
STANDARDKONTRAKTER



KONKURRENCE- OG
FORBRUGERANALYSE 04

2011

INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	RESUMÉ OG KONKLUSIONER	4
2.	STANDARDKONTRAKTER	7
2.1.	Hvad er en standardkontrakt?	7
2.2.	Fordele og ulemper ved standardkontrakter	8
3.	ANALYSENS OPBYGNING	9
4.	FORBRUGERNES ADFÆRD NÅR DE INDGÅR EN KONTRAKT	11
4.1.	Forbrugernes indgåelse af standardkontrakter	11
4.2.	Forbrugerne læser ikke altid hele standardkontrakten	13
4.3.	Hvorfor læser forbrugerne ikke hele standardkontrakten	14
4.4.	Hvorfor læses standardkontrakten kun delvist/skimmes	15
4.5.	Hvilke dele af standardkontrakterne læser forbrugerne?	16
4.6.	Standardkontrakter i en fysisk butik	17
4.7.	Forbrugernes forståelse af indholdet i standardkontrakterne	18
4.8.	Konklusion	20
5.	STANDARDKONTRAKTERNES JURIDISKE INDHOLD	21
5.1.	Metode for den juridiske gennemgang	21
5.2.	Kontrakternes opbygning og overskuelighed	22
5.3.	Juridisk gennemgang af standardkontrakterne	23
5.4.	Konklusion	30
6.	STANDARDKONTRAKTERNES SPROGLIGE INDHOLD	31
6.1.	Metode for den sproglige gennemgang	31
6.2.	Sproglig gennemgang af standardkontrakterne	32
6.3.	Overblik over de sproglige parametre	40
6.4.	Konklusion	40

7. BILAG TIL UNDERSØGELSE AF STANDARD-KONTRAKTER 42

Bilag 1. Skriveråd til erhvervsdrivende 42

Bilag 2. Oversigt over erhvervsdrivende i den
juridiske og sproglige gennemgang 43

Bilag 3. Forbrugerpanelsundersøgelsen 44

Bilag 4. Spørgeskema til Forbrugerpanelsanalyse 45

Bilag 5. Spørgeguide til kvalitative dybdeinterviews 48

Spørgeramme 48

1. RESUMÉ OG KONKLUSIONER

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har undersøgt indholdet af en række standardkontrakter, som anvendes af danske udbydere af betalings-tv og leasingvirksomheder inden for forbrugerelektronik og hårde hvidevarer. Standardkontrakter er kendetegnet ved, at de fastlægger en række vilkår og betingelser som fx leverings- og opsigelsesvilkår mv., uden at disse forhandles eller aftales nærmere i købsituationen.

Standardkontrakter anvendes hyppigt og stort set altid i forbindelse med løbende aftaler som fx forsikringsaftaler, telefonabonnementer, leje/leasing, samt abonnementer på tv og internet. Der er derfor mange forbrugere, der kommer i berøring med standardkontrakter, som de, som nævnt ovenfor ikke har mulighed for at ændre på.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ønsker at sætte fokus på standardkontrakter ud fra den hypotese, at kontrakterne kan være svære at forstå og gennemskue for forbrugerne. Hvis forbrugerne ikke ved, hvad de accepterer, er der en mulighed for, at de foretager fejlkøb eller køber ydelser, hvor der er vilkår og betingelser, som forbrugeren ikke er klar over. Derfor undersøges det, om forbrugerne skal være særligt opmærksomme på standardkontrakter på de udvalgte områder, og om kontrakterne stiller forbrugerne bedre eller værre, end reglerne på området forskriver.

Undersøgelsen er baseret på et spørgeskema med svar fra 1.545 forbrugere, hvoraf 1.000 har indgået en eller flere standardkontrakter inden for det seneste år, på fire kvalitative dybdeinterview samt på ekspertvurderinger af det juridiske og sproglige indhold af standardkontrakter fra 30 erhvervsdrivende.

Resultater

Der kan være både fordele og ulemper forbundet med at benytte standardkontrakter. På den ene side er standardkontrakter med til at lette aftaleindgåelsen mellem forbrugeren og den erhvervsdrivende. På den anden side er standardkontrakter udarbejdet af de erhvervsdrivende, der dermed ensidigt bestemmer, hvilke vilkår forbrugeren skal acceptere.

Samlet set er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at de undersøgte kontrakter er i overensstemmelse med gældende regler og retningslinjer for området. Samtidig er der ingen af de gennemgåede standardkontrakter, der i særlig grad stiller forbrugerne bedre, end de gældende regler og retningslinjer på området foreskriver. De undersøgte standardkontrakter har primært til formål at sikre den erhvervsdrivendes rettigheder over for forbrugerne samt at lette aftaleindgåelsen i købsituationen. Dertil kommer, at de fleste forbrugere ikke har oplevet problemer med de standardkontrakter, de har indgået (78 pct.).

Af de forbrugere, der har indgået en standardkontrakt inden for de to seneste år, har 12 pct. oplevet at blive opkrævet gebyrer, de ikke var bekendt med.

Men der er også konstateret en række problemer i forbindelse med de undersøgte standardkontrakter, forbrugernes adfærd og standardkontrakternes sproglige udformning. De fleste forbrugere orienterer sig kun delvist i standardkontrakterne og dermed kun delvist i de vilkår, de binder sig til. 36 pct. læste kontrakten grundigt ved sidste køb, hvorimod 54 pct. læste den delvist eller skimmede den, mens 10 pct. helt undlod at læse standardkontrakten.

Den sproglige ekspertvurdering viser, at de fleste standardkontrakter bruger lange og komplicerede sætninger. Kontrakterne er desuden præget af juridiske formuleringer og fagudtryk, der er med til at gøre det svært at forstå indholdet.

Standardkontrakter er en del af den ydelse, som forbrugerne køber, når de køber et produkt eller en tjenesteydelse, hvortil der er knyttet en standardkontrakt. Derfor er standardkontrakternes indhold også en del af produktets kvalitet. Det kan være svært for forbrugerne at sammenligne den del af produktets kvalitet, hvis forbrugerne enten ikke forstår standardkontrakten eller vælger ikke at læse den grundigt.

Hvis forbrugerne ikke kan gennemskue hele kvaliteten af et produkt, er der en risiko for, at det giver konkurrencen dårligere vilkår.

HOVEDKONKLUSIONER:

- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at de undersøgte kontrakter er i juridisk overensstemmelse med gældende regler og retningslinjer på området.
- De undersøgte standardkontrakter har primært til formål at sikre den erhvervsdrivendes rettigheder samt at lette aftaleindgåelsen mellem forbrugeren og den erhvervsdrivende.
- 2/3 af forbrugerne har inden for de sidste to år indgået en standardkontrakt.
- Knap 2/3 af de forbrugere, der har indgået en standardkontrakt, læste kun delvist den sidste kontrakt, de indgik.
- Hovedårsagen, til at forbrugerne ikke grundigt læste den sidste kontrakt, de indgik er, at de stolede på den erhvervsdrivende.
- Knap 80 pct. har ikke oplevet problemer med nogen af de standardkontrakter, de har indgået de sidste to år.
- Omkring hver tiende forbruger er blevet opkrævet gebyrer, de ikke på forhånd var bekendt med.
- Standardkontrakter er generelt svære at læse og forstå:
 - Ingen af kontrakterne formår at formidle vilkår og betingelser på en læsevenlig måde.
 - Alle de gennemgåede kontrakter indeholder sproglige elementer, der gør dem svære at læse og forstå.
 - Omkring hver femte af forbrugerne mener, at kontrakterne er svære at forstå, og hver tredje mener, at kontrakterne er for lange.
- Undersøgelsen indikerer, at en del forbrugere ikke er klar over, at de som udgangspunkt ingen fortrydelsesret har, når de køber varer i en fysisk butik.

Analysen er opbygget på følgende måde: Afsnit 2 beskriver, hvad en standardkontrakt er samt fordele og ulemper ved at benytte den. Afsnit 3 beskriver analysens opbygning og delundersøgelser. Afsnit 4 beskriver forbrugernes adfærd, hvor resultaterne fra Forbrugerpanelsundersøgelsen gennemgås. I afsnit 5 gennemgås standardkontrakterne ud fra en række juridiske parametre. Afslutningsvis gennemgås den sproglige vurdering af standardkontrakterne i afsnit 6.

2. STANDARDKONTRAKTER

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har valgt at sætte fokus på standardkontrakter for at undersøge, hvordan forbrugerne agerer, når de indgår sådanne kontrakter. Nedenfor beskrives, hvad en standardkontrakt er, og hvilke fordele og ulemper der kan være ved at benytte disse kontrakter.

2.1. Hvad er en standardkontrakt?

Standardkontrakter forstås i denne analyse som den type af kontrakter, hvor aftalen ikke forhandles, og hvor der på forhånd foreligger en skriftlig aftale fra en erhvervsdrivende rettet mod forbrugerne.

Analysen er ikke en analyse af den type aftaler, der ofte ses ved fx installation af software fra internettet eller ved handel på internettet, hvor forbrugerne blot bekræfter at have læst betingelserne ved at krydse af i en boks på skærmen.

En kontrakt i forbindelse med køb af et mobilabonnement betegnes som en standardkontrakt, fordi de tilhørende betingelser ikke er til forhandling, og forpligtelsen som minimum er gældende i bindingsperioden eller med et opsigelsesvarsel. Derimod er den kontrakt, der indgås ved køb af et hus, mere kompliceret og kan til en hvis grad forhandles. Et huskøb er et stort køb, der forekommer sjældent. Køberen er sandsynligvis mere involveret i processen og har ofte en tredjepart, fx en advokat, til at bistå handlen og gennemgå kontrakten. En kontrakt i forbindelse med køb af et hus eller lignende betegnes ikke som en standardkontrakt og behandles derfor ikke i denne analyse. På samme måde behandles enkeltstående køb, der ikke indeholder en længerevarende ydelse heller ikke i denne analyse. Det kan fx være, at forbrugerne køber et produkt på internettet og accepterer firmaets handelsbetingelser blandt andet vedrørende betaling og forsendelse. Disse betingelser skal accepteres hver gang, der købes et produkt, men der er som udgangspunkt ikke tale om en løbende aftale.

Det er ikke sandsynligt, at forbrugerne benytter en professionel tredjepart i forbindelse med en standardkontrakt. Forbrugerne skal derfor på egen hånd vurdere de vilkår og betingelser, den erhvervsdrivende stiller. Når forbrugerne ved købet af eksempelvis et mobilabonnement eller leje af et fjernsyn læser kontrakten og dens vilkår, er det vigtigt fra et forbrugersynspunkt, at kontrakten er til at forstå, så den giver de bedste muligheder for, at forbrugerne kan forstå kontrakten. Som nævnt er kontrakten ikke til forhandling. Det er derfor væsentligt at undersøge, om forbrugerne skal være særligt opmærksomme på standardkontrakter på de udvalgte områder, og om nogle kontrakter stiller forbrugerne bedre eller værre end andre.

Standardkontrakterne, der behandles i denne analyse, er dermed kort fortalt: En foruddefineret skriftlig aftale som forbrugerne får forelagt af den erhvervsdrivende. Dermed er det en "take-it-or-leave-it"-kontrakt, der beskriver en løbende gensidig forpligtelse vedrørende en ydelse eller et produkt mellem den erhvervsdrivende og forbrugerne.

2.2. Fordele og ulemper ved standardkontrakter

Anvendelsen af standardkontrakter kan være forbundet med flere fordele for både forbrugere og erhvervsdrivende. Standardkontrakten letter indgåelsen af den enkelte aftale, fordi parterne ikke skal bruge tid og ressourcer på at forhandle en række betingelser og vilkår vedrørende det pågældende produkt eller ydelse. Forbrugerne og den erhvervsdrivende behøver ikke tage stilling til en række almindelige spørgsmål, der på indgåelsestidspunktet er uvæsentlige, som fx hvordan aftalen opsiges, eller hvilke rettigheder parterne har, hvis der opstår en uoverensstemmelse. Samtidig foregår en del handler over internettet, hvor forbrugere og ekspedienter ikke står over for hinanden, og der er derfor i endnu højere grad et behov for, at vilkår og betingelser er klart beskrevet.

Der kan også være ulemper forbundet med at anvende standardkontrakter. Den erhvervsdrivende har på forhånd ensidigt bestemt, hvilke vilkår forbrugerne skal acceptere ved købet. Den erhvervsdrivende er i forhandlings-situationen i langt de fleste tilfælde bedre rustet end forbrugerne i forhold til de juridiske implikationer ved kontrakten.

Dermed kræver det en vis selvdisciplin fra de erhvervsdrivendes side, når de udarbejder deres standardkontrakter, således at både egne og forbrugernes interesser varetages i kontrakten. Udviser de erhvervsdrivende ikke denne selvdisciplin, kan det få den konsekvens, at kontrakterne i deres sprog og udformning kan blive vanskelige for forbrugerne at gennemskue, hvilket denne analyse også viser. Kontrakterne kan derudover have en tendens til at beskrive, hvordan den erhvervsdrivende er stillet, og i mindre grad hvordan forbrugerne er stillet.

Det er ud fra ovenstående betragtninger vigtigt at undersøge forbrugerforholdene i relation til standardkontrakter. Forbrugerne er i købsituationen afhængige af, at de erhvervsdrivende tilbyder dem vilkår og betingelser i standardkontrakterne, der som minimum er i overensstemmelse med de på området gældende regler og betingelser.

3. ANALYSENS OPBYGNING

Der er anvendt flere tilgange til at undersøge standardkontrakter for både at belyse, hvordan forbrugerne forholder sig til kontrakter, og hvordan kontraktens sproglige og juridiske indhold er. Analysen indeholder fire delelementer, der kort beskrives herunder:¹

- *Forbrugerpanelsundersøgelse.* Der er gennemført en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse i Forbrugerpanelet², der blandt andet belyser, hvor mange kontrakter forbrugerne indgår, på hvilke områder der indgås kontrakter, og hvor meget forbrugerne læser af kontrakterne. I forbrugerpanelsundersøgelse deltager 1.545 forbrugere, heraf har i alt 1.000 forbrugere indgået en standardkontrakt inden for de seneste to år.
- *Dybdeinterviews.* Som supplement til Forbrugerpanelsundersøgelsen har TNS Gallup gennemført fire kvalitative dybdeinterviews med forbrugere, der alle har erfaringer med standardkontrakter. Dybdeinterviewene skal yderligere belyse forbrugernes syn på og forståelse af standardkontrakter. De skal være med til at underbygge resultaterne fra de tre øvrige delelementer i analysen. Der vil, når det er relevant, være henvisninger til og citater fra dybdeinterviewene.
- *Juridisk gennemgang.* Professor Peter Møgelvang-Hansen fra Juridisk Institut ved Copenhagen Business School (CBS) har vurderet de juridiske aspekter ved kontrakterne i lyset af lovgivningen, herunder de retningslinjer og bekendtgørelser der findes på området. Der er opsat seks parametre for den juridiske analyse, der kan få betydning for den enkelte forbruger.
- *Sproglig gennemgang.* Fokus Kommunikation har gennemgået det sproglige indhold i standardkontrakterne ud fra otte sproglige parametre, der kan have betydning for, om kontrakterne er vanskelige at forstå for forbrugeren.

Forbrugerpanelet måler forbrugernes oplevede erfaringer, hvilket kan være forskelligt fra de faktiske forhold. Dette skyldes, at forbrugerne ikke nødvendigvis har kendskab til alle relevante forhold omkring standardkontrakter. Undersøgelsen i Forbrugerpanelet kan dermed give et overordnet billede af, hvordan forbrugerne selv opfatter standardkontrakter.

Den sproglige og juridiske gennemgang er baseret på casestudier af standardkontrakter inden for områderne betalings-tv og leasingvirksomheder. Markedet for betalings-tv er blandt andet valgt, da det er det marked af i alt 49 markeder, der er dårligst placeret i Forbrugerreddegørelse 2010. Markedet for leasingvirksomheder er blandt andet valgt, fordi det er præget af få store erhvervsdrivende. Der kan derfor være en risiko for, at det kan med-

¹ For yderligere metodebeskrivelse af de fire delanalyser se bilag.

² Forbrugerpanelet er et online panel, der er udviklet og drives i samarbejde med TNS Gallup A/S.

føre dårligere forhold for forbrugerne, da forbrugerne ikke har så gode muligheder for at vælge en anden virksomhed.

Det er derfor relevant at undersøge, om der er problemer på disse markeder. Den juridiske gennemgang er knyttet specifikt til de to markeder, da den er baseret på gældende regler for markederne. Derfor kan den juridiske gennemgang give et billede af det juridiske indhold for standardkontrakter for betalings-tv og leasingvirksomheder. Tilsvarende gør sig delvist gældende for den sproglige gennemgang. Denne gennemgang giver et billede af, hvordan standardkontrakternes sproglige udformning er på de to valgte markeder.

I alt er standardkontrakter fra 30 erhvervsdrivende blevet gennemgået. Det skal pointeres, at ekspertvurderingerne ikke er en tilbundsgående gennemgang af den enkelte kontrakt, men en gennemgang der fokuserer på specifikke parametre inden for kontrakterne, således at de problemer, mangler og gode tiltag, der optræder i kontrakterne, trækkes frem.³

³ I denne analyse af standardkontrakter citeres der løbende fra de gennemgåede standardkontrakter. Alle henvisninger er anonymiseret.

