



Forbrugerjura 2008

Juni 2009

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1	Forbrugerombudsmanden	5
1.1.	Ny lovgivning	5
1.1.1.	Ændring af tobaksreklameloven – Forbrugerombudsmandens tilsyn udvidet	5
Kapitel 2	Markedsføringsloven	6
2.1.	Lovens § 1. God markedsføringsskik	6
2.1.1.	Kontraktvilkår	6
2.1.2.	Påtrængende markedsføringsforanstaltninger	12
2.1.3.	Diskriminerende markedsføring	13
2.1.4.	Inkasso	14
2.1.5.	Negativ aftalebinding	14
2.1.6.	Alkohol	14
2.1.7.	Samfundsmæssige hensyn	15
2.2.	Lovens § 2. Markedsføringslovens anvendelsesområde	15
2.3.	Lovens § 3. Vildledning	17
2.3.1.	Vildledende angivelser	17
2.3.2.	Vildledende prisangivelser	21
2.4.	Lovens § 4. Reklameidentifikation	25
2.5.	Lovens § 5. Sammenlignende reklame	25
2.6.	Lovens § 6. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere	25
2.7.	Lovens § 7. Vejledning	31
2.8.	Lovens § 8. Markedsføring rettet mod børn og unge	31
2.9.	Lovens § 9. Salgsfremmende foranstaltninger	33
2.10.	Lovens § 10. Rabatkuponer og –mærker	33
2.11.	Lovens § 11. Lodtrækning og præmiekonkurrencer	34
2.12.	Lovens § 12. Garanti	34
2.13.	Lovens § 12a. Købsopfordring	34
2.14.	Lovens § 13. Prisoplysninger	35
2.15.	Lovens § 14. Kreditkøb	38
2.16.	Lovens § 15. Gebyrer	38
2.17.	Retningslinjer og vejledninger	40
2.18.	Høringssvar	45

Kapitel 3	Betalingsmiddeloven	47
3.1.	Principielle sager	47
Kapitel 4	Tobaksreklameloven	50
4.1.	Principielle sager	50
Kapitel 5	Forbrugeraftaleloven	51
5.1.	Principielle sager	51
5.1.1.	Forbrugernes fortrydelsesret på internettet	51
Kapitel 6	E-handelsloven	59
6.1.	Principielle sager	59
Kapitel 7	Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet	60
7.1.	Husholdningsapparater og isenkram	60
7.1.1.	Oplysningspligt ved køb på internettet	60
7.1.2.	Tilbageleveringen i væsentlig samme stand ved fortrydelse	61
7.2.	Radio/tv mv.	62
7.2.1.	Fortrydelsesret ved fjernsalg	62
7.2.2.	Afhjælpning af fejl ved et fladskærms-tv tog lidt over 5 uger	63
7.2.3.	Vederlagsfri afhjælpning af mangler ved et tv	64
7.2.4.	Afhjælpning af fejl ved fjernsyn tog for lang tid	65
7.2.5.	Køb af fladskærmsfjernsyn foretaget i en selvstændig afdeling i et stormagasin	67
7.3.	Computere mv.	68
7.3.1.	Opdatering af grafikkortets drivere	68
7.3.2.	Forventning om gratis diagnosticering	69
7.3.3.	Udnyttelse af fortrydelsesretten	71
7.3.4.	Displayet knækket på en bærbar computer indleveret til afhjælpning af en fejl	72
7.3.5.	Afhjælpning af fejl ved computer tog for lang tid	73
7.3.6.	Fortrydelsesret ved køb af printer via internettet	75
7.3.7.	Vejkort til navigationsanlæg kunne ikke opdateres	77
7.4.	Telefoner mv.	77
7.4.1.	Klaptелефon var slidt op efter 22 måneders almindelig brug	77
7.4.2.	Mobiltelefon var mangelfuld – krav om erstatning til køb af en anden	78
7.4.3.	Flækket display på en mobiltelefon var en mangel	80
7.5.	Anden elektronik	81
7.6.	El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom	81
7.6.1.	Udendørs spabad var tilhører til fast ejendom	81
7.7.	Tekstiler og skind (beklædning og bolig)	82
7.7.1.	Sofabetræk krympet i forbindelse med rens	82

7.7.2.	Skiltning i butiksrude med 50 % rabat	83
7.8.	Fodtøj	84
7.9.	Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)	84
7.9.1.	Sofasæt og sofabord blev ikke anset for et samlet køb	85
7.9.2.	Læderstole med kunstlæder på de udvendige flader	85
7.9.3.	Manglende levering af spisestue købt via internetauktion	86
7.10.	Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr	87
7.10.1.	Køb af aluminiums foldecykel	87
7.10.2.	Golfklub ikke anset som erhvervsdrivende	89
7.11.	Foto, ure, optik, smykker	89
7.11.1.	Fejlagtig prisangivelse på nettet	89
7.11.2.	Køb på internetauktion	91
7.11.3.	Udvidelse af en gammel ring	93
7.11.4.	Køb af mærkevare	94
7.11.5.	Ur tålte ikke temperaturforandringer og var uegnet til rejsebrug	95
7.11.6.	Ombytningsret, selvom urkæden var afkortet	95
7.12.	Motorkøretøjer	96
7.12.1.	Mindre mangel var ikke afhjulpet inden rimelig tid	96
7.12.2.	Kommissionsbil	97
7.12.3.	Oprindeligt trepartsforhold	98
7.12.4.	Garanti på brugt bil	100
7.12.5.	Kommissionssalg af bil	101
7.12.6.	Bilforhandler hæftede ikke for privat salg	102
7.12.7.	Reklamationsretten følger genstanden	104
7.12.8.	Bilen var genopbygget efter en skade	105
7.13.	Transport og flytning	106
7.13.1.	To værdifulde malerier bortkommet under flytning	106
7.13.2.	Ændring af afrejsetidspunktet for flybilletter til et weekendophold i Italien	107
7.14.	Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.	108
7.15.	Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger	108
7.16.	Øvrige sager	108
7.16.1	Skildpadde kunne ikke ombyttes	108
7.16.2.	Aftale om permanent fjernelse af uønsket hårvækst	109
7.16.3.	Forventning om gratis behandling som hårmødel	110

Kapitel 8	Statistik	112
8.1.	Forbrugerombudsmandens arbejde i årets løb	112
8.2.	Sagsstatistik for Forbrugerombudsmanden 2008	112
8.2.1.	Statistik over oprettede og afsluttede sager 2004-2008	113
8.2.2.	Projekter og større sager hos Forbrugerombudsmanden i 2008	115
8.2.3.	Forbrugerombudsmandens afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2004-2008	116
8.2.4.	Forbrugerombudsmandens internationale tilsynsarbejde	117
8.2.5.	Trafiktal, abonnemeter, nyhedsinformation mv.	118
8.2.6.	Forbrugerombudsmandens ressourcer 2007-2008	119
8.3.	Sagsstatistik for Forbrugerklagenævnet 2008	120
8.3.1.	Oprettede sager fordelt på sagsgrupper	120
8.3.2.	Afgjorte sager i sekretariatet og nævnet	122
8.3.3.	Efterlevelse af afgørelser	123
8.3.4.	Registreringer i Firmatjek 2008	124
Kapitel 9	Stikordsregister	126
	Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet 1997-2008	126
	Stikordsregister til afsnit 1-6	157

Kapitel 1

Forbrugerombudsmanden

1.1. Ny lovgivning

1.1.1. Ændring af tobaksreklameloven – Forbrugerombudsmandens tilsyn udvidet

Pr. 1. september 2008 er Forbrugerombudsmandens tilsyn med lov om tobaksreklamer mv. blevet ændret således, at tilsynet fremover bliver ført efter markedsføringslovens regler. Det betyder, at tilsynet er blevet underlagt forhandlingsprincippet, og at Forbrugerombudsmanden har fået mulighed for at indbringe sager om forbud for Sø – og Handelsretten i den civile retsplejes former i sager af mere principiel karakter. Endvidere kan Forbrugerombudsmanden nedlægge foreløbigt forbud og meddele administrativt påbud efter reglerne i markedsføringsloven. Forbrugerombudsmanden kan også udstede retningslinier, indhente tilsagn og afgive forhåndsbesked. Endelig kan Forbrugerombudsmanden anmode om tiltalerejsning for overtrædelse af tobaksreklamelovens strafbelagte bestemmelser og udføre tiltalen ved byretterne.

Inden ændringen bestod Forbrugerombudsmandens tilsyn alene i at foretage en vurdering af eventuelle klager. Hvis Forbrugerombudsmanden mente, at en erhvervsdrivende overtrådte tobaksreklameloven, blev forholdet anmeldt til politiet.

Der henvises i det hele til tobaksreklamelovens § 6.

Pr. 1. september 2008 blev der endvidere i tobaksreklameloven indført en række præciseringer om anbringelse af tobaksvarer i butikker. Der henvises i den forbindelse til tobaksreklamelovens § 3, stk. 3 og 4. (08/03616)

Kapitel 2

Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1. God markedsføringskik

2.1.1. Kontraktvilkår

2.1.1.1. Transportselskab tydeliggør skiltning med natkørsel

Forbrugerombudsmanden blev i efteråret 2007 efter en avisartikel opmærksom på, at der var problemer med et transportselskabs køreplaner, idet selskabet skilte med kørsel om natten, selvom dette ikke var tilfældet. Forbrugerombudsmanden rettede herefter henvendelse til selskabet.

Selskabet oplyste, at det hidtil havde fremgået af køreplanerne, som var opsat på stationerne, at togene kørte om natten. Togene kørte dog ikke om natten i hverdagene, hvilket der oplystes om på klistermærker, som blev påsat de permanente tavler med køreplaner. Endvidere oplyste selskabet, at der var sat fokus på problemet, så passagererne ikke gik forgæves.

Forbrugerombudsmanden meddelte selskabet, at oplysningerne om natkørsel skulle være korrekte og fremgå tydeligt på stationerne, og at det afgørende for, at denne ordning kunne accepteres og fungere, var, at klistermærkerne med ændringer af selskabets køretider sad i umiddelbar forlængelse af de oplysninger, der ellers blev givet om selskabets natkørsel.

Selskabet oplyste, at der ville blive iværksat en ekstraordinær ekspedition af alle stationer for at sikre, at klistermærkerne sad, hvor de skulle, og at der i øvrigt løbende ville være ekstra fokus på, at mærkerne blev på deres plads.

Endvidere oplyste selskabet over for Forbrugerombudsmanden, at der i forbindelse med en forventelig udskiftning af de permanente tavler ville blive ændret i oplysningerne om natkørsel.

Tavlerne ville fremover henvise til ikke-permanente ”trafikinformationstavler”, hvorpå der ville fremgå konkret information om den ugentlige natkørsel – herunder første og sidste afgang. (1129/5-530)

2.1.1.2. Opkrævning af gebyr ved personbefordring i tog

En sag i dagspressen satte fokus på, om det var lovligt, at et transportselskab, der stod for personbefordring, opkrævede gebyrer af passagerer, når der på grund af svigt ved billetautomater ikke var indløst billet til en tur med toget på tværs af landsdelene.

