samtidig en åbenbar interesse i at kunne opsige lejeaftalen med et rimeligt varsel, når han ikke længere ønsker at gøre brug af det lejede.

Nævnet fandt, at en række vilkår i aftalen måtte anses for urimelige i en forbrugerkontrakt, jf. aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36. Dette gælder bl.a. aftalens punkt »4.9 Løbetid m.m.« om uopsigelighed og punkt »4.12 Opgørelse« om erstatning ved ophør i uopsigelighedsperioden. Sidstnævnte er tillige et eksempel på et urimeligt vilkår nævnt i punkt 1.e) i bilaget til Rådets direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktsvilkår i forbrugeraftaler.

Et vilkår om uopsigelighed som det foreliggende, hvorefter den indgåede lejeaftale er uopsigelig i 28 kvartaler (7 år), varr således meget byrdefuldt for forbrugeren, samtidig med at vilkåret ensidigt varetog udlejerens finansielle interesser. Skulle anskaffelsen af et varigt forbrugsgode finansieres ved midler hidrørende fra forbrugeren, burde dette ske under overholdelse af kreditaftalelovens regler, hvorfor det var vanskeligt at se, at en udlejer i forbrugerforhold kunne have nogen reel interesse i at betinge sig længere tids uopsigelighed. På denne baggrund var det nævnets opfattelse, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om 7 års uopsigelighed gældende og at kræve betaling af de i kontraktperioden endnu ikke forfaldne lejeafgifter, tilbagediskonteret med Nationalbankens diskonto, jf. herved aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36. Nævnet fandt derfor, at vilkåret burde lempes til en rimelig opsigelsesfrist, som tilgodeså hensynet til begge parter.

Nævnet lagde til grund, at lejer i april 1998 skriftligt havde opsagt lejeaftalen til udgangen af maj måned, og at udlejeren skriftligt havde bekræftet dette mod opgørelse efter lejekontraktens punkt 4.12.

I overensstemmelse med flertallets opfattelse traf nævnet afgørelse om, at klageren var frigjort fra lejeaftalen seks måneder efter hendes opsigelse. (1998-4051/7-663)

6.5.2. Den erhvervsdrivende pålagt bevisbyrden for, at køberen ønsker en reparation udført, også selvom køberen skal betale herfor inden for garantien

En forbruger købte i juli måned 1997 en græsslåmaskine til en pris af 13.800 kr. Efter ganske kort tids brug faldt græsopsamleren af under brug, og efter forbrugerens reklamationer og gentagne rykkere blev en ny græsopsamler leveret i oktober måned 1997. Da forbrugeren herefter skulle starte maskinen på ny, viste det sig, at chokeren ikke virkede, hvilket forbrugeren straks reklamerede over. I en skrivelse til den erhvervsdrivende krævede forbrugeren vederlagsfri reparation af græsslåmaskinen inden for en frist af 8 dage, og umiddelbart herefter modtog forbrugerens hustru besøg af en af den erhvervsdrivendes montører, som reparerede græsslåmaskinen uden i øvrigt at nævne betalingsspørgsmålet over for hustruen.Forbrugeren gik som en selvfølge ud fra, at der var tale om en garantireparation, og hverken forbrugeren eller dennes hustru spurgte derfor til hverken pris eller arbejdets omfang før besøget, og da den erhvervsdrivendes montør heller ikke oplyste noget herom under selve besøget, gik forbrugeren ud fra, at han ikke skulle betale for reparationen.

To måneder efter reparationen modtog forbrugeren imidlertid en reparationsfaktura, som forbrugeren straks reklamerede over.

Da forbrugeren den 1. november 1997 hos indklagede havde bestilt en vederlagsfri reparation inden for garantiperioden, og da den erhvervsdrivende ikke mod forbrugerens bestridelser kunne løfte bevisbyrden for, at han havde gjort forbrugeren opmærksom på, at reparationen skulle udføres mod betaling, og at forbrugeren havde accepteret dette, fandt nævnet, at den erhvervsdrivende ikke kunne kræve reparationsvederlaget betalt af forbrugeren. Nævnet udtalte herefter følgende:

»Efter nævnets opfattelse må en forbruger, der indleverer en vare til reparation hos sælgeren inden for købelovens 1-års-frist eller inden for en eventuel garantiperiode, være berettiget til som udgangspunkt at forvente, at reparationen er gratis. Er sælgeren af den opfattelse, at forbrugeren ikke har krav på vederlagsfri reparation, må sælgeren derfor sikre sig bevis for, at køberen ønsker reparationen udført, også selvom køberen skal betale herfor.«

Da den erhvervsdrivende ikke havde løftet denne bevisbyrde, havde han ikke godtgjort, at forbrugeren havde bestilt en ydelse, som forbrugeren skulle betale for. Den erhvervsdrivende kunne derfor ikke berettiget kræve betaling for reparationen, og forbrugeren havde derfor krav på tilbagebetaling af reparationsvederlaget. (1998-352/7-32)

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

6.6.1. Urimeligt at vandværk fastholdt takstforhøjelse på næsten 100%

Ved en forbrugers overtagelse af et sommerhus den 1. september 1996 var der ikke opsat vandmåler på ejendommen, uanset at vandværkets generalforsamling tidligere havde truffet beslutning om, at andelshavere skulle have installeret målere inden udgangen af 1995. I oktober 1996 modtog forbrugeren nedrivningstilladelse og byggetilladelse til et helårshus. Han spurgte vandværket, om det var i orden, at han først i starten af 1997 fik opsat en vandmåler. Vandværket accepterede dette. Vandmåleren blev på grund af hård frost først opsat i januar-februar 1997.

Vandværket krævede, at forbrugeren skulle betale vandafgift for 1997 med 4.033 kr. idet han ikke senest den 31. december 1996 havde opsat en måler. Vandværket henviste til, at forbrugerne ved et følgebrev til takstbladet udsendt i november 1996 blev erindret om pligten til at opsætte vandmålere, idet vandværket samtidig tilkendegav, at der for andelshavere, som ikke havde installeret vandmålere inden den 31. december 1996 ville ske en takstforhøjelse for 1997. Takstbladet blev udsendt den 4. november 1996. Forbrugeren oplyste, at han først modtog dette takstblad langt senere, da det var blevet sendt til den tidligere ejer af parcellen.

Nævnet fandt, at takstforhøjelsen, som indebar en stigning på næsten 100% i forhold til taksten for 1996, måtte antages primært at være begrundet i et ønske om at motivere andelshaverne til at lade opsætte vandmålere. Nævnet bemærkede, at der under sagen var tvivl om, hvornår forbrugeren modtog følgebrevet til takstbladet,

idet dette blev fremsendt til den tidligere ejer af ejendommen.

Under hensyn til, at forbrugeren, der havde fået tilladelse til at rive det eksisterende sommerhus på grunden ned og opføre et helårshus, og som var i gang med dette byggeri, havde en legitim interesse i, at tidspunktet for vandmålerens opsætning blev tilpasset byggeriet, og til at forbrugeren efter en samtale med vandværkets bestyrelsesformand havde fået det indtryk, at vandværket under disse omstændigheder kunne acceptere, at målerinstallationen først blev opsat lidt ind i 1997, fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at det var rimeligt at fastholde takstforhøjelsen på næsten 100% over for forbrugeren, som ikke havde udvist manglende vilje til at lade opstille en vandmåler. Vandværket havde således ved at fastholde takstforhøjelsen over for forbrugeren udnyttet sin monopolstilling til at betinge sig en urimelig fordel på forbrugerens bekostning. Nævnet fandt derfor, at den vandafgift på 4.033 kr., som blev afkrævet forbrugeren for 1997, burde nedsættes i medfør af aftalelovens § 36 til et rimeligt beløb, som nævnet skønsmæssigt fastsatte til 2.500 kr. (1997-325/7-25)

6.6.2. Levering af vand. Urimelige aftalevilkår. Tilsidesættelse af aftalevilkår om manglende efterregulering af et skønnet forbrug, da det reelle forbrug var langt under det skønnede. Vandværket blev pålagt alene at opkræve i overensstemmelse med det reelle forbrug

En forbruger modtog i oktober 1997 et aflæsningskort fra kommunen med henblik på selvaflæsning af vandforbruget. Det fremgik af kortet, at man kunne henvende sig til kommunen, hvis man var forhindret i selv at foretage aflæsning. Forbrugeren, der var bosiddende i udlandet, indgik mundtligt en aftale med kommunen om, at kommunen skulle aflæse måleren, hvilket imidlertid ikke skete.På grund af den manglende aflæsning udsendte vandværket i december 1997 en opkrævning baseret på et skønnet forbrug på 160 kubikmeter, hvilket var langt over forbrugerens reelle forbrug. Det reelle forbrug for 1997 var 30 kubikmeter, hvilket blev konstateret medio december, hvor vandværket checkaflæste forbrugerens måler.

Efter et vilkår i takstbladet var vandværket berettiget til at skønne et vandforbrug på 160 kubikmeter, hvis vandværket ikke havde modtaget måleraflæsning. Et skønnet vandforbrug ville - ifølge takstbladet - ikke blive efterreguleret selvom måleraflæsning blev indsendt efterfølgende.

Vandværket oplyste, at man for en række andre forbrugere havde fastsat et skønnet forbrug på 160 kubikmeter, hvorfor en efterregulering i den konkrete sag ville være udtryk for særbehandling.

Nævnet lagde vægt på, at forbrugeren - der var bosat i udlandet - som anvist af vandværket havde truffet aftale med kommunen om, at Teknisk Forvaltning skulle foretage aflæsning. Imidlertid blev aflæsningen på grund af en fejl eller forglemmelse fra kommunens side ikke foretaget. Desuden lagde nævnet vægt på, at forbrugeren kort tid efter aflæsningsfristen godtgjorde, at forbruget for 1997 var på 30 kubikmeter. Hertil kom, at vandværket var villig til at acceptere, at forbruget for 1998 blev fastsat til 30 kubikmeter. På trods heraf var vandværket ikke indstillet på efterregulering for 1997, selvom en sådan kunne ske omkostningsfrit for vandværket.

På baggrund heraf fandt nævnet, at vilkåret i takstbladet var urimeligt, jf. grundsætningen i aftalelovens § 38 c, jf. § 36, hvorfor vilkåret i det konkrete tilfælde blev tilsidesat. Vandværket skulle følgelig efterregulere beløbet for 1997, således, at forbrugeren kun blev opkrævet for det faktiske forbrug. (1998-325/7-41)

6.6.3. Tilbagebetaling af for meget betalt for varme, da det var sandsynliggjort, at det faktiske forbrug var lavere end det målte. Måleren var bortskaffet af den erhvervsdrivende

En forbruger havde i årene 1989 - 1993 haft et varmeforbrug på mellem 10,8 og 13,14 MWh pr. varmeår.I varmeårene 1993/1994 og 1994/1995 steg det målte forbrug imidlertid pludseligt til ca. 18,5 MWh. I varmeåret 1995/1996 var det steget til 22,7 MWh, mens det i 1996/1997 blev opgjort til 20,2 MWh.

På grund af den høje stigning fra varmeåret 1993/1994 blev klagerens hus undersøgt flere gange med henblik på at finde mulige årsager til det høje varmeforbrug.

Da årsagen efter utallige undersøgelser ikke kunne findes, blev måleren sendt til undersøgelse. Mens den blev undersøgt, blev der opsat en anden måler, og forbruget faldt betydeligt.

Da der imidlertid ikke kunne konstateres fejl ved måleren, opsatte man den gamle måler igen, og herefter steg

forbruget på ny.

I januar 1997 blev måleren endeligt udskiftet med en anden, og herefter faldt forbruget igen.

Forbrugerstyrelsen anmodede varmeværket om at indsende den gamle varmemåler, således at den kunne undersøges på ny. Varmeværket havde imidlertid på det tidspunkt bortskaffet måleren. På baggrund af oplysningerne om, hvordan forbruget havde udviklet sig gennem årene, fandt nævnet, at der forelå en klar uoverensstemmelse mellem det målte forbrug og det sandsynlige forbrug. Det kunne ikke tillægges afgørende bevismæssig vægt, at der ikke var fundet fejl ved måleren ved undersøgelsen.

Nævnet henviste i den forbindelse til en vejledning om beregning af varmeforbrug udarbejdet af Danske fjernvarmeværkers forening. Heraf fremgår bl.a., at visse typer af fejl kan være endog meget vanskelige at påvise. Hertil kom, at da varmeværket havde ladet måleren bortskaffe, måtte det komme dem bevismæssigt til skade. Forbrugeren havde i hele perioden fastholdt sin klage over det målte varmeforbrug, og varmeselskabet burde derfor have være klar over, at der kunne blive behov for at lade måleren undergive en uvildig undersøgelse.

På baggrund af oplysninger i sagen lagde nævnet herefter til grund, at forbrugeren i de ovennævnte 4 varmeår var blevet afkrævet betaling for et varmeforbrug, som oversteg hendes faktiske forbrug. Fastsættelsen af forbrugerens faktiske forbrug var dog forbundet med stor usikkerhed, og nævnet fastsatte derfor skønsmæssigt forbrugerens samlede tilbagebetalingskrav for alle 4 varmeår til 5.000 kr. (1999-324/7-174)

6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)

6.7.1. Bestilling af jakker i udvalg. Køb på prøve, købelovens § 60. Spørgsmål om anvendelsen og gyldigheden af et tilgodebevis. Vilkår om gyldighed på 1 år vil kunne tilsidesættes efter aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36

En forbruger, bosiddende i Fredericia, besøgte en forretning under et ophold i København og fattede her interesse for nogle »swinger«-pelsjakker. Hjemvendt til Fredericia kontaktede klageren nogle dage senere forretningen og bad om at få tilsendt to jakker i udvalg. Det blev samtidig aftalt, at forbrugeren skulle betale et depositum på 8.000 kr. som sikkerhed for jakkernes returnering. Forbrugeren fik herefter jakkerne tilsendt, men returnerede dem, idet den ene var fejlskåren og den anden i en forkert farve. Samtidig bad forbrugeren om at få sit depositum retur.

Forretningen meddelte imidlertid, at man godt kunne fremskaffe de rigtige jakker, og dette accepterede forbrugeren. Herefter fremsendte forretningen to jakker, men på disse var forarbejdningen heller ikke i orden, hvorfor forbrugeren bad om at få sit depositum retur.

Dette nægtede forretningen, idet man mente, at aftalen var, at forbrugeren under alle omstændigheder skulle købe den ene jakke, som ville blive tilpasset hende. Dette afviste forbrugeren.

Forretningen fremsendte herefter forbrugeren en check på 4.000 kr., samt et tilgodebevis på 3.925 kr., idet man havde trukket porto for den sidste forsendelse fra restbeløbet. Forbrugeren reklamerede over dette, men besluttede sig for at forsøge at bruge tilgodebeviset. Hun kunne imidlertid ikke i første omgang finde nogen varer, der passede hende.

Da hun igen henvendte sig i forretningen, nægtede forretningen at indløse tilgodebeviset, idet det var over et år siden, at det var udstedt.

Nævnet lagde til grund, at forbrugeren havde fået tilsendt jakkerne i udvalg, hvorimod det mod forbrugerens benægtelse ikke fandtes godtgjort, at der ved bestillingen blev indgået en endelig aftale om køb. Da forbrugeren havde returneret jakkerne inden rimelig tid, jf. købelovens § 60 om køb på prøve, havde forretningen været forpligtet til at betale forbrugeren det erlagte depositum på 8.000 kr. tilbage.

Forretningen havde derfor ikke været berettiget til at nøjes med at udstede et tilgodebevis for en del af beløbet, hvortil kom, at forretningen ikke med retsvirkning for forbrugeren kunne begrænse gyldigheden af tilgodebeviset til et år. En sådan tidsbegrænsning, fandt nævnet, bevirker en så betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren, at vilkåret vil kunne tilsidesættes som ugyldigt i medfør af aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36.

Nævnet fandt derfor, at forretningen under alle omstændigheder havde pligt til at tilbagebetale forbrugeren det resterende beløb på 4.000 kr. (1998-613/7-107)

6.7.2. Køb af jakke. Returret - spørgsmål om jakken måtte anses for taget i brug

En forbruger købte den 8. januar 1999 en jakke. Forbrugeren fortrød imidlertid købet og aftalte den 11. januar 1999 telefonisk med sælger, at jakken kunne returneres. Forbrugeren sendte jakken til sælger, der imidlertid ikke ønskede at tage jakken retur, da denne bar tydelig præg af brug, idet forbrugerens skikortholder stadig sad monteret på jakken, og alle jakkens mærker var fjernet.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige kunne ikke finde tegn på brug. Der kunne ikke konstateres tilsmudsning eller lignende brugspåvirkning på de normalt mest udsatte steder - så som krave, ærmekanter mv. Endvidere bar det aftagelige for ikke præg af at have fået trykmærker eller anden brugspåvirkning, som erfaringsmæssigt ville kunne spores som fladtrykning eller sammennulring af luvoverfladen. Den sagkyndige kunne dog konstatere, at der i en strop på jakkens venstre forstykke, sad monteret en hvid holder, og at denne bar præg af brugspåvirkning.

Forbrugerklagenævnet besigtigede jakken og kunne i overensstemmelse med den sagkyndiges erklæring konstatere, at der ikke var tegn på brugspåvirkning af jakken. Endvidere kunne det konstateres, at der ikke var købemærker på jakken, men at der var en hvid holder monteret i stroppen på jakkens venstre forstykke - formentlig forbrugerens skikortholder. De afklippede til jakken hørende mærker fremtrådte endvidere ikke smudsige eller ødelagte. På denne baggrund fandt tre af Forbrugerklagenævnets medlemmer, at jakken fremtrådte som ubrugt. Disse medlemmer fandt ikke, at det forhold, at mærkerne var fjernet, og det forhold, at forbrugerens skikortholder var monteret på jakken gjorde, at jakken ikke kunne tilbageleveres i samme stand som ved købet. Disse medlemmer fandt derfor, at forbrugeren skulle have medhold i sit krav over for sælgeren om en returnering af jakken.

To af Forbrugerklagenævnets medlemmer fandt, at forbrugeren måtte anses for at have taget jakken i brug, idet forbrugeren havde klippet mærkerne af jakken og påsat en skikortholder. Disse medlemmer fandt derfor ikke, at forbrugeren kunne tilbagelevere jakken i væsentlig samme stand som ved købet, hvorfor der ikke kunne gives forbrugeren medhold i sit krav over for sælger.

Der blev truffet afgørelse i overensstemmelse med flertallets opfattelse, hvilket betød, at forbrugeren kunne returnere jakken i henhold til den indgåede aftale. (1999-615/7-421)

6.7.3. Returret ved køb af jakke ikke anset for fraveget

En forbruger havde købt en jakke til 3.499 kr. Da jakken var for stor og skulle tilpasses af forbrugerens mor, aftalte forbrugeren med sælgeren, at jakken kunne returneres inden for 12 dage - i modsætning til de sædvanlige 8 dage, som var anført på kvitteringen.Forbrugeren returnerede jakken 9 dage efter købet, da tilpasningen ville blive for omfattende. Forbrugeren købte i stedet for en jakke, som også skulle tilpasses, til 2.499 kr. På kvitteringen stod, at der var 8 dages returret. 8 dage efter returnerede forbrugeren jakken og ville have sine penge udbetalt. Dette afviste sælgeren imidlertid, hvorfor forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

Sælgeren oplyste, at forbrugeren efter aftale ved det sidste køb alene havde fået maksimalt 2 dages returret. Forbrugeren afviste, at der skulle være indgået en sådan aftale. Da der således var uenighed mellem parterne om, hvorvidt der var sket en fravigelse af sælgerens sædvanlige returret, tog nævnet udgangspunkt i kvitteringens ordlyd, som utvetydigt gav forbrugeren en 8 dages returret. Forbrugeren har derfor ret til at returnere jakken og få købesummen udbetalt. (1999-615/7-423)

6.7.4. Risikoen for fejl ved måltagning på specialsyede badebukser blev pålagt leverandøren, selvom det var køberne, der havde taget målene

Fire handicappede børn kunne ikke holde sig rene ved besøg i svømmehallen. Derfor måtte forældrene købe nogle målsyede badebukser, der særlig var beregnet til inkontinente personers besøg i svømmebassiner.Efter fabrikantens beskrivelse skulle badebukserne hindre urin og afføring i at slippe ud, mens det ikke helt skulle kunne undgås at en lille smule vand trængte ind.

De fire børns badebukser kunne alle holde på urin og afføring, mens børnene var i vandet, men der trængte så

meget vand ind, at børnenes bleer med afføring gik fuldstændig i opløsning, når børnene skulle skiftes bagefter. Dette betød, at børnene ikke kunne komme til svømning.

Fabrikanten var enig i, at dette var en fejl ved badebukserne. Der var også enighed mellem parterne om, at fejlen ikke skyldtes, at badebukserne var fejlskårne, men fejl ved måltagningen, som forældrene selv havde udført. Badebukserne, som havde kostet 800 kr. stykket, kunne ikke forandres.

Børnenes problem blev løst med nye badebukser efter måltagning af skolens håndarbejdslærer. Forældrene klagede til Forbrugerklagenævnet og krævede betalingen tilbage for de første badebukser.

Ved at sammenligne de to måltagninger kunne Forbrugerklagenævnet konstatere betydelige forskelle, som tydeligt var årsagen til fejlen ved de først leverede badebukser.

Nævnet tog ved afgørelsen af sagen udgangspunkt i, at det forhold, at alle fire måltagninger var unøjagtige, tydede på, at en præcis måltagning ikke med tilstrækkelig sikkerhed kunne udføres af forbrugere uden særlige forudsætninger. Da badebukserne ikke kunne ændres, hvis der var sket fejl ved måltagningen, burde salgsmaterialet have informeret herom og gjort opmærksom på, at usikkerheden kunne undgås ved at lade en skrædder - eventuelt hos sælger - stå for måltagningen.

På denne baggrund fandt nævnet, at sælger var nærmest til at bære risikoen for den fejlagtige måltagning, og gav forbrugerne medhold i, at købet kunne ophæves. (1998-619/7-54)

6.7.5. Vask af badekåbe. Krympning. Forbrugeren reklamerede efter udløbet af købelovens 1-årsfrist. Da den erhvervsdrivende ikke havde påberåbt sig dette ved reklamationen, ansås den erhvervsdrivende for at have givet afkald på at gøre fristen gældende

En forbruger købte den 10. november 1997 en badekåbe til 1.199 kr. Efter første vask bemærkede forbrugeren, at det var svært at stryge badekåben glat. Forbrugeren slog det hen med, at strygningen havde været temmelig forhastet. Problemet var der også ved de næste gange vask. Forbrugeren konstaterede, at det skyldtes, at foret var krympet mere end yderstoffet.Forbrugeren reklamerede derfor den 5. december 1998 til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende indsendte badekåben til leverandøren to gange, der afviste reklamationen under henvisning til, at badekåben var vasket forkert. Den erhvervsdrivende sendte herefter en check på 200 kr. i kompensation til forbrugeren og beklagede, at de ikke kunne foretage sig yderligere i sagen.

På baggrund af den sagkyndiges erklæring lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at krympningen måtte henføres til egenskaber ved badekåbens materialer. Badekåben var derfor behæftet med en mangel, og nævnet fandt, at der var tale om en væsentlig mangel, der berettigede forbrugeren til at hæve købet.