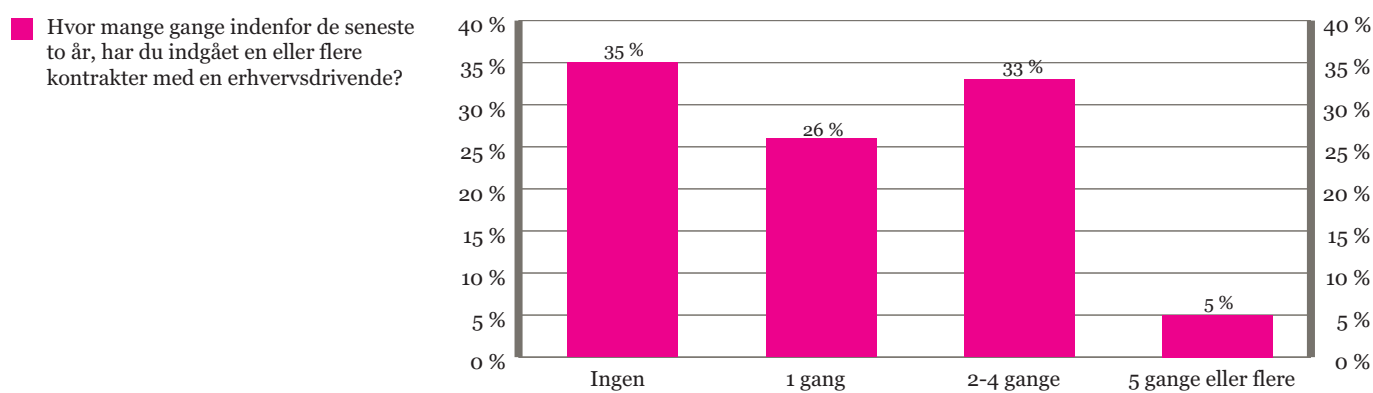
4. FORBRUGERNES ADFÆRD NÅR DE INDGÅR EN KONTRAKT

For at belyse hvordan forbrugerne agerer, når de indgår en standardkontrakt, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen gennemført en undersøgelse i Forbrugerpanelet. Resultaterne fra Forbrugerpanelsundersøgelsen bliver gennemgået herunder. Undersøgelsen tager udgangspunkt i den seneste kontrakt, som forbrugerne har indgået inden for de seneste to år. Undersøgelsen fokuserer på, om forbrugerne læser standardkontrakterne, hvorfor de måske undlader at læse dem, og om forbrugerne har oplevet problemer med standardkontrakterne.

4.1. Forbrugernes indgåelse af standardkontrakter

De fleste forbrugere kommer i en situation, hvor de indgår en standardkontrakt. Inden for de sidste to år har 65 pct. af forbrugerne tilkendegivet, at de har indgået én eller flere kontrakter med en erhvervsdrivende. Kontrakterne, som forbrugerne har indgået, ligger inden for definitionen af standardkontrakter og kaldes herunder for standardkontrakter. 33 pct. af forbrugerne har indgået mellem to og fire standardkontrakter, mens 26 pct. har indgået én standardkontrakt de seneste to år.

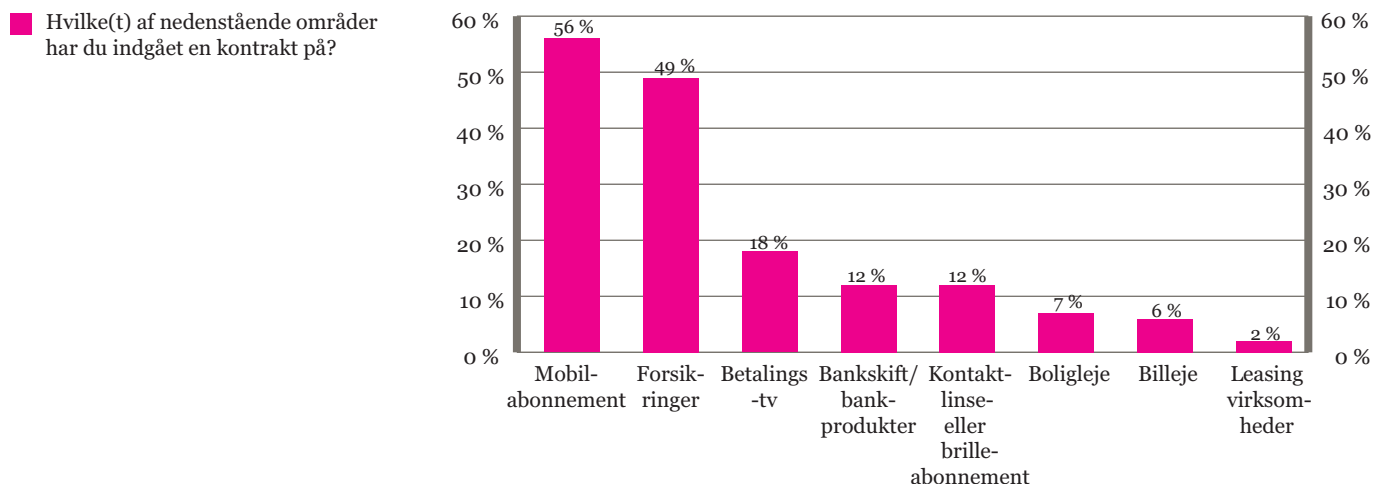
FIGUR 1: ANTAL KONTRAKTER FORBRUGERNE HAR INDGÅET DE SENESTE TO ÅR



Af de 35 pct., der ikke har indgået en standardkontrakt de seneste to år, angiver 92 pct., at det er fordi, de ikke har købt noget, hvor der var behov for at tegne en kontrakt, mens 7 pct. angiver, at de ikke ønsker at binde sig.

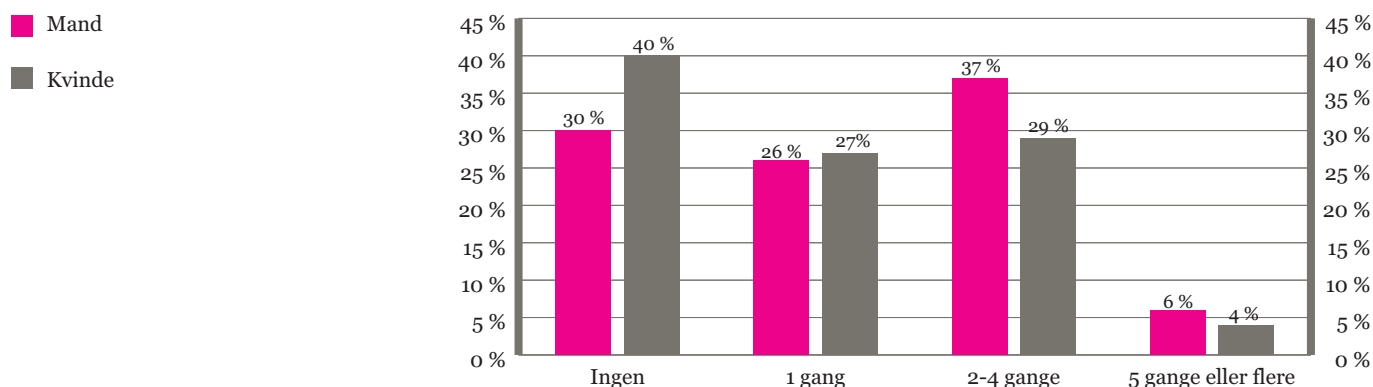
Forbrugerne indgår standardkontrakter på forskellige områder. Forbrugerne har angivet, på hvilke områder de har indgået kontrakter i det hele taget, det vil sige, at der ikke kun henvises til den sidste kontrakt, som forbrugeren har indgået. Som det fremgår af figur 2, har 56 pct. af de forbrugere, der har indgået en kontrakt, gjort det i forbindelse med et mobilabonnement. 49 pct. har indgået en kontrakt i forbindelse med forsikringer, mens 2 pct. har indgået kontrakter med leasingvirksomheder.

FIGUR 2: OMRÅDER HVOR FORBRUGERNE HAR INDGÅET KONTRAKTER



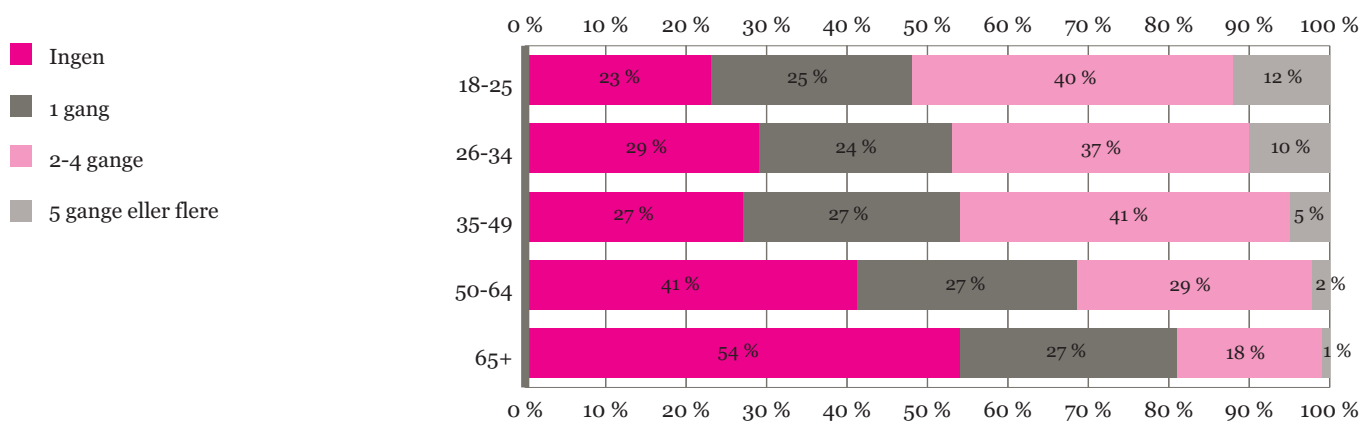
Antallet af indgåede kontrakter varierer alt efter forbrugernes køn og alder. Undersøgelsen indikerer, at mænd generelt indgår flere standardkontrakter end kvinder. De seneste to år har 37 pct. af mændene indgået mellem to og fire kontrakter, mens 29 pct. af kvinderne har indgået mellem to og fire kontrakter. 40 pct. af kvinderne har ikke indgået en kontrakt, mens det gør sig gældende for 30 pct. af mændene.

FIGUR 3: ANTAL KONTRAKTER FORDELT PÅ KØN DE SENESTE TO ÅR



Mere end halvdelen af forbrugerne over 65 år har ikke indgået en standardkontrakt i de seneste to år. Derimod er der kun 23 pct. i aldersgruppen 18-25 år, som ikke har indgået en kontrakt. Undersøgelsen indikerer dermed, at den yngste aldersgruppe indgår flere kontrakter end den ældre.

FIGUR 4: ANTAL KONTRAKTER FORDELT PÅ ALDER DE SENESTE TO ÅR



Undersøgelsen viser ikke om årsagen, til at ældre indgår færre kontrakter, er, at de ældre er mere skeptiske over for de erhvervsdrivende end de yngre, eller om det er de yngre, der har et større behov for produkter og ydelser, hvor der indgås standardkontrakter.

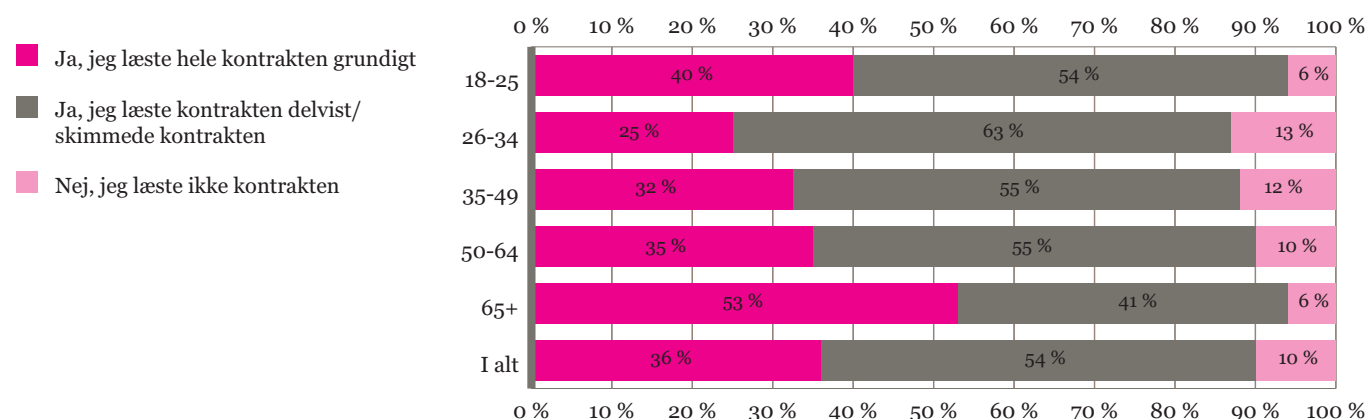
4.2. Forbrugerne læser ikke altid hele standardkontrakten

Standardkontrakten er en del af det produkt, forbrugerne køber. Er forbrugerne ikke enige i betingelserne i kontrakten, må de undlade at købe produktet eller købe produktet et andet sted, hvor betingelserne er tilfredsstillende.

Når forbrugerne køber et produkt eller en ydelse, hvor de også tegner en standardkontrakt, er det hensigtsmæssigt, at forbrugerne læser standardkontrakten, inden de indgår den. På den måde kan de undgå ubehagelige overraskelser, og de bliver bekendt med de vilkår, der fx er for opsigelse, levering og pris.

Undersøgelsen i Forbrugerpanelet indikerer, at det langt fra er alle forbrugere, der læser de standardkontrakter, de indgår. Således angiver 36 pct. af forbrugerne, at de læste den sidste kontrakt, de indgik, grundigt, mens 54 pct. læste kontrakten delvist/skimmede den. 10 pct. af forbrugerne læste ikke standardkontrakten. Det kan betyde, at en stor del af forbrugerne ikke er fuldstændig klar over, hvordan de er stillet, hvis de fx ønsker at opsiges deres aftale, eller hvad de skal gøre, hvis der opstår problemer med leveringen eller lignende.

FIGUR 5. HVOR GRUNDIGT KONTRAKTEN LÆSES FORDELT PÅ ALDERSGRUPPER



Det fremgår af ovenstående figur, at der i denne undersøgelse er en større andel af forbrugere over 65 år, som læste hele den sidste standardkontrakt grundigt end de øvrige aldersgrupper. Herefter kommer forbrugere i aldersgruppen 18-25 år.

Af figur 5 fremgår det, at i alt 36 pct. læste standardkontrakten grundigt. Af dem angiver 97 pct., at de altid læser en kontrakt, inden de skriver under. 7 pct. angiver, at de læste kontrakten grundigt, fordi det var et dyrt produkt, mens 9 pct. angiver, at de tidligere har haft dårlige erfaringer i forbindelse med indgåede standardkontrakter.⁴

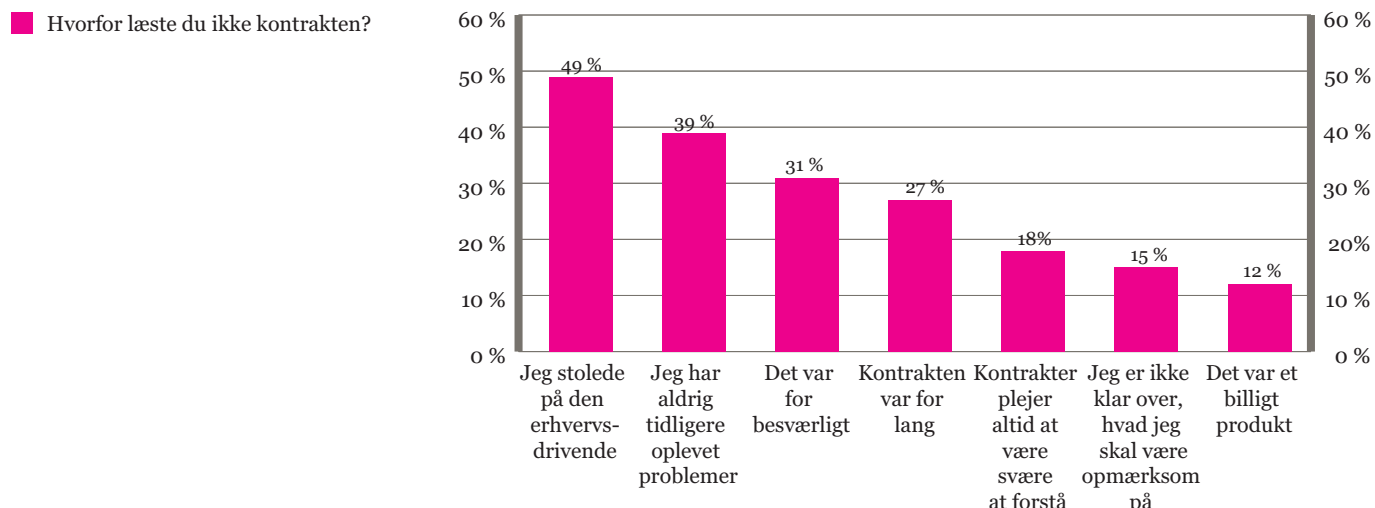
4.3. Hvorfor læser forbrugerne ikke hele standardkontrakten

10 pct. af forbrugerne angiver, at de ikke læste deres sidste standardkontrakt, jf. figur 5 herover.

49 pct. af forbrugerne læste ikke standardkontrakten, fordi de stolede på de erhvervsdrivende, så de mente ikke det var nødvendigt. Herudover angiver 39 pct. af forbrugerne, at de aldrig har oplevet problemer, så de mente ikke, det var nødvendigt at læse kontrakten. Dette viser, at mange forbrugere har gode erfaringer, når de køber varer eller ydelser, hvor de indgår standardkontrakter.