Den konkrete sag rejste problemstillingen, om en rejsende, der ikke havde billet, kunne opkræves en kontrolafgift på 600 kr., et ekspeditionsgebyr på 40 kr. for udstedelse af billet eller blot billettens pris i en situation, hvor der ville ske billetkontrol i toget.

Transportselskabet havde ret til at opkræve gebyrer og kontrolafgifter for manglende billet, men det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det ikke burde være sådan, at man udstedte kontrolafgifter til passagerer, som derefter ved en enkelt klage ville kunne undgå at betale afgifterne, fordi automaterne på stationerne ikke virkede. Det ville være unødigt formelt, hvis en kunde skulle klage skriftligt, hvis vedkommende over for togpersonalet kunne påvise, at det ikke har været muligt at købe en billet på afrejsestationen.

Forbrugerombudsmanden tog derfor kontakt til transportselskabet.

Transportselskabet erklærede sig enig i Forbrugerombudsmandens synspunkt og oplyste, at togpersonalet i denne situation solgte den rejsende en billet uden ekstra omkostninger.

På baggrund af transportselskabets svar, lagde Forbrugerombudsmanden endvidere til grund, at transportselskabets administration af reglerne for opkrævning af kontrolgebyrer og tillæg samt klagevejledning byggede på en instruks til togpersonalet, og at de kriterier og fremgangsmåder, som transportselskabet benyttede sig af, baserede sig på saglige og rimelige hensyn.

Forbrugerombudsmanden foretog sig herefter ikke yderligere i anledning af sagen. (08/06708)

2.1.1.3. Ørefrunding ved betaling med Dankort

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse fra en forbruger, som oplevede, at en butik foretog afrunding til nærmeste 25-øre, når han betalte med Dankort. Forbrugerombudsmanden kontaktede forretningen, som oplyste, at det måtte være en fejl, da det ikke var forretningens praksis.

Sagen gav Forbrugerombudsmanden anledning til at præcisere, at det som udgangspunkt er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at foretage afrunding ved betaling med Dankort.

Betalingen skal gennemføres på det præcise beløb, også selvom dette er ”skævt”. Det gælder også, hvis kunden eksempelvis beder om at hæve ”100 kr. over beløbet.”

Afrunding til nærmeste 25-øre kan kun ske, når der betales med mønter og sedler, idet 5 og 10-ørerne er afskaffet. Afrunding ved kontant betaling er reguleret i Møntloven, som administreres af Økonomi- og Erhvervsministeriet. (1169/5-380)

2.1.1.4. Sponsorkoncept ikke i strid med markedsføringsloven

Forbrugerombudsmanden modtog en anmodning om en forhåndsbesked vedrørende et påtænkt sponsorkoncept. En forening med både voksne og børn som medlemmer ville indgå en samarbejdsaftale med en virksomhed om, at foreningen for at uddele markedsføringsmateriale for virksomheden ville modtage sponsorstøtte. Der var tale om et produkt, som alene voksne kunne købe. Da konceptet havde mange ligheder med det koncept, der lå til grund for Telia-dommen (U.2002.2277/2S) og set i lyset af dommens resultat, var det Forbrugerombudsmandens vurdering, at sponsorkonceptet ikke ville være i strid med markedsføringslovens § 1. (08/08331)

2.1.1.5. Bon og reklamationsret ved lagersalg

Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra en forbruger over, at denne i forbindelse med et lagersalg med tøj var blevet nægtet en bon. Klageren havde også fået oplyst, at der ikke var reklamationsret på tøj købt på lagersalget.

Forbrugerombudsmanden rettede på denne baggrund henvendelse til firmaet og gjorde opmærksom på, at det er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at nægte kunder at få udleveret en bon ved køb på et lagersalg samt at give kunderne det urigtige indtryk, at der ikke er reklamationsret på varer købt på et lagersalg.

Den erhvervsdrivende oplyste efterfølgende over for Forbrugerombudsmanden, at man for fremtiden ville udlevere boner til kunder, som ønsker dette. Desuden vil man ikke afvise klager over varer købt på lagersalg.

Forbrugerombudsmanden udtalte også i sagen, at man ikke generelt må afvise klager over 2. sorteringsvarer. Man kan ved tydelig skiltning samt på boner gøre opmærksom på, at der for konkret angivne fejl på varen ikke er reklamationsret. Opstår der andre fejl på varen, gælder reklamationsretten på sædvanlig vis. (08/02249)

2.1.1.6. CTR-saldo på apotekernes kasseboner

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse fra en forbruger, som ikke ud fra apotekernes kasseboner kunne kontrollere vedkommendes egen CTR-saldo (Centrale Tilskudsregister).

Lægemiddelstyrelsen fører det Centrale Tilskudsregister.

Foranlediget af klagen videresendte Forbrugerombudsmanden derfor henvendelsen til Lægemiddelstyrelsen til videre foranstaltning.

Lægemiddelstyrelsen orienterede derefter Forbrugerombudsmanden om, at kassebonen opfylder kravene til, hvilke oplysninger en kassebon fra et apotek skal indeholde, men at styrelsen er enig i, at oplysningerne på kassebonerne er vanskelige at gennemskue, og vil tage sagen op med Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse med henblik på en eventuel ændring af reglerne. (08/06234)

2.1.1.7. Gebyr for refusion af skatter og afgifter ved flyrejser

Når en forbruger ikke benytter sin flybillet, hvad enten det skyldes sygdom eller bare ændrede planer, så har forbrugeren ret til at få refunderet den del af prisen, som udgjorde skatter og afgifter, men flyselskabet har også ret til at få godtgjort en del af de administrationsomkostninger, som refusionen medfører i form af gebyrer, som forbrugeren pålægges.

Forbrugerombudsmanden har godkendt, at et flyselskab kan opkræve et gebyr på 100 kr., når der alene er tale om refusion af skatter og afgifter. Kan forbrugeren derudover få noget af selve rejsens pris refunderet, har Forbrugerombudsmanden desuden accepteret, at der opkræves 200 kr. i gebyr.

Opkrævning af høje gebyrer kan være et urimeligt aftalevilkår i strid med markedsføringslovens § 1 og aftalelovens § 38c, jf. § 36. (08/00637)

2.1.1.8. Forlig om tilbagebetaling af godt 11 mio. kr. til kunder for forhøjet kortafgift

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

Forbrugerombudsmanden blev på baggrund af en borgerhenvendelse opmærksom på, at firmaet i 2006 to gange havde forhøjet kortafgiften, og i

begge tilfælde var stigningerne også blevet opkrævet hos kunder, der allerede havde forudbetalt deres kortafgift for en periode. Det betød, at disse kunder fik en ekstraregning for den samme periode som følge af firmaets beslutning om at hæve kortafgiften.

Forbrugerombudsmanden fandt, at firmaet med denne fremgangsmåde ensidigt havde ændret de aftaler, det allerede havde indgået med en række af deres kunder, og således havde foretaget ekstraopkrævninger uden aftalemæssigt grundlag. Forbrugerombudsmanden meddelte firmaet, at denne fremgangsmåde fandtes at være i strid med markedsføringsloven, samt at de pågældende kunder efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ville kunne kræve, at firmaet tilbagebetalte de uretmæssigt opkrævede beløb.

Firmaet valgte herefter at tilbagebetale de opkrævede beløb.
(08/01004)

2.1.1.9. Fitnesscenters introduktion af nyt abonnementstilbud

Et fitnesscenter introducerede 1. januar 2008 en ny abonnementstype, der adskilte sig væsentligt fra de typer, som fitnesscenteret tidligere havde udbudt. Abonnementet var bl.a. uden bindingsperiode og med et opsigelsesvarsel på løbende måned + 1 måned.

Fitnesscenteret tilbød i den forbindelse de eksisterende kunder at skifte til det nye abonnement mod betaling af kr. 99,-. Medlemmerne blev orienteret ved hjælp af opslag i centrene samt på selskabets hjemmeside og ved udsendelse af e-mails til de medlemmer, som havde accepteret at blive kontakten om nye tilbud mv.

En af fitnesscenterets kunder klagede til Forbrugerombudsmanden over, at fitnesscenteret havde opkrævet et gebyr for at lade eksisterende medlemmer skifte over til en ny abonnementstype, samt over at medlemmerne ikke var blevet tilstrækkeligt klart orienteret om denne mulighed.

Forbrugerombudsmanden gennemgik aftalevilkårene og fandt, at fitnesscenteret i tilstrækkeligt omfang havde orienteret sine eksisterende medlemmer om den nye abonnementsform, samt at der som udgangspunkt godt kunne opkræves et rimeligt gebyr for at lade kunderne overgå til den nye, mere fordelagtige aftale.

Forbrugerombudsmanden fandt derfor efter en konkret vurdering, at fitnesscenteret ikke havde handlet i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1. (08/06250)

2.1.1.10. Aftale om vejhjælp må ikke automatisk fornyes

Sagen omhandlede et selskab, der bl.a. udbyder redningstjeneste.

Af abonnementsbetingelserne for privatabonnenter fremgik det umiddelbart, at abonnementet automatisk blev fornyet hvert år med tilhørende ny bindingsperiode.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det ikke kan aftales, at et løbende kontraktforhold – efter udløbet af uopsigelighedsperioden – automatisk forlænges med en ny uopsigelighedsperiode, jf. forbrugeraftalelovens § 25 og markedsføringslovens § 1.

Forbrugerombudsmanden rettede derfor i sagens anledning henvendelse til selskabet, der nu har ændret deres abonnementsbetingelser, således at abonnenterne fremover vil blive gjort klart opmærksomme på, at de skal indgå en ny aftale hvert år for fortsat at få hjælp, hvis bilen går i stykker.

Det fremgår således nu af selskabets abonnementsbetingelser, at et abonnement er tidsbegrænset, idet et abonnement er gældende for 12 måneder af gangen, hvorefter abonnementet automatisk ophører, medmindre det nytregnes ved fornyet betaling for den kommende 12 måneders abonnementsperiode.

Forbrugerombudsmanden har indskærpet overfor selskabet, at det er helt afgørende, at forbrugerne ved, hvad de binder sig til, og at forbrugerne ikke blot skal præsenteres for et girokort til betaling, når den nuværende aftale er ved at udløbe. Det skal kommunikeres klart og tydeligt, at det er frivilligt, om man ønsker at indgå en ny aftale med en ny bindingsperiode til følge. (08/02906)

2.1.1.11. Forbrugerombudsmanden opfordrer velfærdsministeren (nu indenrigs- og socialministeren) til at stramme lejelovens dusørregel

Forbrugerombudsmanden har i et brev til den tidligere velfærdsminister opfordret ministeren til at undersøge, om der er behov for en stramning af lejelovens dusørregel i lyset af en landsretsdom fra tidligere i 2008.