Forbrugerklagenævnet lagde endvidere til grund, at da den erhvervsdrivende ikke ved reklamationen i december havde påberåbt sig, at købelovens etårige reklamationsfrist var overskredet, men tog kontakt til leverandøren og herefter tilbød forbrugeren en kompensation på 200 kr., havde den erhvervsdrivende givet afkald på at gøre gældende, at der ikke var reklameret rettidigt, jf. købelovens § 83. (1998-619/7-62)

6.7.6. Køb af fritidsjoggingsæt, der ikke kunne tåle at blive vasket samlet

En forbruger havde købt et fritidsjoggingsæt og ville vaske det, før det blev taget i brug. Sættet bestod af en rød buks og en hvid overdel af bomuld, der var dekoreret med det samme røde stof, som buksen bestod af. I hver del af sættet var isyet den samme vedligeholdelsesanvisning, som bl.a. angav: »vaskes separat«, idet dette dog i buksen var anført på engelsk.

Forbrugeren vaskede herefter sættet samlet ved den anførte vasketemparatur. Efter vask var overdelen blevet misfarvet, så den nærmest var lyserød. Forbrugerklagenævnets sagkyndige udtalte, at det normalt antages, at et sæt bestående af flere dele, som bærer samme vaskeanvisning, også vil kunne vaskes samlet.

Nævnet fandt, at da begge tøjdele indeholder samme stoftyper og farver, var vaskeanvisningen egnet til at blive forstået i overensstemmelse med de sagkyndiges udtalelse, hvorefter der ikke er noget i vejen for at vaske sættet samlet, blot sættet ikke vaskes sammen med andet tøj. Endvidere var der på baggrund af de sagkyndiges erklæring ikke grundlag for at antage, at forbrugeren havde vasket sættet i strid med vaskeanvisningen. Nævnet

lagde derfor til grund, at farveudløbet skyldtes en uhensigtsmæssig materialesammensætning, der medførte, at sættets røde stofområder i overensstemmelse med den isyede vedligeholdelsesvejledning havde smittet af på sættets store områder af hvid bomuld. Som følge heraf var sættet behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og nr. 4, som ansås for væsentlig, hvorfor forbrugeren var berettiget til at hæve købet jf. købelovens § 78, stk. 1. (1998-612/7-435)

6.7.7. Hvid dunjakke kunne kun renses. Mangel, at jakken ikke kunne renholdes på længere sigt

En forbruger havde købt en hvid dunjakke, der ifølge den informative mærkning kun kunne renses. Efter 2 måneders brug indleverede hun den til rensning, men da hun afhentede jakken, var yderstoffet boblet op, og jakken var ikke ren.

Nævnets sagkyndige besigtigede dunjakken og kunne efter et forsøg konstatere, at opboblingerne måtte skyldtes, at dunjakken ikke kunne tåle brug af damppistol til pletfjerning. De sagkyndige vurderede, at den primære årsag til dunjakkens tilstand var egenskaber ved varen selv, da den hverken tålte vask eller brug af damppistol. Det ville derfor på længere sigt være vanskeligt at renholde dunjakken, ligesom visse brugstilsmudsninger ikke ville kunne fjernes. Nævnet fandt på baggrund af den sagkyndige erklæring, at dunjakken var behæftet med en mangel, fordi den ikke kunne renholdes på sigt, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Under hensyn, til at forbrugeren kun havde brugt dunjakken i 2 måneder, fandt nævnet endvidere, at manglen var væsentlig, så forbrugeren kunne ophæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. (1999-615/7-419)

6.7.8. En bluse, der var indleveret til rens via et hotel, var krympet i rensebehandlingen. Renseren burde have kontaktet forbrugeren inden rensningen og taget forbehold for resultatet af rensningen og eventuelt have anbefalet en forsigtig håndvask. Et forbehold på indleveringssedlen om, at erstatning ikke kan overstige et beløb svarende til 5 gange prisen for rensningen, blev tilsidesat som et urimeligt aftalevilkår jf. aftalelovens § 38

Et hotel afleverede for en af hotellets gæster en trøje til et renseri. Der var kommet shampoo på blusen. Blusen havde været renset flere gange uden problemer.Efter rensningen var blusen krympet ca. 12-15 cm. Ifølge vaskeanvisningen i blusen kunne den både håndvaskes og renses.

Blusen blev besigtiget af Forbrugerklagenævnets sagkyndige. De sagkyndige kunne konstatere, at det tydede på, at der var sket en krympning i blusens længderetning. Dette skyldtes ifølge de sagkyndige, at rensebehandlingen havde været mindre hensigtsmæssig, idet blusen var blevet renset i et rensebad ved høj fugtighed med tilsætning af renseforstærker og havde fået en større mekanisk påvirkning ved rensningen, fordi den var blevet renset alene i en 10 kg.'s maskine.

Efter de sagkyndiges vurdering havde det været mere korrekt, hvis renseren havde anbefalet forbrugeren en forsigtig håndvask af trøjen.

Det var nævnets opfattelse, at renseren burde have kontaktet forbrugeren inden rensningen og taget forbehold for resultatet af rensningen og eventuelt have anbefalet en forsigtig håndvask. På denne baggrund fandt nævnet, at renseren var erstatningsansvarlig for den skete skade på blusen.

På renseriets indleveringsseddel var det anført, at erstatning ikke kunne overstige et beløb svarende til 5 gange prisen for rensningen. Dette forbehold var efter Forbrugerklagenævnets opfattelse ensidigt udformet af renseren, og nævnet fandt, at forbeholdet på indleveringssedlen kunne tilsidesættes som et urimeligt aftalevilkår jf. aftalelovens § 38. (1998-613/7-130)

6.7.9. En buksedragt, der var cremefarvet/offwhite, blev laksefarvet i rens. Renseren burde have renset i en rensevæske uden optisk hvidt, da optisk hvidt kan ændre en sådan farve

En forbruger fik renset en buksedragt, der ved indleveringen var cremefarvet/offwhite. Det blev aftalt, at

buksedragten skulle P-renses. Da forbrugeren hentede dragten, var den nærmest blevet tofarvet og havde ændret farve fra cremefarvet til laksefarvet. Renseren mente, at dragten havde den farve ved indleveringen. Sælgeren af buksedragten indsendte en tilsvarende ubrugt buksedragt for en sammenligning.

Buksedragterne blev besigtiget af Forbrugerklagenævnets sagkyndige, der kunne konstatere, at der var en ret tydelig nuanceforskel i den brugte og rensede dragt i forhold til den ubrugte dragt. Stoffet i den brugte dragt havde således en mere rødbeige nuance. Ved en undersøgelse i ultraviolet lys viste det sig, at den rensede dragt havde en tydelig refleksion af optisk hvidt. Dette kunne tyde på, at der var foretaget en rensning med en renseforstærker indeholdende optisk hvidt. De sagkyndige vurderede, at det var overvejende sandsynligt, at det rødlige skær skyldtes det optisk hvide. De sagkyndige oplyste endvidere, at det er almindelig praksis, at man i lyse rensninger tilsætter renseforstærker med optisk hvidt for at bevare den lyse farve. Optisk hvidt kan imidlertid ændre farven i stoffer, der er cremefarvede/offwhite.

Nævnet lagde den sagkyndiges oplysninger til grund. Nævnet fandt, at da buksedragten var cremefarvet/offwhite ved indleveringen, burde renseren have taget hensyn til, at den indleverede buksedragt ikke var hvid, men cremefarvet/offwhite, og at optisk hvidt kan ændre en sådan farve. Renseren burde derfor have foretaget en sortering, således at buksedragten blev behandlet i en rensevæske uden optisk hvidt. På denne baggrund fandt nævnet, at renseren var erstatningsansvarlig for den skete ændring af buksedragten. (1998-614/7-260)

6.7.10. Bukser til habit ødelagt på renseri berettigede ikke til erstatning svarende til hele habittens værdi, idet kun bukserne var indleveret til rens

En forbruger indleverede et par bukser til rens. Efter rens var bukserne krympet. Renseriet tilbød forbrugeren en erstatning på 1.000 kr. Dette ville han ikke acceptere. Bukserne var en del af en habit. Habitten var kun et år gammel og havde kostet 4.000 kr. Forbrugeren havde fået at vide af fabrikanten, at det ikke var muligt at købe et par nye, tilsvarende bukser, idet den pågældende type stof var udgået. Forbrugeren krævede derfor en erstatning på 4.000 kr. svarende til prisen for en ny habit. Renseriet anførte, at man ikke ved indleveringen var blevet informeret om, at bukserne var en del af en habit.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at renseren kunne gøres erstatningsansvarlig for den til habitten hørende jakke, der ikke var indleveret til rensning, og som renseriet ikke havde noget kendskab til. Forbrugeren var derfor kun berettiget til erstatning for de ødelagte bukser. Denne erstatning fastsattes skønsmæssigt til 1.000 kr. (1999-612/7-556)

6.7.11. Rensning af frakke, gummimembran ødelagt. Sælger gået ind i en egentlig klagebehandling efter reklamationsfristens udløb. Krav om erstatning

En forbruger sendte en frakke, der var købt i december 1994, til rensning. Efter vedligeholdelsesmærkningen kunne frakken vaskes ved 30 grader, ligesom den kunne renses i perklor. Efter rensningen kunne det konstateres, at frakkens gummimembran var helt eller delvist væk på indersiden af foret.

Forbrugeren klagede såvel til renseriet som til sælgeren af frakken. Sælgeren af frakken sendte denne til importøren, som imidlertid nægtede at anerkende reklamationen. Importøren oplyste samtidig, at gummimembranen på indersiden ikke tåler højere temperaturer end anvist i frakken, da den ellers vil smelte, eller der vil kunne opstå defekter, hvis der bruges en forkert rensevæske.

Ved sagens indbringelse for Forbrugerklagenævnet angav renseren, at frakken var renset i henhold til den informative mærkning. Sælgeren bemærkede over for klagenævnets sekretariat, at han stod inde for denne kvalitetsfrakke. Han havde ikke tidligere haft problemer med dette design, og frakken måtte være givet en forkert behandling i renseriet. Sælgeren stillede sig forstående over for forbrugerens krav.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige kunne konstatere, at den sorte plastbelægning på yderstoffets vrangside helt eller delvist var forsvundet. I mere beskyttede områder under foret var større dele af belægningen dog intakt. Der var intet, der tydede på, at frakken var blevet fejlbehandlet i forbindelse med rensningen. De sagkyndige udtalte endvidere, at efter deres erfaring med tilsvarende belægninger i frakker eller jakker er der, specielt i de områder af tøjet der er mest brugspåvirket, en stor risiko for, at belægningen går i opløsning i forbindelse med en rensebehandling.

Sælgeren erkendte, da han blev forelagt de sagkyndiges udtalelser, at den omtalte frakke på nuværende tidspunkt havde et udseende, der bestemt ikke svarer til, hvordan den så ud, da frakken blev solgt. Sælgeren fandt, at det enten måtte være importøren eller renseren, som måtte bære skylden for dette. Nævnet lagde ved sin vurdering til grund, at frakken var renset i overensstemmelse med den vejledende vedligeholdelsesmærkning, og at der ikke var belæg for at antage, at frakken var blevet fejlbehandlet i forbindelse med rensning. Nævnet kunne derfor ikke give forbrugeren medhold i klagen mod renseriet. I forhold til sælgeren bemærkede nævnet, at sælgeren ved forbrugerens reklamation havde indvilliget i at foranledige frakken sendt til importøren, ligesom sælgeren ved sine udsagn i forbindelse med klagebehandlingen for Forbrugerklagenævnet måtte siges at være gået ind i en egentlig klagebehandling af sagen. Nævnet fandt derfor, at sælgeren havde fraskrevet sig muligheden for at påberåbe sig, at der ikke var reklameret inden 1 år efter købets indgåelse. Da de opståede skader på frakken måtte tilskrives manglende egenskaber ved denne, og frakken herved havde en anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle have, fandt nævnet, at frakken var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Under henvisning til brugsperiodens længde gav nævnet herefter forbrugeren et forholdsmæssigt afslag i købesummen på 1.200 kr. (1998-615/7-357)

6.7.12. Rens af brudekjole med påsyede perler. Perlerne tålte ikke rensebehandlingen. Renseren burde som den professionelle have taget et forbehold, da kjolen ikke indeholdt en vedligeholdelsesmærkning. Erstatningsansvar

En forbruger havde gennem en avisannonce købt en brugt brudekjole og indleverede denne til rensning.På kjolen var der en del påsyede perler. Kjolen var hverken mærket med behandlingsanvisning eller materialeangivelse. Det var alene oplyst, at kjolen var syet i Tyrkiet.

Ved indleveringen gav renseren udtryk for, at der kunne være en vis tvivl, om perlerne kunne holde. Rensebehandlingen medførte imidlertid, at flere af perlerne var smeltet ind i stoffet, så det så ud, som om der var fedtpletter både på selve kjolen, men særligt på slæbet.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at der erfaringsmæssigt var en stor risiko for, at perler af den pågældende type ikke tåler rensebehandling i perklor. Forbrugerklagenævnet fandt, at renseriet som den professionelle part må tage et klart forbehold for perlernes rensebestandighed i en sådan situation. Nævnet fandt det ikke godtgjort, at forbrugeren var blevet tilstrækkeligt informeret om risikoen ved at gennemføre en rensebehandling.

Nævnet fandt derfor, at renseriet var erstatningsansvarlig for den skete skade. Erstatningen blev fastsat til 4.500 kr., som var den pris, forbrugeren havde betalt for kjolen. Endvidere blev renseriet pålagt at betale gebyret for sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet. (1998-614/7-309)

6.7.13. Bomuldskjole med påsat plastbesætning var ikke bestandig over for en almindelig perklorrensning. Da kjolen ikke indeholdt en informativ mærkning, burde renseren have taget et forbehold og oplyst om risikoen. Erstatningsansvar

En forbruger indleverede en bomuldskjole med påsat hvid plastbesætning til rensning. Kjolen var 41/2 år gammel og var tidligere vasket 8-10 gange, men den trængte nu til at blive frisket op.Efter rensebehandlingen var der sket skader på besætningen på revers, krave, ærmekanter og lommer, idet besætningen var gået løs og var sammenklistret. Skaderne kunne ikke afhjælpes.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at det i branchen er et almindeligt kendt fænomen, at visse typer plastbelægninger ikke tåler en sædvanlig rensebehandling. Det lader sig ikke på forhånd afgøre, hvorvidt en belægning er af en sådan karakter, det vil sige bestandig over for en almindelig perklor rensebehandling. Kjolen indeholdt ikke en informativ mærkning eller materialeangivelse.

Nævnet fandt, at eftersom der er tale om et i branchen almindeligt kendt fænomen, må det påhvile renseriet som den professionelle part at orientere forbrugeren om risiko for eventuelle skader.

Renseriet var derfor erstatningsansvarlig for den skete skade. Henset til kjolens alder og oprindelige pris på 2.500 kr., fastsatte nævnet erstatningen til 500 kr. inkl. det rensevederlag, som forbrugeren havde betalt. (1998-

614/7-295)

6.7.14. Nederdel kunne ikke renholdes i overensstemmelse med renholdelsesanvisningen

En forbruger indleverede en grå nederdel til rensning efter 4 måneders brug. Nederdelen var af 100% nylon, og foret var af 100% rayon. Ved indleveringen havde nederdelen en grøn/grå farve, og den havde alene to små pletter. Efter rensebehandlingen fremstod nederdelen sort og krøllet, omend pletfri.Forbrugerklagenævnets sagkyndige udtalte, at farveændringen måtte skønnes at skyldes, at den grønlige farvekomponent ikke havde været bestandig over for den behandling, som nederdelen havde fået på renseriet. Den behandlede nederdel fremstod også med et mere foldet udseende, hvilket måtte antages at skyldes, at den ilagte vattering var faldet lidt sammen i forbindelse med rensebehandlingen.

Da rensebehandlingen var udført i overensstemmelse med den isatte mærkning, var der imidlertid ikke sket fejl fra renseriets side.

Nævnet fandt, at nederdelens udseende efter rensebehandlingen skyldtes utilstrækkelige egenskaber ved varen, eftersom nederdelen ikke kunne renholdes i overensstemmelse med den informative mærkning. Nævnet gav derfor klager medhold i sit krav om at hæve købet over for sælgeren. (1999-614/7-385)

6.7.15. Renseri fik medhold i, at behandlingsanvisningen i en sejlsportsjakke var utilstrækkelig. Købet blev derfor ophævet i forhold til sælgeren

En sejlsportsjakke var blevet ubrugelig, fordi yderstoffet var blevet hårdt og stift ved en rensning, hvor rensevæsken havde fjernet blødgøringsmidlet i plastmaterialet.

Skaden var opstået, fordi renseriet ikke havde set, at jakken havde to sæt behandlingsanvisninger, nemlig én i den vand/vindtætte yderjakke og én i den forede inderjakke. Behandlingsanvisningen for yderjakken var placeret midt på dennes ryg, så den var skjult af inderjakken og ikke kunne ses uden at skille de to dele fra hinanden. Renseriet havde renset jakken korrekt efter inderjakkens anvisning, men som yderjakken ikke kunne tåle. Skaden ville ikke være sket, hvis renseriet havde knappet inderjakken, som også kan beskrives som et aftageligt for, af og renset yderjakken efter den anvisning, der da ville være kommet til syne.

Mærkesedlen i inderjakken med behandlingsanvisningen viste en materialesammensætning for såvel for som yderstof, hvilket kan give anledning til den forståelse, at mærkningen gjaldt jakken som helhed, det vil sige inderjakken opfattet som et aftageligt for og yderjakken. Da denne mærkning ikke indbød renseriet til at efterse jakken for yderligere informativ mærkning, fandt nævnet ikke, at renseriet havde begået en faglig fejl ved at overse mærkesedlen i yderjakken. Renseriet blev derfor frifundet for forbrugerens erstatningskrav.

Herefter fandt nævnet, at sælgeren var nærmest til at bære risikoen for skaden, der uden videre kunne være undgået ved en mere hensigtsmæssig og tydelig mærkning. Jakken led derfor af en væsentlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, jf. § 78, stk. 1, som gav forbrugeren krav på at ophæve købet. (1999-615/-448)

6.7.16. Selskabskjole med påsyet smykke kunne ikke tåle rens som angivet. Reklamation på årsdagen for købet blev anset for rettidig reklamation jf. købelovens § 83

En forbruger havde den 19. december 1997 købt en selskabskjole. Knap et års tid efter indleverede forbrugeren kjolen på et renseri. Kjolens smykkedel blev beskadiget under rensebehandlingen, selvom det fremgik af den isyede vedligeholdelsesanvisning, at kjolen skulle kunne tåle den aktuelle behandling. Der var på renholdelsesanvisningen ikke advaret om, at smykket skulle afmonteres inden rens, og det var i øvrigt ikke muligt at afmontere smykket uden at foretage et egentligt indgreb i syningen af kjolen.Forbrugerklagenævnet fandt på denne baggrund, at kjolen var behæftet med en væsentlig mangel, jf. købelovens § 78, stk. 1.

Forbrugeren reklamerede til den erhvervsdrivende den 19. december 1998, altså på årsdagen for købet.

Nævnet fandt, at forbrugerens reklamation på selve etårsdagen var rettidig efter købelovens § 83, idet der ved forældelsesfristers beregning traditionelt regnes med hele dage, og uden at begyndelsesdagen regnes med. Forbrugeren kunne således hæve købet over for sælgeren. (1999-614/7-367)

6.7.17. Vask af et par uldbukser. Forbrugeren havde en pligt til at undersøge vaskesymbolerne nærmere, inden bukserne blev vasket

En forbruger, der havde købt et par bukser, som var lavet af 100% uld, havde vasket bukserne ved 30° i vaskemaskinen. Bukserne var herefter krympet i bredden.Nævnets sagkyndige kunne ved besigtigelsen af bukserne konstatere, at der var sket en vis krympning i længderetningen og muligvis også i bredderetningen. Det var dog ikke muligt at afgøre, hvor meget bukserne var krympet.

Den sagkyndige bemærkede endvidere, at der i buksernes renholdelsesanvisning var anført vaskesymbolet

, der i den internationale standard er defineret som en vaskeproces med reduceret mekanisk bearbejdning. Ifølge den sagkyndige var årsagen til, at der sker krympning af uldvarer, dels, at stoffet bliver gennemvædet med vand, dels den mekaniske bearbejdning under vask. Det er dog især den mekaniske bearbejdning under vask, der har betydning for, om der sker krympning og filtning.

Nævnet fandt, at buksernes nuværende tilstand tydede på, at klageren havde vasket bukserne på et program med for stor mekanisk bearbejdning. Nævnet bemærkede i den forbindelse, at det må anses for almindeligt kendt, at uldvarer skal behandles skånsomt ved vask. Klageren havde i buksernes isyede vedligeholdelsesanvisning kunnet se det angivne vaskesymbol, og var klageren i tvivl om, hvad symbolet betød, burde klageren ikke have vasket buskerne uden først at have undersøgt dette forhold nærmere.

Nævnet fandt derfor ikke, at klageren kunne få medhold i det fremsatte krav. (1999-612/7-500)

6.7.18. Køb af dyne. Forbrugeren kunne 91/4år efter købet påberåbe sig mangler ved dynen, fordi sælgeren ved købets indgåelse - uden noget forbehold - gav »10 års garanti«. Forholdsmæssigt afslag

En forbruger købte i december 1989 en gåsedunsdyne for 2.498 kr. På kvitteringen skrev sælgeren »10 års garanti«.I marts 1999 opdagede forbrugeren, at betrækket på dynen havde fået små huller og revner og var blevet mørt. Desuden var dunene begyndt at falde ud. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, som svarede, at garantien ikke gjaldt betrækket, kun syningerne.

Nævnets sagkyndige udtalte, at betrækket på dynen var blevet hullet og mørt, samt at dunene var begyndt at falde ud, og vurderede, at dette måtte skyldes almindelig brugspåvirkning.

Nævnet fandt, at meningen med en garantiperiode må være at give modtageren af garantien sikkerhed for, at den garanterede ydelse ved sædvanlig brug i garantiperioden lever op til det, som der garanteres for.

Nævnet lagde til grund, at dynen ikke kunne holde til almindelig brug i 10 år, og at der derfor forelå et garantisvigt.

Da dynen dog havde kunnet holde i 91/4 år, var det nævnets opfattelse, at garantisvigtet ikke var så væsentligt, at det berettigede forbrugeren til at hæve købet. Forbrugeren fandtes i stedet at være berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, som blev fastsat til 500 kr. (1999-663/7-102)

6.8. Fodtøj

6.8.1. Den erhvervsdrivende havde tilkendegivet at yde returret ved ikke straks at afvise at tage skoene tilbage

En forbruger købte et par sko i størrelse 40. Da hun var usikker på størrelsen, henvendte hun sig senere samme dag i forretningen, hvor hun prøvede størrelse 39. De var imidlertid for små, men ekspedienten udtalte, at størrelse 40 passede klageren, fordi de ville falde til i hælen. Klageren prøvede på ny skoene hjemme og konstaterede, at de ikke passede hende, hvorfor hun næste dag henvendte sig i forretningen. Den erhvervsdrivende oplyste, at han desværre ikke kunne tage skoene retur, da lædersålerne var blevet ridsede, formentlig fordi forbrugeren havde prøvet dem hjemme på et parket- eller klinkegulv. Forbrugeren oplyste, at det ikke var hende, der havde ridset skoene.