⁴ I undersøgelsen var det flere steder muligt at vælge flere svar, derfor overstiger tallene tilsammen 100 pct. i flere af figurene.

FIGUR 6: ÅRSAGER TIL AT FORBRUGERNE IKKE LÆSTE DEN SIDSTE STANDARDKONTRAKT



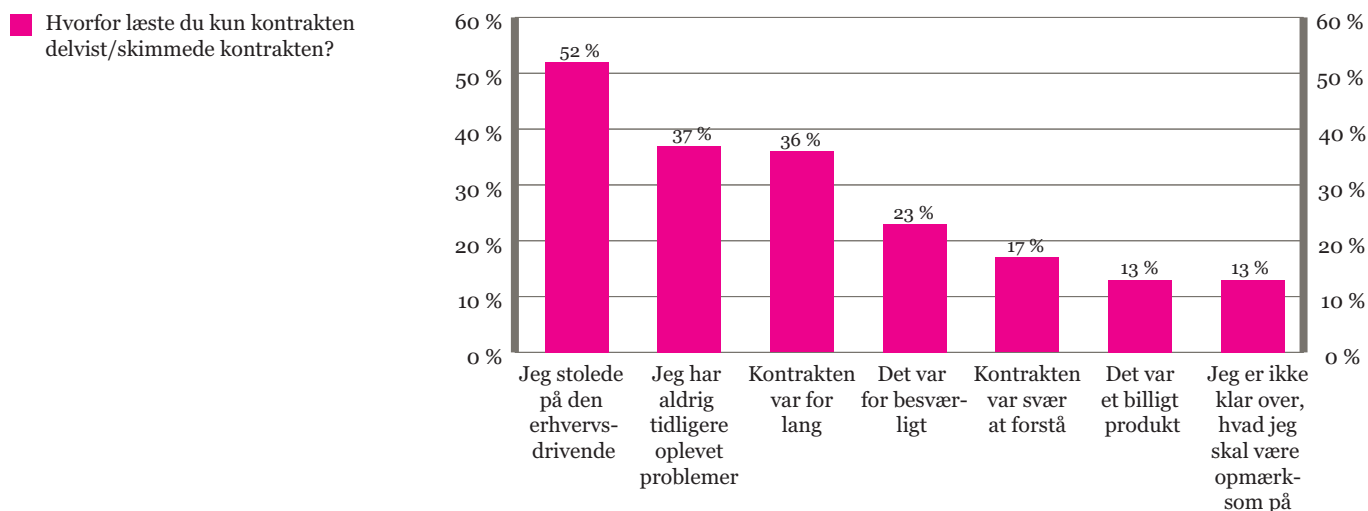
Uanset hvilken grund forbrugerne angiver til ikke at læse en standardkontrakt, sætter forbrugerne sig selv i en situation, hvor de ikke er fuldt ud klar over, hvilke betingelser og vilkår de accepterer. I de situationer hvor forbrugerne er i kontakt med den erhvervsdrivende, kan de få informationerne herfra, men bliver i disse tilfælde afhængige af, at den information, de får fra den erhvervsdrivende, er både korrekt og fyldestgørende. Mange forbrugere kommer slet ikke i en situation, hvor de har behov for at henholde sig til vilkårene i standardkontrakten. Det er først, når forbrugerne kommer i en situation, hvor der opstår en tvist med den erhvervsdrivende, at de opdager, at de har accepteret vilkår, de ikke var klar over.

4.4. Hvorfor læses standardkontrakten kun delvist/skimmes

Som det fremgår af figur 5, angiver 54 pct. af forbrugerne, at de læste den sidste standardkontrakt delvist/skimmede den. At en forbruger vælger at læse en standardkontrakt delvist eller skimme den, er ikke nødvendigvis et problem, hvis forbrugerne har fået de nødvendige informationer på anden måde enten ved erfaring med tidligere kontrakter eller direkte fra den erhvervsdrivende.

Der kan være forskellige grunde til, at forbrugerne ikke læste hele den sidst indgåede kontrakt. Af de forbrugere, som delvist læste/skimmede kontrakten, angiver lidt over halvdelen (52 pct.), at det blandt andet var fordi, de stolede på den erhvervsdrivende, så de mente ikke, det var nødvendigt at læse kontrakten. 37 pct. af forbrugerne i undersøgelsen læste ikke hele kontrakten som følge af, at de aldrig tidligere har oplevet problemer ved indgåelse af en standardkontrakt, mens 36 pct. af forbrugerne angiver, at de læste kontrakten delvist/skimmede den, fordi den var for lang.

FIGUR 7: ÅRSAGER TIL AT FORBRUGERNE LÆSTE DEN SIDSTE KONTRAKT DELVIST/SKIMMEDE DEN



Standardkontrakter kan til tider være lange.⁵ Flere erhvervsdrivende har forsøgt at afhjælpe problemerne med lange kontrakter ved at lave en opsummering i starten af kontrakten. Det giver forbrugerne en mulighed for at læse de vigtigste betingelser uden at skulle gennemgå hele kontrakten. En indvending mod opsummeringer er, at der er en risiko for, at de kan fjerne forbrugernes opmærksomhed fra væsentlige vilkår i selve kontrakten.

17 pct. af forbrugerne synes, at den sidst indgåede kontrakt var for svær at forstå, og 13 pct. var ikke klar over, hvad de skulle være opmærksomme på. Det indikerer, at en gruppe forbrugere har en udfordring, når de indgår standardkontrakter. Af de forbrugere, der ikke vidste, hvad de skulle være opmærksomme på, synes 40 pct., at kontrakterne var svære at forstå.

4.5. Hvilke dele af standardkontrakterne læser forbrugerne?

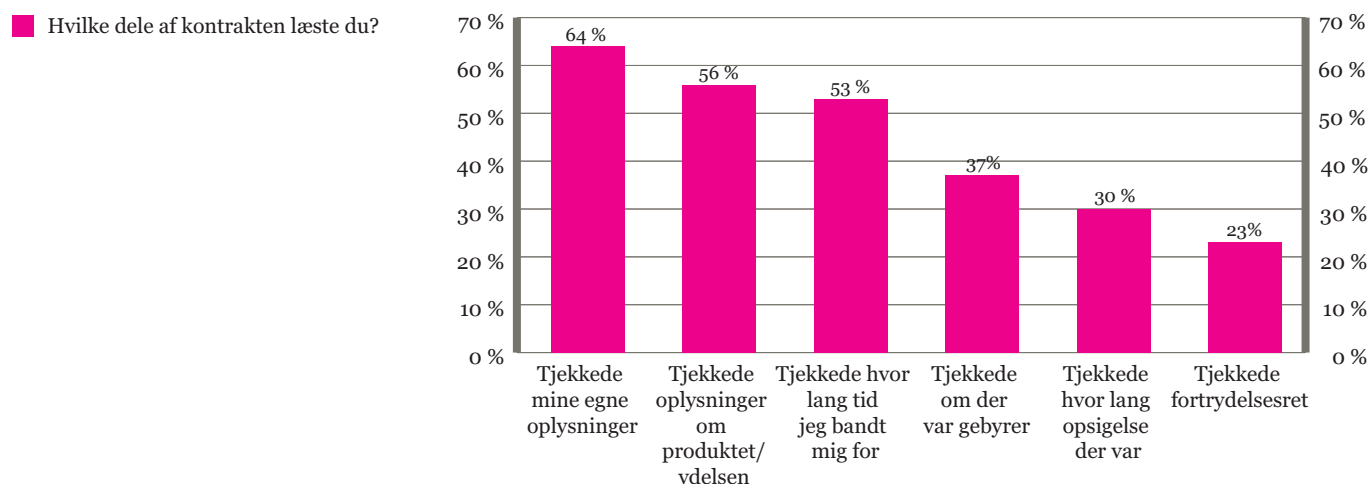
Når lidt over halvdelen af forbrugerne delvist læste eller skimmende kontrakten, er det interessant at klarlægge, hvilke dele af kontrakten forbrugerne læste.

I forbindelse med deres sidst indgåede kontrakt tjekkede 64 pct. deres egne oplysninger, 56 pct. oplysninger om selve produktet/ydelsen samt 53 pct. hvor lang tid de bandt sig for. 37 pct. tjekkede, om der var gebyrer, 30 pct. hvor lang deres opsigelsesperiode var samt 23 pct. deres fortrydelsesret.

Hvis forbrugerne ikke læser alle oplysninger i standardkontrakten, kan det medføre ubehagelige overraskelser, og der kan opstå en tvist med den erhvervsdrivende som følge af, at forbrugerne ikke fuldt ud er klar over, hvilke betingelser de har accepteret.

5 Nogle af standardkontrakterne inden for tv-pakker, via bredbånd, er på over 30 sider.

FIGUR 8: HVILKE DELE LÆSES I STANDARDKONTRAKTERNE?



4.6. Standardkontrakter i en fysisk butik

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har gennemført fire dybdeinterviews for at belyse forbrugernes syn på standardkontrakter. Af dybdeinterviewene kom et andet aspekt omkring selve indgåelsen af standardkontrakter frem. Tre ud af de fire interviewede forbrugere oplever et pres, når de indgår en kontrakt i en fysisk butik. Forbrugerne føler ikke, at der er tid til at læse kontrakten i butikken, og forbrugerne oplever, at de bliver presset af ekspedienten eller de øvrige kunder i køen.

”Jeg bryder mig ikke om at tage for meget af sælgerens tid. Jeg vil ikke give dem det indtryk, at jeg læser dem i kortene, så jeg kigger lige overskrifterne igennem og ser på det væsentligste, men vil ikke give et indtryk af mistro.”

Selv en forbruger, der før har oplevet problemer med standardkontrakter og derfor altid læser kontrakten, føler sig presset i butikken.

”Jeg læser det hele men jo nok lidt hurtigere og lidt mere overfladisk, end jeg egentlig har lyst til, fordi man jo føler sig lidt presset. De bliver irriterede, når man står der og skal kigge det hele igennem, og det er ikke så rart.

Problematikken med at læse kontrakten i en fysisk butik indikeres også i forbrugerpanelsundersøgelsen. Her har forbrugerne i et fritekstfelt kunnet angive andre grunde til, at de læste kontrakten delvist/skimmede den. Her angiver seks ud af 69 forbrugere at de ikke følte, at der var tid til at læse kontrakten i butikken.

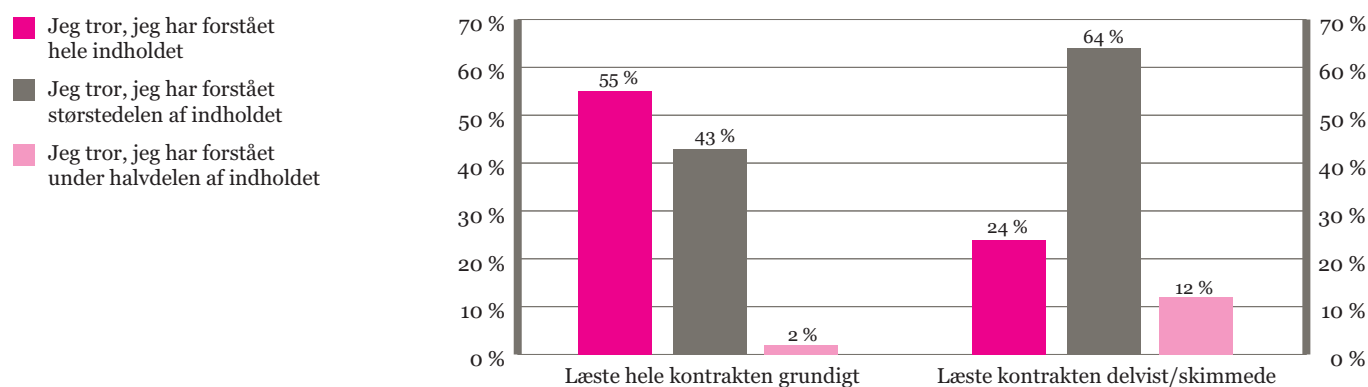
Når standardkontrakten indgås ved traditionel butikshandel, har forbrugerne som udgangspunkt ingen fortrydelsesret. Derfor er det i høj grad vigtigt, at forbrugerne har mulighed for at læse kontrakten grundigt i butikken. Når mange virksomheder vælger at give deres kunder mulighed for at fortryde et køb, er det for at give dem en ekstra service.

4.7. Forbrugernes forståelse af indholdet i standardkontrakterne

En ting er, om forbrugerne læser standardkontrakten, noget andet er, om de forstår indholdet i kontrakterne. Som det fremgår i den sproglige gennemgang senere i analysen, er mange af kontrakterne skrevet i et sprog og i en form, der gør dem vanskelige at læse.

Lidt over en tredjedel (37 pct.) af forbrugerne tror, at de har forstået hele indholdet af kontrakten, mens over halvdelen (57 pct.) tror, at de har forstået størstedelen af indholdet. 7 pct. tror, at de har forstået under halvdelen af indholdet i kontrakten. Som det fremgår herunder, viser det sig, at der er en sammenhæng mellem, hvor grundigt forbrugerne læste den sidste kontrakt, de indgik, og hvor meget de tror, de forstår af den.

FIGUR 9: FORSTÅELSE AF INDHOLDET I STANDARDKONTRAKTEN



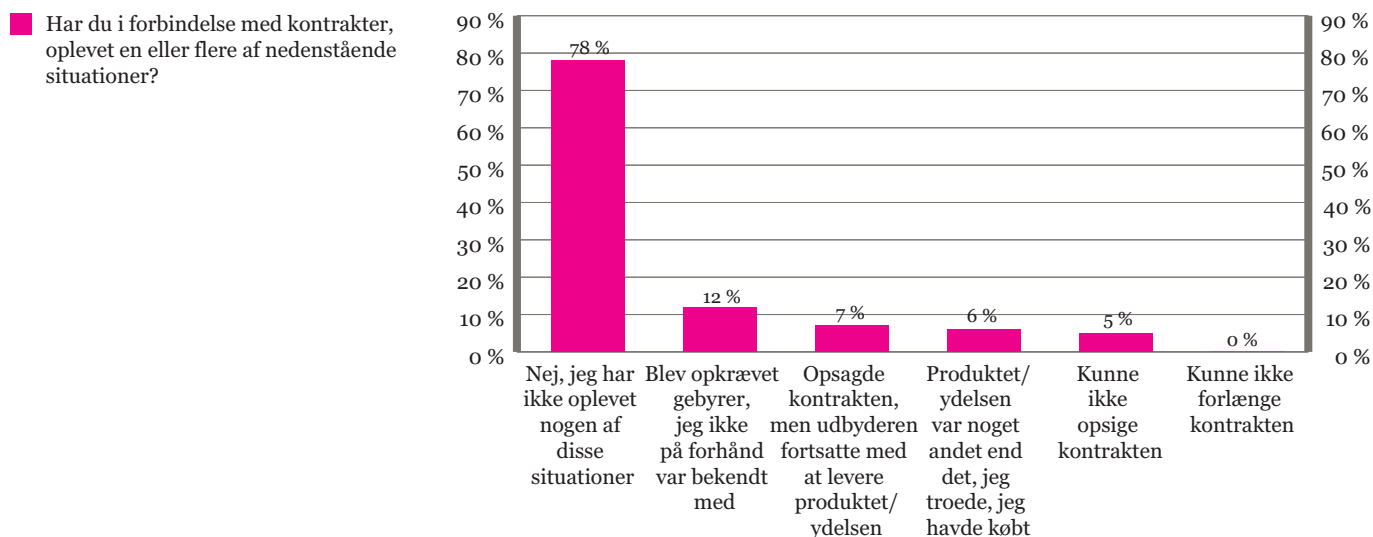
Blandt de forbrugere der læste hele standardkontrakten grundigt, viser undersøgelsen, at over halvdelen (55 pct.) tror, at de har forstået hele indholdet, mens 43 pct. tror, at de har forstået størstedelen af indholdet i kontakten. To pct. af forbrugerne giver udtryk for, at de har forstået under halvdelen af indholdet, selvom de har læst hele kontrakten grundigt.

Blandt de forbrugere, der delvist læste/skimmede den sidste kontrakt, de indgik, tror knap en fjerdedel (24 pct.), at de har forstået hele indholdet, mens 64 pct. tror, at de har forstået størstedelen af indholdet i kontrakten. 12 pct. af forbrugerne tror, at de har forstået under halvdelen af indholdet i kontrakterne, når de har læst kontrakten delvist/skimmet den.

Undersøgelsen viser ikke, om de forbrugere, der mener, at de har forstået kontrakterne, også har forstået kontrakterne korrekt. De dybdeinterview, der er udført i forbindelse med denne analyse, viser, at selvom forbrugerne tror, de forstår indholdet i kontrakterne, er det ikke altid, at de reelt har forstået meningen med indholdet. I dybdeinterviewene er der eksempler på, at forbrugerne tror, de forstår passager i standardkontrakterne, men når de bliver bedt om at svare specifikt på, hvad det betyder, viser det sig, at de ikke har forstået det korrekt. Dette, kombineret med den juridiske og sproglige gennemgang, viser, at standardkontrakterne kan være komplicerede at læse og forstå.

I ovenstående beskrivelse af forbrugerpanelsundersøgelsen har forbrugerne angivet deres adfærd i forbindelse med den sidste standardkontrakt, de har indgået. Forbrugerne er også blevet spurgt, om de har oplevet problemer i forbindelse med indgåelse af en standardkontrakt. Til dette spørgsmål skal de ikke forholde sig til den sidste kontrakt, de har indgået, men til alle de kontrakter, forbrugerne har indgået de seneste to år.