Sagen vedrørte en boligportal på internettet, der havde taget mod betaling for oprettelsen af boligsøgerannoncer med fortrinsret til at se udlejernes kontaktplysninger 14 dage, før de blev offentliggjort på internettet.

Boligportalen blev tiltalt og herefter frifundet for at have handlet i strid med lejelovens § 6 – den såkaldte dusørregel – der bl.a. skal forhindre, at boligsøgende afkræves betaling eller andet vederlag for, at andre formidler kontakten til udlejeren.

Landsretten nævnte i sin begrundelse, at man ikke fandt det bevist, at de boligsøgende reelt betalte for fortrinsretten til udlejers oplysninger, navnlig fordi det beløb, som den boligsøgende skulle betale, ikke adskilte sig størrelsesmæssigt fra betalingen for tilsvarende boligsøgerannoncer i andre medier.

Forbrugerombudsmanden har på den baggrund skrevet til den tidligere velfærdsminister, fordi Forbrugerombudsmanden er bekymret for, at lejelovens § 6 ikke længere yder den beskyttelse, som oprindeligt var tiltænkt med reglen.

Forbrugerombudsmanden gik oprindeligt ind i sagen som følge af medieomtalen i efteråret 2007 om problemer med fiktive annoncer på boligportalerne. (08/01758 og 08/03388)

2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger

2.1.2.1. Opfordring til korrekturlæsning og tilbud om annoncetegning

Forbrugerombudsmanden fik i september måned 2007 en række henvendelser fra virksomheder og offentlige institutioner, der havde fået brev fra et internet-register med hjemsted i Tyskland.

De enkelte breve indeholdt oplysning om den konkrete virksomheds webadresse og branche. Virksomheden blev i brevet opfordret til at rette forkerte oplysninger til og sende dem til registeret. Men der blev også givet mulighed for at tegne en ”betalingsannonce”. Dette blev nærmere beskrevet sidst i brevet. Det blev oplyst, at tegning af annonce var sket, når virksomheden tilbagesendte brevet i underskrevet stand. Prisen for en annonce var 7000 kr. pr. år med en bindingsperiode på 3 år.

Brevet var således en sammenblanding af en opfordring til korrekturlæsning og et tilbud om annoncetegning. Tilbuddet om annoncetegning kunne utvivlsomt overses, hvis brevet ikke blev nærlæst – med det resultat, at en virksomhed kunne komme til at underskrive et tilbud, som den ikke ønskede.

Efter behandling af sagen vurderede Forbrugerombudsmanden, at han ikke på det foreliggende grundlag kunne gribe ind over for det tyske internet-firma. Men i et nyhedsbrev rådede Forbrugerombudsmanden danske erhvervsdrivende til at se sig godt for. Han opfordrede virksomhederne til at gå tilbud om fx korrekturlæsning og annoncer efter i sømmene og vurdere, hvorvidt de reelt har behov for den pågældende service, om de ønsker at være bundet af aftalen i flere år, og om den markedsførte service står mål med udgiften. Under alle omstændigheder bør en virksomhed ikke skrive under på noget, den ikke er sikker på.

Forbrugerombudsmanden oplyste også, at det ikke er udelukket, at erhvervsdrivende, der har indgået en sådan eller lignende aftaler efter omstændighederne kan komme ud af aftalen igen, hvis der foreligger svig ved aftaleindgåelsen, eller der senere foretages aggressive henvendelser mv. med henblik på fx at udvide de økonomiske forpligtelser i strid med god markedsføringsetik. (2007-1149/5-247)

2.1.3. Diskriminerende markedsføring

2.1.2.1. Undertøjsreklame gik over stregen

Erotik kan i vidt omfang bruges som virkemiddel i reklamer. Men grænsen går, hvor brugen af erotik har en nedsættende eller krænkende karakter.

En lettere afklædt nonne, sygeplejerske, stuepige og sekretær, som snuser til et par herreunderbukser, var i efteråret 2007 at finde på en undertøjsproducents hjemmeside. Reklamerne gav anledning til et forholdsvis stort antal klager til Forbrugerombudsmanden.

Billederne, 4 i alt, gav modtageren det indtryk, at kvinderne lige havde haft sex med en mand, som havde efterladt sine underbukser. Billederne viste kvinderne i et sædvanligt arbejdsmiljø for professionerne – sygeplejersken lå således i en hospitalsseng, sekretæren sad på en printer etc.

Efter at have set på reklamen, er Forbrugerombudsmanden mest tilbøjelig til at mene, at kvindeskønnen i reklamerne bliver fremstillet på en nedsættende og ringeagtende måde.

Kvindernes positur på billederne, med den seksuelle akt og underbukserne i centrum gør, at reklamen efter Forbrugerombudsmandens umiddelbare opfattelse reducerer kvindeskønnen til sexobjekter med henblik på udelukkende at sælge herreundertøj.

Det store antal klager, der viser, at reklamen er egnet til at støde mange i befolkningen, har indgået i Forbrugerombudsmandens overvejelser.

Men Forbrugerombudsmandens forpligtelse som offentlig myndighed til at arbejde aktivt for ligestilling på sit arbejdsområde har ligeledes spillet ind i den samlede vurdering.

Som det således blev fremført af en af klagerne, kan reklamens fremstilling af de kvindedominerede professioner være til skade for de repræsenterede faggrupper.

Eksponeringen af fagene i den pågældende reklames univers kan medvirke til at vanskeliggøre kvindernes daglige arbejde med at nedbryde de køns-mæssige barrierer.

Undertøjsfirmaet har oplyst, at selskabet fremover vil udforme deres markedsføring i overensstemmelse med retningslinjerne om kønsdiskriminerende reklame og markedsføringslovens § 1 om god skik.

Sagen rejser dog et generelt spørgsmål om brugen af virkemidler i reklamer.

”God skik” i markedsføring er et dynamisk begreb, der i ordlyden tager højde for, at grænsen for, hvad der opfattes som anstødeligt og provokerende i det offentlige rum kan flytte sig over tid.

Sådan som mode- og medie billedet i dag har udviklet sig, er der et betydeligt spillerum for reklamer. Igennem tiden har der været en udbredt brug af reklamer med elementer af sex, hvor grænserne for kønsdiskriminerende reklame bliver prøvet af.

Retningslinjerne om kønsdiskriminerende markedsføring slår dog fast, at reklamer, der virker nedsættende eller ringeagtende overfor kvinder eller mænd på grund af deres køn er uforenelig med markedsføringslovens regel om god skik.

Læs mere om afgørelsen på www.forbrugerombudsmanden.dk.
(08/02166)

2.1.4. Inkasso

2.1.5. Negativ aftalebinding

2.1.6. Alkohol

2.1.6.1. Brug af alkohol som led i markedsføring af ungdomsrejser

I sommeren 2007 modtog Forbrugerombudsmanden en række henvendelser vedrørende ungdomsrejseselskaber, der anvendte billeder og beskrivelser af aktiviteter på feriesteder, hvor alkoholindtagelse indgik. Dette var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 2, fordi markedsføringen direkte eller indirekte opfordrede unge til at drikke alkohol.

Forbrugerombudsmanden indskærpede reglerne over for rejsebureauerne samt gav dem en frist til at ændre markedsføringen, således at alle overtrædelser af markedsføringsloven skulle være fjernet senest 1. februar 2008. Baggrunden, for at Forbrugerombudsmanden i første omgang valgte at indskærpe reglerne over for selskaberne, var, at der i lovbemærkningerne til markedsføringslovens § 8, stk. 2 var en vis uklarhed, der havde givet anledning til tvivl om rækkevidden af bestemmelsen.

I lovbemærkningerne blev der oprindeligt lagt op til, at forbuddet i § 8, stk. 2 skulle være rettet mod brug af visse ”aggressive og forrænde virkemidler” i reklamer rettet mod børn og unge. I en besvarelse givet til Folketingets Erhvervsudvalg i 2005 under lovforslagets behandling i Folketinget, blev det ligeledes anført, at lovforslaget ikke indeholder et egentlig forbud mod alkoholreklamer mod børn og unge.

Ved lovforslagets 2. behandling blev det imidlertid tilføjet, at alkohol er blandt de stoffer, som det er forbudt at opfordre til at indtage i reklamer rettet mod børn og unge, og i bemærkningerne til denne ændring, jf. Erhvervsudvalgets betænkning af 8. december 2005, blev det anført, at ændringen nu præciserede, at bestemmelsen særligt forbyder opfordring til at anvende alkohol som rusmiddel. Formålet var at sende et præcist signal om, at indtagelse af alkohol ikke hører hjemme i markedsføring rettet mod børn og unge.

Da flere af ungdomsrejseselskaberne valgte ikke at ændre deres markedsføring inden den givne frist, politianmeldte Forbrugerombudsmanden herefter de pågældende selskaber. (08/04687 og 08/01819)

2.1.7. Samfundsmæssige hensyn

2.2. Lovens § 2. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.2.1.1. En fagforenings medlemshvervning kan være omfattet af markedsføringsloven

Dette har Forbrugerombudsmanden udtalt i en konkret sag vedrørende en fagforening, der ønskede at sende reklamemateriale ud til medlemmerne af en A-kasse, som fagforeningen samarbejdede med.

Forbrugerombudsmanden henviste til markedsføringslovens § 2, stk. 1, hvorefter markedsføringsloven finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed samt på offentlig virksomhed, i det omfang der udbydes varer og tjenesteydelser på markedet.

Forbrugerombudsmanden oplyste, at fagforeninger og deres aktiviteter, herunder medlemshvervning, som udgangspunkt ikke anses for omfattet af markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden udtalte dog samtidig, at i det omfang en fagforenings hvervningskampagne ikke er baseret på arbejdsmarkedspolitiske og traditionelle fagforeningspolitiske argumenter, men i det væsentlige baserer sig på kommercielle argumenter, vil de pågældende elementer i kampagnen efter Forbrugerombudsmandens opfattelse efter omstændighederne imidlertid kunne bevirke, at kampagnen må anses for omfattet af markedsføringsloven. Hvornår en hvervningskampagne eller elementer i denne vil være omfattet af markedsføringsloven vil afhænge af en konkret vurdering af samtlige sagens omstændigheder, herunder udformningen af det pågældende markedsføringsmateriale. (08/07973)

2.2.1.2. En kommunes kvalitetsstandarder for hjemmehjælp er ikke en markedsretlig problemstilling

En borger var blevet tildelt knapt halvanden times hjemmehjælp hver 14. dag. Der blev på den baggrund klaget over vildledning efter markedsføringslovens § 3 med henvisning til pågældende kommunes kvalitetsstandarder for personlig og praktisk hjælp efter servicelovens § 83. Her fremgik angivelsen ”hygiejnemæssig forsvarlig renholdelse”, som kommunen efter klagers opfattelse ikke havde været i stand til at dokumentere rigtigheden af. Klager anså det derfor for vildledende at anvende dette udtryk i kvalitetsstandarderne. Der var frit valgs-ordning i den pågældende kommune.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at angivelsen ”hygiejnemæssig forsvarlig renholdelse” var fremsat i relation til en ydelse, der blev tildelt kredsen af modtagere på grundlag af et retskrav efter serviceloven, dvs. i relation til udmøntningen af en offentligretlig forpligtelse. Der var med kommunens kvalitetsstandarder for personlig og praktisk hjælp efter servicelovens § 83 tale om offentligt fastsatte krav til denne ydelse, herunder bl.a. hvilke konkrete rengøringsopgaver der var omfattet, og hvori deres indhold bestod (rengøringspecifikationer). Information af denne karakter var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke markedsføring og dermed ikke omfattet af markedsføringslovens § 3.