Forbrugerklagenævnet besigtigede sammen med den sagkyndige skoene og konstaterede, at der var ubetydelige småridser og trykmærker fortil under skoenes såler. Det konstaterede var dog ikke særlig synligt, og skoene fremstod stadig som nye.

Forbrugerklagenævnet bemærkede indledningsvis, at købere ikke har en lovbestemt ret til at returnere en vare og få pengene tilbage. Der er imidlertid mange erhvervsdrivende, der yder en sådan returret. Nævnet fandt, at den erhvervsdrivende havde tilkendegivet at yde returret, idet han ikke straks afviste at tage skoene tilbage, men henviste til, at de havde været brugt af forbrugeren. Da skoene stadig fremtrådte som helt nye og ubrugte, fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til at få købesummen tilbage mod aflevering af skoene. (1999-62/7-507)

6.8.2. Mangler ved sko, der havde været brugt i en væsentlig del af deres forventede levetid, berettigede ikke klageren til at hæve købet, men alene til et forholdsmæssigt afslag

En forbruger købte et par sorte sko den 7. september 1998 til en pris af 599 kr. I starten af maj måned 1999 opdagede forbrugeren, at skindet var flækket på indersiden af venstre sko, hvorefter han straks reklamerede til sælgeren. Sælgeren afviste reklamationen med henvisning til, at skoene var udtrådte og bar tydeligt præg af at have været brugt dagligt i 9 måneder. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med påstand om ombytning.Forbrugerklagenævnets sagkyndige besigtigede skoene og udtalte, at skoene bar præg af megen brug. Den sagkyndige bemærkede endvidere, at syningen på venstre sko var gået op fra storetåen og langs hele indersiden bagud, hvilket måtte antages at skyldes en slibefejl.

Forbrugerklagenævnet fandt på baggrund af den sagkyndiges erklæring, at revnedannelsen indvendigt på venstre sko hovedsageligt måtte tilskrives en materiale- eller fabrikationsfejl, idet der var slebet for tæt på skindet. Skoene måtte herefter anses for mangelfulde efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Da skoene bar præg af at have været brugt meget, fandt nævnet, at forbrugeren havde gjort brug af skoene den væsentligste del af deres forventede levetid. Under disse omstændigheder anså nævnet ikke manglen for så væsentlig, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet. Forbrugeren havde i stedet krav på et forholdsmæssigt afslag i købesummen, der skønsmæssigt blev fastsat til 200 kr., jf. herved købelovens § 78, stk. 1. (1999-62/7-514)

6.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)

6.9.1. Sælgeren havde ikke udfærdiget en skriftlig kreditaftale og havde undladt at give forbrugeren de oplysninger, som fremgår af kreditaftalelovens bestemmelser. Forbrugeren var ikke forpligtet til at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til nationalbankens diskonto med et tillæg på 5% jf. kreditaftalelovens § 23, stk. 1

En forbruger købte ad otte gange over en periode på godt 2 år forskellige møbler i samme forretning. I forbindelse med hvert køb blev det mundtligt aftalt, at forbrugeren skulle tilbagebetale købesummen gennem månedlige afdrag. Forbrugeren købte for i alt 24.780 kr. og betalte hver måned et beløb til sælgeren, der gennemsnitlig var i en størrelsesorden på 600 kr. Denne beløbsstørrelse blev mundtligt aftalt i forbindelse med det første køb i marts 1994. Sælgeren beregnede sig kreditomkostninger i form af en månedlig rente på 2% af den til enhver tid værende restgæld. På fakturaerne var det anført »Betaling inden 8 dage. Ved betaling ud over forfald beregnes 2% pr. måned i renter«. Forbrugeren havde i slutningen af 1998 betalt 40.150 kr. til sælgeren, og saldoen udgjorde efter sælgerens opgørelse 22.809 kr.

Nævnet udtalte, at køb på kredit er omfattet af kreditaftaleloven. Lovens bestemmelser kan ikke fraviges til skade for forbrugeren i en forbrugerkreditaftale, jf. lovens § 7, stk. 1. En forbrugerkreditaftale skal efter lovens § 8 udfærdiges skriftligt, og sælgeren har ved aftalens indgåelse pligt til at give forbrugeren de oplysninger, som fremgår af lovens § 9 og § 14. Sælgeren skal herunder blandt andet oplyse kreditomkostningerne angivet som et samlet beløb, jf. § 9, stk. 1, nr. 3. Er kreditomkostningerne ikke oplyst i overensstemmelse med denne bestemmelse, følger det af kreditaftalelovens § 23, stk. 1, at forbrugerne ikke kan tilpligtes at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til Nationalbankens diskonto

med et tilæg på 5%.

Da sælgeren ikke ved indgåelse af de otte kreditkøbsaftaler havde opfyldt sin pligt til skriftligt at oplyse forbrugeren om kreditomkostningerne angivet som et samlet beløb, havde sælgeren ikke været berettiget til at afkræve forbrugeren højere kreditomkostninger, end hvad der svarede til en årlig rente af restgælden svarende til diskontoen med et tillæg på 5%.

Forbrugerklagenævnet anmodede Forbrugerstyrelsen om at foretage en beregning af parternes mellemværende. Forbrugerstyrelsens beregning viste, at forbrugeren havde betalt for meget, idet forbrugeren med udgangen af maj 1999 havde et tilgodehavende hos sælgeren på 1.031 kr. Dette beløb blev sælgeren således pligtig at betale tilbage til forbrugeren. (1997-65/7-791)

6.9.2. Købsaftale indgået mellem svensk forbruger og dansk sælger på en messe i Sverige. Sagen blev afgjort efter svensk ret

I Älvsjö, Sverige, blev der afholdt en møbelmesse, der en enkelt dag var åben for private. En svensk forbruger henvendte sig på denne dag til en dansk sælger, der blandt andet udstillede sengeudstyr. De indgik aftale om salg af noget sengeudstyr, der efter sælgerens oplysning kostede 2.500 kr. Forbrugeren gik ud fra, at der var tale om svenske kr. og betalte med et internationalt kreditkort.Da han senere modtog en kontoudskrift, opdagede han, at der var trukket 2.500 danske kr., hvilket svarer til ca. 3.050 svenske kr. Sælgeren afviste forbrugerens reklamation med den begrundelse, at han havde oplyst, at prisen var i danske kr. Desuden mente sælgeren, at det var åbenlyst, at man på en messe for erhvervsdrivende altid handler i sælgerens egen valuta.

På både faktura og kreditkortkvittering stod der blot »kr.«. Forbrugerklagenævnet måtte først tage stilling til, efter hvilket lands lov sagen skulle afgøres. Nævnet fandt, at tvisten måtte afgøres efter svensk ret, fordi forbrugeren havde bopæl i Sverige og havde indgået aftalen med den danske sælger på messen i Sverige, jf. art. 5, stk. 3 i konvention af 19. juni 1980 om, hvilken lov der skal anvendes på kontraktretlige forpligtelser (80/934/EØF), jf. § 1 i lov nr. 188 af 9. maj 1984 (med senere ændringer).

§ 5 i den svenske prisinformationslag siger bl.a., at prisen på varer og tjenesteydelser skal angives korrekt og tydeligt, hvilket fortolkes som i svenske kr. I svensk ret gælder endvidere, at aftalevilkår, der ikke har været forhandlet mellem parterne, skal fortolkes til forbrugerens fordel, jf. § 10 i den svenske lag om avtalsvillkor i konsumentförhållanden.

Nævnet fandt derfor, at forbrugeren havde været berettiget til at gå ud fra, at prisen var angivet i svenske kr., da ikke andet var anført. Sælgeren skulle tilbagebetale prisdifferencen. (1999-65/7-1321)

6.9.3. 20-årig mundtlig garanti på madras. Begrænsning i garantien med værdinedskrivning kunne ikke gøres gældende af sælger

Et møbelvarehus solgte i 1988 en madras med en 20-årig mundtlig garanti. Prisen var mellem 6.000 og 7.000 kr. I marts 1999 gik en fjeder itu. Varehuset leverede og opstillede en ny madras, men krævede 2.641 kr. i overensstemmelse med fabrikantens vilkår, som var en tabel over ombytningspriser, idet madrassernes værdi blev nedskrevet efter deres alder.

Nævnet fandt det uheldigt, at garantien ikke var givet skriftligt, idet det under en så lang garantiperiode i almindelighed ikke kan forventes, at forbrugeren skal kunne erindre eller føre bevis for, hvem der ydede garantien, og hvad den nærmere gik ud på. Nævnet fandt det mod forbrugerens benægtelse ikke godtgjort, at forbrugeren ved handlens indgåelse havde modtaget et eksemplar af noget dokument om fradrag af en ombytningspris eller var blevet orienteret herom, endsige skulle have accepteret en sådan indskrænkning i garantien. Nævnet fandt derfor, at varehuset havde været uberettiget til at afkræve forbrugeren en betaling for opfyldelse af garantien. Møbelvarehuset har efterlevet afgørelsen og meddelt, at det i samarbejde med madrasfabrikanten vil sikre, at garantibetingelserne bliver meddelt på en tydeligere måde. Nævnet har tidligere - se JÅ 1993/94, side 210 f. - behandlet et større antal lignende sager. (1999-65/7-1280)

6.9.4. Sælger opfyldte ikke sin pligt til at vejlede forbrugeren og til at være forbrugeren behjælpelig med at gøre en fabriksgaranti gældende overfor garantigiver. Fabrikken var nu lukket.

Forbrugeren var herefter berettiget til at hæve købet

Fire havestole med hynder blev solgt med en 5 års fabriksgaranti. Godt 2 år efter købet knækkede sædet på to af stolene. Forbrugeren reklamerede til sælger. På dette tidspunkt hæftede sælger ikke længere for mangler ved det købte, jf. herved købelovens § 83. Forbrugeren forsøgte over en længere periode forgæves at få sælgeren til at hjælpe med reklamationen. Fabrikken, der havde ydet garantien, lukkede, uden at sælger havde foretaget sig videre.Det var nævnets vurdering, at det påhvilede sælger af stolene at vejlede forbrugeren og at være forbrugeren behjælpelig med at gøre fabriksgarantien gældende over for garantigiveren. Sælgeren burde allerede ved forbrugerens første henvendelse have foranlediget, at reklamationen blev videregivet til garantigiveren med henblik på, at denne kunne opfylde sine forpligtelser i henhold til garantien. Denne forpligtelse havde sælger ikke opfyldt.

Da sælgeren havde gjort sig skyldig i en så væsentlig misligholdelse af sine forpligtelser som sælger, og da garantien nu var uden værdi for forbrugeren, var forbrugeren berettiget til at hæve købet. Dette gjaldt for alle fire stole med hynder, da der var tale om et samlet køb til 1.665 kr. i alt. (1998-65/7-1135)

6.9.5. Prisoverslag på tjenesteydelse

En forbruger ville have ombetrukket 2 stole. I denne forbindelse afgav den erhvervsdrivende på baggrund af besigtigelse et skriftligt prisoverslag. I overslaget anførtes bl.a. den »anslåede arbejdstid«, ligesom der var fremhævet følgende tekst: »Eventuelle skjulte fejl vil blive udbedret. Regningen skrives efter det endelige time- og materialeforbrug. Evt. transport foretages på timeløn.« Overslagsprisen lød på 8.350 kr. alt inklusive. Den endelige regning lød på i alt 12.783,75 kr. Nævnets sagkyndige oplyste blandt andet, at den endelige pris for arbejdet var rimelig, men prisoverslaget meget billigt, samt at en fagmand skulle kunne se, at stolene skulle opstoppes, og tage højde for det i overslaget.

Efter et konkret skøn nedsatte Forbrugerklagenævnet den indklagedes regning til 10.000 kr., idet nævnet lagde vægt på, at indklagede som fagmand burde have taget konkrete forbehold for det, man ikke kunne se, i forbindelse med afgivelse af prisoverslaget. Endvidere fandt klagenævnet, at den erhvervsdrivende burde have taget kontakt til klageren, da det stod ham klart, at den endelige pris ville overstige prisoverslaget væsentligt. Da indklagede ikke havde taget kontakt til klageren, havde han således ikke givet klageren mulighed for at tage stilling til, hvorvidt og på hvilken måde ompolstringen i givet fald skulle fortsætte. Derfor var det nævnets opfattelse, at den erhvervsdrivende havde givet klageren en berettiget forventning om, at ompolstringen ville blive udført for et beløb, der ikke væsentligt oversteg prisoverslaget. (1998-65/7-1019)

6.9.6. Køb af drømmeseng med returret. Forældelse af krav

En forbruger købte den 30. maj 1998 en drømmeseng. På kvitteringen fik forbrugeren påført, at der var 8 dages fuld returret. Forbrugeren leverede drømmesengen retur den 6. juni 1998. På daværende tidspunkt havde forbrugeren forlagt kvitteringen, og forretningen ville derfor ikke udbetale beløbet til forbrugeren. I stedet gav forretningen ham et tilgodebevis på beløbet.Et år senere fandt forbrugeren kvitteringen og henvendte sig i forretningen medbringende såvel kvittering som tilgodebevis og anmodede om at få beløbet udbetalt. Forretningen nægtede imidlertid at udbetale beløbet med den begrundelse, at retten til kontant udbetaling kun gjaldt 8 dage efter købet. Han kunne i stedet købe varer for sit tilgodebevis.

Et flertal i Forbrugerklagenævnet fandt, at idet forbrugeren havde tilbageleveret drømmesengen rettidigt, var han berettiget til at få sine penge tilbage - også ved sin henvendelse et år efter. Et mindretal i nævnet fandt, at forbrugerens krav på tilbagebetaling måtte anses for bortfaldet ved passivitet. Der blev truffet afgørelse i henhold til flertallet. (1999-65/7-1351)

6.9.7. Køb af computerbord med ret til returnering. Fortolkning af vilkåret i forhold til møbler, der skal samles af køber

En forbruger købte et computerbord. Det fremgik af fakturaen, at der var 8 dages reklamations- og returret. Ved benyttelsen af denne ret ville der blive fratrukket 5%, og returretten gjaldt kun i original emballage. Desuden var det anført på fakturaen, at specielt bestilte og nedsatte varer ikke blev taget retur. Der var desuden 2 års garanti samt 14 dages prisgaranti

Da forbrugeren kom hjem og fik samlet møblet, fortrød han købet. Ved forbrugerens henvendelse i forretningen blev det oplyst, at returretten ikke gjaldt varer, der var samlet. Et sådant møbel måtte man anse for at være

brugt. Forbrugeren tilbød forretningen enten at returnere møblet i samlet stand eller at adskille det og returnere det i originalemballagen.

Forretningen henviste til, at der på fakturaen står, at varer kun tages retur i original emballage, og at varen derfor også skal være ubrugt. Når man monterer eller samler møbler, der er lavet af spånplader eller krydsfinér, leveret i en kasse totalt usamlet, kan det aldrig undgås, at møblerne enten får ridser, eller at skruehuller bliver lavet større.

Forbrugerklagenævnet kunne ikke give forretningen medhold. Det af forretningen fremførte synspunkt kunne ikke umiddelbart læses ud af den formulering, som er brugt på fakturaen. Derimod er det specifikt anført, hvornår returretten ikke finder anvendelse (»specielt bestilte og nedsatte varer tages ikke retur«).

Under henvisning hertil og efter princippet i aftalelovens § 38b, hvorefter uklare vilkår skal fortolkes imod koncipisten af dokumentet, fandt nævnet, at klageren var berettiget til at returnere det købte computerbord (i den originale emballage) mod et fradrag i prisen på 5%. (1999-65/7-1380)

6.9.8. Mangelsafhjælpning af større ting inkluderer afhentning og aflevering på forbrugerens bopæl

En forbruger havde truffet aftale om ompolstring af en sofa og nogle stole, men var ikke tilfreds med det udførte arbejde. Møbelpolstreren forsøgte at reparere. Forbrugeren var fortsat ikke tilfreds med arbejdet og klagede til Forbrugerklagenævnet. Sofaen stod stadig hos polstreren.Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at der forelå alvorlige fagmæssige fejl ved det udførte arbejde. På denne baggrund fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til et afslag i prisen.

Polstreren efterkom nævnets afgørelse, men ønskede ikke at aflevere sofaen til forbrugeren. Det var møbelpolstrerens opfattelse, at forbrugeren selv skulle hente sofaen.

Sagen blev på ny forelagt for Forbrugerklagenævnet med henblik på afgørelse af dette spørgsmål.

Det fremgik af sagen, at sofaen var blevet afhentet af møbelpolstreren, da forbrugeren klagede over det udførte arbejde.

Forbrugerklagenævnet fandt, at en sådan mangelsafhjælpning skal ske uden omkostninger og væsentlig ulempe for forbrugeren. Det betyder, at afhjælpning af større ting inkluderer afhentning og aflevering på forbrugerens bopæl. Nævnet henviste til bemærkningerne i betænkning nr. 845/78 om forbrugerkøb, side 76. Nævnet afgjorde herefter, at møbelpolstreren skulle aflevere sofaen til forbrugeren på dennes adresse uden omkostninger for forbrugeren. (1997-65/7-623)

6.9.9. Uforholdsmæssige omkostninger ved afhjælpning, hvorfor forbrugeren fik et forholdsmæssigt afslag

En forbruger henvendte sig på baggrund af en annonce til en møbelpolstrer for at få omlakeret sin sofa. Af annoncen fremgik, at arbejdet »udføres i bedste kvalitet«. Imidlertid var forbrugeren ikke tilfreds med arbejdet. Forbrugerklagenævnets sagkyndige fastslog, at lakeringen - der var udført med interiørlak - var mangelfuld, idet lakeringen ikke var blevet efterbehandlet og derfor stod med urenheder i overfladen. Dette kunne efter den sagkyndiges vurdering have været undgået, hvis reparatøren havde anvendt shellak. Forbrugeren oplyste, at det var aftalt, at der skulle benyttes shellak, hvilket den erhvervsdrivende bestred.Nævnet fandt, at det burde påhvile den erhvervsdrivende at godtgøre, at det - i modstrid med forbrugerens forklaring og den sagkyndiges vurdering om, at arbejdet burde være udført med shellak - var aftalt, at sofaen skulle lakeres med interiørlak. Da den erhvervsdrivende ikke kunne godtgøre dette, fandt nævnet, at arbejdet burde have været udført ifølge almindelig fagmæssig standard, dvs. med shellak. Dette bestyrkedes af annoncen, hvor der stod »udføres i bedste kvalitet«.

Da en eventuel afhjælpning efter den sagkyndiges vurdering ville beløbe sig til 8.000 kr., og da det fremgik af den sagkyndiges erklæring, at fejlene kun kunne ses tæt på, fandt nævnet, at en afhjælpning ville medføre uforholdsmæssige omkostninger for den erhvervsdrivende set i forhold til fejlenes omfang og karakter.

På denne baggrund fandt nævnet, at forbrugeren alene var berettiget til et forholdsmæssigt afslag, som blev fastsat til 3.000 kr. (1997-65/7-837)

6.9.10. En forretning overholdt to gange ikke de tidsmæssige aftaler om en stols aflevering efter reparation. Den erhvervsdrivende havde herefter forsømt at opfylde sin afhjælpningspligt inden rimelig tid. Ophævelse af købet jf. købelovens § 78, stk. 3

Seks læderstole blev i midten af maj 1998 leveret med flere ugers forsinkelse. Der var fra starten fejl ved to af stolene, og afhjælpningen af fejlene trak ud. Der var i løbet af sommeren forskellige uoverensstemmelser mellem parterne om gennemførelse af afhjælpningen. Der skete dog levering af to nye stole, hvoraf den seneste blev leveret i midten af december 1998. Også denne stol var imidlertid defekt. Forbrugeren accepterede imidlertid i februar 1999, at sælger fik endnu et afhjælpningsforsøg.Sælger overholdt herefter to gange i marts 1999 ikke de tidsmæssige aftaler, som sælger havde indgået med forbrugeren om stolens aflevering efter reparation.

Nævnet fandt, at sælger havde forsømt at opfylde sin afhjælpningspligt inden rimelig tid, og at forbrugeren derfor var berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 3. (1998-65/7-1021)

6.9.11. Hævebegrundende forsinkelse vedrørende køb af et sofabord. Købelovens § 74, stk. 2

Ved bestilling af et sofabord aftalte parterne levering i uge 32-33, dvs. i tidsrummet den 4. august 1997 til og med den 17. august 1997.Efter udløb af den aftalte leveringstid rykkede køber adskillige gange, og den 13. oktober 1997 rykkede køber for 7. gang, og fastsatte samtidig en frist for levering til den 15. oktober 1997 kl. 12.00. Køber oplyste samtidig, at såfremt fristen ikke blev overholdt, ville han hæve købet.

Det sofabord, som sælger herefter forsøgte at levere umiddelbart inden fristens udløb, blev afvist af køber, da der var mangler ved bordet. Køber bekræftede efterfølgende over for sælger, at han betragtede handlen som hævet på grund af forsinkelsen.

Efter købelovens § 74, stk. 2, kan køber i forbrugerkøb i tilfælde af forsinkelse hæve købet, såfremt forsinkelsen er af væsentlig betydning for ham, og sælgeren måtte forudsætte dette. Det samme gælder, hvis sælger ikke efter påkrav leverer salgsgenstanden inden udløbet af en rimelig frist, som køber har fastsat, eller, hvis der ikke er fastsat en sådan frist, inden rimelig tid.

Nævnet fandt, da der den 13. oktober 1997 var gået næsten to måneder efter, at sofabordet skulle have været leveret, at den af køber fastsatte frist på to dage måtte anses for rimelig. Fristen blev også forsøgt overholdt af sælger, som derved fandtes at have accepteret fristen.

Nævnet fandt imidlertid, at en overholdelse af fristen måtte forudsætte, at der skete levering med en ydelse, som køber ikke var berettiget til at afvise. Sælger havde ikke leveret en sådan ydelse inden påkravsfristens udløb, og køber var derfor berettiget til at hæve købet efter købelovens § 74, stk. 2.