FIGUR 10: OPLEVEDE PROBLEMER MED STANDARDKONTRAKTER INDEN FOR DE SENESTE TO ÅR.



12 pct. af forbrugerne er blevet opkrævet gebyrer, de ikke var bekendt med, mens 7 pct. havde problemer med at opsige kontrakten. Derudover har 6 pct. oplevet, at produktet/ydelsen var noget andet, end de troede, og 5 pct. at de ikke kunne opsige kontrakten. Ingen af forbrugerne har oplevet ikke at kunne forlænge kontrakten. 78 pct. af forbrugerne har ikke oplevet nogle af de ovenstående situationer i forbindelse med de standardkontrakter, de har indgået de seneste to år.

De problemer, som forbrugerne har oplevet, er ikke nødvendigvis et udtryk for, at der er sket en fejl fra de erhvervsdrivendes side, men et billede af forbrugernes oplevelser. Det er ikke sikkert, at ovenstående problemer kunne have været undgået, hvis forbrugerne havde læst og forstået kontrakterne. Men forbrugernes forudsætninger for at undgå lignende situationer i fremtiden kan reduceres, hvis forbrugerne læser de kontrakter, de indgår, og de erhvervsdrivende udarbejder kontrakter, som forbrugerne lettere kan forstå.

4.8. Konklusion

Gennemgangen af forbrugerpanelsundersøgelsen viser, at det er et flertal, der ikke læser kontrakten grundigt. De fleste forbrugere læser ikke kontrakten grundigt, fordi de stoler på den erhvervsdrivende.

HOVEDKONKLUSIONER I RELATION TIL FORBRUGERADFÆRD

- 65 pct. af forbrugerne har inden for de sidste to år indgået en standardkontrakt.
- 36 pct. af forbrugerne læste den sidste kontrakt, de har indgået, grundigt, 54 pct. læste den delvist eller skimmede den, mens 10 pct. ikke læste kontrakten.
- Omkring 30 pct. af forbrugerne synes, at standardkontrakterne er for lange, og ca. 18 pct. synes, at kontrakterne er svære at forstå.
- Hovedårsagen, til at forbrugerne ikke læste den sidste kontrakt, de har indgået, grundigt, er, at de stolede på den erhvervsdrivende.
- 78 pct. af forbrugerne har ikke oplevet problemer med de standardkontrakter, de har indgået de seneste to år.
- 12 pct. af forbrugerne er blevet opkrævet gebyrer, de ikke på forhånd var bekendt med.
- Forbrugerne oplever, at de forstår kontraktens indhold, men dybdeinterviewene indikerer, at det ikke altid er tilfældet.
- Dybdeinterviewene indikerer, at en del forbrugere ikke er klar over, at de som udgangspunkt ingen fortrydelsesret har, når de køber varer i en fysisk butik.

5. STANDARDKONTRAKTERNES JURIDISKE INDHOLD

Den juridiske gennemgang omfatter standardkontrakter fra i alt 30 erhvervsdrivende (se bilag 2). Standardkontrakterne og de tilhørende betingelser og vilkår er gennemgået med henblik på at fastlægge, på hvilken måde de fordeler rettigheder og forpligtelser mellem den erhvervsdrivende og forbrugerne.⁶

5.1. Metode for den juridiske gennemgang

Gennemgangen af standardkontrakterne fokuserer på en række parametre, som må formodes at kunne få væsentlig betydning for den enkelte forbruger, når der indgås en kontrakt. At standardkontrakterne indeholder en, for den enkelte forbruger, rimelig fordeling af rettigheder og forpligtelser mellem parterne afhænger i praksis af, at den retslige regulering af kontrakterne er tilstrækkelig effektiv. Reguleringerne skal sikre, at forbrugerne, hvis der bliver behov for at anvende vilkårene i tilfælde af en tvist, kan anvende dem til at beskytte egne interesser. Dette forudsætter blandt andet, at standardkontrakterne på en forståelig måde beskriver de forskellige parterers rettigheder og pligter.

Der ses i de gennemgåede kontrakter flere eksempler på, at de erhvervsdrivende på forskellige måder forsøger at henlede forbrugernes opmærksomhed på særligt vigtige vilkår. Herunder hvilke vigtige forpligtelser forbrugerne har over for den erhvervsdrivende. Dermed ikke kun hvilke forpligtelser den erhvervsdrivende har over for forbrugerne. Der ses således fra de erhvervsdrivendes side et forsøg på at tydeliggøre hvilke krav, der stilles til forbrugerne, også selvom disse krav ikke kan betragtes som salgsfremmende.

En række af standardvilkårene i de gennemgåede kontrakter angår forhold, som må antages at få begrænset betydning i praksis, fx spørgsmål om leverandørens pligt til at erstatte forbrugernes eventuelle økonomiske tab som følge af udebleven levering. Andre vilkår angår praktiske spørgsmål, hvis løsning der kan være behov for at præcisere i kontrakten, uden at indholdet af den løsning, der vælges, typisk kan antages at spille nogen væsentlig rolle for den enkelte forbruger. Fx tekniske forhold i forbindelse med installa-

6 Den juridiske gennemgang er foretaget af professor Peter Møgelvang-Hansen og baseret på den nuværende lovgivning. Kommissionen har den 8. oktober 2008 fremsat forslag til direktiv om forbrugerrettigheder (KOM(2008)614). Formålet med direktivet er at bidrage til at forbedre den måde, det indre marked for virksomheder og forbrugere fungerer på, og at sikre et højt fælles forbrugerbeskyttelsesniveau. Direktivets kap. V finder anvendelse på urimelige kontraktvilkår, som ikke har været genstand for individuel forhandling, fx. standardkontrakter. Efter direktivforslaget er standardvilkår urimelige, hvis de bevirker en betydelig skævhed i forbrugerens og den erhvervsdrivendes rettigheder og forpligtelser, og sådanne vilkår binder ikke forbrugeren. De foreslåede bestemmelser svarer i vid udstrækning til reguleringen i det eksisterende direktiv 93/13/EF om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler. Direktivet forhandles på nuværende tidspunkt under det belgiske formandskab.

tion, om fakturering sker forud eller bagud osv. Sådanne vilkår er ikke inddraget i den juridiske gennemgang nedenfor.

Gennemgangen er koncentreret om følgende parametre, der kan få væsentlig betydning for den enkelte forbruger, og som regulerer både forbrugernes og udbydernes forpligtelser:

- 1) Fortrydelsesret
- 2) Leverandørens forpligtelser ved tekniske fejl
- 3) Forpligtelser angående medfølgende udstyr
- 4) Forbrugernes betalingspligt
- 5) Varsling af ændrede vilkår og prisændringer
- 6) Bindingsperiode og opsigelse

For at den juridiske gennemgang skal være fyldestgørende, er det nødvendigt at gennemgå kontrakterne med henblik på at undersøge, om de opfylder de gældende regler på området. Derfor indeholder nedenstående gennemgang til tider henvisninger til specifikke retningslinjer på området for betalings-tv og leasingvirksomheder.

De gennemgåede standardkontrakter berører flere forskellige lovgivninger og retningslinjer. De udbydere, som leverer tv gennem bredbåndsforbindelser, er underlagt bekendtgørelsen om udbud af elektroniske kommunikationsnet og – tjenester (kaldet udbudsbekendtgørelsen). Det vil sige regler, der gælder for tjenester, der angår ”transporten” i modsætning til ”indholdet” – hvilket i denne sammenhæng gælder udbydere af bredbånd.

Herudover er de gennemgåede kontrakter omfattet af forbrugeraftalelovens generelle regler om fjernsalg og opsigelse, se dog nærmere nedenfor under 5.3.6 om bindingsperiode og opsigelse.

5.2. Kontrakternes opbygning og overskuelighed

De fleste af de gennemgåede kontrakter behandler forholdsvis komplicerede emner, der kan være svære at forstå. Desuden er de undertiden temmelig omfattende. De nævnte forhold gør sig dog ikke gældende i lige høj grad for alle de gennemgåede kontrakter.

De ”tungeste” kontrakter (både hvad angår omfang og indhold) er generelt dem fra udbydere af bredbåndsforbindelser. Disse kontrakter indeholder ofte udførlige vilkår angående en række tekniske spørgsmål vedrørende installation og vedligeholdelse af forbindelsen etc. En del af disse oplysninger skal standardkontrakterne indeholde for at overholde lovens krav.⁷ I tillæg til vilkårene herom kommer en række specifikke vilkår, som tager særligt sigte på tv-tjenester, internettjenester etc.

⁷ Kontrakterne skal i henhold til bekendtgørelse 714/2008 om udbud af elektroniske kommunikationsnet og -tjenester (udbudsbekendtgørelsen) § 10, stk. 2, indeholde en række nærmere angivne tekniske oplysninger blandt andet om kvalitets- og serviceniveau.

I den anden ende af spektret befinder kontrakter fra leasingvirksomhederne sig. Der ses her eksempler på meget kortfattede og let overskuelige kontrakter men også på lidt mere omfattende og komplicerede kontrakter.

Mellem disse yderpunkter befinder kontraktvilkår fra udbydere af betalings-tv sig, der blandt andet indeholder bestemmelser om modtageudstyr, programkort mv.

5.3. Juridisk gennemgang af standardkontrakterne

5.3.1. Fortrydelsesret

Som udgangspunkt har forbrugere 14 dages fortrydelsesret, når de køber varen ved fjernsalg - typisk i forbindelse med køb over internettet. Derimod har forbrugere som udgangspunkt ikke fortrydelsesret, når de køber varen i en fysisk butik. De fleste erhvervsdrivende har dog en politik om, at forbrugere kan bytte varen eller fortryde købet alligevel.

Indgås aftalen ved fjernsalg er forholdet omfattet af forbrugeraftalelovens regler om oplysningspligt⁸ og fortrydelsesret⁹ ved fjernsalg af ikke finansielle tjenesteydelser. Dette indebærer for det første, at forbrugere skal have en række oplysninger om betaling, levering, eventuel uopsigelsesperiode etc.¹⁰ Desuden skal det oplyses, hvorvidt forbrugere har fortrydelsesret efter forbrugeraftaleloven.

Oplysningerne skal gives til forbrugere inden indgåelsen af fjernsalgsaftalen. Senest i forbindelse med en ordrebekræftelse eller lignende skal disse oplysninger meddeles forbrugeren på papir, pr. e-mail eller lignende. Derudover skal der gives oplysninger om, hvordan forbrugeren kan benytte sin fortrydelsesret, og hvornår fortrydelsesretten ikke gælder mere.¹¹ Oplysningerne kan være, men behøver ikke at være, en del af standardkontrakten. Det synes dog at være til forbrugernes fordel, hvis alle relevante oplysninger, såsom oplysninger om fortrydelsesretten bliver samlet et sted, fx i standardkontraktens betingelser og vilkår.

Efter forbrugeraftaleloven har forbrugere som nævnt ret til at fortryde fjernsalgsaftaler. Fristen er 14 dage regnet fra aftalens indgåelse, forudsat leverandøren har opfyldt sin pligt til at give oplysninger om fortrydelsesretten som nævnt ovenfor. Ellers regnes 14-dagsfristen fra det tidspunkt, oplysningerne blev givet til forbrugeren. Fortrydelsesfristen kan ikke overstige tre måneder regnet fra aftaleindgåelsen. Fortrydelsesretten kan bortfalde inden 14 dage, hvis forbrugeren informeres om og accepterer, at den erhvervsdrivende leverer den bestilte ydelse inden 14 dage.

8 Jf. forbrugeraftalelovens § 11 og § 12, stk. 1-3.

9 Jf. forbrugeraftalelovens § 18, stk. 1-4.

10 I forhold omfattet af bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) er der endvidere oplysningspligt efter bekendtgørelsens § 10, der også gælder uden for fjernsalg, men som ikke kommer ind på spørgsmålet om forbrugers fortrydelsesret.

11 Jf. bekendtgørelse 972/2004 vedrørende oplysning om fortrydelsesret i henhold til lov om visse forbrugeraftaler §§ 8 og 10.

De gennemgåede standardkontrakter tyder på, at leverandørerne i vidt omfang er opmærksomme på oplysningspligten efter forbrugeraftaleloven. I og med at materialet består af generelle vilkår og betingelser, indeholder det gennemgåede materiale ikke altid specifikke oplysninger som pris etc. Ligesom oplysninger angående fortrydelsesret ikke findes i alle de gennemgåede kontrakter. Dette er ikke ensbetydende med, at forbrugeraftaleloven er tilsidesat, idet loven som nævnt ovenfor ikke kræver, at oplysningerne gives samlet i standardkontrakten. De specifikke oplysninger, som ikke findes i standardkontrakterne, skal gives på bestillingssedler, ordrebekræftelser eller lignende.

Forbrugeraftalelovens regler gælder som nævnt ikke i forbindelse med aftaler, der indgås ved traditionel butikshandel. Dybdeinterviewene viser, at forbrugerne ikke er klar over, at de ikke kan fortryde et køb eller bytte en vare i en fysisk butik. At flere butikker tillader forbrugere at bytte varen, er en service ud over bestemmelserne i købeloven. Alle forbrugerne fra dybdeinterviewene tror fejlagtigt, at de erhvervsdrivende skal tage varen retur. Eksempel fra dybdeinterviewene: ”

”Ja selvfølgelig kan man da fortryde købet af tv’et, hvis det er bestilt via butikken. Så gælder de normale regler om fortrydelsesret jo.”

Enkelte kontrakter afspejler nøjagtigt forbrugeraftalelovens regler ved at beskrive den omtalte regel om fortrydelsesrettens ophør før de 14 dage, hvis det godkendes af forbrugeren. Enkelte kontrakter giver oplysninger om, hvordan forbrugere i givet fald kan udnytte sin fortrydelsesret i perioden mellem aftaleindgåelsen og leverandørens påbegyndelse af tjenesteydelsen.

En del kontrakter oplyser alene om, at reglen om bortfald af fortrydelsesret med forbrugers accept er gældende, når leverandøren går i gang med at levere ydelsen. I de tilfælde hvor kun ovenstående regel er oplyst, må oplysning om fremgangsmåden ved fortrydelse i tiden indtil fortrydelsesrettens bortfald derfor gives ad anden vej.¹²

5.3.2. Leverandørens forpligtelser ved tekniske fejl

Hovedparten af de gennemgåede kontrakter indeholder vilkår om compensation/tilbagebetaling i tilfælde af mangler ved tjenesten.¹³

Vilkårene beskriver ofte, at den erhvervsdrivende efter anmeldelse af fejl fra forbrugeren vil søge at udbedre fejlen ”inden rimelig tid”. Af og til er det præciseret, hvornår den erhvervsdrivende går i gang med at udbedre fejlen, fx. ”normalt inden 8 timer ” eller ”normalt uden ophold inden for normal arbejdstid”.

Kontrakterne giver forbrugeren ret til fradrag i abonnementsbetalingen, hvis driftsforstyrrelser mv. ikke er ophørt/udbedret inden en vis frist, som

¹² Jf. bekendtgørelse 972/2004 vedrørende oplysning om fortrydelsesret i henhold til lov om visse forbrugeraftaler § 10.

¹³ I forhold omfattet af bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) skal dette være nævnt i kontrakten, jf. udbudsbekendtgørelsen § 10, stk. 2, nr. 7.

undertiden er sat til to døgn. Andre kontrakter indeholder ikke tidsbegrænsning, men giver kun afslag, hvis dette har en vis størrelse på fx 25 kr., mens andre kontrakter kombinerer de to metoder. Standardkontrakterne indeholder kun i mindre omfang helt specifikke oplysninger om, hvornår en forbruger er berettiget til kompensation i tilfælde af mangler.

I de tilfælde hvor det viser sig, at der ikke foreligger en fejl ved leverandørens ydelse, men at forbrugeren er skyld i fejlen, herunder betjeningsfejl eller fejl ved forbrugeren materiel, tager leverandøren i de fleste kontrakter forbehold for at få dækket sine omkostninger ved udbedring af fejlen eller fejlsøgningen.

5.3.3. Forpligtelser angående medfølgende udstyr mv.

En del kontrakter forudsætter, at forbrugere i forbindelse med kontrakten får stillet fx en netboks eller andet teknisk udstyr til rådighed af den erhvervsdrivende.

Virker udstyret på grund af en fabrikationsfejl eller lignende ikke efter hensigten, har forbrugeren krav på, at udstyret reparerer, eller at der stilles andet udstyr til rådighed.¹⁴ Dette fremgår også udtrykkeligt af nogle af kontrakterne. Kan forbrugeren på grund af det mangelfulde udstyr ikke modtage den aftalte tjeneste, kan der derudover blive tale om et afslag i abonnementsbetalingen, jf. afsnittet tidligere om leverandørens forpligtelser ved fejl og mangler.

Forbrugere har efter almindelige regler pligt til at betale erstatning, hvis de ved uforsvarlig adfærd forvolder skade på udstyr, der er stillet til rådighed. De gennemgåede standardkontrakter indeholder af og til bestemmelser om dette, som i nogle tilfælde er udvidet til at omfatte skader forårsaget af andres uforsvarlige adfærd (fx husstandens eller gæsters).¹⁵

Efter dansk ret er det som udgangspunkt den erhvervsdrivende, der som ejer af udstyret bærer risikoen for hændelige skader på genstande, der er stillet til forbrugernes rådighed som led i aftalen. Dette kan imidlertid fraviges ved aftale, fx i standardkontrakten. Aftalevilkår, der flytter risikoen fra leverandøren til forbrugeren, har i mange år været almindelige i kontrakter om leje af løsøre.¹⁶ Hvilket også er almindeligt forekommende i de gennemgåede kontrakter. Når en ændring af risikofordelingen mellem parterne normalt ikke anses for urimelig i forbindelse med en standardkontrakt, hænger det sammen med, at forbrugerne i vidt omfang er dækket af indboforsikringen. Indboforsikringen omfatter ikke alene forbrugernes

14 Efter Forbrugerombudsmandens retningslinjer om god markedsføringsskik på teleområdet pkt. 14 bør der (uden beregning) så vidt muligt stilles en erstatningsgenstand til forbrugeren til rådighed, hvis reparation af en mangel ved teleudstyr vil tage mere end ti dage.