At information om offentligt fastsatte krav til ydelser, som offentlige myndigheder er forpligtet til at give borgerne, fx en kommunens kvalitetsstandarder for hjemmehjælp, ikke var markedsføring i markedsføringslovens forstand og ikke er omfattet af loven, fremgik i øvrigt også af den betænkning, der ligger til grund for den nuværende markedsføringslov, jf. ”Markedsføring og prisoplysning”, betænkning nr. 1457, 2005, p. 132.

Forbrugerombudsmanden oplyste til orientering, at markedsføringsloven først fandt anvendelse i relation til selve udbuddet af ydelser, fx informati-

onsmateriale, der skulle formå de enkelte modtagere af hjemmehjælp til at vælge netop den leverandør, der var afsenderen af materialet.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav afslutningsvis, at der ikke var tale om en markedsretlig problemstilling, men om en socialretlig problemstilling, som måtte behandles i det dertil hørende klagesystem. (2007-1129/5-395)

2.3. Lovens § 3. Vildledning

2.3.1. Vildledende angivelser

2.3.1.1. Vildledende oplysninger om reparation i garanti-vilkårene

I garantivilkårene for en elektronikproducents ”Garantiforlængelse” – som fremgik af producentens hjemmeside – fremgik det bl.a., at der ville ske reparation af det produkt, som garantiforlængelsen knyttede sig til, inden for 7 arbejdsdage.

Producenten oplyste imidlertid, at der ikke var tale om en garanteret reparationstid, da der tillige var transport- og leveringstid med i forløbet. Den gennemsnitlige reparationstid var 1-2 uger. Oplysningen om reparation inden for 7 dage var således alene en form for hensigtsserklæring.

Forbrugerombudsmanden meddelte, at et garantivilkår, som angiver en reparationstid på 7 dage, vil kunne anses for vildledende, hvis dette blot er en hensigtsserklæring, og den reelle gennemsnitlige reparationstid er 1-2 uger.

Producenten valgte herefter at ændre deres hjemmeside, således at det fremgik, at der alene blev tilstræbt en reparation inden for 7 arbejdsdage fra modtagelse af produktet.

Forbrugerombudsmanden foretog sig herefter ikke yderligere i sagen. (08/02840)

2.3.1.2. Et forsikringselskab og en medlemsejet indkøbsforening brugte vildledende udsagn i markedsføring af forsikring

Forsikringstilbuddet, der blev markedsført gennem en medlemsejet indkøbsforening, vildledte forbrugerne om deres fremtidige behandlingsgaranti i det offentlige sundhedsvæsen. Det skabte utryghed, og kunne ansøre forbru-

gerne til at tegne en forsikring på et forkert grundlag, mente Forbrugerombudsmanden. Fejlen blev efterfølgende rettet.

Potentielle forsikringstagere kunne i sommeren 2008 læse om et tilbud på en behandlingsforsikring fra forsikringsselskabet og en medlemsejet indkøbsforening, at ”Den 1. september 2008 afskaffes det frie sygehusvalg. Det betyder for dig, at den offentlige behandlingsgaranti ophæves.”

Oplysningen var dog ikke korrekt. Der er ikke tale om en ophævelse, men en midlertidig suspension til 1. juli 2009 efter konflikten på sundhedsområdet i foråret 2008 – en suspension, der i øvrigt gælder det udvidede frie sygehusvalg, og ikke det frie sygehusvalg, som det blev oplyst i forsikringstilbudet.

Oplysningen var derfor ikke alene i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledning, men kunne også påvirke forbrugerne ved at spille på frygt for helbredet.

Indkøbsforeningen havde i en periode en kort meddelelse på hjemmesiden, hvor der blev gjort opmærksom på de urigtige oplysninger.

Meddelelsen var dog kun at finde i kort tid, og da den i øvrigt heller ikke var helt korrekt, tog Forbrugerombudsmanden kontakt til både indkøbsforeningen og forsikringsselskabet for at få selskaberne til bl.a. at orientere forsikringstagerne individuelt om fejlen i markedsføringsmaterialet.

Indkøbsforeningen og forsikringsselskabet har efterfølgende orienteret de medlemmer, der har tegnet forsikringen om de forkerte oplysninger samt givet mulighed for at fortryde aftalen. (08/06423)

2.3.1.3. Forbrugerklub i strid med markedsføringsloven

Et klub-koncept stillede lette penge i udsigt til kommende medlemmer forbrugerklubben, idet der bl.a. blev garanteret en stigende indtjening, uden at medlemmerne skulle foretage sig noget. Ved indmeldelse skulle forbrugerne blot acceptere at modtage en reklame e-mail i døgnnet. Herefter blev man opfordret til at tippe ens venner om konceptet – og man blev indirekte belønnet med en bonus, hvis dem, man havde tippet, købte noget af det, der blev reklameret for i den daglige e-mail.

Man fik imidlertid først udbetalt bonus, når man havde optjent 500 kr., hvilket ville kræve, at ens venner havde købt for minimum 50.000 kr. Herefter blev konceptet lavet om, således at man kunne tjene penge, hvis man var heldig at vinde lodtrækninger foretaget af klubben. Man var således på intet tidspunkt blot ved indmeldelse i klubben sikret en støt stigende indtægt, som klubben lovede.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at man ikke må vildlede folk til at tro, at man kan få en støt, stigende indkomst blot ved at indmelde sig i en klub, hvis dette ikke er tilfældet. Han udtalte også, at man ikke må opfordre medlemmerne til at tippe deres venner pr. e-mail samt belønne dem for dette.

Skaberen af klubben oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at han var udtrådt af konceptet. Klubben blev nedlagt kort tid efter dens opståen, fordi det kunne konstateres, at klubben ikke kunne leve op til det lovede og manglede tilslutning. Klubben blev derefter omdannet til et nyhedsbrev, som man kunne tilmelde sig på klubbens oprindelige hjemmeside.

Forbrugerombudsmanden indskærpede over for den erhvervsdrivende, at denne for eftertiden i forbindelse med lignende koncepter skulle overholde markedsføringslovens bestemmelser, og at sagen i tilfælde af fremtidige overtrædelser ville have en skærpende effekt. (08/00923)

2.3.1.4. Misbrug af myndigheds navn og logo ledte til indskærpelse

Forbrugerombudsmanden har givet et ejendomsselskab en alvorlig påtale efter selskabet i en konkret annonce anførte, at et investeringsprojekt i Dubai var godkendt af Finanstilsynet. Tilsynets logo var benyttet i annoncen. Annoncen var urigtig og vildledende – og derfor i strid med markedsføringslovens § 3.

Forbrugerombudsmanden lagde vægt på, at anvendelsen af udsagnet om godkendelse og brugen af Finanstilsynets logo må anses for særligt kritisabelt, når det er et investeringsprojekt, som vil kunne kræve, at en potentiel investor skal have en vis indsigt i fordele, ulemper og risici. Et udsagn om, at projektet er godkendt af en offentlig tilsynsmyndighed, vil kunne bibringe læseren en tillid til investeringsprojektet, samt en formodning om at projektet er undersøgt og uden risici.

På baggrund af en konkret henvendelse fra ejendomsselskabet til Finanstilsynet i forbindelse med udarbejdelsen af prospektet blev det oplyst, at potentielle investorer kunne anvende pensionsmidler ved investeringen.

Det var samtidig udtrykkeligt nævnt, at anvendelsen af pensionsmidler forudsatte, at der ikke knyttedes særlige brugsfordele ved investeringen i ejendomsprojektet. Dette fremgik heller ikke klart af annoncen.

Selskabet ophørte straks med at bruge den pågældende annonce og iværksatte forskellige tiltag for at informere om annoncens vildledende karakter, og da ingen aftaler var blevet indgået på baggrund af annoncen, har Forbrugerombudsmanden ikke fået grundlag for at foretage politianmeldelse. (1120/5-872)

2.3.1.5. Erhvervsdrivende fik indskærpet reglerne om vildledende markedsføring

Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra en forbruger over en detailkædes markedsføring af børnetøj, dels i selskabets tilbudsavis, dels i selskabets forretning.

På en reol i forretningen lå T-shirts og bukser, og over reolen hang et skilt, hvor der stod ”Frit valg, 2 stk. 49,95”. Da forbrugeren ville købe 2 par bukser, som lå på reolen, oplyste den erhvervsdrivende, at bukserne ikke var omfattet af tilbuddet, og forbrugeren skulle derfor betale 49,95 kr. for hvert par bukser.

Forbrugerombudsmanden gjorde den erhvervsdrivende opmærksom på reglerne om vildledende markedsføring, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1.

Selskabet beklagede, at deres markedsføring havde været misvisende og oplyste, at de fremover vil være ekstra opmærksomme på, at såvel avistillbud som skiltning er entydig over for deres kunder.

Forbrugerombudsmanden afsluttede herefter sagen med en indskærpelse af reglerne om vildledende markedsføring over for den pågældende erhvervsdrivende. (08/02966)

2.3.1.6. Fra ”dansk garanti” til ”danske vilkår”

En detailvirksomhed markedsførte sig med at have ”dansk garanti”.

Ifølge virksomheden blev udtrykket anvendt til at gøre forbrugerne opmærksomme på, at den følger de danske regler og ikke de tyske regler. Hertil oplyste virksomheden i første omgang, at garantiudsagnet dækkede over et halvt års garanti med efterfølgende halvandet års reklamationsret. Dette blev dog efter Forbrugerombudsmandens henvendelse rettet til, at forbrugeren kunne benytte sig af den 2-årige reklamationsret, som følger af købeloven.

En garanti må ikke forveksles med købelovens 2-årige reklamationsret, da det er vildledende at kalde en lovbestemt rettighed for en garanti. Garanti er nemlig en frivillig forpligtelse, som en erhvervsdrivende kan påtage sig ved salg af varer og tjenesteydelser. Forbrugeren opnår derved nogle tillægsrettigheder, som pågældende ellers ikke ville have haft.