Nævnet bemærkede supplerende, at sælgers afhjælpningsret efter købelovens § 79 ikke ændrer herved, da denne bestemmelse ikke kan afværge køberens beføjelser i anledning af forsinkelse med levering af salgsgenstanden. Køber havde endvidere afgivet rentepåkrav den 1. november 1997 og var derfor berettiget til at kræve købesummen forrentet i overensstemmelse med rentelovens § 3, stk. 2, fra den 1. december 1997. (1997-65/7-831)

6.9.12. Farvetab på hjørnesofa i anilinlæder. Manglende vejledning i forbindelse med købet

En forbruger købte i november 1995 en hjørnesofa i anilinlæder for 16.000 kr. Forretningen, der er medlem af Møbelhandlernes Centralforening, giver 2 års garanti. I august 1996 klagede forbrugeren over, at læderet tabte farven. Forbrugeren klagede senere i oktober 1997. En af forretningens ansatte besigtigede sofaen, hvorefter forretningen i februar 1998 afviste klagen under henvisning til, at der var tale om misligholdelse af møblet.Forbrugerstyrelsens sagkyndige besigtigede sofaen og oplyste, at farvetabet ikke skyldtes, at læderet var af dårlig kvalitet, men at den pågældende lædertype er meget sart. Anilinlæder giver en meget god komfort, men er ifølge den sagkyndige ikke egnet til husstande, som har dyr eller børn. Læderet er endvidere heller ikke egnet til grove stoffer såsom denim. Forbrugeren, der var iført denimbenklæder ved købet, oplyser ikke at have fået vejledning om, hvor sart anilinlæder er.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at det må anses for almindelig kendt, at anilinlæder er specielt sart over for slid og brugspåvirkninger. Det påhvilede derfor forretningen at oplyse forbrugeren om sofaens begrænsede brugsegenskaber. Forbrugerklagenævnet fandt, at forretningen havde haft mulighed for at sikre sig bevis for, at forbrugeren havde fået den fornødne vejledning. Derfor lagde nævnet forbrugerens forklaring til grund og fastslog, at sofaen led af en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3, idet sælgeren havde forsømt at give oplysninger om forhold, der havde betydning for klagerens bedømmelse af salgsgenstanden, og som indklagede kendte eller burde kende. Da der som følge af forbrugerens forhold var påført sofaen en plet, kunne købet ikke ophæves. Nævnet fastsatte skønsmæssigt et forholdsmæssigt afslag til 7.000 kr. (1998-65/7-897)

6.9.13. Forbruger afskåret fra at ophæve et køb delvist, selvom der forelå en væsentlig mangel

En forbruger købte nogle puder med betræk, hvor betrækkene skulle specialsys til puderne. Puderne og betrækkene, som kostede henholdsvis 2.000 kr. og 1.769 kr., skulle bruges til en sofa. Betrækkene var syet mindre end pudernes mål for at undgå folder og rynker. Dette medførte dog, at puderne ikke længere passede til målene i forbrugerens sofa. Sælgeren tilbød at lade hele købet gå tilbage. Da forbrugeren ønskede at beholde puderne, afviste denne sælgerens tilbud og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.Nævnet udtalte, at i tilfælde, hvor kun en del af det solgte er behæftet med en væsentlig mangel, har køberen i almindelighed krav på at kunne hæve købet, alene for så vidt angår den mangelfulde del. Dette gælder dog ikke, hvis der er en sådan sammenhæng mellem de enkelte bestanddele af købet, og den samlede ydelses brugbarhed og værdi er større end summen af de enkelte delydelsers værdi.

Eftersom sælgeren havde ladet betrækkene sy specielt til de pågældende puder, og da betrækkene ifølge sælgeren ikke kunne bruges til andet, fandt nævnet, at der var en sådan sammenhæng mellem puderne og betrækkene, at forbrugeren ikke var berettiget til kun at hæve den del af købet, som angik betrækkene.

Da sælgeren havde syet betrækkene uden hensyntagen til målene i forbrugerens sofa, var det købte af ringere værdi for forbrugeren, hvorfor nævnet fandt, at denne var berettiget til et forholdsmæssigt afslag, som skønsmæssigt blev fastsat til 1.000 kr. (1999-65/7-1238)

6.9.14. Køb af spisebord med malede tillægsplader

En forbruger købte i en forretning, der holdt fødselsdagssalg, et spisebord med to tillægsplader samt seks stole for en pris på 6.997 kr. Spisestuen var udstillet i forretningen med følgende tekst på prisskiltet: »Spisestue, bord med to plader + 6 stole, pris 6.997 kr.«. Ved leveringen opdagede køberen, at der var tale om to hvidmalede tillægsplader og ikke som forventet to massive bøgetræsplader.Forretningen bekræftede, at der til bordet medfølger to hvidmalede tillægsplader og tilbød køberen to massive tillægsplader mod, at denne betalte differencen. Den erhvervsdrivende oplyste, at køberen havde besigtiget bordet i udstillingen, og pladerne lå under bordpladen, da klager købte dette. Køberen bestred, at pladerne havde ligget under bordet.

Nævnet lagde til grund, at køberen havde besigtiget bordet, mens det stod opstillet i salgslokalet, uden at bordet var ilagt tillægspladerne, og at et prisskilt med ovennævnte tekst var anbragt oven på bordet. Nævnet kunne ikke afvise, at pladerne - som oplyst af sælger - var anbragt ovenpå sokkelstykket under bordpladen, men at pladerne i så fald ikke havde været umiddelbart synlige for køberen. Køberen havde under disse omstændigheder været berettiget til at gå ud fra, at tillægspladernes overflade svarede til bordets, medmindre køberen ved købets indgåelse var blevet gjort opmærksom på, at dette ikke var tilfældet. Da det ikke var godtgjort, at forretningen ved købets indgåelse havde gjort køberen opmærksom på, at tillægspladerne ikke var af bøgetræ som bordet, men derimod hvidmalede, fandtes det købte af en anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end det ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Nævnet fandt derfor, at der var en mangel ved bordet, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, og at manglen var væsentlig. Køberen var herefter berettiget til at hæve købet. (1997-65/7-788)

6.9.15. Aftagelige sofahyndebetræk tålte ikke almindelig rensebehandling. Købet kunne hæves

En forbruger indleverede to sofahyndebetræk til rens. Ved indleveringen havde betrækkene pletter bestående af katteopkast. Efter rensningen var betrækkene blevet slatne og var trævlet i syningerne. Derudover var betrækket krympet en del. Pletterne fra katteopkastet var ikke gået af.Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om enten erstatning fra renseriet eller ophævelse af købet over for sælgeren af sofaen.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte betrækkene og kom frem til, at betrækkene ikke tålte en sædvanlig rensebehandling. Da der var tale om aftagelige sofabetræk, og da forbrugeren ikke havde fået oplyst - ved angivelse i betrækkene eller på anden måde - at betrækkene ikke tålte en sædvanlig rensebehandling, fandt Forbrugerklagenævnet, at forbrugeren ved købets indgåelse havde været berettiget til at forvente, at betrækkene kunne tåle en sådan behandling.

Af købskvitteringen for sofaen fremgik det, at sofaen var »købt som beset fra udstilling«. Uanset en sådan bestemmelse kan en køber dog påberåbe sig, at den er mangelfuld, hvis den er i en væsentlig ringere stand, end køber under hensyn til prisen og omstændighederne i øvrigt havde grund til at regne med, jf. købelovens § 77, stk. 1. Nævnet fandt således, at der var en mangel ved sofaen. Idet manglen fandtes væsentlig, kunne forbrugeren hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1.

Som nævnt var der stadig pletter fra katteopkast på betrækkene. Efter købelovens § 57 er det en betingelse for ophævelse af et køb, at køber kan tilbagelevere salgsgenstanden i væsentlig samme stand. I denne sag lagde nævnet til grund, at pletterne fra katteopkastet formentlig ville kunne gå af i vask. Nævnet fandt derfor, at det primært skyldtes manglen - og dermed sofaens beskaffenhed - at sofaen ikke kunne tilbagegives i væsentligt samme stand. Efter købelovens § 58 kunne forbrugeren derfor alligevel hæve købet.

På det tidspunkt, hvor sofabetrækkene blev renset, var sofaen ca. 11/2 år gammel. Købelovens 1-årige reklamationsfrist efter § 83 var derfor overskredet. Sælgeren af sofaen var imidlertid medlem af Møbelhandlernes Centralforening, hvis medlemmer efter fast praksis yder MC-garanti. MC-garantien udstrækker reklamationsfristen til 24 måneder fra leveringsdatoen. I henhold til MC's medlemsbetingelser er ethvert medlem forpligtet af den kollektive MC-garanti. Garantien dækker automatisk uden nogen form for garantibeviser eller lignende, medmindre det fremgår udtrykkeligt af salgspapirerne, at det alene er købelovens regler, der er gældende.

Nævnet fandt ikke, at forretningens tilkendegivelse ved købet om, at sofaen var »købt som beset«, var tilstrækkelig til at undtage købet fra MC-garantien. Hvis forretningen ville have fraveget MC-kutymen om en 2-årig reklamationsfrist, måtte forretningen ved købets indgåelse have gjort forbrugeren udtrykkeligt opmærksom på det. Forretningen ansås derfor for bundet af MC's kutyme, hvorfor nævnet fandt, at forbrugeren havde reklameret rettidigt. (1997-65/7-781)

6.9.16. Køb af hjørnesofa i læder. Forudsætning om gennemfarvet læder

En forbruger købte i januar 1998 en hjørnesofa i sort læder for 16.996 kr. I løbet af den første måned konstaterede forbrugeren, at forbrugerens katte havde lavet ridser i læderet, hvorved læderet fremstod lysebrunt under den sorte overflade. Forbrugeren anførte i sin klage, at man ved købet havde opstillet det som en forudsætning, at læderet var gennemfarvet. Forretningen afviste klagen under henvisning til, at forbrugeren ikke havde fået garanti mod skader, som er opstået som følge af kattekløer i møblerne. Forretningen oplyste endvidere, at den pågældende lædertype var gennemfarvet.Forbrugerstyrelsens sagkyndige besigtigede sofaen og kunne konstatere, at læderet ikke var gennemfarvet, hvilket tydeligt kunne ses på de ridser, som forbrugerens katte havde forvoldt.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at forbrugeren ved købet havde betinget sig, at læderet var gennemfarvet. Sofaen var derfor behæftet med en mangel, da sofaen var af en ringere beskaffenhed, end forbrugeren havde grund til at forvente. Nævnet lagde endvidere vægt på, at det i en brochure for møblerne fremgik, at læderet var velegnet til de mest aktive børn og dyr og passede ind i de mest travle steder i huset. Nævnet fandt, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet. (1998-65/7-1090)

6.9.17. Mangler ved franske langborde

Forbrugerklagenævnet har i 1999 afgjort flere sager, hvor der er klaget over mangler ved de såkaldte »franske langborde«.Langbordenes bordplader består af langsgående planker med fyldninger imellem. I de indbragte sager var problemet, at der efter forholdsvis kort tids brug opstod revner og sprækker i fyldningerne. En enkelt sælger forsøgte at udbedre sprækkerne ved at komme voks i, hvilket dog ikke lykkedes.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige besigtigede bordene og konkluderede i alle sagerne, at revnerne skyldtes, at træet arbejdede og trak sig sammen, når det kom ind i en varm stue. Det var de sagkyndiges vurdering, at der var tale om produktionsfejl, fordi man ikke havde ladet træet tørre tilstrækkeligt, før bordpladerne blev lavet. En udbedring af problemet ville i langt de fleste tilfælde ikke kunne betale sig.

Nævnet gav derfor de pågældende forbrugere medhold i deres krav om ophævelse af købene, da langbordenes mangler var væsentlige, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. (1999-65/7-1188, -1229, -1296, -1330, -1342, -1349)

6.9.18. Køb af gulvtæppe. Lov om visse Forbrugeraftaler. Vilkår i købsaftale, der forringer købers retsstilling i forhold til loven, kendt ugyldigt

En forbruger købte et væg-til-væg tæppe til en pris af ca. 3.000 kr.

Kort efter levering opdagede forbrugeren, at det havde store skjolder, som lignede pletter, og reklamerede i den anledning til sælgeren. Sælgeren mente, at der ikke var tale om pletter, men at der var tale om skyggevirkning i garnerne, og afviste forbrugerens krav. Forbrugeren indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om ophævelse af handlen.

Forbrugerstyrelsen blev under sagens behandling opmærksom på, at salget var foregået ved, at forbrugeren rettede henvendelse til sælgeren i dennes forretning, hvor det blev aftalt, at sælgeren skulle komme dagen efter med tæppeprøver i forbrugerens hjem den 11. juni 1998. Ved denne lejlighed blev købsaftalen indgået, og klageren fik i denne forbindelse udleveret en købsaftale påtrykt vilkåret »fortrydelsesret i 0 dage«. Levering blev aftalt til den 16. juni 1998.

Forbrugerklagenævnet lagde i forbindelse med sin behandling af sagen til grund, at købet vedrørte et tæppe, der skulle tilpasses klagerens individuelle behov. I sin afgørelse bemærkede nævnet, at da købsaftalen blev indgået på klagerens bopæl, følger det herefter af § 5, stk. 4, jf. stk. 3, nr. 1, jf. stk. 1, i lov om visse forbrugeraftaler, at klageren kan træde tilbage fra aftalen i en uge fra aftalens indgåelse, jf. lovens § 6, stk. 1. Efter § 6, stk. 5, kan det dog skriftligt aftales, at fremstillingen eller tilpasningen af varen skal påbegyndes på et nærmere angivet tidspunkt inden ugedagen efter aftalens indgåelse, og at fortrydelsesretten i givet fald skal bruges, inden fremstillingen eller tilpasningen efter aftalen skal påbegyndes.

I den købsaftale, som blev indgået mellem klageren og indklagede, er anført »fortrydelsesret 0 dage«. Der blev imidlertid ved købsaftalens indgåelse intet aftalt om, at tilvirkningen skulle påbegyndes samme dag, som aftalen blev indgået. I købsaftalen er således vedrørende tæppets tilpasning alene aftalt, at tæppet skulle monteres fem dage efter aftaleindgåelsen Det fremgår samtidig af forbrugerens sagsfremstilling, at spørgsmålet om fortrydelsesret slet ikke var genstand for drøftelse mellem parterne. Nævnet lagde på denne baggrund til grund, at der ikke samtidig med købet blev indgået en aftale mellem forbrugeren og sælgeren i overensstemmelse med forbrugeraftalelovens § 6, stk. 5, om en forkortet fortrydelsesfrist af hensyn til sælgerens mulighed for at kunne gå hurtigt i gang med tæppets tilpasning til forbrugerens individuelle behov. Købsaftalens vilkår om »fortrydelsesret 0 dage« forringer derfor forbrugerens retsstilling i forhold til, hvad der følger af lovens regler, hvilket er i strid med lovens § 16, hvorefter loven ikke kan fraviges til skade for forbrugeren. Vilkåret om »fortrydelsesret 0 dage« var derfor ikke bindende for forbrugeren.

Uanset, at der på bagsiden af sælgerens faktura var optrykt den tekst vedrørende fortrydelsesret, som fremgår af bilag 2 til Justitsministeriets bekendtgørelse nr. 599 af 12. juli 1993 om oplysning om fortrydelsesret i henhold til lov om visse forbrugeraftaler, kunne det herefter ikke lægges til grund, at forbrugeren ved aftalens indgåelse var blevet gjort bekendt med sin fortrydelsesret efter loven. Dette indebar, at aftalen ikke var bindende for forbrugeren, jf. herved lovens § 7, stk. 2.

Da forbrugeren kort tid efter købsaftalen gjorde opmærksom på, at hun var utilfreds med det købte, og at hun ønskede købet ophævet, fandt nævnet ikke, at klageren ved passivitet eller på anden måde havde mistet sin adgang til at påberåbe sig aftalens ugyldighed. Klageren kunne derfor kræve købsprisen tilbagebetalt, mod at stille tæppet til disposition for indklagede. (1998-661/7-346)

6.9.19. Køb af gulvtæppe. Mangler. Tæppets kvalitet afveg væsentligt fra tæppeprøven

En forbruger købte et gulvtæppe (inkl. montering) for 5.800 kr. Inden bestillingen af tæppet fik forbrugeren af sælgeren forevist en tæppeprøve, som hverken viste knuder eller markante trådsamlinger. Da tæppet blev leveret til forbrugeren, klagede forbrugeren over, at tæppet havde mange store knuder og samlinger. Forbrugeren mente ikke, at tæppeprøven var repræsentativ for tæppets udseende og kvalitet. Sælgeren svarede, at forbrugerens krav var urimeligt, da tæppet var lavet af et naturmateriale. Sælgeren anførte, at det at se på en lille prøve ikke er det samme som at se det i en stor flade, hvor tæppet fremtræder anderledes. Sælgeren tilbød dog en dekort på 1.000 kr., hvilket forbrugeren afviste.Sagen blev forelagt for Forbrugerklagenævnet, som efter en sagkyndig erklæring lagde til grund, at tæppet havde en del knuder og markante trådsamlinger, samt at tæppet så anderledes ud end tæppeprøven, da prøven på 30 x 20 cm tilfældigvis ingen knuder eller

trådansamlinger havde. Nævnet fandt på denne baggrund, at tæppeprøven ikke var repræsentativ for det leverede tæppes udseende.

Da forbrugeren traf sin beslutning om køb af tæppet alene på baggrund af tæppeprøven, og da sælgeren ikke i forbindelse med salget oplyste, at der ved tæpper af denne type kan være knuder og trådsamlinger, mente nævnet ikke, at det var forventeligt for forbrugeren, at det leverede tæppe havde knuder og trådsamlinger.

På denne baggrund fandt nævnet, at det leverede tæppe var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Nævnet fandt, at manglen kunne betegnes som væsentlig, og at forbrugeren derfor var berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. Nævnet kunne ikke give klageren medhold i et krav om erstatning for eventuelle udgifter ved flytning af møbler ved pålægning af nyt tæppe. Nævnet bemærkede herved, at der påhviler forbrugeren en tabsbegrænsningspligt, og at eventuelle udgifter kun kan kræves erstattet, såfremt det godtgøres, at udgiften ikke har kunnet undgås og alene skyldes sælgerens ansvarspådragende forhold. (1999-661/7-405)

6.9.20. Loddent tæppe var mangelfuldt

En forbruger købte i slutningen af december 1996 et tæppe. Det viste sig imidlertid ganske hurtigt, at tæppet blev kartet op omkring forbrugerens spisebord og sofa. Dette kunne ikke pilles eller støvsuges af. Den erhvervsdrivende forsøgte afhjælpning ved ombytning til et andet tæppe, som forbrugeren betalte en merpris for, men de samme problemer som ved det tidligere tæppe opstod ret hurtigt igen. Den erhvervsdrivende afviste reklamationen med den begrundelse, at forbrugerens hjemmesko var årsagen til problemet. Nævnets sagkyndige udtalte, at det nye tæppe havde en tilbøjelighed til at blive loddent, når luven blev påvirket med ru og spidse genstande. Der findes ingen vedtagne krav for denne egenskab, men det var den sagkyndiges vurdering, at tæppets tendens til fiberudtræk og loddenhed syntes at være mere udtalt, end man almindeligvis forventer. Den sagkyndige fandt det mest sandsynligt, at denne tendens måtte tilskrives egenskaber ved tæppestoffet. Forbrugerklagenævnet udtalte på denne baggrund, at da den erhvervsdrivende havde accepteret forbrugerens reklamation over et tidligere tæppes tendens til fiberudtræk og loddenhed og som følge deraf havde udskiftet det til et andet og dyrere tæppe, og forbrugeren måtte betale en merpris på 1.392 kr., var denne berettiget til at forvente, at det nye og dyrere tæppe ikke havde samme skavank.

Da dette imidlertid ifølge den sagkyndiges udtalelse ikke havde været tilfældet, fandt nævnet, at tæppet var behæftet med en mangel. Nævnet fandt dog ikke, at denne mangel var så alvorlig, at den berettigede forbrugeren til at hæve købet og kræve sine penge tilbage. Forbrugeren fik herefter tilkendt et forholdsmæssigt afslag på 1.400 kr., svarende til merprisen på det nye tæppe. (1998-661/7-303)

6.9.21. Tæpper med uacceptabel nuanceforskel

En forbruger købte tre tæpper. To af tæpperne var fra en 400 cm bred rulle, og et af tæpperne var fra en 500 cm bred rulle. Forbrugeren blev ved købet informeret om, at der kunne være en eventuel nuanceforskel, men sælgeren sagde, at det dårligt ville kunne anes, da der skulle være dørtrin imellem tæpperne. Forbrugeren mente imidlertid, at tæpperne lignede to helt forskellige tæpper, da de blev lagt på.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige udtalte, at der var en tydelig forskel i miks og nuance mellem tæppet fra 500 cm rullen og tæpperne fra de to andre ruller. Forskellen var så stor, at den måtte betegnes som uacceptabel. Derudover udtalte den sagkyndige, at tæppebanerne stammede fra to forskellige produktioner, så disponeringen fra sælgers side var forkert, uanset om klageren var gjort opmærksom på, at der kunne forekomme nuanceforskelle.

På denne baggrund, og da det måtte have stået indklagede klart, at klageren tillagde det væsentlig betydning, at tæpperne ikke afveg væsentligt fra hinanden, fandt nævnet, at den af sælger leverede ydelse i relation til det samlede køb var mangelfuld. Da tæppet var mangelfuldt, og sælgeren havde afvist at afhjælpe manglen, fandt nævnet, at klageren var berettiget til at hæve det samlede køb af alle tre tæpper. (1998-661/7-352)

6.9.22. Køb af gardiner. Anset for en mangel, at sælger ikke havde oplyst om mulige nuanceforskelle i forhold til en stofprøve

En forbruger havde købt gardiner for 22.289 kr. Da gardinerne blev leveret, klagede forbrugeren over, at gardinerne fremstod mere gulorange i forhold til stofprøvens gyldenbrune karakter. Endvidere virkede gardinerne ternede i forhold til den stribede effekt i prøven på grund af forskelle i bundfarve og farvemætning i de lodrette streger.Forbrugerklagenævnet fandt på baggrund af en sagkyndig udtalelse og en besigtigelse, at der var en

mindre forskel i farvenuancen og blankheden mellem de leverede gardiner og stofprøven.

Mens disse forskelle ikke fremtrådte særligt iøjnefaldende ved en sammenligning alene mellem de syede gardiner og stofprøven, blev forskellene tydelige, når stofferne blev sammenlignet med pudebetrækket til forbrugerens sofa. Nævnet fandt ved denne sammenligning, at mens stofprøven passede i farvenuance til sofabetrækket, var dette ikke er tilfældet for så vidt angår de leverede gardiner.

Nævnet lagde vægt på, at der var tale om gardiner i en høj prisklasse, og at forbrugeren under processen med at vælge gardinerne - i butikken og ved sælgerens besøg i forbrugerens hjem - understregede vigtigheden af, at gardinerne matchede præcist til sofa og vægfarve. Under hensyn hertil samt til, at sælgeren efter det oplyste ikke havde vejledt forbrugeren om, at der kunne forekomme mindre farveforskelle i forhold til den stofprøve, som gardinerne blev valgt ud fra, fandt nævnet, at de leverede gardiner var af en anden beskaffenhed og brugbarhed for forbrugeren, end forbrugeren havde grund til at forvente, og at gardinerne derfor var mangelfulde, jf. herved købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Henset til prisen og den vægt, forbrugeren - kendeligt for sælgeren - lagde på, at gardinerne fik den helt rigtige farvenuance, fandt nævnet endvidere, at manglen måtte anses for væsentlig, således at forbrugeren var berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1. (1999-662/7-129)

6.9.23. Læderstue købt med 2 års garanti var dårligt indfarvet. Samme fejl efter 3½ år gav forbrugeren en økonomisk kompensation på 600 kr.

En forbruger købte i april 1992 en læderstue for 12.000 kr. på udsalg. Forretningen, der er medlem af Møbelhandlernes Centralforening, yder 2 års garanti på møblerne. Forbrugeren konstaterede i september/oktober 1993, at farven på sofaerne gik af ved almindelig aftørring. Sælgeren afhentede de to sofaer henholdsvis i december 1993 og i februar 1994. Sofaerne blev leveret tilbage i behandlet stand i april 1994. Forbrugeren konstaterede imidlertid i oktober 1997, at farven igen gik af sofaerne. Forretningen afviste reklamationen under henvisning til at garantiperioden er udløbet.