15 Jf. herved lejelovens § 25, stk. 2, hvorefter lejerer er erstatningsansvarlig for skade, som forvoldes ved uforsvarlig adfærd af lejerer selv, lejerens husstand eller andre, som lejerer har givet adgang til det lejede.

16 Jf. betænkning 876/1979 om udlejning af løsøre s. 12.

egne ting men også ting, som de bærer risikoen for.¹⁷ Denne sammenhæng kommer klart til udtryk i en del af standardkontrakterne, der ikke alene overfører risikoen for beskadigelser til forbrugerne, men samtidig forpligter disse til at sørge for forsikringsdækning. Blandt de gennemgåede kontrakter fra leasingvirksomheder er der eksempler på mere udførlig regulering af forsikringsspørgsmålet, som dette eksempel illustrere:

”Lejer har i lejeperioden det fulde ansvar for det lejede. Som led i dette ansvar er lejer forpligtet til at holde det lejede forsikringsdækket ved en sædvanlig ansvars- og indboforsikring på sædvanlige vilkår eller ved en forsikringsaftale tegnet gennem [udbyderen]. [Udbyderen] indtræder i alle rettigheder i forhold til lejers forsikring vedrørende eventuelle dækningssummer for så vidt angår det lejede. Eventuel selvrisiko er [udbyderen] uvedkommende.”

Andre standardkontrakter er mindre instruktive i og med, at de blot overfører den nævnte risiko til forbrugerne uden omtale af forsikringsmuligheden. Aftalevilkår, der overfører risikoen for hændelig skade til uforsikrede forbrugere, kan føre til urimelige resultater, ikke mindst i tilfælde hvor forbrugerne ikke i forbindelse med aftalen er gjort opmærksom på muligheden for forsikringsdækning. Desuden er det forhold, at forbrugerne har en indboforsikring, ikke ensbetydende med, at der er (fuld) forsikringsdækning for skaden i det enkelte tilfælde, idet forholdet kan være undtaget fra dækningen på grund af særlige vilkår i policen.

5.3.4. Forbrugernes betalingsforpligtelser

Forbrugernes betalingsforpligtelse i de gennemgåede standardkontrakter er typisk fordelt på oprettelsesafgift, abonnementsafgift og eventuel leje af modtageudstyr mv. Hertil kommer eventuelle forbrugsafgifter og gebyrer.

Alle kontrakter indeholder udtrykkeligt vilkår om, at der i tilfælde, hvor betaling ikke sker gennem PBS, beregnes et faktureringsgebyr på x antal kr. Desuden ses vilkår om, at der efter spærring på grund af betalingsmisligholdelse beregnes et genåbningsgebyr, og at der i forbindelse med valg af en billigere programpakke beregnes et ændringsgebyr. Herudover gives der i tilknytning til vilkår om betalingsmisligholdelse ofte oplysning om rentelovens regler om rykker- og inkassogebyrer.

I en enkelt kontrakt findes et vilkår, hvorefter der kan blive tale om at opkræve et opsigelsesgebyr. At lægge gebyr på forbrugernes ret til at komme ud af et aftaleforhold med et vist varsel kan ikke anses for at være i overensstemmelse med god markedsføringsskik, med mindre gebyret modsvares af nødvendige, påviselige omkostninger, som typisk er forbundet med opsigelsen.

¹⁷ Af Juridisk Årbog 1999 s. 24 f. fremgår det, at Forbrugerombudsmanden ikke kunne acceptere aftalevilkår, hvorefter lejere af radio, tv og hårde hvidevarer ifalder erstatningsansvar, selv om de ikke har handlet forsætligt eller uagtsomt, men også at Forbrugerombudsmanden kunne acceptere vilkår, der forpligter lejeren til at sørge for, at hændelige skader på det lejede er dækket af en indboforsikring.

Betales der ikke til tiden, kan der efter de gennemgåede kontrakter blive tale om midlertidig afbrydelse og/eller ophævelse af aftalen. Anvendelsen af denne sanktionsmulighed er ifølge kontrakterne som hovedregel betinget af, at forbrugeren har modtaget mindst en rykker. Dette svarer til, hvad der er fastsat i Forbrugerombudsmandens retningslinjer om god markedsføringskik på teleområdet.¹⁸ Forbrugeren modtager i forbindelse med denne rykker ofte oplysninger om en spærring af den leverede ydelse, hvis der ikke betales inden en vis frist. Fristen bør ifølge Forbrugerombudsmandens retningslinjer være mindst syv dage.

5.3.5. Varsling af ændrede vilkår og prisændringer

Efter Forbrugerombudsmandens retningslinjer om god markedsføringskik på teleområdet bør forbrugere have mindst 14 dages varsel i forbindelse med ændring af vilkår, og varslingen bør ske ved individuel meddelelse, fx pr. brev, e-mail eller anden aftalt måde. Er ændringen af mindre væsentlig karakter, kan varsling ske ved annoncering i landsdækkende dagblade.¹⁹

Hos de erhvervsdrivende, der er omfattet af udbudsbekendtgørelsen, skal ændringer af vilkår til ugunst for forbrugerne varsles med mindst en måneds frist. Forbrugerne skal desuden have mulighed for at opsiges aftalen med virkning senest ved ændringens ikrafttræden.²⁰

Udbydere forbeholder sig i et vist omfang ret til ensidigt at ændre programpakernes sammensætning, det vil sige indholdet af hovedydelsen i kontraktforholdet, uden at forbrugerne har mulighed for at opsiges kontrakten med virkning fra ændringens ikrafttræden.²¹ Dette vil i praksis kun have betydning i bindingsperioden, hvorimod dets betydning efter bindingsperiodens udløb vil være forholdsvis beskeden, idet forbrugerne alligevel kan opsiges kontrakten med en måneds varsel (se nærmere i afsnit 5.3.6: Bindingsperiode og opsigelse).

Alle standardkontrakterne indeholder vilkår, der giver leverandøren ret til at foretage prisændringer af de leverede ydelser. Varsling af prisændringer er underlagt samme vilkår som beskrevet ovenfor. Ovennævnte retningslinjer er i det væsentlige afspejlet i de gennemgåede kontrakter.²²

Markedsføringslovens § 15 indeholder en særlig regel om ændring af gebyrer eller indførelsen af nye gebyrer i løbende kontraktforhold.²³ Betingelserne herfor skal være klart fremhævet i kontrakten, og ændringerne skal varsles

18 Retningslinjernes pkt. 10, hvorefter spærring blandt andet kan ske straks ved mistanke om misbrug, således at forbrugeren underrettes umiddelbart herefter.

19 Retningslinjernes pkt. 5.2.

20 Bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) § 12, der gælder for alle ændringer af priser og vilkår, dog ikke ændringer til gunst for kunden.

21 Se herved pkt. 1, litra j og k, i den vejledende liste i bilaget til direktiv 93/13 om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler. Litra k lyder: "at tillade den erhvervsdrivende ensidigt uden gyldig grund at ændre egenskaberne ved det produkt eller den tjenesteydelse, der skal leveres."

22 Dog ikke i kontrakterne fra leasingvirksomhederne, som i sagens natur ikke kommer ind på spørgsmålet om programpakkeændringer.

23 Bestemmelsen gælder ikke for gebyrer, der er reguleret i anden lovgivning, det vil sige navnlig rentelovens regler om rykker- og inkassogebyrer.

med en rimelig frist. Varsling af væsentlige gebyrændringer og indførelse af nye gebyrer skal ske ved individuel kommunikation, og forbrugerne skal oplyses om muligheden for at opsige aftalen. Disse regler og retningslinjer er afspejlet i mange af de gennemgåede kontrakter. Der er enkelte eksempler på vilkår, der ikke lever op til kravene i markedsføringslovens § 15, idet de fastsætter, at den erhvervsdrivende er berettiget til at ændre gebyrsatserne uden varsel, men at gebyrsatserne kan fås ved henvendelse til leverandøren.

Enkelte kontrakter, der ikke er omfattet af udbudsbekendtgørelsen, giver forbrugerne et varsel på 60 dage og mulighed for at opsige med 30 dages varsel til ændringens ikrafttræden, hvis prisstigningen er mere end 10 pct. Der er dog ingen oplysninger om, hvilke forpligtelser den erhvervsdrivende har, hvis prisstigningen er under 10 pct.

En af standardkontrakterne giver desuden leverandøren ret til løbende at ændre gebyrer, som vil fremgå *"i god tid"* af en prisliste på internettet. Forbrugerne underrettes individuelt om gebyrstigninger på mere end 10 pct. med 30 dages varsel.

De to ovenstående eksempler er i overensstemmelse med gældende regler på området. Samtidig stilles forbrugerne i førstnævnte eksempel bedre end reglerne på området foreskriver, idet forbrugerne får et varsel på 60 dage.

5.3.6. Bindingsperiode og opsigelse

I de aftaleforhold, som er beskrevet i de gennemgåede standardkontrakter, er der typisk ikke fastsat nogen bestemt udløbsdato. Hvis andet ikke er aftalt, løber aftalen som udgangspunkt indtil videre. Således at hver af parterne kan opsige aftalen med et rimeligt varsel.²⁴ Dette følger af gældende principper i dansk ret. På forbrugerområdet gælder forbrugeraftalelovens §§ 25-26, der indeholder generelle regler om opsigelse af aftaler om løbende levering af varer eller tjenesteydelser.

Lovreglerne sigter først og fremmest mod at beskytte forbrugere mod urimeligt lange bindingsperioder. Reglerne har virkning for aftaler indgået den 1. januar 2010 eller derefter og har afløst forbrugeraftalelovens tidligere, mindre vidtgående beskyttelsesregler. For levering af betalings-tv, hvor der samtidig stilles modtageudstyr til rådighed for forbrugerne, gælder de nye regler dog først for aftaler indgået den 1. januar 2012 eller derefter.²⁵

24 Med "opsigelse" menes en aftales ophør ved en aftaleparts meddelelse om, at den pågældende ikke længere ønsker at være bundet af aftalen. Opsigelse i denne forstand kræver ikke nogen særlig begrundelse. I modsætning til opsigelse er en parts "ophævelse" af en aftale en af de beføjelser, der står til rådighed for en aftalepart, hvis den anden part har tilsidesat sine forpligtelser efter aftalen. Ophævelse af en aftale er betinget af, at den anden part på væsentlig måde har tilsidesat sine forpligtelser.

25 Jf. § 2 i lov 492/2009 om ændring af lov om visse forbrugeraftaler. Formålet med en to-årig overgangsperiode er at give mulighed for, at der i forbindelse med digitaliseringen og overgangen til MPEG 4-standarden ved årsskiftet 2011-12 kan indgås aftaler, der binder forbrugeren i en længere periode end 6 måneder, når der stilles modtageudstyr til rådighed for forbrugeren, idet dette skulle lette teknologiskiftet for de forbrugere, der af økonomiske årsager lettere vil kunne betale for det nye modtageudstyr over en længere periode.

Forbrugeraftaleloven suppleres på dette punkt af udbudsbekendtgørelsen, hvor der findes specifikke regler af stort set samme indhold.²⁶ Udbudsbekendtgørelsens regler angår som nævnt ovenfor forholdet mellem udbydere af elektroniske kommunikationsnet eller – tjenester og slutbrugere.

Forbrugerne har efter forbrugeraftaleloven ret til at opsig kontrakten med en måneds varsel til udgangen af en måned, når der er gået fem måneder efter aftalens indgåelse.²⁷ Dette opsigelsesvarsel og dets begyndelsestidspunkt skal være tydeligt angivet i aftalevilkårene, når aftalen indgås ved anvendelse af standardvilkår.²⁸ Hvis forbrugerne har betalt vederlag for en periode, der ligger efter den opsagte aftales ophør, skal vederlaget vedrørende denne periode straks tilbagebetales.²⁹

En del af de gennemgåede kontrakter fastsætter en bindingsperiode på seks måneder, således at forbrugerne kan opsig kontrakten med en måneds varsel efter fem måneder, hvilket afspejler forbrugeraftalelovens § 25. Undertiden er dog anvendt en formulering, som ikke tydeligt viser, at opsigelse kan afgives efter fem måneder.

Det er normalt hensigtsmæssigt og i alle parter interesse, at en opsigelse afgives skriftligt for at undgå bevismæssige problemer efterfølgende. Det ligger dog fast, at en opsigelse har virkning, selv om den ikke opfylder kravet om, at den skal være skriftlig. Hvilket bør præciseres i kontrakterne, så de overholder de gældende retningslinjer. De erhvervsdrivende kan med ovenstående begrundelse opfordre forbrugerne til at give en skriftlig opsigelse, men kan ikke forlange det.³⁰

Undertiden er bindingsperioden i kontrakten fastsat til 12 måneder. Aftale herom er som nævnt ovenfor mulig indtil den 1. januar 2012 for udbydere af betalings-tv, der samtidig stiller modtageudstyr til forbrugernes rådighed.

26 Jf. bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) § 13. På udbudsbekendtgørelsens område har dennes regulering af opsigelsesvarsel og bindingsperiode forrang for forbrugeraftalelovens regler herom, jf. forbrugeraftalelovens § 25, stk. 2, 1. pkt.

27 For forhold omfattet af bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) følger det af bekendtgørelsens § 13, stk. 1, nr. 1, at forbrugeren, når der er gået fem måneder efter kontraktens ikrafttræden, til enhver tid kan opsig med et varsel, der maksimalt kan sættes til en måned. Opsigelse efter denne bestemmelse skal således ikke nødvendigvis ske til udgangen af en måned, og fem måneders perioden regnes fra kontraktens ikrafttræden og ikke aftalens indgåelse, som fastsat i forbrugeraftaleloven.

28 Jf. forbrugeraftalelovens § 25, stk. 3. For forhold omfattet af bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) henvises til dennes § 10, stk. 2, nr. 4 og 6.

29 Jf. forbrugeraftalelovens § 26. For forhold omfattet af bekendtgørelse 714/2008 (udbudsbekendtgørelsen) kan udbyderen indføre en ordning, hvorefter forudbetalte beløb ikke tilbagebetales, hvis tilgodehavendet ikke overstiger 25 kr.; ved indførelse af en sådan ordning kan udbyderen ikke indkræve et eventuelt tilgodehavende, som ikke overstiger 25 kr. hos forbrugeren.

30 Forbrugeraftalelovens § 25 stiller ikke krav til opsigelsens form og kan ikke fraviges til skade for forbrugeren, jf. § 28. Det fremgår også af Forbrugersombudsmandens retningslinjer om god markedsføringsskik på teleområdet pkt. 8, at forbrugeren bør kunne opsig aftalen både skriftligt og mundtligt.

12 måneders bindingsperiode ses blandt andet i særlige kontrakttillæg (for digital tv-modtagelse) til bredbåndskontrakter, der er omfattet af udbudsbekendtgørelsen med deraf følgende maksimal bindingsperiode på seks måneder for bredbåndskontrakten. De erhvervsdrivende, der både tilbyder bredbåndsforbindelse og udbyder betalings-tv, kan som følge af udbudsbekendtgørelsen og forbrugeraftaleloven indtil 2012 have forskellige bindingsperioder for disse ydelser, hvis der stilles modtageudstyr til rådighed.

5.4. Konklusion

De gennemgåede standardkontrakter overholder alle på de væsentligste punkter de gældende regler og retningslinjer på området. De parametre, der er udvalgt til gennemgangen, beskrives alle i større eller mindre grad i kontrakterne.

Kontraktvilkårene reflekterer i det væsentligste forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret ved fjernsalg.

Standardkontrakternes betingelser og vilkår minder meget om hinanden og synes at være udformet til den erhvervsdrivende. De vilkår, som beskrives i kontrakterne, er ikke mere vidtgående, end hvad der fremgår af reguleringerne på området. Samtidig er der ingen af de gennemgåede kontrakter, der i særlig grad stiller forbrugerne bedre, end de gældende regler og retningslinjer på området foreskriver.

Gennemgangen viser, at der i enkelte af standardkontrakterne er plads til forbedringer for at tydeliggøre aftalereguleringen af visse spørgsmål. Dette gælder spørgsmålet om forbrugernes forsikringspligt og eventuelle risici for hændelige skader på udstyr, der er stillet til forbrugernes rådighed. Herudover gælder det spørgsmålet om forbrugernes mulighed for komme ud af kontrakten ved ændring af tv-pakkernes sammensætning, navnlig i bindingsperioden

HOVEDKONKLUSIONER FRA DEN JURIDISKE GENNEMGANG

- Standardkontrakterne overholder gældende regler og retningslinjer for området.
- Ingen af standardkontrakterne stiller i særlig grad forbrugerne bedre, end de gældende regler og retningslinjer på området foreskriver.
- I enkelte kontrakter kan der være behov for en tydeligere aftaleregulering af visse spørgsmål.

6. STANDARDKONTRAKTERNES SPROGLIGE INDHOLD

Sproget i standardkontrakterne er ikke altid målrettet forbrugerne men i højere grad den erhvervsdrivende. At forbrugerne hellere vil have kontrakter, hvor sproget er let forståeligt, synes alt andet lige at være en rimelig antagelse.