Når en erhvervsdrivende markedsfører sig med garantiudsagn, skal indholdet af garantien fremstå klart for forbrugeren, og garantien skal give forbrugeren en væsentlig bedre retstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

Detailvirksomheden ændrede efter Forbrugerombudsmandens henvendelse sit reklameslogan fra ”tyske priser – dansk garanti” til ”tyske priser – danske vilkår”. (08/04273)

2.3.1.7. Ændret fremgangsmåde ved oprettelse af annoncer på boligportaler på internettet

Forbrugerombudsmanden kontaktede i august 2007 indehaverne af en boligportal på internettet, fordi Forbrugerombudsmanden havde modtaget oplysninger om, at en række af de lejligheder, som var blevet oprettet på virksomhedens hjemmeside angiveligt ikke eksisterede.

Forbrugerombudsmanden bad i første omgang virksomheden om at dokumentere eksistensen af et bestemt lejemål, men da annoncen allerede var slettet, var dette ikke muligt.

Virksomheden oplyste i samme forbindelse, at man ikke altid indhentede udlejers kontaktoplysninger, herunder navn, adresse og telefonnummer, men ofte kun e-mailadresse og IP-adresse, samt at disse oplysninger blev slettet, når en annonce var taget af internettet.

Forbrugerombudsmanden bad på den baggrund og med hjemmel i markedsføringslovens § 3, stk. 3, boligportalen om at ændre oprettelsesproceduren for annoncer således, at der altid blev indhentet udlejers kontaktoplysninger, herunder navn, adresse, telefonnummer samt oplysning om lejemålets beliggenhed, at disse oplysninger blev kontrolleret, inden annoncen bliver lagt på hjemmesiden, samt at oplysningerne herefter blev opbevaret i 2 år.

Ændringen i fremgangsmåden skulle gøre det muligt for virksomheden at opfylde kravet i markedsføringslovens § 3, stk. 3, om at virksomheden skal kunne dokumentere rigtigheden af de annoncer, som lægges ud på boligportalen. (08/01758)

2.3.2. Vildledende prisangivelser

2.3.2.1. Teleselskab betalte en bøde på 80.000 kr. for vildledende reklame og manglende prisoplysninger

Forbrugerombudsmanden politianmeldte i efteråret 2007 et teleselskab for vildledende reklame.

Selskabet havde i flere annoncer i maj 2007 reklameret med, at man kunne ringe ubegrænset for kun 82,50 kr. om måneden, og at bl.a. samtaler, opkaldsafgift og oprettelse var gratis. Imidlertid kunne man på selskabets

hjemmeside læse, at opkald til mobiltelefoner og opkald til fastnettelefoner i visse lande ikke var gratis, men kostede en bestemt minuttakst.

Sagen blev i efteråret 2008 afsluttet med, at selskabet betalte en bøde på 80.000 kr. for vildledende reklame i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1, og manglende prisoplysninger i strid med markedsføringslovens § 13, stk. 3. (08/01498)

2.3.2.2. Varehus fik bøde på 400.000 kr. for utydeligt forbehold

I april 2006 annoncerede en virksomhed i bl.a. tv og aviser med ”25 % på alle varer”, selvom kun ca. 75 % af virksomhedens sortiment reelt var omfattet af tilbuddet.

Der var i annonceringen taget forbehold for kampagnens omfang med en lille stjerne, der henviste til teksten ”gælder ikke udvalgte varer”. Dette forbehold var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke tydeligt nok, da der var en ikke ubetydelig risiko for, at forbrugerne kunne overse ”det med småt”.

Virksomheden blev derfor meldt til politiet for overtrædelse af markedsføringslovens § 3, og virksomheden accepterede herefter et bødeforlæg på kr. 400.000. (08/00660)

2.3.2.3. Byggemarked var – ikke altid – billigst trods prisgaranti

Forbrugerombudsmanden blev gjort opmærksom på et byggemarkeds generelle prismarkedsføring i form af udsagnet på byggemarkedets hjemmeside ”Vi garanterer, at du finder de billigste priser hos os”.

Forbrugerombudsmanden anmodede om dokumentation for udsagnet under henvisning til reglerne om vildledning i markedsføringsloven.

Byggemarkedet fastholdt, at man på grund af en prisgaranti stadig mente, at være det billigste, men fjernede efterfølgende udsagnet fra hjemmesiden.

Forbrugerombudsmanden bemærkede herefter, at der ikke i sig selv er noget til hinder for anvendelse af prisgarantier, forudsat disse i øvrigt lever op til de krav, der stilles til indholdet og markedsføringen heraf.

Forbrugerombudsmanden henviste i den forbindelse til markedsføringslovens § 3, stk. 1 og 3 samt Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring, hvoraf det bl.a. fremgår, at det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at udsagn om generel prisbillighed, der direkte eller indirekte indeholder en sammenligning med andre forretningsdrivendes prisniveau, er

udsagn om faktiske forhold, der skal kunne dokumenteres af den erhvervsdrivende, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 3.

Firmaet fik indskærpet, at såfremt det i sin markedsføring fremover anvender udsagn som ”de billigste” eller tilsvarende udsagn om generel prisbillighed, må sådanne udsagn kun anvendes, såfremt den fornødne dokumentation er til stede. (08/02998)

2.3.2.4. TV-udbyder oplyste ikke korrekt om pris på abonnement

Markedet for udbydere af digitalt tv er præget af stor konkurrence, hvor prisen bruges som et væsentligt parameter i markedsføringen.

En udbyder af digitalt tv havde fremhævet en abonnementspris pr. måned som blikfang i sin markedsføring. På udbyderens hjemmeside var der fx anført et abonnementstilbud på 99 kr. pr. måned for en tv-pakke. Der blev imidlertid ikke samtidig oplyst om andre løbende udgifter eller om den samlede pris i bindingsperioden.

Et abonnement kunne imidlertid efter det oplyste ikke oprettes, uden at der også skulle betales for kortservice, og abonnementet kunne ikke bruges uden kortet. Kortafgiften udgjorde 389 kr. halvårligt. Abonnementstilbuddet forudsatte, at forbrugeren bandt sig for en periode på 12 måneder.

Forbrugerombudsmanden var af den opfattelse, at den anvendte markedsføringsmåde var vildledende og utilstrækkelig, jf. markedsføringslovens §§ 3 og 13, da den løbende udgift, herunder månedligt abonnement og halvårlig kortafgift, faktisk var 65 % dyrere på årsbasis, end det indtryk reklamens blikfang på 99 kr. pr. måned efterlod, da den samlede pris i bindingsperioden ikke var oplyst.

Efter forhandlinger ændrede udbyderen sin markedsføring sådan, at der synligt blev oplyst om alle løbende udgifter og den årlige totalpris, der omfattede de samlede udgifter på en tv-pakke.

Forbrugerombudsmanden foretog sig på denne baggrund ikke yderligere i sagen, men indskærpede overholdelse af reglerne i markedsføringsloven over for udbyderen. (08/05460)

2.3.2.5. Bøde på 200.000 kr. for vildledende prisoplysninger i katalog

En større detailkæde havde i sit julekatalog for 2004 ved en lang række varer anført ”spar xx kr.”, uden at det var angivet, hvilken pris der blev sammenlignet med.

Når en erhvervsdrivende ikke fortæller, hvad sammenligningsgrundlaget er, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det er den erhvervsdrivendes egne før-priser, der sammenlignes med.

Det viste sig imidlertid ikke at være tilfældet for hovedparten af varerne annonceret i julekataloget. Priserne var derimod sammenlignet med priserne hos andre erhvervsdrivende og vejledende priser fra leverandører, uden at det fremgik af kataloget.

Selskabet blev derfor anmeldt til politiet for overtrædelse af markedsføringslovens § 2 (nu § 3). Selskabet vedtog herefter en bøde på 200.000 kr. for at have anvendt vildledende, urigtige angivelser eller undladt væsentlige informationer, som var egnet til mærkbart at forvride forbrugernes økonomiske adfærd på markedet. (08/00185)

2.3.2.6. Ejendomsmæglerkæde fik indskærpelse efter fejl i boligkampagne

En ejendomsmæglerkæde havde i forbindelse med iværksættelsen af en kampagne ved navn ”Her og Nu Salg” offentliggjort forkerte oplysninger om førpriser samt tidspunkt for prisnedsættelse. Enkelte ejendomme optrådte således i kampagnen som netop nedsat, selvom prisnedsættelsen havde fundet sted, før kampagnen blev sat i gang.

Dette var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med markedsføringslovens § 3, og Forbrugerombudsmanden rettede derfor henvendelse til kæden.

Ejendomsmæglerkæden var på daværende tidspunkt allerede klar over fejlen og havde som følge heraf fjernet de berørte ejendomme fra kampagnen. Forbrugerombudsmanden indskærpede herefter overfor kæden, at prisoplysninger skal være retvisende. (08/02604 og 1100/5-1074)

2.3.2.7. Bøde til elektronikkæde på 150.000 kr. for vildledende før/nu-priser

Forbrugerombudsmanden anmeldte i 2005 en række elektronikkæder, herunder dette selskab, til politiet for at have anvendt vildledende før/nu priser i strid med markedsføringslovens § 3 i deres tilbudskataloger ved årsskiftet 2004/2005.

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

Ved gennemgang af tilbudsaviser for to elektronikkæder - som dengang var ejet af selskabet, der nu har fået en bøde - fandt Forbrugerombudsmanden bl.a. forkerte førpriser eller udsalgspriser, som allerede havde været gældende i en vis periode, inden de blev annonceret.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at når en erhvervsdrivende sammenligner med egne tidligere priser, skal den annoncerede vare have været solgt til ”førprisen” i en vis længere periode inden udsalget, og den nedsatte pris bør kun være gældende i en kortere periode herefter.

Elektronikkæden valgte at afslutte sagen med betaling af en bøde på 150.000 kr. Bøden blev fastsat på baggrund af selskabets fortjeneste i forbindelse med den vildledende markedsføring, men er nedsat på grund af formildende omstændigheder i sagen, bl.a. fordi kæden havde opsat rettelsesskilte i butikkerne. (08/00296)

2.4. Lovens § 4. Reklameidentifikation

2.4.1.1. Identifikation af reklame i annoncemagasin

Annoncer må ikke kunne forveksles med redaktionel omtale, fordi journalistisk indhold betragtes som objektivt i modsætning til reklame. Efter indgriben fra Forbrugerombudsmanden fremgår det nu klarere af et annoncemagasin, at der er annoncer på siderne.

En henvendelse fra Forbrugerombudsmanden til et gratis annoncemagasin om dets brug af journalistisk stof og markering af annoncer fik den virkning, at det blev lettere for læseren at se, når der var tale om reklame.

Magasinet valgte at tydeliggøre, at bladet er et annoncemagasin. ”Annoncemagasin” på magasinets forside fremhævedes således efterfølgende med større skrifttype.