Forbrugerklagenævnet lagde på baggrund af en sagkyndigs vurdering til grund, at forretningens afhjælpning var mangelfuld, idet læderet var delvist genindfarvet uden den fornødne efterbehandling af overfladen. Nævnet fastslog på den baggrund, at forbrugerens reklamation vedrørte den samme mangel, som blev udbedret under garantien. Derfor kunne forbrugeren fortsat påberåbe sig sine beføjelser i henhold til garantien, selvom garantiperioden var udløbet. Nævnet fandt dog ikke, at forretningens tilsidesættelse af sine garantiforpligtelser kunne begrunde en ophævelse af købet, henset til at der på dette tidspunkt var gået 5 år siden jkøbet. Nævnet fastsatte skønsmæssigt en økonomisk kompensation på 6.000 kr., som ifølge Forbrugerstyrelsens sagkyndige ville kunne dække en genindfarvning af sofaerne. (1997-65/7-835)

6.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsinteresser

6.10.1 Cykel, der var indleveret til reparation, blev stjålet, da den stod aflåst uden for forretningen. Den erhvervsdrivende havde ikke herved udvist et ansvarspådragende adfærd og var derfor ikke erstatningsansvarlig

En forbruger indleverede sin cykel til garantireparation hos en cykelhandler. Det blev aftalt, at forbrugeren kunne afhente sin cykel samme eftermiddag, men grundet travlhed havde den erhvervsdrivende ikke haft tid til at reparere den. Da klageren den efterfølgende dag ville hente cyklen, var den blevet stjålet. Cyklen var placeret på gaden bag den erhvervsdrivendes forretning og aflåst med en wirelås, da den blev stjålet. Klageren havde ikke en forsikring, som dækkede tyveri af cyklen. Den erhvervsdrivende oplyste, at han ikke havde og ikke kunne tegne en forsikring, som dækkede tyveri af cykler. Da cyklen blev stjålet, var den aflåst med en 14 mm kabellås med en hængelås af hærdet stål i overensstemmelse med forsikringsselskabernes krav til godkendte låse. Der blev ikke stjålet andre cykler end forbrugerens. I de 20 år, den erhvervsdrivende har haft sin virksomhed, er der alene blevet stjålet 3 andre cykler, som var indleveret til reparation.

Et flertal af nævnet lagde til grund, at cyklen var forsvarligt aflåst, og at tyveriet var sket ved højlys dag. Flertallet fandt, at tyveri af cykler uden for forretningen gennem en lang årrække havde fundet sted i så få tilfælde, at den

erhvervsdrivende ikke havde haft anledning til at iværksætte særlige sikkerhedsforanstaltninger. Flertallet fandt derfor ikke, at den erhvervsdrivende havde handlet ansvarspådragende, og den erhvervsdrivende var derfor ikke forpligtet til at erstatte cyklen.

Et mindretal fandt, at da det er almindeligt kendt, at cykler, uanset de er aflåste, ofte bliver stjålet, havde den erhvervsdrivende handlet ansvarspådragende ved at placere cyklen på gaden uden opsyn.

6.11. Foto, ure, optik, smykker

6.11.1. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet 9 måneder efter, at den erhvervsdrivende havde opfordret ham til dette. Klageren havde ikke herved udvist en sådan passivitet, at hans krav var bortfaldet

En forbruger købte i marts 1997 et fotografiapparat til 4.000 kr. Der var 1 års garanti på fotografiapparatet. I maj 1997 ophørte kameraet med at fungere, og forbrugeren reklamerede til den erhvervsdrivende den 28. maj 1997.

Den erhvervsdrivende sendte kameraet til fabrikanten, da forbrugeren oplyste, at fejlen var opstået af sig selv, og at han havde behandlet kameraet korrekt.

Fabrikanten afviste, at skaden var omfattet af garantien, idet fejlen skyldtes brugspåvirkninger. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet i maj 1998.

Nævnet udtalte, at da den sagkyndige ikke kunne konstatere, at fejlen ved apparatet skyldtes forbrugerens uhensigtsmæssige brug, og da den erhvervsdrivende havde givet garanti, måtte det lægges til grund, at apparatet var behæftet med en mangel, og da manglen ikke var afhjulpet, kunne forbrugeren ophæve købet.

Nævnet fandt ikke, at klageren ved først at indsende klageformularen til Forbrugerstyrelsen 9 måneder efter, at den erhvervsdrivende havde opfordret ham til at gøre det, havde udvist en sådan passivitet, at dette medførte, at forbrugerens krav bortfaldt. Nævnet lagde vægt på, at forbrugeren havde reklameret til indklagede umiddelbart efter, at han havde opdaget, at kameraet ikke virkede. (1998-4021/7-57)

6.11.2. Køb af videokamera med prisgaranti. Prisgarantien gjaldt i forhold til varer, som var udbudt hos andre detailforhandlere. Forbrugerklagenævnet fandt, at »detailforhandlere« også omfattede en postordrevirksomhed, der udbød varer til forbrugere

En forbruger købte et videokamera i en forretning, der annoncerede med følgende prisgaranti: »Altid billigst. Det lover vi 125%. Hvis du inden 8 dage efter købet, mod forventning, skulle se samme vare skiltet eller annonceret til en lavere pris hos en anden detailforhandler, får du prisforskellen + 25% af prisforskellen tilbage....«.

Kort tid efter købet så forbrugeren samme vare annonceret til en pris, der var 659 kr. lavere. Da han henvendte sig i forretningen om prisgarantien, blev han imidlertid afvist med den begrundelse, at der var tale om et tilbud fra en postordrevirksomhed og ikke - som betinget i prisgarantien - en detailforretning.

Forbrugerklagenævnet fandt, at prisgarantien var formuleret som en tilsikring af, at den pågældende forretning altid var billigst. Garantien gav således forbrugerne den opfattelse, at det ikke ville være nødvendigt at undersøge markedet for billigere tilbud hos andre detailforhandlere. Da en postordrevirksomhed, som udbyder varer til forbrugere, efter nævnets opfattelse er en detailforhandler, fandt nævnet ikke, at forretningen havde været berettiget til at afvise forbrugerens garantikrav. Nævnet bemærkede i denne forbindelse, at forretningens forbehold, hvorefter prisgarantien kun gjaldt konkurrerende forretninger med almindeligt butikssalg, hverken fremgik af garantiens ordlyd eller forretningens øvrige markedsføringsmateriale. (1998-4012/7-522)

6.11.3. En fotograf kunne ikke holde portrætfotografier tilbage for at gennemtvinge et krav om betaling for nogle rammer, da der var

tale om særskilt indgåede købsaftaler

To forbrugere bestilte i 1998 en serie på 10 portrætfotografier af deres søn. Fotografierne blev taget med 1 måneds mellemrum. Der blev løbende betalt for fotografierne, som dog efter aftale blev opbevaret hos fotografen.

Efter den 9. fotosession så forbrugerne på rammer til fotografierne. Omkring den 10. fotosession blev forbrugerne og fotografen imidlertid uenige om, hvad der var aftalt om rammerne. Fotografen mente, at der var blevet bestilt 4 specialfremstillede rammer, mens forbrugerne var af den opfattelse, at rammerne alene var blevet taget hjem, for at de kunne se dem med henblik på et eventuelt køb. Forbrugerne ønskede ikke at aftage rammerne. Fotografen nægtede herefter at udlevere portrætfotografierne og fremsendte samtidig en check til forbrugerne svarende til det beløb, som de havde betalt for portrætfotografierne.

Nævnet bemærkede, at der ved bestilling af portrætfotografierne ikke samtidig var blevet bestilt rammer. Rammerne var således blevet bestilt ved en særskilt indgået aftale, og det var i forhold til denne aftale tilfældigt, at fotografen fortsat var i besiddelse af portrætfotografierne. Nævnet fandt herefter, at der ikke var en sådan sammenhæng mellem besiddelsen af fotografierne og købet af rammerne, at fotografen kunne gennemtvinge et krav i anledning af rammekøbet ved at tilbageholde fotografierne. Nævnet gav således forbrugerne medhold i, at fotografens tilbageholdelse af portrætfotografierne var uberettiget.

Idet parterne havde afgivet modstridende oplysninger om, hvad der var aftalt vedrørende betingelser for køb af rammer, fandt nævnet denne del af sagen for uegnet til nævnsbehandling, og afviste den i henhold til forbrugerklagenævnslovens § 7, stk. 1. (1999-4025/7-28)

6.12. Motorkøretøjer

6.12.1. Et vilkår i en standardkontrakt, hvorefter en forbruger ved misligholdelse skulle betale 10% af købesummen til sælgeren, var i strid med aftalelovens § 38 c, jf. § 36

En 18-årig forbruger købte i 1997 en bil til en pris af 72.750 kr. Det fremgik af slutsedlen, at 15.000 kr. skulle erlægges ved indbytning af forbrugerens bil i nysynet stand. Forbrugeren betingede handlen af, at købet kunne finansieres med månedlige ydelser på ikke over 1.000 kr., idet han i modsat fald ikke havde råd til at købe bilen. Denne betingelse fremgik ikke af slutsedlen. Den erhvervsdrivende skulle finansiere bilen gennem sit eget finansieringsselskab. Kort tid efter meddelte den erhvervsdrivende, at finansieringsselskabet ikke kunne finansiere bilen for under 1.000 kr. om måneden, og forbrugeren hævede herefter handlen. Den erhvervsdrivende krævede herefter erstatning på 10% af købesummen med henvisning til punkt 11 i salgsslutsedlens standardvilkår, der har følgende ordlyd:

> »11. Ophævelse: Såfremt køber uberettiget annullerer aftalen, er sælger berettiget til at forlange erstatning herfor. Erstatningen udgør 10% af købesummen (incl. moms, reg. afgift og leveringsomkostninger)«.

Forbrugeren afviste at betale det krævede, idet han ikke var blevet gjort opmærksom på bestemmelsen ved aftalens indgåelse, ligesom han ikke mente, at der var indgået en endelig købsaftale, da betingelsen om finansiering ikke var opfyldt. Han fandt endvidere, at vilkåret var urimeligt, når den erhvervsdrivende ikke havde dokumenteret at have lidt et tab. Endelig oplyste forbrugeren, at han havde undersøgt, hvad det ville koste at få indbytningsbilen synet. Det viste sig, at udgifterne hertil ville udgøre langt over de 15.000 kr., som den erhvervsdrivende skulle give for bilen. Dette burde den erhvervsdrivende som fagmand have været klar over.

Den erhvervsdrivende oplyste, at det var korrekt, at han skulle undersøge, om bilen kunne finansieres, men at handlen ikke var betinget af en sådan finansiering. Slutsedlen blev gennemgået mellem parterne, ligesom vilkåret er klart og forståeligt og i øvrigt udtryk for kutyme inden for branchen.

Forbrugerstyrelsen opfordrede flere gange den erhvervsdrivende til at dokumentere sit tab, men den erhvervsdrivende fremlagde ikke en sådan dokumentation.

Forbrugerklagenævnet udtalte indledningsvis, at spørgsmålet om, hvorvidt aftalen var betinget af en tilfredsstillende finansiering, måtte afvises som uegnet til nævnsbehandling, jf. herved forbrugerklagenævnslovens § 7, stk. 1.

3 nævnsmedlemmer udtalte, at der i den konkrete sag var en række momenter, som talte for, at det måtte anses for urimeligt og stridende mod redelig handlemåde at fastholde aftalen over for forbrugeren, og som derfor talte for helt at tilsidesætte aftalen i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36. Dette skyldtes, at den erhvervsdrivende, som var bekendt med, at forbrugeren kun var 18 år, ikke havde interesseret sig for forbrugerens muligheder for at få købet finansieret, ligesom den erhvervsdrivende syntes at have udnyttet sin professionelle stilling ved at betinge sig, at indbytningsbilen blev leveret nysynet, et vilkår, som efter omstændighederne vil kunne være særdeles byrdefuldt.

De 3 nævnsmedlemmer bemærkede herefter, at forbrugeren i hvert tilfælde ikke var bundet af slutsedlens punkt 11 om ophævelse. Nævnsmedlemmerne lagde i den forbindelse vægt på, at det i dansk ret er almindeligt antaget, at en part ikke er bundet ved en bestemmelse, som er usædvanlig, og som stiller ham væsentligt ugunstigere, end han er stillet efter lovgivningens almindelige regler, medmindre han har kendt bestemmelsen, eller den, før aftalens indgåelse, var fremhævet således for ham, at han ikke kunne undgå at lægge mærke til den, jf. herved H. Ussing, aftaler, 3. udgave, side 185.

Dertil kom, at vilkåret i slutsedlens punkt 11 efter nævnsmedlemmernes opfattelse ikke var forventeligt, ligesom det stillede forbrugeren væsentligt ringere, end han var stillet efter købelovens regler. Vilkåret var samtidig ikke særligt fremhævet, idet det stod blandt 10 andre vilkår på bagsiden af slutsedlen, hvortil der var henvist med mindre skrift fra salgsslutsedlens forside, der indeholdt mange forskellige oplysninger. Det forhold, at forbrugeren havde underskrevet slutsedlen, var derfor ikke i sig selv et tilstrækkeligt bevis for, at forbrugeren havde accepteret vilkåret. Da forbrugeren havde bestridt at være blevet gjort bekendt med vilkåret ved aftalens indgåelse, fandt disse nævnsmedlemmer i det hele ikke, at det var godtgjort, at forbrugeren havde accepteret vilkåret ved aftalens indgåelse. Allerede af denne grund var han ikke bundet heraf.

Nævnsmedlemmerne fandt samtidig anledning til at henlede opmærksomheden på Rådets direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler og den til direktivet knyttede vejledende liste over aftalevilkår, der kan betegnes som urimelige. Nævnsmedlemmerne pegede i den forbindelse på listens punkt 1, litra e, der nævner *vilkår, hvis formål eller virkning det er at pålægge en forbruger, som ikke opfylder sine forpligtelser, en uforholdsmæssig stor godtgørelse*. Nævnsmedlemmerne udtalte, at der på den baggrund i almindelighed var anledning til at tilsidesætte et vilkår som slutsedlens punkt 11 i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

De 3 nævnsmedlemmer fandt derfor, at der under alle omstændigheder måtte ses bort fra slutsedlens punkt 11, da den erhvervsdrivende ikke kunne støtte et erstatningskrav på denne bestemmelse, og da han heller ikke havde godtgjort at have lidt noget tab. Forbrugeren blev derfor fritaget for den erhvervsdrivendes krav. 1 nævnsmedlem (der havde 2 stemmer) fandt, at slutsedlens punkt 11 måtte anses for vedtaget i og med, at forbrugeren havde underskrevet slutsedlen. Dette medlem fandt endvidere ikke, at der er grundlag for at tilsidesætte aftalen helt eller delvist i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36, hvorfor dette medlem fandt, at klageren var forpligtet til at erstatte indklagede et beløb på 7.275 kr. svarende til 10% af købesummen. (1998-521/7-642) Sagen blev herefter af den erhvervsdrivende indbragt for byretten. Dansk Automobilforhandler Forening er indtrådt som biintervenient til støtte for den erhvervsdrivende, mens Forbrugerombudsmanden, som har ført forhandlinger med DAF om vilkåret, er indtrådt til støtte for forbrugeren.

6.12.2. En forbruger var ikke bundet af aftalen, da det viste sig, at handlen ikke kunne finansieres på normale vilkår. Betingelsen for handlens gennemførelse var derfor ikke opfyldt

En forbruger indgik i september 1998 aftale om køb af en bil til 42.000 kr. Bilen skulle finansieres gennem et finansieringsselskab, idet der i slutseddelen var anført »rest 32.000 kr. gennem X Finans«.Kort tid efter oplyste den erhvervsdrivende, at finansieringsselskabet ikke ville finansiere købet. Den erhvervsdrivende fremsendte herefter en låneansøgning til et andet finansieringsselskab.

Forbrugeren bad telefonisk den erhvervsdrivende om at oplyse, hvordan samt til hvilken rente bilen skulle finansieres. Den erhvervsdrivende oplyste, at dette kunne være ligegyldigt, når blot bilen blev finansieret. Forbrugeren kontaktede herefter det andet finansieringsselskab, som ikke kendte noget til sagen. Herefter meddelte forbrugeren den erhvervsdrivende, at hun ikke anså sig for bundet af aftalen.

Den erhvervsdrivende fastholdt, at handlen kunne finansieres, og kort tid efter modtog forbrugeren en inkassoskrivelse fra den erhvervsdrivendes advokat, hvoraf det fremgik, at den erhvervsdrivende krævede 4.200 kr. i annulleringsgebyr, jf. slutsedlens standardvilkår, hvoraf det fremgik, at »annullerer køber handlen, skal køber betale 10% af købesummen (min. 3.000 kr.)«.

Den erhvervsdrivende oplyste, at købekontrakten var borttransporteret til det andet finansieringsselskab.

Forbrugerstyrelsen kontaktede det andet finansieringsselskab, som oplyste, at det havde meddelt afslag på låneansøgning, idet forbrugeren ikke havde de økonomiske forhold, som skulle til for at opnå et billån i selskabet.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at det klart fremgik af sagen, at forbrugeren ikke havde råd til at købe bilen kontant. Da det endvidere fremgik af slutsedlen, at restkøbesummen skulle finansieres gennem et finansieringsselskab, fandt nævnet, at aftalen måtte forstås således, at den var betinget af, at der kunne skaffes en tilfredsstillende finansiering.

Da det havde vist sig, at handlen ikke kunne finansieres på normale vilkår - og da betingelsen for handlens gennemførelse derfor ikke var opfyldt - fandt nævnet ikke, at forbrugeren var bundet af aftalen. Forbrugeren blev derfor fritaget for at betale erstatning til den erhvervsdrivende. (1998-521/7-782)

6.12.3. Indbytningsbil kørt flere kilometer, end det der fremgik af salgsslutsedlen. Forbrugeren ikke forpligtet til at betale erstatning ved ophævelse

Forbrugeren købte en brugt bil hos en erhvervsdrivende til 85.650 kr. I handlen indgik forbrugerens bil med en indbytningspris på 49.000 kr. Den resterende købesum skulle finansieres af en bank. Forbrugeren blev ved købet spurgt, hvor mange kilometer motoren havde kørt, og forbrugeren oplyste, at motoren havde kørt ca. 75.000 km. Af salgsslutsedlen fremgår det, at indbytningsbilen har kørt ca. 73.000 km. Bilens motor var blevet skiftet, og motoren havde kørt færre kilometer end kilometertælleren viste.Efter købet kontaktede den erhvervsdrivende forbrugeren, idet indbytningsbilens km-tæller stod på 139.000 kr. Den erhvervsdrivende krævede derfor yderligere 12.000 kr. fra forbrugeren. Da forbrugeren ikke havde pengene, blev parterne enige om, at købet skulle gå tilbage. Forbrugeren kontaktede banken, som skulle have finansieret købet, og banken meddelte, at da de ikke havde iværksat belåningen, skulle forbrugeren ikke betale omkostninger til dem.

Den erhvervsdrivende krævede 3.000 kr. af forbrugeren, idet han havde mistet sin provision til banken. Den erhvervsdrivende fandt dette beløb rimeligt, henset til, at han efter DAF´s almindelige betingelser kunne kræve erstatning på 10% af købesummen, når forbrugeren uberettiget annullerede handlen. Nævnets sagkyndige udtalte, at handelsværdien for indbytningsbilen var ca. 10.000 kr. lavere, såfremt bilen ved købet havde kørt ca. 130.000 km. i stedet for 73.000 km.

Nævnet udtalte, at det måtte lægges til grund, at parterne havde aftalt, at købet skulle gå tilbage, efter at den erhvervsdrivende havde opdaget, at indbytningsbilens kilometertæller stod på 139.000 km og ikke 73.000 km. Nævnet fandt derfor ikke, at der forelå en endelig handel mellem parterne, og den erhvervsdrivende kunne derfor ikke kræve sin tabte fortjeneste helt eller delvist erstattet af forbrugeren.

Uanset om man betragtede handlen som bindende, men hævet af den erhvervsdrivende som følge af forbrugerens misligholdelse, fandt nævnet ikke, at den erhvervsdrivende var berettiget til at kræve sin tabte fortjeneste eller dele heraf erstattet af forbrugeren, idet den erhvervsdrivende ikke havde godtgjort, at forbrugeren havde handlet ansvarspådragende. Nævnet lagde herved vægt på forbrugerens oplysning om, at den erhvervsdrivende alene havde spurgt, hvor mange kilometer motoren havde kørt, samt at bilens kilometertal fremgik af kilometertælleren, der let kunne være kontrolleret af den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende var derfor ikke berettiget til at kræve erstatning. (1998-521/7-679)

6.12.4. Rettighederne ifølge en garanti kan overdrages, men erhververen vinder ikke bedre ret end overdrageren

En forbruger købte den 14. juni 1999 en bil af en privatperson. Denne person havde 2 måneder tidligere købt bilen af en erhvervsdrivende for 25.500 kr. Det fremgik af den slutseddel, der blev udarbejdet i den forbindelse, at den erhvervsdrivende ydede »3 måneder 50% - 33% - 25% på motor og gearkasse«.Forbrugeren fik, da han købte bilen, at vide, at den person, der oprindeligt købte bilen, allerede 14 dage efter købet havde reklameret til den erhvervsdrivende, idet gearkassen var defekt. Det blev også oplyst, at den erhvervsdrivende og den oprindelige køber ikke kunne blive enige om reparationen.

Da den ydede garanti endnu ikke var udløbet, reklamerede forbrugeren den 10. juli 1999 til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende afviste imidlertid forbrugerens krav om afhjælpning.

Den erhvervsdrivende oplyste, at de 3 måneders 50% - 33% - 25 % ikke var en garanti, men derimod en reklamationsret. Gearkassen var i orden, da bilen blev leveret til den oprindelige køber, men den var gået i stykker som følge af misbrug. Den erhvervsdrivende havde imidlertid tilbudt at afhjælpe fejlen mod betaling af

50% af reparationsomkostningerne. De oprindelige købere meddelte herefter den erhvervsdrivende, at bilen alligevel ikke skulle laves, fordi den var blevet videresolgt.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugerens krav, idet forbrugeren ved købet vidste, at gearkassen var defekt, ligesom forbrugeren burde have kontaktet den erhvervsdrivende inden købet for at undersøge, hvorledes det forholdt sig med reparationen.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at det følger af købelovens § 83, at køberen i forbrugerkøb altid har 1 års reklamationsret. Denne bestemmelse kan i forbrugerkøb ikke fraviges til skade for køberen, jf. herved købelovens § 1, stk. 2. Hvis tilsagnet om delvis godtgørelse af omkostninger ved reparation af fejl ved motor og gearkasse skulle forstås som en reklamationsret, ville dette være uden selvstændigt indhold, idet det måtte tilsidesættes som værende i strid med købelovens regler. Nævnet fandt derfor, at tilsagnet måtte fortolkes som en garanti.

Nævnet udtalte endvidere, at en garanti efter omstændighederne vil kunne påberåbes af en senere erhverver af varen. I den konkrete sag havde den oprindelige køber inden for garantiperioden reklameret over fejl ved gearkassen, og den erhvervsdrivende havde tilbudt at reparere i henhold til den ydede garanti. Nævnet fandt, at dette krav om reparation i henhold til garantien i princippet kunne overdrages til en senere erhverver af bilen.