De udvalgte kontrakter inden for udbydere af betalings-tv og leasingvirksomheder er blevet gennemgået på baggrund af syv sproglige parameter, blandt andet det sprog og layout der er anvendt. Som i den juridiske gennemgang skal det pointeres, at den sproglige gennemgang ikke er en kritik af den enkelte standardkontrakt. Gennemgangens resultater bruges til at udforme en række gode råd og anbefalinger, som kan komme alle erhvervsdrivende, der benytter standardkontrakter, til gavn (se bilag 1).

Klar og let forståelig tekst øger troværdigheden, fordi modtageren oplever, at afsenderen har gjort sig umage. Omvendt medfører det ofte irritation, hvis man oplever, at afsenderen gør informationerne svært tilgængelige gennem en tung sproglig stil. Sproget i standardkontrakterne er væsentlig anderledes end det, der benyttes i informationsmaterialet, som knytter sig til det enkelte produkt eller ydelse. For forbrugerne kan stilbruddene indikere, at der er flere forskellige afsendere eller dagsordener. Den venlige og imødekommende stil i følgebrev og ordrebekræftelser virker indbydende på forbrugerne, mens den formelle og juridisk stil i de generelle vilkår og salgsbetingelser lægger distance til forbrugerne.

Mere forståelige standardkontrakter kan også være til fordel for de erhvervsdrivende, fordi det hjælper ekspedienterne eller kundeservice til bedre at kunne forklare forbrugerne, hvilke betingelser og vilkår kontrakten består af.

Derfor synes det i alles interesse at skrive mere læsevenlige, forståelige og imødekommende standardkontrakter. I bilag 1 til denne analyse findes ti gode skriveråd, som kan hjælpe de erhvervsdrivende med at gøre kontrakterne mere forståelige.

6.1. Metode for den sproglige gennemgang

Den sproglige gennemgang af standardkontrakterne belyser svagheder og styrker i de erhvervsdrivendes kommunikation med forbrugerne. Resultatet af gennemgangen er baseret på en optælling af forekomsten af en række sproglige parametre. Disse parametre er udvalgt, fordi de repræsenterer træk, der tidligere har vist sig at indvirke på forståeligheden af tekster.³¹

Hvis en eller flere nedenstående sproglige parametre optræder gentagne gange i kontrakten, og dermed påvirker læseoplevelsen, betragtes teksten

³¹ Andersen, Lars Pynt (2002): Når læserne tænker højt. In: Christian Kock m.fl.: Forstå verden. Samfundslitteratur.

som vanskelig at forstå. De følgende sproglige parametre er valgt, fordi de har væsentlig indvirkning på kontraktens læselighed og forbrugernes mulighed for at forstå kontrakterne. De sproglige parametre er:

- 1) Er sætningerne enkle?
- 2) Er syntaksen præget af forvægt?
- 3) Er sætningerne præget af mange fagudtryk og juridiske formuleringer?
- 4) Er sproget præget af passivkonstruktioner og verbalsubstantiver
- 5) Er sproget præget af skriftsprogstunge "papirord"?
- 6) Henvender sproget sig direkte til læseren?
- 7) Er det nemt for modtageren at finde datofrister?
- 8) Står sætningerne i en læsevenlig punktstørrelse, og virker mængden af tekst overskuelig?

6.2. Sproglig gennemgang af standardkontrakterne

6.2.1. Er sætningerne enkle?

28 af de 33 kontrakter er præget af lange komplekse sætninger med indskud og mange informationer. Sætningerne bliver komplekse, når der er mere end to informationer per sætning, og sætningen består af flere sideordnede eller underordnede led.

Eksempler på lange, komplekse sætninger

Eksempel 1.1

Uanset bestemmelsen i punkt XX nedenfor er [Udbyderen] - i tilfælde af Kundens væsentlige misligholdelse af sine forpligtelser efter nærværende aftale samt af andre aftaler mellem Kunden og [Udbyderen] - berettiget til helt eller delvist at lukke tilslutningen og internettjenesten uden varsel, idet der dog snarest skal gives meddelelse om lukningen og grunden hertil.

I stedet kunne man fokusere på hovedbudskabet og skrive:

Hvis du misligholder dine forpligtelser, kan vi til enhver tid helt eller delvist lukke for din tilslutning og internettjeneste - uanset bestemmelsen i punkt XX. Vi kan gøre det uden varsel, men skal dog hurtigst muligt give dig besked om vores indgreb og grunden hertil.

Eksempel 1.2

[Udbyderens] eventuelle erstatningspligt er maksimeret til en forholdsmæssig del af den af abonnenten seneste betalte kvartalsvise abonnementsafgift svarende til den forholdsmæssige abonnementsafgift for det tidsrum hvor abonnenten har været ude af drift.

Her er en meget kompleks sætning, som oven i købet indeholder meningsforstyrrende fejl: "Abonnenten er ude af drift". Igen kan man fokusere på hovedbudskabet, bryde informationerne op og skrive:

Hvis vi er skyld i, at du ikke har adgang til tjenesterne, kan vi være forpligtet til at betale en erstatning til dig. Vi beregner erstatningen ud fra, hvor lang tid du ikke har modtaget ydelserne.

Fra dybdeinterviewerne fremgår det også klart, at lange og komplekse sætninger i høj grad går ud over forståeligheden:

"Det her måtte jeg læse to gange. Den her sætning er ALT for lang, her mangler helt sikkert nogle punktummer. Det er jo bare én lang smøre det hele..."

Selvom forbrugerne ønsker det modsatte, er de fleste kontrakter præget af lange og komplekse sætninger. Eksemplerne viser, at de erhvervsdrivende uden problemer kan gøre sætningsopbygningerne mere enkle.

6.2.2. Er syntaksen præget af forvægt?

Forvægt er et typisk kancellitræk, som øger kompleksiteten i sproget, og gør det sværere for læseren at afkode meningen. Forvægt optræder, når det meningsbærende verbum (udsagnsord) står langt henne i sætningen. Det vil sige, at sætningen får et langt forfelt fyldt med informationer, inden læseren når frem til det centrale verbum og kan afkode betydningen. Forvægt er med til at gøre sproget højtideligt og upersonligt.

26 af de 33 kontrakter har en udpræget brug af forvægt i syntaksen, hvilket øger kompleksiteten betydeligt. Forvægten i standardkontraktens generelle vilkår og betingelser gør sproget i kontrakterne mere formelt og komplekst. Omvendt er ordrebekræftelser, følgebrev og bestillingsdokumenter ikke præget af forvægt. Her dominerer det direkte og mere serviceorienterede sprog.

Eksempler på sætninger med forvægt

Eksempel 2.1

Med henblik på administration af Abonnementsaftalen og det løbende mellemværende mellem [Udbyderen] og Kunden samt til brug for statistik og fremsendelse af materiale og nyhedsbreve m.v. til Kunder, der har anmodet herom, behandler [Udbyder] forskellige personlige oplysninger om Kunden såsom navn, adresse, telefonnummer, e-mail, cpr-nummer.

Sætningen er ikke blot lang og kompleks, den har også forvægt. Det meningsbærende verbum "behandler" står langt fremme i sætningen og giver plads til et væld af informationer i forfeltet. I stedet kunne man forkorte forfeltet, gå direkte til hovedbudskabet og skrive:

Vi bruger dine personlige oplysninger (navn, adresse, telefonnummer, e-mail, cpr-nummer), så vi kan sende dig nyhedsbreve og andet materiale, hvis du ønsker det. Vi bruger også oplysningerne til statistik [fortæl gerne mere specifikt, hvad det er for statistik].

Eksempel 2.2

Transport og opstilling samt tilslutning af det lejede til bestående, lovlig el og vvs-installation er indbefattet i lejen

Sætningerne behøver ikke altid at være lange og komplekse for at have forvægt. Her er et eksempel, hvor meningsbærende verbum ”er” står langt henne i sætningen. I stedet kunne man trække ”er” frem og skrive:

Med i lejen er transport, tilslutning og opstilling af det lejede. Det forudsætter selvfølgelig, at der allerede er lovlig el- og vvs-installationer.

6.2.3. Er sætningerne præget af mange fagudtryk og juridiske formuleringer?

24 af de 33 kontrakter indeholder fagudtryk og juridiske formuleringer³² – det kan både være lange sammensatte ord, abstrakte begreber eller juridiske begreber. Fælles for dem alle er, at læseren har svært ved at afkode budskabet, og stilen bliver formel og højtidelig. Det fremmer læsevenligheden, hvis de erhvervsdrivende undgår at bruge mange fagudtryk, juridiske formuleringer eller som minimum forklare dem tydeligt, som nogle kontrakter prøver at gøre.

Ni af kontrakterne bliver indledt af et afsnit, hvor en række definitioner af juridiske og fagspecifikke udtryk bliver forsøgt forklaret. Disse definitioner i standardkontrakterne bliver typisk præsenteret som det første afsnit i kontrakten, men er karakteriseret ved ikke at være særlig brugervenlige. Udtrykkene er ikke listet alfabetisk, og i mange af kontrakterne er det enkelte udtryk ikke grafisk fremhævet i teksten. Et andet typisk træk i kontrakterne er, at der ikke bliver henvist til definitionsafsnittet, når man møder et af fagudtrykkene inde i brødteksten.

Det er en god ide at lave definitionerne, som forklarer de faglige termer, men de bør være brugervenlige, så både læser og udbyder får det fulde udbytte af dem. Læseren bør ved at bruge definitionsafsnittet hurtigt kunne orientere sig uden gang på gang at få forklaret de faglige termer. Neden for ses eksempler på, hvordan fagudtryk og juridiske formuleringer kan formuleres mere læsevenligt i kontrakterne.

³² Hvis fagudtrykkene er forklaret i kontrakterne, er de ikke talt med.

TABEL 6.1: EKSEMPLER PÅ FAGUDTRYK OG JURIDISKE FORMULERINGER FRA KONTRAKTERNE

	Eksempler fra kontrakter	Man kunne i stedet skrive:
	Tilslutningsaftalen	Aftalen om tilslutning
	Opsigelsesperiode	Bindingsperioden
	Skriftlig bestridelse af faktura	Vi skal have dine indvendinger skriftligt
	Kunden ansvarer for erlagt	Du har ansvaret for betalt [fx ydelse]
	Erstatningsansvarsbegrænsning	Begrænse ansvaret for erstatning

Fra dybdeinterviewene nævnes andre ord og vendinger, som forbrugerne gerne ville have forklaret eller uddybet fx: ”Til ulempe for kunden”, ”alment prisniveau”, ”nærmere angivne rammer”. Der savnes en forklaring på disse vendinger. Forbrugerne efterspørger, at der i kontrakterne generelt skal bruges færre lange og komplicerede ord.

Eksempel på god sproglig stil

Nogle af udbyderne er gode til at forklare fagudtrykkene og de abstrakte udtryk for eksempel i parenteser lige efter ordet/udtrykket.

Eksempel 3.1:

Forhold som bevirker et særligt stort tidsforbrug (indhentelse af gravetil-ladelser, myndighedskrav om koordinering med andre ledningsejere, forbud fra offentlige myndigheder mv.) samt situationer omfattet af pkt. 15 D (force majeure).

6.2.4. Er sproget præget af passivkonstruktioner og verbalsubstantiver

Passivkonstruktioner gør det svært at se, hvem der er aktøren i sætningen. I passivkonstruktioner har man nemlig fjernet aktøren fra sætningen fx: regningen betales. Her er det ikke tydeligt, hvem der skal betale. Passivkonstruktioner kan man især kende på, at det er verber, som ender på s. 32 af de 33 kontrakter bruger passivkonstruktioner.

Eksempler på passivkonstruktioner i kontrakterne

Eksempel 4.1

Beløb i [udbyderens] favør på under 300 kr. kan overføres til næste periodes fakturering.

Her er et eksempel på, at det ikke er klart, hvem der er aktøren i denne sætning. Er det kunden, som kan vente med at betale beløbet, eller er det udbyderen, som først fakturerer beløbet næste måned? Budskabet er svært at afkode, men hvis vi forudsætter, at udbyderen er aktøren, kunne man skrive:

Hvis din faktura er på under 300 kr., kan vi overføre beløbet til næste faktura.

Eksempel 4.2

[Xx-forbindelsen] etableres ved opsætning af en Home access gateway (HAG-boks) tilhørende [udbyder] i Kundens bolig.

Igen ser vi her et eksempel, hvor det er umuligt at se, hvem der handler. Er det udbyderen, som monterer udstyret, eller er det kunden selv? Hvis vi forudsætter, at udbyderen er aktøren, kunne man skrive:

Du får [xx-forbindelsen], når vi monterer en af vores Home access gateway (HAG-Boks) i dit hjem.

Verbalsubstantiver gør ligesom passivkonstruktionerne sproget tungt og upersonligt, fordi man ikke kan se, hvem der gør hvad. Et verbalsubstantiv udspringer af verbum - altså en aktiv handling, men er blevet gjort til et nomen (et navneord), som betegner en ting eller et begreb. Fx ”vedligeholdelse” som kommer fra verbet ”at vedligeholde”. Verbalsubstantiverne kan typisk kendes ved, at de ender på -ing eller -else. Det er hensigtsmæssigt at luge ud i verbalsubstantiverne, når man skriver tekster, så ordgruppen ikke bliver for dominerende og tynger teksten.

Den sproglige gennemgang viser, at 32 ud af 33 kontrakter bruger verbal-substantiver.

Eksempler på verbalsubstantiver i kontrakterne

Et eksempel er hentet fra en mellemoverskrift i en af kontrakterne. Her står blot: Misligholdelse. Det er umuligt at se, hvem det er, som misligholder aftalen. Hvad rummer dette afsnit i kontrakten? Er det retningslinjer for forbrugernes, udbyderens eller måske begge parter misligholdelse?

Problemstillingen kan løses ved at sætte en aktør ind - det vil sige at bruge et personligt pronomen (stedord) som vi eller du. Så er der ikke længere tvivl om, hvem modtageren er, hvis der i stedet står:

Hvis du misligholder – Hvis vi misligholder

Et andet eksempel, som står i mange kontrakter, er ”Tilslutning”. Hvis der sættes et personligt pronomen ind - jeg, vi, eller du - får man en klar indikation af, hvem der tilslutter udstyret:

Vi tilslutter – Du tilslutter.

6.2.5. Er sproget præget af skriftsprogstunge ”papirord”

30 af de 33 kontrakter indeholder ”papirord”, som får kommunikationen til at fremstå højtidelig, upersonlig og gammeldags. ”Papirord” er et træk fra kancellisproget, hvor distance og formalitet er blandt de foretrukne dyder. Resultaterne fra dybdeinterviewene indikerer, at forbrugerne efterspørger

en mere moderne og direkte skrivestil og ikke det meget formelle sprog, som mange kontrakter er præget af.

Nogle af ”papiordene” fx ”vedrørende”, ”nedenstående” og ”angående” står desuden i præsens participium (lang tillægsform) og ender på – ende, som yderligere er med til at gøre teksterne tunge og komplekse.

TABEL 6.2 EKSEMPLER PÅ ”PAPIORD” FRA KONTRAKTERNE

	Det er ord som:	I stedet kan man skrive:
	Fremsende	Sende
	Såfremt	Hvis
	Vedrørende/angående	Om
	Nærværende	Denne/dette/disse
	Undertegnede	[skriv navnet på den erhvervsdrivende]
	Anmoder om	Beder om

6.2.6. Henvender sproget sig direkte til læseren?

31 af de 33 kontrakter gør ikke brug af personlige pronominer såsom; jeg, du og vi. Der er mange gode tiltag til det personlige sprog i følgebrev og ordrebekræftelser, men når det kommer til standardkontraktens vilkår og betingelser, skifter tonen betydeligt og bliver distanceret og formel. Den komplekse jura, kan gøres mere forståeligt, hvis der bliver brugt personlige pronominer såsom du, vi osv. Det har langt hovedparten af standardkontrakterne valgt ikke at gøre.

6.2.7. Er det nemt for modtageren at finde datofrister?

I 28 af de 33 kontrakterne er det svært at gennemskue datofrister. Det skaber tvivl hos forbrugerne og kan virke uoverskueligt. Forbrugernes evne til at forstå datofrister er vigtig, og det er et område, hvor der nemt kan opstå tvister mellem de erhvervsdrivende og forbrugerne. Alle kontrakter indeholder datofrister, derfor er det vigtigt, at de erhvervsdrivende er klare og tydelige i deres datoangivelser.

Eksempler på datofrister fra kontrakter

Her er nogle eksempler på, at det kan være svært at gennemskue en datofrist. Hvad betyder 14 dage eller en måned – skal man for eksempel tælle weekenddage med?:

- [...] kan Abonnementen dog i varslingsperioden opsige Tilslutningsaftalen til udgangen af varslingsperioden med et varsel på mindst 14 dage.
- Til udgangen af en måned med en måneds varsel.
- Med en måneds varsel til udgangen af en betalingsperiode.

Gode takter i kontrakterne

I flere af kontrakterne har de erhvervsdrivende imødekommet forbrugerne og givet eksempler på, hvad datofrister betyder.

Godt eksempel 7.1

Ved bestilling via internettet er kunden berettiget til at fortryde abonnementsaftalen, såfremt meddelelse herom sendes til (Udbyderen) senest 14 kalenderdage efter, at kunden har modtaget den af [Udbyder] fremsendte ordrebekræftelse.

Hvis kunden fx afgiver sin bestilling mandag den 1. og også har fået de nævnte oplysninger denne dato, har kunden frist til og med mandag den 15.

Godt eksempel 7.2

Der er 14 dages fortrydelsesret i henhold til loven om visse forbrugsaftaler. De 14 dage regnes fra den dag produktet er modtaget.