Annoncer, som før var markeret med magasinets navn/annonce, blev skiftet ud med blot ”annonce” skrevet med en større skrifttype. Det nye tiltag skete for ikke at fjerne fokus fra, at der er tale om en annonce. (08/03383)

2.5. Lovens § 5. Sammenlignende reklame

2.6. Lovens § 6. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere

2.6.1.1. E-mails skal kunne frameldes

Forbrugerombudsmanden modtog i 2007 og primo 2008 en række klager fra forbrugere, der ikke kunne afmelde elektronisk post, som de modtog fra en online forbrugerklub.

Forbrugerne anførte, at de forgæves havde forsøgt at afmelde sig via afmeldingslinket i de fremsendte e-mails, men at nyhedsbrevene alligevel fortsatte med at dukke op i deres indbakker.

Flere anførte endvidere, at de fortsat modtog nyheds-mails på trods af, at den erhvervsdrivende havde bekræftet deres afmelding.

Forbrugerne havde alle tidligere deltaget i forskellige undersøgelser udbudt af firmaet, eller tilmeldt sig firmaets hjemmeside. Dermed havde de accepteret at modtage e-mails fra firmaet, men nu kunne de ikke slippe af med de elektroniske nyhedsbreve igen.

Et andet stort problem var også, at e-mailene blev sendt fra én adresse, mens afmeldingslinket vedrørte en anden e-mail-adresse.

Sagen endte med en indskærpelse til firmaet, idet forbrugere til enhver tid skal kunne afmelde sig modtagelsen af fremtidige elektroniske nyhedsbreve, jf. markedsføringslovens § 1 og princippet i markedsføringslovens § 6, stk. 2. Samtidig må der ikke være tvivl om, hvor en e-mail kommer fra, idet det kan skabe unødigt forvirring og usikkerhed.

Forbrugerombudsmanden gav således på baggrund af henvendelserne firmaet en indskærpelse om at sørge for, at der kun sendes e-mails fra adresser/hjemmesider, som forbrugerne har tilmeldt sig, og at afmeldingslinkene fungerer optimalt, idet der ellers vil kunne være tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 1.

Firmaet har over for Forbrugerombudsmanden erkendt, at den anvendte fremgangsmåde ved udsendelse af markedsføringsmateriale har været noget u hensigtsmæssig og forvirrende for forbrugerne.

Firmaet har nu ændret procedure. (08/04742)

2.6.1.2. Elektroniske julekort er også spam

En erhvervsdrivende rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden og ønskede oplyst, om det ville være lovligt at sende julekort via e-mail til virksomhedens kontaktpersoner (kunder, samarbejdspartnere m.v.).

Forbrugerombudsmanden udtalte under henvisning til markedsføringslovens § 6, stk. 1 og 2, at ordene ”med henblik på afsætning af varer...” i § 6, stk. 1,

efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skal forstås i bred forstand. Bestemmelsen omfatter således efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke kun situationer, hvor henvendelsen indeholder konkrete tilbud el.lign., men omfatter også mere generel promovring eller markedsføring af en erhvervsdrivendes navn eller varemærker (såkaldt ”branding”).

Forbrugerombudsmanden udtalte endvidere, at et julekort fra en erhvervsdrivende typisk vil være at betragte som ”branding” af den erhvervsdrivendes navn eller varemærke, og en erhvervsdrivende vil derfor i forbindelse med udsendelse af julekort skulle iagttage reglerne i markedsføringslovens § 6.

Forbrugerombudsmanden udtalte på den baggrund, at fremsendelse af elektroniske julekort således alene må ske til personer, der har givet sit samtykke til, at den erhvervsdrivende kan fremsende markedsføringsmateriale ved brug af elektronisk post, eller hvis forholdet er omfattet af markedsføringslovens § 6, stk. 2.

Ifølge markedsføringslovens § 6, stk. 2, må en erhvervsdrivende, der har modtaget en kundes elektroniske adresse i forbindelse med salg af en vare eller en tjenesteydelse, gerne markedsføre egne tilsvarende produkter eller tjenesteydelser til kunden via elektronisk post. Dette forudsætter dog, at kunden har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved efterfølgende henvendelser.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er det endvidere en betingelse, at kunden i forbindelse med købet klart og utvetydigt er blevet oplyst om, at adressen vil kunne blive benyttet til udsendelse af markedsføringsmateriale. (08/06749)

2.6.1.3. **Bøde på 100.000 kr. til tøj-kæde for uanmodet voice message-reklame**

Forbrugerombudsmanden har behandlet en sag angående telefonopkald fra en tøj-kæde til forbrugere, hvor der blev afspillet et lydklip med en Madonna-reklame. Forbrugerombudsmanden fandt ikke, at der var indhentet et tilstrækkeligt samtykke fra forbrugerne til at anvende denne fremgangsmåde.

I april 2007 modtog Forbrugerombudsmanden et par klager fra forbrugere, der havde modtaget sådanne telefonopkald fra tøj-kæden. Forbrugerne mente ikke, at de havde givet samtykke til at blive ringet op på deres telefon.

Tøj-kæden havde via en sms-konkurrence afholdt i forbindelse med en større markedsføringskampagne for Madonnas tøj-kollektion for selskabet indhentet samtykke fra forbrugere til, at tøj-kæden kunne sende dem yderligere information.

Tøjkæden foretog herefter ved hjælp af et automatisk opkaldssystem telefonopkald til ca. 4.000 forbrugere og afspillede en såkaldt voice message i form af et lydclip fra en reklame med Madonna.

Der er imidlertid Forbrugerombudsmanden opfattelse, at man ikke ”sender” information til forbrugerne, når man ringer dem op på deres telefon og afspiller en såkaldt voice message.

Det er endvidere Forbrugerombudsmandens opfattelse, at for at et samtykke til at modtage markedsføring kan anses for at være konkretiseret og informeret, skal det indeholde oplysninger om, hvilken kommunikationsform der vil blive anvendt.

Forbrugerombudsmanden fandt derfor at tøjkæden havde overtrådt markedsføringslovens § 6, stk. 1 og politianmeldte selskabet.

Tøjkæden valgte at afslutte sagen med en bøvedtagelse på 100.000 kr. (08/01376)

2.6.1.4. Bøde til servicevirksomhed på 20.000 kr. for udsendelse af spam

Forbrugerombudsmanden modtog i 2007 en række klager angående en servicevirksomhed, der havde udsendt en række uopfordrede e-mails til erhvervsdrivende indeholdende markedsføringsmateriale.

Virksomheden havde udsendt ca. 750 e-mails til både eksisterende og potentielle kunder, men virksomheden kunne ikke godtgøre, at ca. 375 af de potentielle kunder forinden havde givet samtykke til at modtage reklamemateriale på e-mails.

Forbrugerombudsmanden meddelte virksomheden, at det er i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1, at udsende e-mails med reklamemateriale både til erhvervsdrivende og forbrugere, medmindre man forinden har fået accept til udsendelsen fra modtagerne.

Forbrugerombudsmanden politianmeldte derfor virksomheden, som valgte at acceptere en bøde på 20.000 kr. (08/01882)

2.6.1.5. En bloggers opgivelse af e-mailadresse eller kontaktformular er ikke et samtykke til kommercielle elektroniske henvendelser

En erhvervsdrivende rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, idet den erhvervsdrivende ønskede en vurdering af lovligheden af en påtænkt markedsføringsforanstaltning.

Den erhvervsdrivende oplyste, at han ønskede at rette henvendelse til internet-bloggere og tilbyde dem et anmeldereksemplar af et softwareprodukt, som den erhvervsdrivende havde udviklet. Formålet hermed var at få en omtale af produktet på bloggerens hjemmeside.

Den erhvervsdrivende oplyste, at kontakten til bloggerne ville ske via den e-mailadresse eller kontaktformular, som bloggeren havde oplyst på hjemmesiden.

Forbrugerombudsmanden henviste til markedsføringslovens § 6, hvorefter en erhvervsdrivende ikke må rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post med henblik på afsætning af varer mv., medmindre den pågældende forudgående har anmodet herom.

Forbrugerombudsmanden anførte endvidere, at ordene ”med henblik på afsætning af varer” efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skal forstås i bred forstand. Bestemmelsen omfatter således ikke kun situationer, hvor henvendelsen indeholder konkrete tilbud el.lign., men omfatter også situationer, hvor henvendelsen afsendes med henblik på en senere afsætning af varer mv. samt mere generel promovring eller markedsføring af en erhvervsdrivendes navn eller varemærker (såkaldt ”branding”).

Forbrugerombudsmanden oplyste, at det forhold, at en blogger har oplyst sin e-mailadresse eller en kontaktformular, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke i sig selv kan sidestilles med, at bloggeren dermed har anmodet om eller givet sit samtykke til, at erhvervsdrivende kan rette henvendelse til bloggeren ved brug af elektronisk post med henblik på afsætning af varer mv. En sådan henvendelse fra den erhvervsdrivendes side ville derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være i strid med markedsføringslovens § 6. (08/07988)

2.6.1.6. Bøde på hhv. 5.000 og 10.000 for markedsføring trods modtagers registrering på Robinson-listen

En person havde ladet sig registrere med markedsføringsbeskyttelse i CPR ”Robinson-listen”, der er en liste, som CPR udarbejder hvert kvartal over de personer, der har frabedt sig direkte markedsføring. På trods heraf modtog hun to gange adresseret markedsføringsmateriale fra et ejendomsrådgørelses-

skab og en gang adresseret markedsføringsmateriale fra et andet ejendomsmæglerselskab.

Forbrugerombudsmanden var af den opfattelse, at ejendomsmæglerselskaberne herved havde overtrådt markedsføringslovens § 6, stk. 3, hvorefter en erhvervsdrivende ikke må rette henvendelse til en fysisk person ved fx brev, hvis modtagere har ladet sig registrere på Robinson-listen. Forbrugerombudsmanden anmeldte derfor ejendomsmæglerselskaberne til politiet for overtrædelse af markedsføringsloven.

Ejendomsmæglerselskaberne erkendte forholdene. Det selskab, som havde sendt to breve, accepterede en bøde på 10.000 kr., og det selskab, som havde sendt et brev, accepterede en bøde på 5.000 kr. (08/01620)

2.6.1.7. Uanmodet henvendelse i strid med Robinson-listen

En bank sendte et brev med markedsføringsmateriale til en forbruger på trods af, at pågældende stod på ”Robinson-listen”, der er en liste, som CPR udarbejder hvert kvartal over de personer, der har frabedt sig direkte markedsføring.

Forbrugeren modtog et brev fra banken, hvor der blandt andet stod: ”Bliv kunde helt enkelt – uden at skifte bank”. Da hun havde stået på ”Robinson-listen” siden 2001, kontaktede hun banken for at få en forklaring. Da hun ikke mente, at forklaringen fra banken var fyldestgørende, kontaktede hun Forbrugerombudsmanden.

Forbrugerombudsmanden skrev til banken, at erhvervsdrivende, der ønsker at rette direkte henvendelse til personer med henblik på at reklamere for deres produkt, forinden må konsultere denne liste. Hvis personen figurerer på listen, må den erhvervsdrivende ikke efter markedsføringslovens § 6, stk. 3 rette uanmodet henvendelse til den pågældende.