Nævnet lagde imidlertid til grund, at den oprindelige køber ikke havde fulgt den erhvervsdrivendes tilsagn om at ville foretage reparation mod betaling af 50% af vederlaget op, ligesom den oprindelige køber havde meddelt den erhvervsdrivende, at garantikravet blev opgivet, idet bilen var videresolgt. Under disse omstændigheder fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at den oprindelige køber på tidspunktet for overdragelse af bilen til forbrugeren havde haft et krav mod den erhvervsdrivende, som forbrugeren kunne indtræde i. Hertil kom, at forbrugeren i forbindelse med købet fik oplyst, at der ikke var fuld enighed mellem den erhvervsdrivende og den oprindelige køber om den erhvervsdrivendes garantiforpligtelser, hvilket burde have tilskyndet forbrugeren til at få spørgsmålet afklaret inden købet. På den baggrund fik forbrugeren ikke medhold i det fremsatte krav. (1999-521/7-939)

6.12.5. Køb af brugt bil - Mangler - Spørgsmål om rettidig afhjælpning - Erstatning for udgifter til FDM-rapport

En forbruger købte den 15. januar 1999 en brugt Ford Escort for 59.900 kr. ekskl. leveringsomkostninger. Leveringen skete den 21. januar, og den 4. februar lod forbrugeren bilen undersøge hos FDM, hvor man fandt fejl ved bl.a. bremserne. Sælgeren afviste den 5. februar 1999 forbrugerens reklamation, og den 22. februar 1999 indgav forbrugeren klage til Forbrugerklagenævnet, idet han oplyste om sælgerens afvisning af reklamationen.Forbrugerstyrelsen fremsendte klagen til sælgeren den 2. marts 1999, men sælgeren besvarede ikke henvendelsen. Han blev herefter ved brev af 13. april 1999 rykket for svar.

Den 8. april 1999 lod forbrugeren bremserne reparere andetsteds, idet han fandt denne reparation nødvendig. Reparationen kostede godt 4.000 kr.

Sælgeren oplyste herefter ved brev af 20. april 1999 til Forbrugerstyrelsen, at han den 15. april 1999 havde indgået aftale med klageren om udbedring af de 0-mærkede fejl i FDM-rapporten. Samtidig oplyste han, at han allerede flere gange tidligere havde tilbudt klageren at udbedre samtlige 0-mærkede fejl på sit eget værksted. Han afviste derfor klagerens krav om dækning af udgifterne til bremsereparationen.

Forbrugerklagenævnet fandt det på baggrund af indklagedes sene reaktion på henvendelserne fra Forbrugerstyrelsen ikke godtgjort, at indklagede havde fremsat tilbud om at opfylde sin afhjælpningspligt, forinden klageren den 8. april 1999 lod bremserne reparere. Da det efter oplysninger fra nævnets sagkyndige måtte lægges til grund, at bremsereparationen havde været nødvendig af hensyn til færdselssikkerheden, havde klageren været berettiget til den 8. april at lade bremserne reparere for indklagedes regning, jf. købelovens § 78, stk. 3. Klageren kunne derfor kræve reparationsregningen godtgjort af indklagede.

Forbrugeren havde endvidere krævet, at sælgeren godtgjorde ham udgifterne til to eftersyn hos FDM foretaget henholdsvis den 4. februar og den 5. maj 1999. Det første eftersyn blev foretaget, uden at forbrugeren forinden havde rettet henvendelse til sælgeren og påberåbt sig mangler ved bilen. Som følge heraf kunne klageren ikke få omkostningerne til denne undersøgelse godtgjort af sælgeren.

Den anden undersøgelse havde forbrugeren ladet udføre, efter at sælgeren som aftalt havde haft bilen inde til afhjælpning af de resterende 0-mærkede fejl. Det havde ved denne efterkontrol vist sig, at en enkelt af fejlene ikke var blevet rettet, og der måtte foretages fornyet afhjælpning. Under disse omstændigheder fandt nævnet, at indklagede burde refundere klageren udgifterne på 468 kr. til denne sidste test. (1999-521/7-847)

6.12.6. Køb af brugt bil. Da sælger havde forsømt at give forbrugeren oplysning om en mangel, som han kendte eller burde kende, var han erstatningsansvarlig for de tab, forbrugeren havde lidt som følge af manglerne

En forbruger købte en 14 år gammel bil til 32.000 kr. 4 måneder efter købet fandt forbrugeren ud af, at bilen skulle synes. Bilen blev ikke godkendt ved syn, idet der blev konstateret fejl, og forbrugeren klagede herover til forhandleren. Da forhandleren efter flere påkrav ikke havde tilbudt gratis afhjælpning af fejlene, fik forbrugeren bilen transporteret til en mekaniker i Jylland, med henblik på at få gjort bilen klar til syn. Bilen gik ikke igennem 1. syn. Da bilen blev fremstillet til 2. syn, blev det konstateret, at stelnummeret ikke var originalt, og at det ville kræve en genihugningsattest for, at bilen kunne passere syn. Bilen gik derfor ikke igennem 2. syn. Forhandleren tilbød at skaffe attesten, men forlangte, at forbrugeren leverede bilen hos ham. Dette afviste forbrugeren. Da yderligere reparationer var påkrævede, hævede forbrugeren købet og lod derefter bilen opbevare hos et opbevaringsfirma.Forbrugerklagenævnet konstaterede, at bilen på leveringstidspunktet havde haft forskellige fejl af sikkerhedsmæssig karakter, samt at stelnummeret var uoriginalt. Nævnets sagkyndige havde endvidere vurderet, at bilen havde kørt 100.000 km mere end angivet ved salget. På den baggrund lagde nævnet til grund, at bilen var mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 1 og 4, og da flere af manglerne var væsentlige, kunne forbrugeren hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1.

Nævnets branchesagkyndige medlemmer var enige om, at en professionel bilsælger altid bør kontrollere bilens stelnummer. Nævnet fandt derfor, at forhandleren havde forsømt at give klageren oplysning om en mangel, som han kendte eller burde kende, og forhandleren var derfor erstatningsansvarlig over for forbrugeren for de tab, som denne havde lidt som følge af manglerne ved bilen, jf. købelovens § 80, stk. 1, nr. 3. Forbrugeren kunne således få erstattet sine udgifter til klargøring til syn samt for opbevaring af bilen. Da bilen ikke havde kunnet anvendes som følge af manglerne, fik forbrugeren erstatning for dele af afholdte udgifter til forsikringspræmie, idet forbrugeren ikke havde haft nytte heraf. Forbrugeren fik ikke erstattet det fulde beløb, idet hun ikke havde overholdt sin tabsbegrænsningspligt ved at opsige forsikringen straks efter ophævelsen af købet.

Forbrugeren kunne derimod ikke få erstatning for udgifter i forbindelse med almindelig service, idet dette var kommet forbrugeren til gode i forbindelse med hendes brug af bilen. Det blev heller ikke fundet godtgjort, at det havde været nødvendigt at lade bilen transportere til Jylland med henblik på klargøring til syn, og forbrugeren måtte derfor selv afholde udgifterne i forbindelse hermed.

Nævnet fandt endelig, at det påhvilede forhandleren selv at afholde udgiften ved at afhente bilen i Jylland, idet forbrugeren ikke forinden transporten havde vidst, at bilen var behæftet med hævebegrundende mangler. Forbrugeren kunne derfor hæve købet ved at lade bilen stille til forhandlerens disposition på det sted, hvor den befandt sig på ophævelsestidspunktet. (1999-521/7-823)

6.12.7. En bil var annonceret til salg som nysynet. Bilen var synet 9 måneder før købet. Væsentlig mangel

En forbruger købte i februar 1998 en bil til 22.900 kr. Forbrugeren havde set bilen annonceret til salg i en avis. Det fremgik af annoncen, at bilen var nysynet. Ved modtagelse af registreringsattesten noget tid efter købet opdagede forbrugeren, at bilen sidst var synet i juni 1997.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at bilen ikke kunne anses for nysynet ved købets indgåelse ultimo februar 1998. Sælgeren havde således i annoncen givet en urigtig oplysning af betydning for forbrugerens bedømmelse af den solgte bil. Oplysningen var ikke blevet rettet senest ved købets indgåelse, jf. købelovens § 76, stk. 2. Det fulgte herefter af købelovens § 76, stk. 1 nr. 2, sammenholdt med stk. 2, at bilen var behæftet med en mangel. Da denne mangel samtidig efter nævnets vurdering måtte anses for væsentlig, kunne forbrugeren herefter hæve købet i medfør af købelovens § 76, stk. 1. (1998-521/7-649)

6.12.8. Køb af brugt bil. Sælgers afvisning af at foretage afhjælpning med den begrundelse, at køberen ikke havde betalt den fulde købesum. Oprindeligt trepartsforhold

En forbruger købte i september 1997 en brugt Citroën for 52.750 kr. inkl. leveringsomkostninger. Købet blev delvist finansieret gennem et lån på 50.000 kr. fra et finansieringsfirma. Restbeløbet på 2.750 kr. skulle efter køberens oplysninger »udestå indtil videre«, mens det efter sælgerens opfattelse skulle have været betalt kontant

ved leveringen, hvilket dog ikke skete, idet køberen havde glemt at medbringe penge/Dankort, hvorfor det aftaltes, at beløbet skulle betales én af de nærmeste dage.

Umiddelbart efter leveringen reklamerede forbrugeren over diverse fejl og mangler, herunder støj fra udstødningen og ujævn motorgang. Bilen blev taget ind på sælgerens værksted, og visse af fejlene blev udbedret. Motoren havde dog stadig en urolig gang, og der var mislyde fra udstødningen.

Ca. 2½ måned efter leveringen fremsendte sælgeren en opgørelse over sit udestående på den kontante del af købesummen, 2.750 kr. Forbrugeren meddelte, at da fejlene ved udstødningen og motorgangen ikke var blevet afhjulpet, ville beløbet først blive betalt, når en tilfredsstillende afhjælpning var foretaget. Som svar herpå modtog forbrugeren en inkassoskrivelse.

Forbrugeren fandt det herefter nødvendigt at lade udstødningen udskifte på andet værksted for 3.940 kr. Endvidere lod han bilen gennemgå en undersøgelse hos FDM. Rapporten herfra bekræftede nogle af forbrugerens reklamationer og tilføjede nye punkter, eksempelvis næsten gennemtærede benzinrør og nedslidte bremser.

Forbrugeren indrømmede sælgeren endnu en mulighed for at fremsætte tilbud om vederlagsfri reparation af bremser mv. Når denne reparation var foretaget, ville resten af købesummen blive betalt. Hvis sælgeren ikke tilbød at udføre reparationen, ville forbrugeren se sig nødsaget til at lade et andet værksted foretage reparation af bremsesystemet. Da forbrugeren ikke modtog nogen reaktion fra sælgeren, lod han bremserne reparere og betalte 3.495 kr. herfor.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet fastholdt sælgeren, at det var aftalt, at restkøbesummen på 2.750 kr. skulle betales kontant ved leveringen. Ved forbrugerens reklamation havde man derfor meddelt ham, at afhjælpningen måtte stilles i bero, indtil restkøbesummen var betalt.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede ved en undersøgelse af det udskiftede udstødningssystem og bremseskiver og -klodser, at bremserne ved leveringen måtte have været i en sådan stand, at de ikke burde have været godkendt ved syn hos Statens Bilinspektion. Endvidere udtalte den sagkyndige, at udstødningen antagelig ikke havde været defekt på leveringstidspunktet, men at der var opstået brud på den som følge af dårlig motorgang.

Også finansieringsselskabet fik sagen forelagt, men besvarede ikke Forbrugerstyrelsens henvendelser.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at eftersom forbrugeren i den første tid efter leveringen havde reklameret over støj fra udstødningen og over ujævn motorgang fandtes det ubetænkeligt at lægge til grund, at det brud på udstødningsrøret, som den sagkyndige havde konstateret ved sin undersøgelse, var forårsaget af fejl ved motoren, som sælgeren ikke havde afhjulpet, skønt der var givet ham lejlighed dertil. Nævnet lagde efter den sagkyndiges oplysninger, sammenholdt med FDM-rapporten, endvidere til grund, at bilens bremser på leveringstidspunktet ikke havde været i sikkerhedsmæssig tilfredsstillende stand.

Bilen havde derfor ved leveringen været i ringere stand, end forbrugeren var berettiget til at forvente, og han havde derfor kunnet gøre mangelsbeføjelser gældende mod sælgeren, jf. købelovens § 78, stk. 1, jf. § 76, stk. 1, nr. 4.

Efter at have foretaget to afhjælpningsforsøg havde sælgeren afvist yderligere afhjælpning, medmindre den del af købesummen, som forbrugeren havde fået henstand med, blev betalt.

Forbrugeren havde imidlertid i medfør af købelovens § 78, stk. 2, været berettiget til at holde købesummen tilbage, indtil hans krav om afhjælpning var opfyldt. Idet det tilbageholdte beløb ikke åbenbart oversteg, hvad det ville koste at udbedre manglerne, havde sælgeren derfor ikke med rette kunnet stille det som en betingelse for at ville foretage afhjælpning, at restkøbesummen blev betalt.

Forbrugeren var som følge af det anførte berettiget til at få et forholdsmæssigt afslag i købesummen. Afslaget fastsattes skønsmæssigt til 5.000 kr., idet der blev taget hensyn til, at forbrugeren havde kørt 5.000 km i bilen, før han reklamerede over bremserne. Ved beløbets fastsættelse var der tillige taget hensyn til, at forbrugeren havde krav på en forholdsmæssig reduktion af kreditomkostningerne. Købesummen for bilen skulle ifølge aftalen delvist dækkes ved optagelse af lån hos finansieringsselskabet. Forbrugeren havde herom oplyst, at han havde fået ideen til at optage lånet hos det pågældende selskab derved, at sælgeren havde henvist til selskabet og havde udleveret både en brochure vedrørende lånevilkårene og en låneansøgning. Det var endvidere sælgeren, der havde formidlet kontakten til finansieringsselskabet, som havde afregnet lånebeløbet direkte til sælgeren. Under disse omstændigheder fandt nævnet, at der var tale om et kreditkøb omfattet af § 5, nr. 2, i lov om kreditaftaler. Ifølge denne lovs § 33, stk. 1, kunne forbrugeren derfor gøre de samme indsigelser gældende over for finansieringsselskabet som over for sælgeren. Hvis sælgeren derfor ikke efterlevede nævnets afgørelse inden for den fastsatte frist, kunne forbrugeren afkorte det nævnte beløb i de sidste afdrag, han ifølge låneaftalen skulle betale til finansieringsselskabet. (1998-521/7-565)

6.12.9. Salg med ejendomsforbehold. Oprindeligt treparts forhold. Forbrugeren kunne ikke ophæve handlen, da finansieren under sagens behandling i Forbrugerklagenævnet havde taget bilen tilbage gennem fogedretten. Købelovens § 57 og § 58. Forholdsmæssigt afslag

En forbruger købte i maj 1998 en bil til en pris af 77.000 kr. Ifølge kontrakten var det et kreditkøb med ejendomsforbehold. Forbrugeren betalte 21.000 kr. til den erhvervsdrivende, hvorefter han skulle betale månedlige ydelser på 1.911 kr. til finansieren. Forbrugeren oplyste, at finansieringsaftalen kom i stand på den erhvervsdrivendes foranledning, idet det var ham, der fik idéen til at optage lånet hos finansieren, han sørgede for det praktiske i forbindelse med låneoptagelsen, ligesom lånet blev udbetalt direkte fra finansieren til den erhvervsdrivende.Ifølge slutsedlen ydede den erhvervsdrivende en garanti: 3 måneder 50% rabat, hvis der skulle vise sig mangler eller fejl på motor, gearkasse og bagtøj.

5 dage efter leveringen reklamerede forbrugeren over fejl ved bilen. Den erhvervsdrivende fik bilen indleveret til afhjælpning. Fejlen var ikke afhjulpet, ligesom der blev konstateret flere fejl, og forbrugeren reklamerede mange gange. Den 1. oktober 1998 gav Forbrugeren skriftligt påkrav om afhjælpning. Den erhvervsdrivende afviste skriftligt forbrugerens krav under henvisning til, at garantiperioden formelt var udløbet. Den erhvervsdrivende tilbød dog kulancemæssigt at reparere mod, at forbrugeren betalte 50 % af reparationsomkostningerne. Den 19. oktober 1998 blev der på FDM's testcenter gennemført en brugtbiltest. Testen blev straks efter sendt til den erhvervsdrivende, og FDM fremsatte på forbrugerens vegne på ny påkrav om afhjælpning. Brugtbiltesten blev endvidere fremsendt til finansieren med oplysning om, at forbrugeren ville holde afdragene tilbage, indtil manglerne var blevet afhjulpet.

Den erhvervsdrivende meddelte herefter FDM, at han ville afhjælpe fejlene vederlagsfrit, såfremt forbrugeren kunne bevise, hvilke fejl der havde været til stede på leveringstidspunktet.

Forbrugeren indbragte den 16. november 1998 en klage til Forbrugerklagenævnet. Den erhvervsdrivende gjorde i den forbindelse gældende, at han 3 gange forgæves havde tilbudt at afhjælpe manglerne.

Ved skrivelse af 11. februar 1999 meddelte finansierens advokat, at det skyldige beløb trods påkrav endnu ikke var betalt, hvorfor finansieren opsagde kontrakten som misligholdt. Restgælden blev opgjort til 58.839,65 kr. inkl. inkassoomkostninger. Da forbrugeren fortsat ikke betalte, begærede finansieren bilen taget tilbage gennem fogedretten.

Bilen blev besigtiget den 29. marts 1999 af Forbrugerklagenævnets sagkyndige. Den sagkyndige konstaterede ved besigtigelsen en del af de påberåbte fejl, og udtalte at det var hans opfattelse, at de havde været til stede på leveringstidspunktet.

Forbrugeren samt Forbrugerstyrelsen anmodede i den forbindelse fogedretten om at udsætte sagens behandling og afvente Forbrugerklagenævnets afgørelse.

Den 6. april 1999 erklærede fogedretten finansieren for indsat i besiddelse af bilen. Indsættelsen skete til fuld og endelig afgørelse, idet der dog blev taget forbehold for skyldnerens eventuelle erstatningskrav samt rekvirentens eventuelle krav i henhold til kreditaftalelovens § 41. Det blev i den forbindelse bemærket, at der ikke fandtes at være fuldt tilstrækkeligt grundlag for at udsætte sagen, idet bilen jo var besigtiget af Forbrugerklagenævnets sagkyndige, og at denne besigtigelseserklæring normalt også lægges til grund under en senere retssag.

Forbrugerklagenævnet konstaterede indledningsvis, at der forelå et oprindeligt trepartsforhold, jf. kreditaftalelovens § 5, nr. 2.

Forbrugerklagenævnet havde i denne forbindelse lagt vægt på forbrugerens oplysninger om omstændighederne ved aftaleindgåelsen, ligesom nævnet bemærkede, at købekontrakten var oprettet på en standardformular med finansierens navn og adresse angivet i hovedet som fortrykt tekst og med finansierens generelle betingelser for købekontrakt med ejendomsforbehold trykt på bagsiden. Det fremgik bl.a. af denne fortrykte tekst, at den erhvervsdrivendes rettigheder ifølge kontrakten blev overdraget til finansieren, der havde fyldestgjort den erhvervsdrivende for overdragelsen.

Nævnet konstaterede herefter på baggrund af sagens oplysninger samt den sagkyndiges erklæring, at bilen på leveringstidspunktet havde været behæftet med mangler, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Forbrugeren havde derfor kunnet forlange, at den erhvervsdrivende afhjalp manglerne inden rimelig tid og uden udgift for forbrugeren, jf. købelovens § 78. Nævnet bemærkede i den forbindelse, at den ydede garanti ikke kunne

påberåbes til skade for forbrugeren jf. kbl. § 1, stk. 2.

Da bilen ved leveringen havde været behæftet med fejl, der ikke kunne karakteriseres som uvæsentlige, og da forbrugeren senest den 21. oktober 1998 gennem FDM havde fremsat påkrav om vederlagsfri afhjælpning, uden at den erhvervsdrivende havde opfyldt eller tilbudt at opfylde dette krav inden rimelig tid, fulgte det af købelovens § 78, stk. 3, at forbrugeren havde krav på at hæve købet over for indklagede 1. Efter købelovens § 57 forudsatte dette, at køberen var i stand til at tilbagelevere bilen til den erhvervsdrivende i væsentlig samme stand, medmindre dette ikke var muligt som følge af omstændigheder som nævnt i købelovens § 58.

Da finansieren var blevet indsat i besiddelse af bilen, fandt nævnet ikke, at forbrugeren havde en sådan rådighed over bilen, at han var i stand til at tilbagegive denne til den erhvervsdrivende.

Nævnet bemærkede herefter, at i og med at fogedretten den 6. april 1999 traf afgørelse om at fremme fogedforretningen, måtte fogedretten have lagt til grund, at forbrugeren havde gjort sig skyldig i en betalingsmisligholdelse over for finansieren, jf. herved kreditaftalelovens § 29. Fogedretten, som var bekendt med, at forbrugeren havde mangelindsigelser, og at sagen var indbragt for Forbrugerklagenævnet, havde ikke nærmere begrundet sin afgørelse om, at der forelå betalingsmisligholdelse, og det var derfor ikke muligt at afgøre, hvorvidt fogedretten havde været opmærksom på reglerne i købelovens § 78, stk. 2 (købers ret til at holde købesummen tilbage, indtil krav om afhjælpning er opfyldt), og kreditaftalelovens § 33, stk. 1.

Forbrugerklagenævnet bemærkede herefter, at nævnet ikke kan omgøre en eventuel urigtig afgørelse truffet af fogedretten, idet retsmidlet imod en sådan afgørelse er kære til landsretten. Kære skal efter retsplejelovens § 586, stk. 1, ske inden 4 uger efter, at fogedforretningen er foretaget. Forbrugeren var ikke under fogedforretningen bistået af advokat, og nævnet fandt derfor anledning til at henlede forbrugerens opmærksomhed på reglen i retsplejelovens § 586, stk. 4, hvorefter landsretten undtagelsesvis vil kunne tillade kære i indtil 1 år efter fogedrettens afgørelse.

Da Forbrugerklagenævnet således måtte lægge fogedrettens afgørelse til grund, og da forbrugeren ifølge denne afgørelse ikke længere havde rådighed over bilen på grund af betalingsmisligholdelse, måtte forbrugeren selv bære risikoen for sin manglende betalingsevne eller -vilje, hvorfor forbrugeren var afskåret fra at hæve købet, jf. købelovens § 57 sammenholdt med § 58.

Da manglerne måtte anses for værdiforringende, fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, som skønsmæssigt blev fastsat til 10.000 kr.

Nævnet bemærkede, at såfremt forbrugeren kan sandsynliggøre, at den erhvervsdrivende ikke opfylder sin betalingspligt, vil han også kunne gøre kravet gældende mod finansieren, idet kravet mod denne dog ikke kan overstige, hvad finansieren har modtaget som betaling fra forbrugeren i anledning af købet, jf. kreditaftalelovens § 33, stk. 2. Da finansieren ud over at have modtaget betalinger på i alt 9.555 kr. tillige var blevet indsat i besiddelse af bilen, lagde nævnet til grund, at finansieren havde modtaget værdier fra forbrugeren på over 10.000 kr. i anledning af købet, hvorfor hele kravet på 10.000 kr. i givet fald ville kunne gøres gældende mod finansieren.