6.2.8. Står sætningerne i en læsevenlig punktstørrelse, og virker mængden af tekst overskuelig?

Der er stor variation i længden af standardkontrakterne, opsætning og punktstørrelse. Længden af tekst varierer fra en enkelt side til mere end 30 A4 sider. Bestemmelser i udbudsbekendtgørelsen gør, at kontrakter på dette område generelt er længere.

Hovedparten af udbyderne af betalings-tv holder sig under fem sider, men der er dog et væsentligt antal kontrakter, som når op over 10 sider - og nogle er over 30. Når kontrakterne bliver for lange, kan de virke uoverskuelig på forbrugerne. Hvilket dybdeinterviewene giver eksempler på:

"Den er alt for lang. Og der er alt for mange henvisninger, fx "jf. punkt 13" og så bladrer man derom, og så står der gudhjælpemig "jf. punkt 16", og så må man bladre igen. Eller kap. 4: "jf. punkt 3, og så står der "jf. punkt 12" osv. Du kan overhovedet ikke overskue det – de kunne jo skrive hvad som helst, og du har ingen mulighed for at overskue, hvad de mener, når man skal springe sådan rundt"

Leasingvirksomhederne har korte kontrakter, som varierer mellem 1 til 3 sider.

Det viser sig fra dybdeinterviewene, at forbrugerne i første omgang mener, de forstår kortere tekstafsnit, fordi de er kortere og mere overskueligt. Det er dog ikke sikkert, at de forstår selve indholdet, selv om det er kort. Der er derfor en fare for, at meget korte kontrakter kan "snyde" forbrugerne til at tro, de forstår den. Det er svært på den baggrund at give entydige råd med hensyn til længden af standardkontrakterne. Det vigtigste er, at kontrakterne er letlæselige, så de lange kontrakter ikke "skræmmer" forbrugerne væk.

Mellemoverskrifter kan være med til at gøre det lettere for forbrugerne at forstå kontrakterne. Gennemgangen viser, at 32 af 33 kontrakter bruger mellemoverskrifter, hvilket kan være med til at gøre kontrakterne mere læsevenlige og fremme overskueligheden.

En mellemoverskrift skal som en hovedoverskrift være et godt pejlemærke for, hvad der nu kommer i teksten. Mellemoverskriften skal med andre ord fortælle hovedbudskabet for afsnittet. Det er kun i ganske få kontrakter, at mellemoverskrifterne er præcise og tager udgangspunkt i modtagerens behov for information.

Ofte bliver mellemoverskrifterne uklare som for eksempel:

Eksempel 9.1

Vedligeholdelse af systemer

Her er det svært at se, hvem der skal vedligeholde systemerne. For at få det på plads kunne man skrive:

”Vi vedligeholder systemer” eller ”du skal vedligeholde systemer”

Eksempel 9.2

Fornyelse af aftalen

Verbalsubstantivet gør det svært at se, hvem aktøren er. I stedet kunne man skrive:

”Vi fornyer aftalen” eller ”du skal forny aftalen”

Gode tiltag i mellemoverskrifterne

Der er også gode tiltag i kontrakterne, hvor de erhvervsdrivende arbejder med modtagerens behov for information for eksempel:

- *Kundens misligholdelse (Udbyderens lukkeret)*
- *[Udbyderens] misligholdelse og erstatningsansvar*
- *Kundens ansvar*

En anden faktor, der kan være med til at gøre kontrakterne mere læsevenlige, er skrifttypen og layoutet. Flertallet af kontrakterne opererer med tætskrevet tekst, som er stillet op i spalter - helt op til fire tætskrevne spalter per side. Generelt er teksten meget komprimeret sat op med kompakte afsnit med meget lille linjeafstand. Yderligere bruger et flertal af kontrakterne en meget lille punktstørrelse. Layoutet har betydning for, hvordan forbrugerne opfatter kontrakterne. Hvis layoutet er ”utiltalende”, er forbrugernes holdning til kontrakten på forhånd negativ, hvilket dybdeinterviewene viste. Et eksempel er:

”Det står meget småt og ser ret tørt og kedeligt ud – ikke særlig spiseligt”

6.3. Overblik over de sproglige parametre

Den sproglige gennemgang viser, at alle de gennemgåede standardkontrakter indeholder elementer, der kan have indvirkning på kontraktens sværhedsgrad. Nedenfor ses en samlet oversigt over parametrene og deres forekomster i kontrakterne.

TABEL 6.3 OVERSIGT OVER DE SPROGLIGE PARAMETRE

Parametre der har indvirkning på kontraktens sværhedsgrad	Antal kontrakter (i alt 33)
1. Er sætningerne enkle?	28 af kontrakterne er præget af lange komplekse sætninger
2. Er syntaksen præget af forvægt?	26 af kontrakterne har en udpræget brug af forvægt i syntaksen
3. Er sætningerne præget af mange fagudtryk og juridiske formuleringer?	24 af kontrakterne indeholder fagudtryk og juridiske formuleringer (der ikke er forklaret i kontrakterne)
4. Er sproget præget af passivkonstruktioner og verbalsubstantiver	32 af kontrakterne bruger passivkonstruktioner og verbalsubstantiver
5. Er sproget præget af skriftsprogstunge "papiord"?	30 af kontrakterne er præget af "papiord"
6. Henvender sproget sig direkte til læseren?	31 af kontrakterne henvender sig ikke direkte til læseren
7. Er det nemt for modtageren at finde datofrister?	I 28 af kontrakterne er det svært at finde datofrister

6.4. Konklusion

Det fremgår af ovenstående gennemgang, at standardkontraktens juridiske indhold er et kompliceret område, der kan være svært at formidle på en forståelig og (let)læselig måde. De erhvervsdrivende kan med en række sproglige virkemidler hjælpe forbrugerne til i højere grad at kunne forstå kontrakterne. Det viser sig, at de erhvervsdrivende kun i stærkt begrænset omfang gør brug af disse virkemidler. De fleste kontrakter bruger lange komplekse sætninger med indskudte sætninger og flere informationer per sætning. Når der er mere end to informationer per sætning, kan den virke kompleks, hvilket resultaterne fra dybdeinterviewene bekræftede. Derudover har hovedparten af kontrakterne en syntaks, der er præget af forvægt, hvor det meningsbærende verbum står sidste i sætningen. Det er med til yderligere at distancere forbrugerne fra teksten.

Det komplekse juridiske stof resulterer meget ofte i, at kontrakterne er præget af juridiske formuleringer som i høj grad skæmmes forståelsen. Sammen med de juridiske formuleringer er der også en del fagudtryk, der kun

sjældent bliver forklaret. Nogle kontrakter prøver i et indledende afsnit, at forklare vanskelige udtryk, men disse afsnit hjælper kun i mindre grad til at øge forståelsen.

Næsten alle kontrakter er præget af passivkonstruktioner og verbalsubstantiver, der øger abstraktionsniveauet. Eksemplerne i gennemgangen viser, at de erhvervsdrivende kan mindske abstraktionsniveauet i standardkontrakterne med en mindre omskrivning af enkelte sætninger. Dette gør sig også gældende i kontraktens overskrifter, der i mange tilfælde ikke i tilstrækkeligt grad giver information om det kommende afsnit.

I en del kontrakter er der gode eksempler på sproglige tiltag, der fremmer forbrugernes forståelse af kontrakterne. I form af fx opsummering af væsentlig vilkår og en indledende forklaring af juridiske termer og fagudtryk. De gode tiltag er ikke gennemgående for en enkelt kontrakt, men fordelt ud over de gennemgåede kontrakter. Alle kontraktens læselighed kan derfor forbedres ved at være opmærksom på de sproglige virkemidler, der er blevet fokuseret på i den sproglige gennemgang.

HOVEDKONKLUSIONER FRA DEN SPROGLIGE GENNEMGANG

- Ingen af standardkontrakterne formår at formidle vilkår og betingelser på en læsevenlig måde.
- Alle de 33 standardkontrakter indeholder sproglige elementer, der gør dem svære at læse og forstå.
- Enkelte kontrakter indeholder afsnit, der forklarer fagudtrykkene, hvilket gør det lettere for læseren at forstå.
- Enkelte kontrakter indeholder opsummeringer, der hjælper forbrugerne til at få et overblik over kontrakterne.

7. BILAG TIL UNDERSØGELSE AF STANDARD-KONTRAKTER

Bilag 1. Skriveråd til erhvervsdrivende

Ti gode råd, når de erhvervsdrivende skal skrive en standardkontrakt.

- 1) Tænk på, hvilke informationer din modtager har brug for - og skriv dem først.
- 2) Undgå lange komplekse sætninger med flere budskaber og indskudte led.
- 3) Undgå forvægt, hvor det meningsbærende verbum står langt henne i sætningen. Skriv ikke: Transport og opstilling samt tilslutning af det lejede til bestående, lovlig el- og vvs-installation er indbefattet i lejen.

Men skriv i stedet: Med i lejen er transport, tilslutning og opstilling af det lejede. Det forudsætter selvfølgelig, at der allerede er lovlige el- og vvs-installationer.

- 4) Vær opmærksom på fagudtryk og juridiske formuleringer – kan din modtager forstå dem?
- 5) Undgå passiver (verber der ender på -s). Modtageren kan ikke se, hvem der handler. Skriv ikke: Regningen betales. Men i stedet: Vi/du betaler regningen.
- 6) Undgå verbalsubstantiver (ender på -ing/-else). De gør sproget passivt og tungt. Skriv ikke: Der vil blive foretaget en udbetaling af beløbet. Men i stedet: Vi udbetaler beløbet.
- 7) Undgå støvede og højtidelige 'papiord', som hører til det tunge skriftsprog. Fx fremsendelse, såfremt og nærværende. Skriv i stedet: Vi sender, hvis og denne/dette/disse.
- 8) Henvend dig direkte og imødekomende til kunden ved at bruge personlige pronominer som "du" og "vi".
- 9) Skriv datofrister tydeligt, så de er lette for kunden at gennemskue og forstå.
- 10) Overvej layoutet og mængden af tekst. Virker teksten læsevenlig og indbydende med en god punktstørrelse, korte afsnit med mellemoverskrifter og en god linjeafstand?

Bilag 2. Oversigt over erhvervsdrivende i den juridiske og sproglige gennemgang

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har skriftligt rettet henvendelse til 31 erhvervsdrivende og bedt om at få deres standardkontrakter tilsendt. Alle udbydere af betalings-tv har valgt at fremsende kontrakter, tilsvarende har tre leasingvirksomheder valgt at fremsende kontrakter. Tre erhvervsdrivende har valgt ikke at imødekomme henvendelsen. To af disse har deres handelsbetingelser tilgængelige på internettet, derfor har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen valgt at lade disse betingelser indgå i analysen.

Den juridiske og sproglige gennemgang tager udgangspunkt i standardkontrakter fra følgende 30 erhvervsdrivende:

- Altiboks
- Bolig.net
- Boxer
- Bredbånd Nord
- Canal Digital
- D:E:R (handelsbetingelser hentet fra nettet)
- Dansk Bredbånd
- EdbLeje
- EnergiMidt A/S- FiberBredbånd
- FastTV
- GE Fibernet
- Jay.net
- Køb & Lej Direkte
- L'easy (handelsbetingelser hentet fra nettet)
- Marielyst Fibernet
- NEF Fonden
- NRGi Fibernet
- Perspektiv Bredbånd
- Punkt 1
- Sagitta
- Smile Content
- Syd Energi Bredbånd
- Sydfyns Intranet
- TDC tv
- Telia TV
- TRE-FOR Bredbånd
- Verdo Tele A/S
- Viasat
- YouSee
- Østjysk Energi

Følgende erhvervsdrivende har valgt ikke at fremsende deres standardkontrakter:

- D:E:R
- L'easy
- Ryby Hvidevarerhus

Da både D:E:R og L'easy har deres handelsbetingelser tilgængelige på nettet, indgår disse i analysen.

Bilag 3. Forbrugerpanelsundersøgelsen

Undersøgelsen i Forbrugerpanelet er gennemført som en web-surveyen i perioden fra den 30. marts 2010 til den 11. april 2010. Fokus for undersøgelsen har været at belyse forbrugernes adfærd i forbindelse med standardkontrakter. Spørgeskemaet, der er benyttet i undersøgelsen, fremgår herunder.

Undersøgelsen er gennemført i Forbrugerpanelet, der er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens faste onlinepanel. Forbrugerpanelet drives af TNS Gallup og tæller ca. 3.000 deltagere. Deltagerne er rekrutteret repræsentativt på variablene køn, alder, geografi, uddannelse og beskæftigelse, fra Gallups internetpanel GallupForum, der består af 40.000 ligeledes repræsentativt udvalgte danskere.

1.545 forbrugere har deltaget i denne undersøgelse.

I afrapporteringen af resultater fra undersøgelsen beskrives kun statistisk signifikante sammenhænge og forskelle mellem grupper. Der er benyttet Chi²-test og gamma test alt efter variabeltype, og signifikansniveauet er fastsat til 0,05.

Alle procenter er afrundede, hvorfor de i nogle tilfælde ikke summerer til 100 pct.

I forbindelse med surveyundersøgelser, som den her gennemførte, skal der tages et generelt forbehold for fejlrapportering. Det skyldes, at respondenter kan oplyse en anden adfærd end den faktiske. Årsagen kan fx være, at de misforstår spørgsmålet, eller at de fejlvurderer deres egen adfærd.

Bilag 4. Spørgeskema til Forbrugerpanelsanalyse

Indledning: Dette spørgeskema handler om dine erfaringer med kontrakter.

Hjælpetekst: Med kontrakter menes en skriftlig aftale, der er indgået mellem dig som forbruger og en erhvervsdrivende. Vi tænker her på den type af kontrakter, hvor du har skrevet under, enten digitalt eller fysisk. Det kan fx være i forbindelse med køb af et produkt, eller hvis du har tegnet et abonnement. Men det er ikke den type aftaler, hvor du kun bekræfter, at du har læst aftalevilkårene ved at krydse af i en boks, som fx ved nethandel.

1. Hvor mange gange, inden for de seneste to år, har du indgået en eller flere kontrakter med en erhvervsdrivende? Det kan fx være et mobilabonnement, en forsikringsaftale, leje af tv eller køleskab, kontaktlinseabonnement eller lignende.

- a) Ingen
- b) 1 gang
- c) 2 – 4 gange
- d) 5 – 10 gange
- e) 11 gange eller flere

Hvis 1=a:

2. Hvad er årsagen til, at du ikke har indgået en kontrakt?

- a) Jeg har ikke købt noget, hvor der var behov for at tegne en kontrakt.
- b) Jeg ønsker ikke at binde mig.
- c) Andet (noter) _____

Herefter: Tak for hjælpen. Undersøgelsen afsluttes.

Hvis 1=b:

3a. Hvilket af nedenstående områder har du indgået en kontrakt på?

- a) Mobilabonnement
- b) Betalings-tv. Fx indgået aftale eller skiftet udbyder af tv-kanaler
- c) Leje af forbrugerelektronik. Fx leje af tv eller lign.
- d) Leje af hårde hvidevarer
- e) Kontaktlinse- eller brilleabonnement
- f) Forsikringer
- g) Bankskift
- h) Billeje
- i) Boligleje
- j) Andet (noter) _____

Hvis 1=c, d, e:

3b. Hvilke af nedenstående områder har du indgået kontrakter på? (flere svarmuligheder)

- a) Mobilabonnement
- b) Betalings-tv. F.eks. indgået aftale eller skiftet udbyder af tv-kanaler
- c) Leje af forbrugerelektronik. F.eks. leje af tv eller lign.
- d) Leje af hårde hvidevarer
- e) Kontaktlinse- eller brilleabonnement
- f) Forsikringer

- g) Banksift
- h) Billeje
- i) Boligleje
- j) Andet (noter) _____

4. Læste du kontrakten, inden du skrev under?

Fra 3b, skal der være følgende hjælpetekst.

Hjælpetekst: Du bedes tænke på den kontrakt, du sidst har indgået.

- a) Ja, jeg læste hele kontrakten grundigt
- b) Ja, jeg læste kontrakten delvist/skimmede kontrakten
- c) Nej, jeg læste ikke kontrakten

Hvis 4=a:

5. Hvorfor læste du kontrakten grundigt? (flere svarmuligheder)

- a) Jeg læser altid en kontrakt, inden jeg skriver under
- b) Det var et dyrt produkt
- c) Jeg har tidligere haft dårlige erfaringer med, at der fx var undtagelser eller bindinger i kontrakter
- d) Andet (noter) _____

Fortsæt til spørgsmål 8

Hvis 4=b:

6a. Hvorfor læste du kun kontrakten delvist/skimmede kontrakten? (flere svarmuligheder)

- a) Det var et billigt produkt
- b) Kontrakten var for lang
- c) Det var for besværligt
- d) Kontrakten var for svær at forstå
- e) Jeg stolede på den erhvervsdrivende, så jeg mente ikke, det var nødvendigt
- f) Jeg har aldrig tidligere oplevet problemer, så jeg mente ikke, det var nødvendigt
- g) Jeg er ikke klar over, hvad jeg skal være opmærksom på
- h) Andet (noter) _____

Fortsæt til spørgsmål 7

Hvis 5=c:

6b. Hvorfor læste du ikke kontrakten? (flere svarmuligheder)

- a) Det var et billigt produkt
- b) Kontrakten var for lang
- c) Det var for besværligt
- d) Kontrakter plejer altid at være svære at forstå
- e) Jeg stolede på den erhvervsdrivende, så jeg mente ikke, det var nødvendigt
- f) Jeg har aldrig tidligere oplevet problemer, så jeg mente ikke, det var nødvendigt
- g) Jeg er ikke klar over, hvad jeg skal være opmærksom på
- h) Andet (noter) _____

Tak for hjælpen. Undersøgelsen afsluttes.