Banken svarede Forbrugerombudsmanden, at der var sket en fejl i forbindelse med screeningen af Robinson-listen. Bankens har på baggrund af fejlen gennemgået sine procedurer for at sikre, at markedsføringslovens regler overholdes, og at ingen forbrugere fremover modtager uopfordret markedsføring fra banken.

Forbrugerombudsmanden indskærpede over for banken, at såfremt de i fremtiden sender uanmodet markedsføringsmateriale ud til personer, der står på ”Robinson-listen”, vil det blive anset som en skærpende omstændighed. (08/08651)

2.7. Lovens § 7. Vejledning

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

2.8.1.1. Vennehvervning og personligt adresserede breve til kommende konfirmander

En butik fik skoleelever til at indsamle navne på kommende konfirmanders navne mod gavekort som belønning. Efterfølgende sendte butikken markedsføringsmateriale og invitationer til konfirmandaften ud til de unge.

Vennehvervning består i, at erhvervsdrivende opfordrer kunder til blandt venner og bekendte at hverve nye kunder til butikken mod betaling for indsatsen i form af varer, der oftest karakteriseres som ”gaver” eller andet vederlag. Erhvervsdrivende må som udgangspunkt ikke benytte børn og unge i salgs- og markedsføringsøjemed, herunder til vennehvervning, da fremgangsmåden kan bruges til at udnytte børn og unges loyalitetsfølelse.

Endvidere må personligt adresserede reklamebreve til børn og unge som udgangspunkt ikke sendes ud, medmindre forældrenes samtykke er indhentet forinden. Årsagen er, at børn og unge ofte ikke kan gennemskue det erhvervsmæssige formål med personligt adresserede reklamebreve. Der er således risiko for, at reklamebrevet bliver tillagt en mere positiv værdi, fordi henvendelsen er rettet specielt til barnet.

Forbrugerombudsmanden skrev derfor til butikken, at markedsføringsformen ville kunne blive anset for at være i strid med markedsføringslovens § 1 om god skik og § 8, stk. 1, da markedsføringen var rettet mod børn og unge.

Butikken svarede Forbrugerombudsmanden, at markedsføringskonceptet var en enkeltstående begivenhed, der ikke vil blive gentaget i fremtiden. (08/04581)

2.8.1.2. Sprogrejser markedsført via vennehvervning

Forbrugerombudsmanden blev gennem en avisartikel opmærksom på, at et sprogrejse-selskab benyttede sig af vennehvervning i deres markedsføring.

Hos sprogrejse-selskabet var det muligt for børn og unge efter en sprogrejse at blive pr-studenter, hvilket bl.a. indebærer aktiviteter som at dele brochurer ud, sætte plakater op, holde foredrag og hverve nye rejsende blandt andre børn og unge.

Til gengæld for deres arbejde fik de point, der kunne omsættes til forskellige produkter, som kunne have deres interesse.

Men det er ulovligt at opfordre børn og unge til at hverve kunder blandt venner og bekendte, da denne fremgangsmåde kan bruges til at udnytte børn og unges loyalitetsfølelse.

Forbrugerombudsmanden skrev derfor til selskabet, at markedsføringsformen ville kunne blive anset for at være i strid med markedsføringslovens § 1 om god skik og § 8, stk. 1, da markedsføringen var rettet mod børn og unge.

Selskabet svarede Forbrugerombudsmanden, at det ophørte med at anvende vennehvervning i selskabets markedsføring på det tidspunkt, hvor det blev opmærksom på problemet. (08/03963)

2.8.1.3. Festarrangør brugte unge som salgskanal

Man skal være varsom med at bruge unge til markedsføring. Det har en festarrangør nu taget til efterretning efter at have været i kontakt med Forbrugerombudsmanden.

”Din opgave er ganske enkel. Du skal bare dele de vedlagte invitationer ud til alle dine venner og bekendte, samt i klubben, til sport eller hvor du ellers møder andre på din egen alder. Som tak for hjælpen bliver du V.I.P. og kommer dermed GRATIS IND til alle vores arrangementer”.

Sådan lød opfordringen fra en festarrangør til de unge, der hjalp arrangøren med at finde flere gæster til virksomhedens alkoholfrie arrangementer.

Det er ikke tilladt at opfordre børn og unge til aktivt at hverve nye kunder blandt venner og bekendte, da fremgangsmåden kan udnytte børn og unges godtroenhed og deres loyalitetsfølelse over for hinanden.

I et andet markedsføringstiltag opfordrede festarrangøren de unge til at tilmelde sig selv og deres venner til en sms-service.

Forbrugerombudsmanden skrev til virksomheden, at markedsføringen i form af vennehvervning ville kunne blive anset for at være i strid med markedsføringslovens § 1 om god skik og § 8, stk. 1, da markedsføringen var rettet mod børn og unge. Derudover ville opfordringen til at tilmelde sine venner en sms-service ligeledes kunne blive anset for at være en overtrædelse af markedsføringslovens § 6.

Virksomheden er nu ophørt med at anvende både VIP-funktionen og sms-servicen. (08/02302)

2.9. Lovens § 9. Salgsfremmende foranstaltninger

2.10. Lovens § 10. Rabatkuponer og –mærker

2.10.1.1. Forhåndsbesked vedr. rabatorordninger mv. til nytilflyttere i kommune

En kommune overvejede muligheden for at give nytilflyttede borgere til kommunen et ”checkhæfte” indeholdende kuponer, som borgerne kunne anvende til at opnå rabatorordninger og andre fordele i de annoncerende firmaer. Checkhæftet ville blive uddelt som en del af en velkomstpakke til de nytilflyttede borgere. Som alternativ til rabatkuponerne i checkhæftet overvejede kommunen udstedelse af gavekort til den samme modtagerkreds.

Kommunen anmodede Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked vedrørende den påtænkte foranstaltning, jf. markedsføringslovens § 25.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at selvom kommunen ikke kunne anses for at være erhvervsdrivende i markedsføringslovens forstand, fremgik det af rabatorordningen, at denne tænkes etableret i samarbejde med en række lokale erhvervsdrivende, som på kuponerne stod som udstedere af rabatten. Det var derfor Forbrugerombudsmandens opfattelse, at brugen af rabatkuponerne måtte anses som led i en erhvervsmæssig virksomhed.

Forbrugerombudsmanden bemærkede desuden, at erhvervsdrivende ifølge markedsføringslovens § 10, stk. 1, ikke måtte give rabat på en vare eller arbejds- og tjenesteydelse og samtidig kræve, at kunden afleverede en rabatkupon, tilbudskupon, værdikupon og lign. Dette gjaldt, uanset om rabatkuponen skulle klippes ud af en tilbudsavis mv. eller var optrykt i et rabathæfte, kuponhæfte eller ”checkhæfte”. Det påtænkte tiltag i form af rabatkuponer i ”checkhæftet” måtte på denne baggrund anses for omfattet af forbuddet i § 10, stk. 1, og var dermed ikke tilladt.

For så vidt angik kommunens alternative forslag om udstedelse af gavekort til den samme personkreds fandt Forbrugerombudsmanden, at et sådant tiltag måtte betragtes som en salgsfremmende foranstaltning, og som sådan reguleret af markedsføringslovens § 9, stk. 1, hvoraf bl.a. fremgår:

- at de betingelser, der gælder for at få andel i tilbuddet, skal være korrekte, klart formuleret og relevante
- at eventuelle forbehold eller begrænsninger i et tilbud skal markedsføres således, at forbeholdet fremgår ligeså tydeligt som selve tilbuddet
- at værdien af tillæggydelsen (så vidt muligt ved angivelse af handelsværdien) klart er oplyst

Særligt vedrørende brug af et gavekort bemærkede Forbrugerombudsmanden, at sådanne gerne måtte benyttes, forudsat brugen af gavekortet ikke var betinget af et samtidigt krav om yderligere køb. Fx var et gavekort for to til en restaurant ikke tilladt, hvis benyttelsen / indløsningen af gavekortet forudsatte, at der samtidig var to andre, der skulle betale for deres kuvert. I så fald var gavekortet reelt en rabatkupon, og dermed omfattet af forbuddet i § 10, stk. 1.

Det var herefter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at hvis den påtænkte markedsføringsforanstaltning anvendtes med et gavekort, således som den var beskrevet, måtte den anses for at være i overensstemmelse med markedsføringsloven, forudsat oplysningskravene mv. efter § 9 i øvrigt var iagttaget. (2007 – 1100/5-1059)

2.11. Lovens § 11. Lodtrækning og præmiekonkurrencer

2.12. Lovens § 12. Garanti

2.13. Lovens § 12a. Købsopfordring

2.13.1.1. Prisoplysninger og købsopfordring i internetbutik

Efter en henvendelse fra en erhvervsdrivende har Forbrugerombudsmanden i en forhåndsbesked forholdt sig til et spørgsmål om prisoplysninger på internettet.

Den erhvervsdrivende havde oplyst, at det af butikkens hjemmeside under info => handelsbetingelser fremgik, at der var et ekspeditionsgebyr på 49 kr. ved alle ordrer under 500 kr. Gebyret blev derudover oplyst, når forbrugeren klikkede sig videre til sin ”indkøbskurv”, og ordren var under 500 kr.

Efter en gennemgang af markedsføringslovens § 13 om prisoplysninger og § 12a om købsopfordringer vurderede Forbrugerombudsmanden, at en købsopfordring udover varens pris skulle oplyse om alle yderligere omkostninger ved et køb. Kunne en sådan omkostning imidlertid ikke med rimelighed beregnes på forhånd, skulle der oplyses om, at der ville blive tillagt en yderligere omkostning.

I den konkrete sag var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at et ekspeditionsgebyr afhængig af en ordres størrelse ikke med rimelighed kunne beregnes på forhånd, og at det derfor skulle oplyses hvis der kunne blive tillagt et ekspeditionsgebyr. Det kunne fx ske med en note-markering ved varens pris, når prisen var mindre end 500 kr., med noteangivelse af, at der ville blive tillagt et ekspeditionsgebyr på 49 kr.

Forbrugerombudsmanden meddelte på denne baggrund den erhvervsdrivende, at sådan som oplysningerne på hjemmesiden om et ekspeditionsgebyr på 49 kr. ved ordrer under 500 kr. for tiden blev givet, indebar det en overtrædelse af markedsføringslovens § 12a, stk. 2, og at overtrædelse heraf kunne straffes med bøde. (08/02972)

2.14. Lovens § 13. Prisoplysninger

2.14.1.1 Forhåndsbesked om et flyselskabs handling fee

Et flyselskab anmodede Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked i anledning af, at selskabet påtænkte at indføre et bestillingsgebyr (et såkaldt "handling fee") for bestilling af flybilletter på selskabets hjemmeside. Handling fee'et skulle dække selskabets udgifter til administrativt arbejde ved flybookinger online. Selskabet opstillede i den forbindelse to scenarier, som det ønskede Forbrugerombudsmandens vurdering af.