Forbrugeren har efterfølgende søgt landsretten om ekstraordinær kæretilladelse, hvilket ikke er blevet imødekommet. Spørgsmålet er nu indbragt for Procesbevillingsnævnet, som endnu ikke har truffet afgørelse i sagen. (1998-521/7-781)

6.13. Transport og flytning

6.13.1. Flyttefirma bundet af tilbud

En forbruger skulle i foråret 1998 have foretaget en flytning og henvendte sig i den forbindelse til et flyttefirma. Dette firma afgav efter at have besigtiget flyttelæsset et skriftligt tilbud med en fast pris. Forbrugeren accepterede dette tilbud. I følge forbrugerens fremstilling fandt flyttefirmaet det ikke nødvendigt i forbindelse med besigtigelsen af flyttelæsset at bese hverken forbrugerens loft eller kælderrum på trods af, at forbrugeren opfordrede hertil. Da flytningen var overstået, sendte firmaet en regning, hvor man havde påført en ekstra pris for ikke oplyst loftrum samt kælderrum.Forbrugeren var utilfreds med, at prisen blev væsentligt højere end det skriftlige tilbuds pris på trods af, at den erhvervsdrivende inden afgivelsen af dette tilbud havde besigtiget flyttelæsset, og klagede derfor til Forbrugerklagenævnet. Flyttefirmaet mente ikke at være blevet gjort opmærksom på, at der var et loft og et kælderrum med flyttegods, som skulle være omfattet af flytningen. Forbrugerklagenævnet udtalte, at parterne således havde givet modstridende oplysninger om, hvorvidt flyttegodset på loftet og i kælderrummet var omfattet af tilbuddet for flytningen. Men da flyttefirmaet imidlertid

under alle omstændigheder under udførelsen af flytningen var klar over, at også loft og kælderrum skulle tømmes, måtte det påhvile denne part at tage forbehold for forøgelse af prisen i henhold til tilbuddet eller eventuelt at nægte at flytte det, hvis man mente, at dette flyttegods ikke var omfattet af tilbuddet. Da flyttefirmaet uden videre havde gennemført flytningen af flyttegods på loft og i kælderrum uden at tage dette forbehold, fandt nævnet, at firmaet selv måtte bære risikoen for, at den mængde, der efter firmaets opfattelse lå til grund for tilbuddet, blev overskredet. Nævnet fandt herefter, at flyttefirmaet var bundet af sit tilbud og ikke havde været berettiget til at opkræve en ekstra pris for flytning fra loft og kælderrum. Forbrugeren havde derfor krav på tilbagebetaling af denne ekstra pris. (1998-512/7-255)

6.13.2. Et vilkår om fordobling af lejen for opbevaring, hvis flytning til og fra lager ikke foretages af firmaet, blev tilsidesat som urimeligt

En forbruger, der i en periode på knap et halvt år havde haft sine møbler opmagasineret hos et flyttefirma, benyttede et andet firma til flytningen til den nye adresse.

Det første flyttefirma krævede 650 kr. ekskl. moms for udleveringen af møblerne samt 3.300 kr. ekskl. moms i lejeregulering. Firmaet henviste til et vilkår i det af forbrugeren underskrevne opbevaringsbevis, hvoraf det blandt andet fremgår, at »flytning til og fra lageret foretages kun af firmaet, i modsat fald fordobles lagerlejen for hele opbevaringsperioden«. Nævnet udtalte, at det er mest naturligt at forstå vilkåret således, at det alene vedrører ind- og udlevering fra lager, hvorimod vilkåret ikke forpligter klageren til - efter udleveringen fra lager - at lade indklagede udføre flytningen til klagerens adresse. Nævnet lagde derfor denne forståelse af vilkåret til grund, og henviste samtidig til aftalelovens § 38 b, hvorefter standardvilkår, som ikke har været forhandlet med forbrugeren i tvivlstilfælde skal fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren. Da indklagede havde forestået udleveringen fra lageret, kunne indklagede ikke påberåbe sig vilkåret. Klageren havde derfor krav på tilbagebetaling af den med urette opkrævede forhøjelse af lagerlejen. Nævnet bemærkede samtidig, at et standardvilkår i en opbevaringsaftale, hvorefter lejen for opbevaring fordobles, såfremt ejeren indgår aftale med en anden erhvervsdrivende end opbevaringsfirmaet om udførelse af andre ydelser, i almindelighed ikke kan anses for rimeligt og derfor kan forventes tilsidesat i medfør af aftalelovens § 38c, stk. 1, jf. § 36, stk. 1. (1999-512/7-333)

6.13.3. Efter flyttefirmas konkurs var forpligtelserne i henhold til en opbevaringsaftale ikke overtaget af den nye indehaver af magasinet

En forbruger havde indgået aftale med et firma om opbevaring af indbo i 2 år. Forbrugeren havde forudbetalt leje for hele perioden. Et par måneder efter, at lejemålet var indgået, modtog forbrugeren en faktura fra et andet firma hvoraf fremgik, at det første firma var gået konkurs, og at det andet firma havde overtaget opbevaringen af flyttegodset. Det andet firma opkrævede derfor magasinleje.

Forbrugeren havde over for Forbrugerklagenævnet nedlagt påstand om, at det andet firma var forpligtet til at opbevare bohavet uden vederlag i den resterende del af den nævnte 2-årige periode. Da der i sagen ikke forelå overtagelsesaftale eller lignende, der kunne sandsynliggøre, at det andet firma havde overtaget forpligtelserne fra det første firma, fandt nævnet, at det ikke kunne lægges til grund, at det andet firma havde overtaget opbevaringsforpligtelsen. Nævnet fandt således, at det fortsat var det første firma, der var forpligtet til at yde forbrugeren den aftalte opbevaring i den nævnte periode. For så vidt angik spørgsmålet om, hvorvidt det andet firma havde krav på betaling fra forbrugeren for opbevaringen af indboet, lagde nævnet vægt på, at forbrugeren ikke havde indgået aftale med det andet firma om at betale magasinleje, men tværtimod havde protesteret. Nævnet lagde vægt på, at forbrugerens advokat umiddelbart efter modtagelsen af den første faktura havde gjort indsigelse mod det andet firmas krav, og at den næste faktura først blev modtaget lang tid efter, hvorefter forbrugerens advokat igen gjorde indsigelser mod kravet. Nævnet fandt på denne baggrund, at forbrugeren i de første 8 måneder ikke havde udvist en passivitet, der kunne forpligte hende til at betale det andet firma for opbevaring. Efter 8 måneder bad det andet firma imidlertid forbrugeren om at afhente det opbevarede, hvis hun ikke ville betale magasinleje. Da forbrugeren ikke reagerede herpå, fandt nævnet, at hun herefter havde været forpligtet til at betale magasinleje, fordi hun havde undladt at afhente indboet trods opfordring hertil. Nævnet fandt endvidere, at forbrugerens krav mod det første firma for den manglende opfyldelse af opbevaringsaftalen måtte rettes direkte mod dette firma, da det andet firma ikke hæftede herfor. (1999-512/7-323)

6.13.4. Betalingsforpligtelse ved Storebæltsbroen indtrådt efter passage af sidste afkørsel

I maj 1999 var en sjællandsk boende forbruger på besøg på Fyn. Hjemturen skete i bil via Storebæltsbroen. Da forbrugeren havde passeret sidste frakørsel (ca. 500 m inden broanlæggets begyndelse), opdagede forbrugeren, at hun havde glemt sin taske på Fyn. Da forbrugeren ønskede at få tasken med sig hjem, var hun nødt til at passere hele broforbindelsen og dermed betalingsanlægget (der er placeret på sjællandssiden).

På sjællandssiden vendte forbrugeren om og kørte tilbage efter den glemte taske, hvilket indebar, at forbrugeren passerede broforbindelsen og betalingsanlægget yderligere to gange, inden hun var tilbage på Sjælland. Forbrugeren gjorde ved nævnets behandling af sagen bl.a. gældende, at personalet havde lovet hende, at hun efterfølgende kunne få refunderet ekstraudgiften til de to ekstra bropassager, ligesom hun gjorde gældende, at hun under de konkrete omstændigheder ikke var forpligtet til at betale for benyttelsen af broen. Forbrugerklagenævnet fandt det ikke godtgjort, at broforbindelsens personale havde givet forbrugeren en berettiget forventning om, at hun efterfølgende havde krav på at få broafgifterne tilbagebetalt. Forbrugerklagenævnet bemærkede yderligere, at da klageren forinden passagen af sidste frakørsel ved skiltning var blevet gjort bekendt med, at hun ville blive afkrævet broafgift, havde hun også påtaget sig en pligt til at betale broafgift. Forbrugerklagenævnet fandt i øvrigt ikke, at det kunne tillægges nogen betydning for sagens afgørelse, at betalingsanlægget var indrettet således, at forbrugeren først blev afkrævet betaling, efter at hun havde passeret hele betalingsanlægget (da der kun er betalingsfacilitet i den ene ende), ligesom det ikke ændrer på afgørelsen, at det var efter passage af sidste frakørsel, at klageren opdagede, at hun havde glemt sin taske. Ifølge Forbrugerklagenævnet er problemstillingen i sagen sammenlignelig med situationen, hvor der sker ombordkørsel på en færge med billettering om bord eller ved frakørsel. I en sådan situation ville det heller ikke fritage for pligten til at betale for færgeoverfarten, at en person efter ombordkørsel opdagede, at vedkommende havde glemt sin taske med pung mv. Og da forbrugeren selv havde valgt at køre tilbage til Fyn efter tasken, havde hun altså også påtaget sig betalingsforpligtelsen for de to ekstra passager. (1999-511/7-93)

6.13.5. Sælgers annullation af solgte årskort til færgeoverfart. Forbrugeren stillet, som om den oprindelige aftale stadig var gældende

En forbruger fornyede i januar 1996 sine egne samt familiens ID-kort til et færgeselskab. Et ID-kort er en slags årskort til færgeselskabet. Klager købte ID-kort for 5 år frem til sig selv og familien. Kortene gjaldt ifølge påtryk på kortet til og med den 16. november 2001. Fra 5. januar 1998 ændrede færgeselskabet imidlertid takststruktur, hvilket betød, at det produkt, som forbrugeren i sin tid købte en række rabatkort til, ophørte med at eksistere. Færgeselskabet besluttede derfor at ombytte gamle rabatkort med nye. De gamle ID-kort kunne herefter ikke længere benyttes.De gamle ID-kort gav adgang til to ruter efter frit valg. Efter at færgeselskabet havde ændret takststruktur, skulle man i fremtiden købe to kort for at opnå adgang til begge ruter, nemlig et ID-kort til biler (uden personer) på den ene rute og RABATkort til bil plus 5 personer på den anden rute. Sammenlagt var disse kort stort set dobbelt så dyre som de gamle ID-kort. Da sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, var de gamle ID-kort gyldige i yderligere tre år frem, til og med den 16. november 2001. Kortene bar følgende påtryk:

> »... Kortet giver ret til rabat til (på) rejser ... inden for kortets gyldighedsperiode ... Kortet kan ikke refunderes ....«

Rabatkortet var ikke påtrykt forbehold, fx om adgang for transportøren til at ændre gyldighedsperioden, eller forbehold i øvrigt. Forbrugerklagenævnet lagde vægt på, at der ved indklagedes salg af de omhandlede rabatkort, dækkende en femårig periode, var indgået en bindende aftale, og at færgeselskabet ikke havde taget forbehold for eventuelle ændringer i forbindelse med omstrukturering af rederidriften eller selskabets produkter i øvrigt. På den baggrund fandt nævnet, at forbrugeren skulle stilles som om den oprindelige aftale stadig var gældende, og han skulle, i de resterende rabatkortkorts gyldighedsperiode, kunne rejse med den samlede prisrabat, som han ville have opnået, såfremt færgeselskabet ikke havde annulleret aftalen. Forbrugerklagenævnet fandt som en følge heraf, at forbrugeren var berettiget til en erstatning på forskellen mellem prisen på de to nye kort og det gamle kort i tre år frem, i alt 1.665 kr. (1998-511/7-61)

6.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.

6.14.1. Dobbeltsalg af landskampbilletter - erstatningskrav

Fire forbrugere havde købt billetter til landskampen Danmark/Italien for 240 kr. pr. stk. Forbrugerne boede i Aalborg, og de deltog i en bustur til København og tilbage, hvor prisen var 500 kr. inkl. overnatning på hotel. Ved ankomsten til stadion konstateredes det, at billetterne var solgt to gange, hvorfor forbrugernes pladser var optaget. De reklamerede straks til kontrolløren, men først ved 2. halvlegs begyndelse lykkedes det at finde fire andre pladser til dem. Efter hjemkomsten reklamerede forbrugerne til det firma, der havde stået for billetsalget. Firmaet refunderede billetprisen, 960 kr., men afviste at dække udgifterne til transport og hotelophold. Forbrugerklagenævnet fandt, at det indklagede firma ved dobbeltsalget havde udvist et uagtsomt forhold. Billetsalget var sket i Frederikshavn, og de transport- og opholdsudgifter, der dokumenteret var afholdt i anledning af billetkøbet, fandtes at have haft en sådan påregnelig karakter, at firmaet også skulle erstatte disse følgeudgifter. Firmaet måtte således yderligere betale 2.000 kr. til forbrugerne. (1999-572/7-37)

6.14.2. Et usædvanligt vilkår, som indgik i en filmklubs betingelser for at aftage et særtilbud, fortabte sig således i det omfattende markedsføringsmateriale, at Forbrugerklagenævnet ikke anså det for accepteret af forbrugeren. Det var i øvrigt nævnets opfattelse, at vilkåret ville kunne tilsidesættes efter aftalelovens § 38 c, fordi det efter nævnets opfattelse ville stride mod hæderlig forretningsskik at gøre det gældende overfor forbrugerne

En forbruger fik fremsendt en kuvert med markedsføringsmateriale vedrørende et særtilbud på 4 videofilm og et sportsur til 198 kr., hvilket svarede til én films pris. Ifølge materialet skulle kunden vælge 4 film ved brug af mærker, som skulle klæbes på et svarkort, der skulle indsendes sammen med en »værdicheck, som indgik i materialet. På svarkortet var bl.a. angivet:

> »Ja tak, jeg vil gerne være medlem i x-filmklub«.

I svarkortet indgik et »reservationsbevis«, som kunne klippes af og gemmes. På bagsiden af »reservationsbeviset« var under »Medlemsinformation« bl. a. oplyst, at medlemmet forpligtede sig til at aftage 1 film til normal klubpris inden 1/2 år. Hvis købsforpligtelsen ikke blev opfyldt, var medlemmet forpligtet til at betale fuld pris for særtilbuddet plus et ekspeditionsgebyr.

Forbrugeren faldt for særtilbuddet, men var ikke opmærksom på, at han samtidig indmeldte sig i en filmklub. Han reagerede derfor ikke på de efterfølgende henvendelser fra filmklubben, hvorefter han modtog et krav om efterbetaling for særtilbuddet, i alt 686 kr. Efter nogle henvendelser til filmklubben modtog han kopi af svarkortet og så først da vilkåret på bagsiden. Forbrugerklagenævnet gennemså markedsføringsmaterialet med særtilbuddet. Selvom det stærkt fremhævede særtilbud efter nævnets opfattelse overskyggede hovedbudskabet, hvorefter der var tale om indmeldelse i en filmklub, fandt nævnet, at forbrugeren burde have bemærket, at særtilbuddet indgik i et medlemskab (abonnement). Nævnet fandt endvidere, at forbrugeren måtte gå ud fra, at medlemskabet indeholdt en rimelig forpligtelse til at aftage film. Selvom forpligtelsen til at aftage en film inden 1/2 år ikke var fremhævet i materialet, fandt nævnet ikke, at forbrugeren havde været berettiget til at afvise at aftage denne film. Vilkåret om betaling af fuld pris for særtilbuddet, hvis den efterfølgende købsforpligtelse ikke opfyldes, var derimod efter nævnets opfattelse usædvanligt. Dette usædvanlige vilkår, der var angivet på bagsiden af »reservationsbeviset«, fortabte sig således i det meget omfattende markedsføringsmateriale, at nævnet ikke anså det for at være accepteret af forbrugeren. Nævnet fandt derfor ikke, at vilkåret indgik i forbrugerens aftale med filmklubben. Det var i øvrigt nævnets opfattelse, at vilkåret var urimeligt over for forbrugerne. Nævnet fandt derfor anledning til at bemærke, at vilkåret ville kunne tilsidesættes efter bestemmelserne i aftalelovens § 38 c, idet det efter nævnets opfattelse ville være stridende mod hæderlig forretningsskik at gøre det gældende over for forbrugerne. (1999-571/7-96)

6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

6.16. Øvrige sager

6.16.1. Uenighed om, hvorvidt en forbruger havde udnyttet fortrydelsesretten rettidigt. Det påhvilede den erhvervsdrivende

at godtgøre, hvornår forbrugeren havde modtaget brevkurset

En forbruger henvendte sig telefonisk i januar 1999 til en erhvervsdrivende i Sverige. Hun anmodede om at få tilsendt et eksemplar af deres tegnekursus til gennemsyn. Forbrugeren fik oplyst, at hun ville få et kursusbrev, men at hun kunne returnere brevet inden for 10 dage og undgå at blive bundet af aftalen. Hun fik endvidere oplyst, at det ville vare 2-3 uger, før hun modtog det første brev. Forbrugeren modtog det første brev den 6. marts 1999. Brevet var dateret den 19. februar 1999. Forbrugeren returnerede brevet den 11. marts 1999 med besked om, at hun ikke ønskede at indgå nogen aftale og ikke ønskede at modtage flere kursusbreve. Hun mente, at hun dermed havde fortrudt rettidigt. Den erhvervsdrivende meddelte, at forbrugeren ikke længere kunne fortryde aftalen, da forbrugeren ikke inden 10 dage havde meddelt, at hun ikke ønskede brevkurset. Forbrugeren fastholdt imidlertid, at hun havde meldt sig ud inden 10 dages fristens udløb, fra hun havde modtaget det første brev. Da parterne ikke kunne blive enige, klagede forbrugeren til Forbrugerklagenævnet. Forbrugerklagenævnet bemærkede indledningsvis, at det var kompetent til at behandle sagen, selvom der var tale om en svensk virksomhed.

En klage til Forbrugerklagenævnet kan således rejses mod den, der efter retsplejelovens regler kan sagsøges ved en dansk domstol. Da sagen er omfattet af EF-domskonventionen, jf. § 1 i bekendtgørelse nr. 152 af 18. marts 1999 om anvendelse af EF-domskonventionen mv., finder værnetingsreglerne i denne konvention anvendelse, jf. retsplejelovens § 247, stk. 1. Da den svenske virksomhed havde reklameret for sit kursus i Danmark, og da forbrugeren havde indgået aftalen eller foretaget de aktiviteter, der var nødvendige til indgåelse af aftalen i Danmark, var der derfor værneting efter konventionens artikel 13, stk. 1, nr. 3. I den konkrete sag fandt nævnet, at det var den erhvervsdrivende, der måtte bevise, hvornår forbrugeren havde modtaget kursusmaterialet. Virksomheden ville have haft mulighed for at sikre sig bevis for dette ved fx at fremsende materialet anbefalet. Nævnet fandt ikke, at virksomheden havde løftet denne bevisbyrde blot ved at henvise til, at det første brev var dateret 19. februar 1999. På baggrund af forbrugerens oplysninger fandt nævnet, at forbrugeren havde udnyttet sin returret rettidigt. (1999-281/7-54)

6.16.2. En forbruger havde ikke pligt til at returnere en vare, som ved en fejl var blevet fremsendt til ham

En forbruger modtog den 18. marts 1999 en velkomstpakke fra et postordrefirma.

Forbrugeren, der ikke havde tilmeldt sig den erhvervsdrivendes klub eller bestilt de tilsendte varer, meddelte den 22. marts 1999 telefonisk den erhvervsdrivende dette. Den erhvervsdrivende anmodede i den forbindelse forbrugeren om at tape pakken til og skrive uden på »retur« eller »chikane-retur« og smide pakken i en postkasse. Forbrugeren nægtede at være behjælpelig med at returnere varen og meddelte den erhvervsdrivende, at varen blev holdt rede på hans bopæl, således at den erhvervsdrivende kunne afhente den der. Den erhvervsdrivende fastholdt, at forbrugeren var forpligtet til at returnere varen til den erhvervsdrivende, idet dette ikke ville påføre forbrugeren omkostninger.Nævnet lagde efter parternes oplysninger til grund, at forbrugeren ikke havde bestilt velkomstpakken, ligesom han umiddelbart efter modtagelse af pakken meddelte den erhvervsdrivende dette. Forbrugerklagenævnet henviste til lov om visse forbrugeraftaler, § 4, og konkluderede, at det ikke fremgik af bestemmelsen eller dennes forarbejder, hvorledes forbrugeren skal forholde sig, hvis han må indse, at fremsendelse af varen skyldes en fejl. Da der ikke var indgået en aftale om køb af varen, og da forbrugeren, når fortrydelsesretten udnyttes i tilfælde, hvor en aftale er indgået uden for fast forretningssted, blot skal holde det modtagne til sælgers disposition, jf. lov om visse forbrugeraftaler, § 8, fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at det kunne pålægges forbrugeren at returnere varen til den erhvervsdrivende. Nævnet bemærkede, at dette gælder, uanset at den måde, den erhvervsdrivende har anvist til returnering af varen, ikke påfører forbrugeren omkostninger. (1999-989/7-97)

6.16.3. Au pair gæst kunne ikke kræve gebyr tilbagebetalt af formidlingsbureau

En forbruger kontaktede et au pair formidlingsbureau med henblik på, at få formidlet et au pair ophold af et skoleårs varighed. Forbrugeren udfyldte et ansøgningsskema, hvoraf fremgik, at hun ønskede et ophold i England på 10 måneder.

Der blev ikke indgået en skriftlig aftale mellem forbrugeren og formidlingsbureauet, men af bureauets præsentationspapirer fremgik deres forretningsbetingelser. Heri stod der bl.a., at i tilfælde af alvorlige uoverensstemmelser mellem au pair gæsten og værtsfamilien, ville au pair gæsten i de fleste tilfælde kunne få anvist en anden familie i løbet af kort tid. Forbrugeren betalte et gebyr på 1.325 kr. og fik tilbudt en familie i

England. Hun fik et såkaldt »family offer« indeholdende oplysninger om husstandens størrelse, ugentlige lommepenge osv. Hun accepterede tilbuddet og underskrev en såkaldt »Au pair agreement«, hvor der bl.a. stod, at hun bekræftede, at hun havde læst alt det skriftlige materiale, som hun havde modtaget fra formidlingsbureauet, og at hun var bekendt med, at der var tale om et kulturelt udvekslingsprogram og ikke et arbejdsforhold. Efter kun fire måneders ophold hos den pågældende værtsfamilie, blev forbrugeren opsagt. Familien skulle flytte, og moderen i familien ønskede at blive hjemmegående.

Forbrugeren kontaktede herefter formidlingsbureauet for at få dem til at finde en ny familie. Bureauet fandt i hvert fald én familie, men forsøget på at genplacere forbrugeren mislykkedes, fordi både familiens og forbrugerens respektive ønsker til hinanden ikke kunne opfyldes.

Forbrugeren tog derfor hjem til Danmark, men klagede til au pair formidlingsbureauet og bad om at få formidlingsgebyret på 1.325 kr. retur, idet hun mente, at formidlingsbureauet ikke havde opfyldt deres del af aftalen. Formidlingsbureauet afviste dette, idet det mente, at det kun var forpligtet til at formidle kontakt til én familie, og ikke var forpligtet til at sikre forbrugeren et au pair ophold af en vis varighed.