7. Hvilke dele af kontrakten læste du? (flere svarmuligheder)

- a) Tjekkede mine egne oplysninger, fx navn, adresse og lign.
- b) Tjekkede oplysninger om produktet/ydelsen
- c) Tjekkede hvor lang tid jeg bandt mig for
- d) Tjekkede hvor lang opsigelse der var
- e) Tjekkede fortrydelsesret
- f) Tjekkede om der var gebyrer
- g) Jeg læste ikke bestemte afsnit, jeg skimmede hele teksten
- h) Jeg læste ikke bestemte afsnit, kun overskrifter
- i) Andet (noter) _____
- j) Husker ikke

8. I hvor høj grad tror du, at du har forstået indholdet af den kontrakt, du underskrev?

- a) Jeg tror, jeg har forstået hele indholdet
- b) Jeg tror, jeg har forstået størstedelen af indholdet
- c) Jeg tror, jeg har forstået under halvdelen af indholdet
- d) Jeg tror ikke, at jeg har forstået indholdet

9. Har du, i forbindelse med kontrakter, oplevet en eller flere af nedenstående situationer? (flere svarmuligheder)

Hjælpetekst: Du skal ikke længere kun tænke på den seneste kontrakt. Har du indgået flere kontrakter inden for de seneste to år, bedes du svare ud fra alle dine oplevelser.

- a) Blev opkrævet gebyrer, jeg ikke på forhånd var bekendt med
- b) Kunne ikke forlænge kontrakten
- c) Kunne ikke opsige kontrakten
- d) Produktet/ydelsen var noget andet end det, jeg troede, jeg havde købt
- e) Opsagde kontrakten, men udbyderen fortsatte med at levere produktet/ ydelsen
- f) Nej, jeg har ikke oplevet nogen af disse situationer

Bilag 5. Spørgeguide til kvalitative dybdeinterviews

Spørgeguide til kvalitative dybdeinterviews udført af TNS Gallup

BAGGRUND FOR UNDERSØGELSEN

Forbrugerstyrelsen gennemfører en analyse af standardkontrakter, som består af to delelementer:

- 1) En analyse af forbrugernes adfærd:
 - a) Belyses gennem en kvantitativ undersøgelse i form af en spørgeskema-undersøgelse. Dernæst gennem en kvalitativ analyse med 4 dybdeinterviews.
- 2) En ekspertvurdering af kontrakternes indhold:
 - c) Hvor kontrakterne vurderes af henholdsvis en sprogekspert og en juridisk ekspert.

KEY ISSUES

Nærværende spørgeramme omfatter undersøgelsens kvalitative del.

Formålet med disse interviews er at få uddybende information om:

- Hvordan forbrugerne opfatter standardkontrakter
- Hvordan de agerer, når de bliver præsenteret for kontrakterne.
- Forstår forbrugerne kontrakterne

1. Introduktion (5 min / total 5 min)

- Velkomst og forklaring af anonymitet, Esomar mv.
- Undersøgelsens emne: Evaluering af standardkontrakter, formål med analysen
- Om interviewets 'spilleregler':
 - Åbenhed og ærlighed
 - Plads til nuancer og at gå i dybden
- Præsentation af interviewpersonen: Navn, alder, familie, interesse

2. Adfærd og baggrund (5 min / total 10 min)

Dette afsnit sigter mod at skabe en ramme for interviewet ved at få indsigt i forbrugers adfærd i forbindelse med køb, der involverer standardkontrakter.

Moderator præciserer:

Typen af kontrakter vi her skal tale om er standardkontrakter, hvilket nærmere vil sige den type kontrakter, hvor aftalen ikke kan forhandles og hvor der foreligger en skriftlig aftale mellem en udbyder og en forbruger i form af en underskrift eller accept (*der ikke altid nødvendigvis er underskrift involveret*) - fysisk eller digitalt. Nævn eksempler på standard kontrakter. (Mobiltelefon, tv-pakker osv.)

Det er vigtigt at slå fast, at det ikke er den type aftaler, hvor forbrugerne bekræfter at have læst aftalevilkårene ved at krydse af i en boks som fx ved nethandel.

Forestil dig en situation, hvor du køber et produkt eller en ydelse, hvor det er nødvendigt at underskrive en kontrakt eller acceptere nogle kontraktvilkår. (OBS: et eksempel kunne være fx tv-pakker eller mobiltelefon)

- Hvad ville du gøre først? Hvad ville du gøre bagefter?
- Ville du læse hele kontrakten? Hvorfor? Hvorfor ikke?

- Ville du læse dele af kontrakten? Hvilke dele? Hvorfor?
- Hvad ville du kigge efter? Hvorfor?
 - Fortrydelsesret
 - Opsigelses- /bindingsperiode
 - Betalingsbetingelser
 - Beskrivelse/definering af produktet/ydelsen
 - Navn, adresse...
- Hvor mange kontrakter har du indgået de seneste 2 år

3. Spontan reaktion på standardkontrakter (10 min / total 25 min)

Der er på forhånd udvalgt to kontrakter med sammenligneligt indhold, men med forskellig længde og opsætning. Disse to kontrakter præsenteres nu for respondenterne én ad gangen.

Spontan reaktion på kontrakt 1: Kort

Moderator:

Tag et kig på denne kontrakt. Bare kig på den og dan dig et indtryk af den. Vent med at læse den igennem til senere. Først vil jeg nemlig gerne spørge dig:

- Hvis du ser på kontrakten, hvad er så dit umiddelbare indtryk?
- Hvad kommer du til at tænke på? Hvorfor?
- Er der noget, du lægger særligt mærke til? Hvorfor?
- Er der noget i kontrakterne du ikke læser? Hvorfor?
- Hvordan tror du, det bliver at læse kontrakten? (let/svært? hurtigt/tidskrævende?)

Spontan reaktion på kontrakt 2: Længere inkl. opsummering

Moderator:

Tag nu et kig på denne kontrakt. Igen skal du bare kigge på den og danne dig et indtryk af den. Vent med at læse den igennem til senere. Først vil jeg nemlig igen gerne spørge dig:

- Hvis du ser på kontrakten, hvad er så dit umiddelbare indtryk?
- Hvad kommer du til at tænke på? Hvorfor?
- Er der noget, du lægger særligt mærke til? Hvorfor?
- Er der noget du ignorerer? Hvorfor?
- Hvordan tror du, det bliver at læse kontrakten? (let/svært? hurtigt/tidskrævende?)

Sammenligning af de to kontrakter:

- Hvilken af disse to kontrakter har du mest lyst til at læse? Hvorfor?
- Hvordan har du det generelt med at læse denne form for kontrakter?
- Hvilken betydning har det for dig, hvordan kontrakterne ser ud?
 - Overblik
 - Længde
 - Opstilling / layout
 - Fremhæv [tv-udbyders] opsummering af kontrakten, hvad mener respondenterne om den? Vil respondenterne nøjes med at læse den?

4. Evaluering af standardkontrakterne (15 min / total 30 min)

Respondenterne bliver nu præsenteret for de to kontrakter, men denne gang er der markeret tekstudsnit, der skal læses med henblik på en umiddelbar evaluering af indhold og form.

Moderator:

Dette er tekstuddrag fra forskellige kontrakter. Nu vil jeg gerne bede dig om at læse dem igennem alle sammen:

"1.A. Fortrydelsesret for forbrugere

Hvis kunden er privatkunde (forbruger), kan kunden fortryde en bestilling i 14 dage efter modtagelsen af ordrebekræftelse, priser og vilkår. Dette gælder dog ikke, hvis bestillingen er sket ved fremmøde på [tv-udbyders] forretningssted eller hos forhandlere af [tv-udbyders] tjenester."

"Når kunden køber ydelser hos [tv-udbyder], har kunden en generel fortrydelsesret på 14 dage fra aftalens indgåelse. Fortrydelsesretten ophører dog i det øjeblik kunden tager ydelsen i brug, uanset fristen på 14 dage ikke er udløbet."

"13. Sikkerhedsstillelse og kreditvurdering

[Tv-udbyder] kan ved aftaleindgåelsen eller på et senere tidspunkt foretage en kreditvurdering af kunden og kan til brug herfor indhente oplysninger fra uafhængige kreditoplysningsbureauer eller advarselsregistre. Hvis [tv-udbyder] ved aftaleindgåelsen eller på et senere tidspunkt finder begrundet anledning til at antage, at kundens betalingsforpligtelser ikke vil blive opfyldt rettidigt, er [tv-udbyder] berettiget til at forlange sikkerhedsstillelse i form af kontant depot eller uigenkaldelig anfordringsgaranti i en bank eller kautionsforsikringsselskab, der er godkendt af [tv-udbyder]. Kunden afholder alle udgifter i forbindelse med sikkerhedsstillelse. Kontant depot forrentes ikke over for kunden."

"4. Sikkerhed og kreditvurdering

[Tv-udbyder] har ret til at foretage en kreditvurdering af kunden, såvel i forbindelse med aftalens indgåelse som i aftalens løbetid. Hvis [tv-udbyder] på baggrund af kreditvurderingen konkluderer, at der er nærliggende risiko for, at kunden fremover ikke vil betale rettidigt, har [tv-udbyder] ret til at kræve sikkerhedsstillelse i form af et kontant depositum eller en uigenkaldelig bankgaranti, som sikrer et beløb, svarende til kundens samlede betalingsforpligtelse for 12 måneder. Depositum forrentes ikke. Stiller kunden i aftalens løbetid ikke den krævede sikkerhed inden 4 uger efter at [tv-udbyder] har fremsat krav herom, betragtes dette som væsentlig misligholdelse af aftalen fra kundens side. [Tv-udbyder] kan herefter gøre de under punkt 17 omtalte misligholdelsesbeføjelser gældende."

- Hvordan var det at læse tekstudsnittene? Prøv at sætte ord på dine tanker.
- Hvad er din umiddelbare reaktion? Hvad kommer du til at tænke på? Hvorfor?
- Var det ligesom du forventede? Hvorfor?
 - Overblik
 - Længde

- Oplevelsen af at læse det:
 - Var den ene kontrakt bedre at læse end den anden? Hvorfor?
 - Sværhedsgrad
 - Kan man forstå meningen med det læste?
 - Kunne du forstå meningen med det, du læste?
 - Var der områder, hvor du var i tvivl?
 - Hvor?
 - Hvorfor var du i tvivl der?
 - Hvis det ikke nævnes, spørges ind til sprog og layout

5. Budskabsafkodning (30 min / total 60 min)

I denne del vil vi komme nærmere ind på afkodningen af kontrakten. Denne gang skal teksten ikke sammenlignes med teksten i en anden kontrakt, men kun testes for forståeligheden. Respondenten præsenteres for kontraktafsnittene en af gangen og besvare nedenstående spørgsmål:

1. kontraktudsnit:

”9.1 Såfremt [tv-udbyder] foretager ændringer i Tjenesterne omfattet af Abonnementsaftalen, underretter [tv-udbyder] Kunden om ændringen med minimum 60 dages varsel til ændringens ikrafttræden. Såfremt ændringen må anses for væsentlig, eksempelvis det tilfælde at en kanal udgår uden at blive erstattet af en anden kanal inden for samme genre, har Kunden mulighed for at opsige Abonnementsaftalen med 30 dages skriftligt varsel til ændringens ikrafttræden. Kunden har i så fald ret til at få allerede betalt abonnementsafgift samt allerede betalt kortafgift tilbagebetalt. Første halvårs kortafgift refunderes ikke, jf. punkt 4.2.”

Hvis du ser på dette afsnit:

- Fortæl med dine egne ord, hvad det der står i teksten betyder?
- Prøv at sætte ord på, hvad du tror der menes her?
- Står det klart og tydeligt – eller kan det misforstås? Hvorfor? Hvilke elementer kan misforstås?

Spørgsmål til at belyse forståelsen:

- Hvornår kan du opsige aftalen med [tv-udbyder]?
 - (Svar: Hvis de foretager ændringer i tjenesten, så jeg ikke længere får det jeg oprindeligt har aftalt/bestilt)
 - Forestil dig at du modtager besked fra [tv-udbyder] om at de vil ændre i din aftale om 60 dage. Nu ønsker du derfor at opsige dit abonnement. Hvor mange dage kan du vente inden du skal give [tv-udbyder] besked?
 - (Svar: 30 dage)

2. kontraktudsnit:

”16.2 Hvis en ændring eller et tillæg er til ulempe for Kunden, kan ændring eller tillæg tidligst træde i kraft ved udgangen af Kundens bindingsperiode, hvis Kunden har en sådan. Undtaget gælder, at [tv-udbyder] må ændre eller lave tillæg til vilkårene under Kundens bindingsperiode, hvis ændringen har grund i et forandret, alment prisniveau, forhøjede priser fra eksterne underleverandører, forhøjede skatter og afgifter, myndigheds beslutning el-

ler ændret lovgrundlag. Hvis Kunden ikke accepterer sådan ændring eller tillæg, har Kunden ret til at opsige Aftalen i henhold til kapitel 11.1.”

Hvis du ser på dette kontraktudsnit

- Fortæl med dine egne ord, hvad det der står i teksten betyder?
- Prøv at sætte ord på, hvad du tror der menes her?
- Står det klart og tydeligt – eller kan det misforstås? Hvorfor? Hvilke elementer kan misforstås?

Spørgsmål til at belyse forståelsen:

- Hvad er en bindingsperiode
(Svar: Den periode hvor kunden maksimalt kan være bundet af en aftale)
- Forestil dig, at du er kunde hos [tv-udbyder], må de hæve din pris i bindings-perioden? (Svar: Ja)

3. kontraktudsnit:

”3.11 Kunden er kun berettiget til at fortryde aftalen under de omstændigheder, som fremgår af forbrugeraftaleloven (fjernsalg). Fortrydelse skal ske ved, at Kunden afsender en meddelelse herom til [tv-udbyder] senest 14 dage efter modtagelsen af kontrakten. Fortrydelsesretten gælder dog ikke, hvis Kunden har taget tjenesten i brug.”

Hvis du ser på dette kontraktudsnit

- Fortæl med dine egne ord, hvad det der står i teksten betyder?
- Prøv at sætte ord på, hvad du tror der menes her?
- Står det klart og tydeligt – eller kan det misforstås? Hvorfor? Hvilke elementer kan misforstås?

Spørgsmål til at belyse forståelsen:

- Forestil dig, at du går ind i en butik og bestiller tv via [tv-udbyder]. Kan du så fortryde det, når du kommer hjem?
(Svar: Nej)
- Hvornår kan du fortryde købet?
(Svar: Kun når produktet er købt over internettet (fjernsalg), ikke hvis det er købt i en fysisk butik)

6. kontraktudsnit:

”10. Kundens ændring af kanalsammensætning

10.1 Kunden kan ændre sin kanalsammensætning inden for de af [tv-udbyder] nærmere angivne rammer. Ønsker Kunden at ændre sin kanalsammensætning til en sammensætning, der har en lavere normalpris end normalprisen for Kundens nuværende kanalsammensætning, skal dette ske med et varsel på minimum 3 måneder til udgangen af en kalendermåned.”

Hvis du ser på dette kontraktudsnit

- Fortæl med dine egne ord, hvad det der står i teksten betyder?
- Prøv at sætte ord på, hvad du tror der menes her?
- Står det klart og tydeligt – eller kan det misforstås? Hvorfor? Hvilke elementer kan misforstås?

Spørgsmål til at belyse forståelsen:

- *Hvordan kan du ændre kanalsammensætningen uden at dette skal ske med 3 måneders varsel?*

Svar: (Det står mellem linjerne at) du kun kan ændre kanalsammensætningen til en sammensætning, der har en højere pris, uden at det skal ske med 3 måneders varsel.

- *Prøv at sætte ord på hvordan det kontraktudsnit er at læse, kunne det skrives bedre?*

7. kontraktudsnit:

"4.1 Kunden hæfter for betaling for de ydelser, der leveres i henhold til abonnementsaftalen, også i de tilfælde, hvor der er registreret en betaler, som er forskellig fra kunden."

Hvis du ser på dette kontraktudsnit

- *Fortæl med dine egne ord, hvad det der står i teksten betyder?*
- *Prøv at sætte ord på, hvad du tror der menes her?*
- *Står det klart og tydeligt – eller kan det misforstås? Hvorfor? Hvilke elementer kan misforstås?*

Spørgsmål til at belyse forståelsen:

- *Kan respondenterne forstå, hvem der skal betale i hvilken situation, hvem er kunde, og hvem er betaler?*

(Svar: Kunden er den som får leveret ydelsen (tv), mens betaler kan være en anden part (arbejdsgiver, forældre eller lignende)

6. Afrunding

- *De kontrakter du er blevet præsenteret for i dette interview er ikke hverken dårligere eller bedre end andre. De er med her, for at vi kan få uddybet nogle elementer. Har du kendskab til de kontrakter, du har fået vist i dette interview, eller lignende kontrakter inden for samme branche?*

Hvis ikke allerede nævnt:

- *Nu hvor du har kigget kontrakterne igennem, har du så forslag til forbedringer?*
- *Hvad tror du ville gøre det lettere for dig at læse kontrakterne?*

Generel opsummering af hvad der er blevet talt om – tak for hjælpen.

Gaven udleveres

**Konkurrence- og
Forbrugerstyrelsen**
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf. +45 4171 5000
E-mail: kfst@kfst.dk

On-line ISBN 9788774087243

Grafisk produktion: Rosendahls -
Schultz Grafisk a/s

Analysen er udarbejdet af
Konkurrence- og
Forbrugerstyrelsen.