Nævnet bemærkede indledningsvis, at det havde kompetence til at behandle sagen. Nævnet fandt således, at det indklagede bureaus virksomhed ikke kunne karakteriseres som en arbejdsformidling eller arbejdsanvisning, hvorom der gælder særlige regler, og som nævnet ikke kan behandle. Virksomheden måtte derimod karakteriseres i overensstemmelse med en overenskomst af 24. november 1969 indgået mellem Europarådets medlemsstater om au pair ansættelser. Bureauet havde henvist til denne overenskomst i deres forretningsbetingelser. Ifølge overenskomsten består et au pair ophold i en midlertidig modtagelse inden for en familie til gengæld for visse tjenesteydelser af unge udlændinge, der er kommet for at forbedre deres sproglige og evt. deres faglige kundskaber samt udvide deres kulturelle horisont gennem opnåelsen af et bedre kendskab til opholdslandet.

Nævnet fandt ikke, at bureauet havde garanteret eller fremkommet med tilkendegivelser, som forbrugeren med rette kunne betragte som et løfte om, at hun ubetinget kunne regne med at få et au pair ophold af en vis varighed. Bureauet havde ikke indflydelse på forholdene i værtsfamilierne, og de havde med henblik på fx alvorlige uoverensstemmelser mellem au pair gæsten og værtsfamilien taget et forbehold om, at au pair gæsten ikke i alle tilfælde ville kunne få anvist en anden familie i løbet af kort tid. At forbrugerens ophold hos den første familie ophørte i utide, og at det mislykkedes at genplacere hende i en anden familie kunne ikke tilskrives bureauets forhold.

Bureauet kunne derfor ikke anses for at have misligholdt aftalen og klageren fik ikke medhold. (1999-285/7-5)

6.16.4. Aftale med kontaktbureau. Forbrugerens manglende opfyldelse af et aftalevilkår, der krævede tre møder med en anvist partner, var ikke en væsentlig misligholdelse. Kontaktbureauet pålagt refusion af halvdelen af vederlaget

En forbruger meldte sig ind i et kontaktbureau. Forud for indmeldelsen havde klageren fået tilsendt en folder, der beskrev vilkårene for bureauets virksomhed. Af folderen fremgik det, bl.a. at det var obligatorisk, at man mødtes tre gange med en anvist partner. I forbindelse med indmeldelsen betaltes 1.000 kr.

Efter indmeldelsen modtog forbrugeren et brev fra bureauet samt et omfattende spørgeskema. Efter at have udfyldt skemaet modtog forbrugeren en skriftlig orientering om, at bureauet havde fundet en partner, der var egnet. Af denne orienteringsskrivelse fremgik det første gang, at såfremt forbrugeren ikke mødtes tre gange med den anviste partner, så ville konsekvensen være udmeldelse. Forbrugeren mødtes to gange med den anviste partner; ved andet møde fandt forbrugeren, at hun ikke ønskede videre bekendtskab med den anviste partner, da han opførte sig besynderligt. Forbrugeren agtede at meddele den anviste partner dette på det tredje møde. Forud for dette møde ringede partneren imidlertid op, og under samtalen fortsatte den besynderlige opførsel. Derfor skønnede forbrugeren, at det var mest ærligt at sige fra allerede under telefonsamtalen i stedet for at gennemføre det tredje personlige møde. Dette orienterede forbrugeren kontaktbureauet om. Kontaktbureauet reagerede ved at udmelde forbrugeren under henvisning til den manglende gennemførelse af alle tre møder. Da klageren forud for indmeldelsen havde fået tilsendt bureauets folder, hvori vilkårene for kontaktbureauvirksomheden var beskrevet, lagde nævnet til grund, at vilkårene i folderen var accepteret af forbrugeren, herunder forpligtelsen til at mødes med en anvist partner mindst tre gange. Da det ikke fremgik af folderen, hvilke retsvirkninger manglende overholdelse af vilkåret havde, måtte retsvirkningerne fastlægges efter almindelige udfyldende regler. Nævnet fandt, at forbrugerens manglende opfyldelse af vilkåret under de foreliggende omstændigheder ikke var udtryk for en så væsentlig misligholdelse, at indklagede var berettiget til at

ophæve kontraktforholdet. Nævnet lagde vægt på, at forbrugeren gennemførte to møder med den anviste partner og derefter telefonisk meddelte, at hun ikke ønskede forholdet fortsat, hvilket der blev givet en rimelig begrundelse for. Da det således var uberettiget af bureauet at nægte forbrugeren yderligere kontaktformidlingsbistand, fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til at kræve halvdelen af indmeldelsesgebyret på 1.000 kr. refunderet. (1998-283/7-13)

6.16.5. Forbruger kunne kræve erstatning for et rensemiddels beskadigelse af hendes marmorgulv. Produktansvar

En forbruger købte et rensemiddel betegnet terrazzorens til brug for rensning af sit 10 år gamle marmorgulv.

Ekspedienten i forretningen oplyste, at det produkt, som forbrugeren havde brugt tidligere, ikke blev produceret mere, men at hun i stedet kunne bruge det omhandlede produkt til sit marmorgulv. Efter at forbrugeren havde brugt rensemidlet på sit marmorgulv, fremkom der imidlertid en tydelig misfarvning af gulvet samt blakkede partier.Forbrugeren kontaktede straks forhandleren, der anbefalede aftørring med et koncentreret opvaskemiddel. Dette prøvede forbrugeren, dog uden at det gav noget resultat. Parterne aftalte herefter at lade en repræsentant fra producenten undersøge gulvet. Han fandt, efter at have undersøgt gulvet, at gulvet havde ændret sig med tiden, og at det derfor var blevet modtageligt over for et stof i rensemidlet. Repræsentanten foretog en prøve på en flise, der ligeledes blev mat. Han fandt imidlertid, at det, gulvets alder og slitage taget i betragtning, var naturligt, at flisen var blevet mat efter rens, idet det nærmest var den rene upolerede marmor, som blev renset. Da han forsøgte sig på en vægflise, forblev flisen ifølge ham uforandret. Under sagen oplyste producenten, at produktet ikke indeholder ætsende syre og derfor ikke som andre rengøringsmidler ætser eller misfarver marmor. Da marmor imidlertid er af forskellig kvalitet, anbefaler producenten, at man først laver en lille test på et skjult sted, inden man bruger midlet på større flader. Til dette bemærkede forbrugeren, at det ikke fremgik af emballagen, at man først skal foretage en sådan prøve på et ikke synligt sted, eller at rensemidlet ikke burde bruges på et ældre gulv på knap 10 år. Efter at gulvet havde været besigtiget af en konsulent fra Dansk Teknologisk Institut, fandt nævnet det godtgjort, at det var rensemidlet, der havde beskadiget forbrugerens gulv. Midlet måtte anses for uegnet til behandling af specielt ældre marmorgulve, og skaderne på gulvet ville ikke kunne udbedres. På etiketten var det angivet, at rensemidlet kunne fjerne kalk og andre urenheder fra terrazzo, fliser og stengulve. Idet marmor er en krystallisk kalksten, som bl.a. anvendes til fliser og gulve, fandt nævnet, at en forbruger med rimelighed måtte kunne forvente, at rensemidlet også kunne anvendes til marmorgulve og fliser, når ikke var advaret herimod. Idet pågældende rensemiddel imidlertid ikke kunne bruges i alle tilfælde, fandt nævnet, at produktet led af en defekt i henhold til § 5 i produktansvarsloven. Nævnet fandt endvidere, at producenten var erstatningsansvarlig over for forbrugeren efter dansk rets almindelige regler om produktansvar, da producenten burde have mærket produktet med en advarsel om, at produktet var mindre egnet til rengøring af marmor. Idet en mellem- og detailhandler også hæfter for producentens produktansvar over for den skadelidte, jf. produktansvarslovens § 10, kunne forbrugeren i stedet rette sit krav mod forhandleren. Forbrugeren havde oplyst til Forbrugerklagenævnet, at det ville koste cirka 12.000 kr. at få lagt et nyt marmorgulv, men da hun ikke havde fremsendt nærmere dokumentation herfor og da erstatningskravet desuden skulle nedsættes med et beløb svarende til den berigelse, som forbrugeren ville opnå ved at få et ældre gulv udskiftet med et nyt, fastsatte nævnet skønsmæssigt erstatningen til 5.000 kr. (1998-331/7-18)

6.16.6. Reklamation over manglende effekt af behandling for pigmentskjolder

Som følge af parfumebrug havde forbrugeren i en periode været irriteret over fremkomne pigmentskjolder på huden. Hun søgte hjælp hos indklagede, hvor hun fik oplyst, at en behandling ville strække sig over 10 enkeltbehandlinger til en pris af 1.611 kr., og at behandlingen kunne fjerne skjolderne, men at 10 behandlinger muligvis ikke var tilstrækkeligt. Forbrugeren købte et 10 turskort og gennemgik behandlinger ca. hver anden dag. Efter de første 10 behandlinger var der ikke opnået nogen synlig virkning, og hun havde flere gange nævnt, at hun ikke kunne se nogen ændring. Hun fik oplyst, at hun skulle have nogle flere behandlinger, hvorfor hun betalte for et nyt 10 turskort med 1.611 kr. samt creme med 279 kr., og hun har i alt betalt 3.951 kr.

Efter at have gennemført 6 ekstra behandlinger var der fortsat ingen virkning at spore, og forbrugeren besluttede at standse behandlingerne. Hun reklamerede derfor og ønskede refundering af de resterende behandlinger. Behandleren anførte, at forbrugeren ønskede behandling for pigmentpletter, som hun mente var opstået på grund af brug af parfume, samt at hun havde tør og rødmende hud. Det blev oplyst, at behandlingerne i nogle tilfælde kan mildne pigmentskjolder, men at resultatet er individuelt. Forbrugeren fik oplyst, der som minimum skulle foretages 10 behandlinger. Som supplement skulle benyttes en tilhørende creme, der virker

blegende på pigmentpletter. Forbrugeren ønskede ikke at benytte tilhørende creme, og det kan have været årsag til den udeblevne effekt af behandlingerne. Ved forbrugerens reklamation blev det meddelt, at man ikke refunderede, da behandlingerne var udført, og at der ikke var givet nogen form for garanti for opnåelse af et resultat. I øvrigt havde forbrugeren givet udtryk for tilfredshed med behandlingerne. En af Sundhedsstyrelsen anvist speciallæge undersøgte forbrugeren og konkluderede, at misfarvningerne på halsen primært skyldtes karsprængninger opstået som følge af eksem, og at en korrekt behandling ville være laserbehandling. Den af behandleren anvendte behandling blev vurderet som uden virkning eller effekt på såvel pigment som karforandringer i huden. Behandleren gjorde indsigelse mod den sagkyndiges habilitet med den begrundelse, at speciallægen selv markedsfører laser-behandlinger i konkurrence med behandlerens metode. Endvidere blev det gjort gældende, at laserbehandling er omtvistet blandt fagfolk. Forbrugerklagenævnet anførte til behandlerens indsigelse mod den under sagen medvirkende sagkyndiges habilitet, at den pågældende var anvist af Sundhedsstyrelsen som speciallæge i hudsygdomme. Der var ikke ved det, behandleren havde anført, dokumenteret eller sandsynliggjort forhold, som var egnet til at vække tvivl om speciallægens fuldstændige upartiskhed, jf. § 6, stk. 1, nr. 3, i bekendtgørelse om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet. I medfør af bekendtgørelsens § 6, stk. 2, besluttede nævnsafdelingens formand herefter, at speciallægen havde kunnet deltage i behandlingen af sagen som lægefaglig sagkyndig. Nævnet lagde efter det oplyste til grund, at forbrugeren kontaktede behandleren med sit hudproblem om pigmentskjolder, og at behandleren derefter påbegyndte en behandling, der ikke medførte noget resultat. På baggrund af oplysningerne fra den lægesagkyndige havde forbrugerens hudproblem ikke været dannelse af pigmentskjolder, men ar efter sygdom, primært karsprængninger opstået efter eksem (Poikiloderma Cevatte), der skal undergives anden behandling end den, behandleren udførte. Den af behandleren iværksatte behandling havde efter den sagkyndiges erklæring, der var afgivet efter undersøgelse af forbrugeren, ingen dokumenteret effekt på hverken pigment- eller karforandringer. Behandleren drev professionel virksomhed med blandt andet hudbehandlinger. Ved under de beskrevne omstændigheder at iværksætte en faglig irrelevant og uvirksom behandling fandtes der udvist et forhold, som forpligtede behandleren til fuldt ud at tilbagebetale det erlagte vederlag, inkl. betaling for creme. (1997-7211/7-21)

6.16.7. Gavekort. Begrænset gyldighed. Fordringshavermora. Ikke fritaget for at levere ydelsen

En frisør udstedte et gavekort på en » hydradermie-behandling« den 23. december 1997 på foranledning af forbrugerens mand, der betalte 469 kr. herfor. På gavekortet var trykt »Kortet skal benyttes inden:« og med håndskrift var herudfor påført »23.06.98«. Da forbrugeren henvendte sig til frisøren den 26. oktober 1998 for at få udført ansigtsbehandlingen, afviste frisøren at modtage gavekortet som betaling, og gavekortet blev påført »For gammelt d. 26-10-98«

Frisøren oplyste på forespørgsel, at den anførte pris på gavekortet på en hydradermie-behandling var den normale pris på behandlingen og ikke et særligt billigt tilbud på tidspunktet for gavekortets udstedelse. Nævnet fandt, at gavekortet måtte sidestilles med en forudbetaling for en tjenesteydelse, som var aftalt udført inden 23. juni 1998. Det skyldtes forbrugerens forhold, at frisøren ikke havde fået lejlighed til at præstere ydelsen (ansigtsbehandlingen) inden for den aftalte tid, idet forbrugeren først indfandt sig hos frisøren den 26. oktober 1998. Der forelå derfor såkaldt fordringshavermora, det vil sige det forhold, at afviklingen af et skyldforhold inden for den aftalte tid er blevet hindret alene af fordringshaverens forhold. Nævnet bemærkede videre, at det følger af almindelige retsgrundsætninger, at skyldneren ikke i almindelighed bliver fritaget for at præstere sin ydelse, blot fordi der indtræder fordringshavermora, men forpligtelsen vil blive lempet i det omfang, det er nødvendigt for at undgå, at forpligtelsen bliver mere byrdefuld for skyldneren, jf. herved principperne i købelovens §§ 33-37. Frisøren kunne derfor eksempelsvis have krævet eventuelle merudgifter, for eksempel som følge af prisstigninger i den mellemliggende periode, betalt af forbrugeren. Frisøren havde imidlertid ikke henvist til omstændigheder, der gjorde det ekstra byrdefuldt for frisøren at præstere ydelsen, men havde blot nægtet at præstere denne. Da dette efter nævnets opfattelse var sket med urette, fandt nævnet, at der forelå en væsentlig misligholdelse fra frisørens side, og forbrugeren var derfor berettiget til at hæve aftalen, og kræve vederlaget på 469 kr. tilbagebetalt. (1998-7211/7-52)

6.16.8. Vægtklubs køb af motionsredskab var et forbrugerkøb. Mangelsindsigelse afvist af bevismæssige årsager

En forening, som var dannet rent privat af motionsinteresserede politibetjente, købte en tristepper (et motionsredskab).

Foreningen oplyste, at man ved købet af tristepperen havde gjort sælgeren udtrykkeligt opmærksom på, at

tristepperen ville blive benyttet mange timer i døgnet af foreningens ca. 100 medlemmer. Sælgeren havde hertil oplyst, at det ikke var noget problem, idet maskinen var solid.Tristepperen viste sig imidlertid ret hurtigt ikke at kunne holde til den brug, som den blev udsat for, og foreningen mente derfor, at de forudsætninger, man købte tristepperen ud fra, ikke havde vist sig at holde. Sælgeren af produktet mente ikke, at produktet var egnet til professionel brug i et fitnesscenter eller lignende forhold, og at foreningens brug måtte betegnes som værende af professionel karakter, ligesom foreningens egen vedligeholdelse havde været mangelfuld. Sælgeren bestred samtidig, at køberen ved bestillingen havde gjort opmærksom på, at tristepperen skulle benyttes af en klub. Det fremgik af manualen, at tristepperen alene var egnet til hjemmebrug. Forbrugerklagenævnets sagkyndige vurderede, at der ikke var fabrikations- eller materialefejl ved tristepperen, men at denne ikke havde været robust nok til vægtklubbens ca. 100 kropsstærke brugere. Endvidere var det den sagkyndiges vurdering, at foreningens brug af tristepperen havde svaret til den brug, som gøres i professionelle motionscentre, og en tristepper, som skulle klare en sådan brug, skulle være af professionelt tilsnit og ville normalt koste væsentligt mere end den indkøbte tristepper.

Forbrugerklagenævnet lagde vægt på, at foreningen var en klub, hvor medlemmerne løbende betalte 25 kr. til vedligeholdelse og køb af nye redskaber. Klubben opkrævede ikke vederlag for brug af dens lokaler, og hvis et ikke-medlem anvendte maskinerne, blev den pågældende ikke afkrævet vederlag herfor. På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet, at tristepperen var indkøbt til ikke erhvervsmæssig anvendelse, og at der derfor forelå et forbrugerkøb, jf. købelovens § 4 a. I relation til mangelsspørgsmålet udtalte nævnet, at en vurdering heraf beroede på, om den var af ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Da parterne havde givet modstridende oplysninger om, hvilke informationer der var blevet udvekslet i forbindelse med købet, og da den sagkyndiges udtalelser ikke kunne bidrage i så henseende, kunne nævnet ikke på det foreliggende grundlag tage stilling til, om tristepperen var af ringere beskaffenhed eller brugbarhed end den, som motionsklubben var blevet stillet i udsigt. Sagen blev herefter afvist af bevismæssige årsager. (1997-542/7-36)

6.16.9. Påsætning af langt hår har givet anledning til flere klagesager - mangler - manglende vejledning

Forbrugerklagenævnet har modtaget en række klager fra forbrugere, som har fået påsyet eller påsvejset langt hår. Der klages over, at håret umiddelbart efter begynder at falde af. Flere af sagerne har været forelagt for nævnet.

I en af sagerne lagde nævnet efter en indhentet sagkyndig udtalelse til grund, at det påsvejsede hår ikke havde været sat faglig korrekt på. Klageren havde derfor krav på tilbagebetaling af vederlaget på 3.500 kr. (1998-7212/7-35) I to andre sager blev der klaget over såvel hårtab som sammenfiltning af håret. Nævnets sagkyndige udtalte efter en besigtigelse, at påsætningen var korrekt udført, og at hårets utilfredsstillende udseende skyldtes, at forbrugeren ikke havde behandlet håret korrekt. Ifølge den sagkyndige skulle det påsyede hår plejes ved forsigtig børstning med et plejemiddel, og ved vask af håret skulle shampooen børstes og ikke masseres ind i håret. I begge sager lagde nævnet til grund, at klageren ikke havde fået tilstrækkelig information om pleje af håret, herunder oplysning om risikoen for, at håret filtrer, hvis det ikke behandles forsigtigt. Klagerne fik medhold i deres krav om tilbagebetaling af vederlaget. (1999-7212/7-39 og 40)

6.16.10. Farligt kattelegetøj, produktansvar

En katteejer købte tre stykker kattelegetøj for i alt 10 kr. De enkelte stykker kattelegetøj solgtes under betegnelsen »kattepindsvin«.

Da køberens kat efterfølgende legede med det ene stykke kattelegetøj, slugte katten legetøjet og fik herefter stærke mavesmerter. Katten blev opereret hos en dyrlæge, og udgifterne hertil androg 2.500 kr. Det viste sig i forbindelse med operationen, at kattelegetøjet var gået i forbindelse med kattens mavesyre, hvilket resulterede i, at kattelegetøjet var blevet skarpt som glas. Køberen ønskede udgifterne i forbindelse med dyrlægebehandlingen refunderet af sælgeren og importøren. Dette nægtede disse. Der blev derimod tilbudt et »kondolencekort« vedlagt et beløb på 600 kr. til delvis dækning af udgifterne. Dansk Teknologisk Institut foretog på anmodning af Forbrugerstyrelsen en analyse af det pågældende kattelegetøj. Det viste sig, at materialet, der var anvendt, var blødgjort PVC. Dette er ikke i overensstemmelse med materialeangivelsen fra importøren af produktet. Dansk Teknologisk Institut udtalte i øvrigt, at man tidligere har set eksempler på, at produkter, der er fremstillet af blødgjort PVC, kan miste en del af blødgørerindholdet og dermed blive hårdere ved ophold i mavesækken hos dyr. Forbrugerstyrelsen forelagde endvidere sagen for Miljøstyrelsen. Miljøstyrelsen bemærkede bl.a., at der ikke findes regler, der forbyder salg af denne type PVC-produkter. Det faktum, at produktet var markedsført som et latex-produkt, fandt Miljøstyrelsen var et markedsføringsmæssigt problem, men ikke af en sådan karakter, at det ligger inden for Miljøstyrelsens kompetence at søge denne overtrædelse

forfulgt. Miljøstyrelsen bemærkede desuden, at man vil opfordre til, at det generelt meddeles, at PVC-produkter i forbindelse med nedsvælgning kan hærde og således forårsage indvortes skader af ikke ubetydelig karakter. Med en sådan udmelding skal det tillige sikres, at den enkelte forbruger i forbindelse med købet af PVC-legetøj til dyr sikrer sig, at dette har en sådan størrelse, at det ikke vil kunne sluges af dyret, eller af en sådan kvalitet, at det ikke vil kunne blive bidt i stykker og efterfølgende slugt. Forbrugerklagenævnet besigtigede det pågældende kattelegetøj. Nævnet fandt, at der er tale om en lille bold med bøjelige pigge. På denne baggrund fandt nævnet ikke, at det kan anses for en upåregnelig risiko, at legetøjet under uheldige omstændigheder vil kunne blive slugt af det dyr, som legetøjet er beregnet for. Da der samtidig er tale om et produkt fremstillet af blødgjort PVC, som kan miste en del af blødgørerindholdet, hvis det sluges af et dyr, hvorved det bliver hårdt og kan beskadige dyrets mavesæk, fandt nævnet, at det ikke frembyder den sikkerhed, som med rette kan forventes. Nævnet fandt herefter, at produktet led af en defekt, jf. § 5, stk. 1, nr. 2 i lov om produktansvar.Det var nævnets opfattelse, at producenten af kattelegetøjet burde have undersøgt dette forhold nærmere, forinden produktet blev bragt i omsætning, ligesom der i forbindelse med markedsføringen burde have været advaret imod de risici, som produktet frembyder. Det følger af dansk rets almindelige regler om produktansvar, at producenten er ansvarlig for de skader, som forvoldes af produktets farlige egenskaber. Da en mellemhandler hæfter for producentens produktansvar umiddelbart over for skadelidte, kan køberen rette sit krav mod sælgeren og importøren. Disse hæfter solidarisk over for køberen for dennes erstatningskrav. Erstatningen blev fastsat til 2.500 kr. Nævnet bemærkede endvidere, at de pågældende stykker kattelegetøj må anses for behæftede med væsentlige mangler, hvorfor klageren var berettiget til at hæve købet over for sælgeren i medfør af købelovens regler. (1998-590/7-82)

Kolofon

Titel:
Juridisk Årbog 1999

Udgiver:
Forbrugerstyrelsen

Ansvarlig institution:
Forbrugerstyrelsen

Copyright:
Forbrugerstyrelsen

Forfatter:
Forbrugerstyrelsen

Anden bidragyder:
Forbrugerstyrelsen Kommunikationscentret

Sprog:
dan

URL:
http://www.forbrug.dk/

ISBN nr.:
87-7408-615-4

Version:
1.0