I scenario 1 ønskede selskabet at opkræve et handlingfee pr. booking på internettet. Handlingfee'et ville være uafhængigt af antallet af passagerer, og om der blev bestilt one-way eller returbilletter.

Selskabet anførte, at det ikke var muligt at bestemme den enkelte rejses pris før bestillingen, idet den enkelte rejses endelige pris ville afhænge af, hvor mange billetter der blev bestilt i den enkelte booking, og om der blev bestilt one-way- eller returbilletter. Selskabet ville derfor i stedet i tilknytning til deres prisoplysninger tilføje teksten: "Ved bestilling opkræves handlingfee på i alt X kr. pr. bestilling".

Oplysningen om handlingfee'et skal være klart og tydeligt.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at han ud fra en konkret og skønsmæssig vurdering fandt, at det beskrevne scenario ikke ville være i strid med markedsføringsloven, herunder særligt bestemmelserne i §§ 12a og 13, forudsat at oplysningen om, at der blev opkrævet et handlingfee og størrelsen heraf, ville fremgå klart og tydeligt og med samme meddelelseeffekt som de øvrige prisoplysninger.

I scenario 2 ønskede selskabet at opkræve et gebyr på 15 kr. pr. person pr. one-way hos kunder, der ikke var medlemmer af selskabets kundeklub, som var et gratis og uforpligtende medlemskab, der gav forbrugeren mulighed for at ændre bookinger online, bestille bagage online, modtage selskabets nyhedsbrev mv. Selskabet oplyste, at det i tilknytning til de oplyste priser ville blive oplyst, at prisen forudsatte medlemskab af kundeklubben, og at ikke-medlemmer ville blive opkrævet X kr. pr. person pr. one-way.

Forbrugerombudsmanden udtalte i relation til scenario 2, at der efter det oplyste var tale om en udgift, der pålægges pr. person pr. one-way, hvorfor der ikke forelå de samme problemer som i scenario 1, hvor handlingfee'et ikke umiddelbart kunne indregnes i den oplyste pris for den enkelte rejse, da denne bl.a. var afhængig af antallet af rejser, der blev bestilt i samme bestillingsforløb.

Der var derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke umiddelbart noget til hinder for, at handlingfee'et i scenario 2 blev indregnet i den oplyste pris for de enkelte afgange. Forbrugerombudsmanden udtalte således, at den pris, der blev oplyst, skulle inkludere handlingfee'et, og at det ikke ville være tilstrækkeligt blot at oplyse, at den anførte pris forudsatte medlemskab af kundeklubben. (08/04861)

2.14.1.2. Annoncering med priser eksklusive miljøtillæg

Tre hoteller oplyste i annoncer i et dagblad og et magasin sine priser "ekskl. 4,5 % miljøtillæg".

Forbrugerombudsmanden skrev til hotellerne og henledte opmærksomheden på markedsføringslovens §§ 12a og 13. Ifølge disse bestemmelser skal priser, når markedsføringen er rettet mod forbrugerne, oplyses inklusive afgifter og andre omkostninger.

Hotellerne oplyste, at der fremover vil blive annonceret uden angivelse af et miljøtillæg på 4,5 %.

Forbrugerombudsmanden besluttede herefter at afslutte sagen med en indskærpelse til hotellerne om at overholde markedsføringslovens §§ 12a og 13 ved annoncering med priser, således at der oplyses om den samlede pris inklusive afgifter, tillæg mv. (08/06827)

2.14.1.3. Indførelse af gebyr på teaterbilletter

Et teater ønskede at indføre et gebyr i størrelsesordenen 25 kr. pr. billet ved billetkøb ved personligt fremmøde i og telefonisk bestilling hos teatrets billetcenter. Ved telefonisk bestilling havde der hidtil været pålagt et gebyr på 15 kr. pr. transaktion, og billetkøb foretaget ved personligt fremmøde var gebyrfrit. Køb af billetter via Billetnet.dk havde hidtil og ville fortsat være pålagt et gebyr på 15 kr. pr. billet + evt. forsendelse.

De påtænkte og ønskede nye gebyrer skulle dække nogle af de administrative udgifter, der var forbundet med billetudstedelsen, og teateret anmodede Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked vedrørende den påtænkte foranstaltning, jf. markedsføringslovens § 25.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at det fulgte af markedsføringslovens § 13, stk. 1 – 3 og stk. 5, at den pris, der skal oplyses, er den samlede pris inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre afgifter, dvs. totalprisen, der er relevant for forbrugeren, og som denne skal betale for at erhverve den pågældende vare eller ydelse. Ved gebyr forstås, jf. § 13, stk. 5, betaling for en særlig tjeneste, funktion eller ydelse, som knytter sig til købet af varen eller tjenesteydelse, og som ikke har karakter af betaling for en selvstændig ydelse.

Et gebyr, som knytter sig til selve erhvervelsen af det udbudte, og som forbrugeren ikke kan slippe for at betale – fx et bestillingsgebyr, betalingsgebyr, ekspeditionsgebyr eller lign. – skal indregnes i den oplyste totalpris. De samme oplysningskrav stilles, når der ved annoncering eller på anden måde i markedsføringsmateriale gives prisoplysninger om varer eller tjenesteydelse, jf. § 13, stk. 3.

Det var herefter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at indførelsen af de påtænkte gebyrer, således som de forelå oplyst af teatret, måtte anses for at være i overensstemmelse med markedsføringslovens regler, forudsat oplysningskravene i § 13 var iagttaget. (2007–1100/5 -928)

2.14.1.4. Indskærpelser vedrørende prisoplysninger og markedsføring af internethastigheder

Som led i sit arbejde i det internationale forbrugerbeskyttelsesnetværk IC-PEN undersøgte Forbrugerombudsmanden markedsføringen af internethastigheder og prisoplysninger på hjemmesiderne for 15 bredbåndsudbydere.

Undersøgelsen viste, at der generelt var problemer med at leve op til teleretningslinjernes krav om at tage forbehold ved forskel på den nominelle (markedsførte) hastighed og den effektive hastighed, slutbrugeren vil opnå, og til kravet om forbeholdets placering i markedsføringen.

Er der forskel på den markedsførte og den effektive internethastighed, skal bredbåndsudbyderen ifølge teleretningslinjernes pkt. 3 tage et klart og tydeligt forbehold om dette i sin markedsføring. I lyset af, at der var tale om relativt nye krav, valgte Forbrugerombudsmanden at holde et møde med en række udbydere og komme med en generel indskærpelse til branchen.

Forbrugerombudsmandens undersøgelse omfattede desuden de prisoplysninger, som bredbåndsudbydere skal give efter både teleretningslinjernes pkt. 3.1. og markedsføringslovens § 13. For så vidt angår prisoplysninger, blev der efter undersøgelsen rettet individuel henvendelse til ca. 2/3 af de berørte udbydere. (08/07090)

2.15. Lovens § 14. Kreditkøb

2.15.1.1. Krav om oplysninger ved kreditkøb

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

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

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

Markedsføringslovens § 14, stk. 3, er en undtagelsesbestemmelse, hvorfor der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse må anlægges en snæver fortolkning af bestemmelsen. Der vil herved også blive lagt vægt på, at det af bemærkningerne til bestemmelsen fremgår, at den kun finder anvendelse, hvis det ikke er muligt at give de faktiske kreditomkostninger. (1169/5-332)

2.16. Lovens § 15. Gebyrer

2.16.1.1. Betingelserne for at pålægge nye gebyrer skal klart være angivet i aftalen

Forbrugerombudsmanden har pålagt et teleselskab at ændre sine abonnementsvilkår, så det klart fremgår, efter hvilke kriterier gebyrer kan ændres, eller nye kan indføres. Dette er et lovkrav efter markedsføringslovens § 15, stk. 1. I abonnementsvilkårene var det alene angivet, at ændringer i priser og abonnementsvilkår vil blive annonceret på hjemmesiden og ved fremsendelse af e-mail til kunden med et varsel på 30 dage.

Selskabet ændrede herefter sine vilkår. Ændringerne gav dog i vidt omfang mulighed for betydelige gebyrændringer, da kriterierne i vidt omfang var skønmæssige og bredt formuleret. Forbrugerombudsmanden understregede derfor, at vilkår og betingelser ikke må benyttes til usaglige eller urimelige ændringer, da dette vil kunne indebære en overtrædelse af markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik. Forbrugerombudsmanden forudsatte derfor, at selskabet vil administrere vilkårene, så fremtidige ændringer ikke kan karakteriseres som vilkårlige eller urimelige.

Betingelserne for at ændre et gebyr eller opkræve et nyt gebyr, er reguleret i markedsføringslovens § 15. Det fremgår af § 15, stk. 1, at betingelserne for at ændre størrelsen af et gebyr til ugunst for forbrugeren eller opkræve et nyt gebyr i et løbende kontraktforhold skal være klart fremhævet i kontrakten.

Dette indebærer efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det tydeligt skal fremgå af aftalevilkårene, efter hvilke kriterier gebyrer kan ændres eller indføres. Kriterierne må, jf. tillige markedsføringslovens § 1 endvidere ikke være usaglige eller urimelige, og aftalevilkårene må give forbrugeren muligheden for at vurdere sandsynligheden og størrelsen af fremtidige ændringer i gebyrerne. Forbrugeren skal desuden have mulighed for efterfølgende at vurdere, om ændringer er i overensstemmelse med aftalen/kriterierne.

Dette indebærer, at den erhvervsdrivende ved varslingen skal angive, med hvilken begrundelse i henhold til aftalevilkårene gebyret ændres eller indføres. Der henvises tillige til den vejledning, som Forbrugerombudsmanden har udstedt i juli 2008 om markedsføringslovens § 15.

Den erhvervsdrivende må ved formuleringen af betingelserne så præcist som muligt angive, hvilke forhold der vil kunne føre til ændringer i gebyrerne, eller medføre at nye gebyrer vil blive pålagt forbrugerne.

Forbrugerombudsmanden understregede samtidig, at aftalte gebyrer ikke kan ændres, eller nye gebyrer indføres eller pålægges, uden at dette har hjemmel i aftalen med forbrugeren. Foreligger der ikke en sådan aftale mellem parterne, må indførelse af et nyt gebyr eller andre ændringer til ugunst for forbrugeren som udgangspunkt sidestilles med indgåelsen af en ny aftale, som kræver forbrugeren udtrykkelige samtykke eller accept, før ændringerne kan træde i kraft. Ud over dette, skal vilkåret være særligt fremhævet, for at det kan anses som vedtaget og gældende mellem parterne. Det vil i den forbindelse ikke være tilstrækkeligt, at oplysningerne blot er tilgængelige, fx på den erhvervsdrivendes hjemmeside som en del af dennes forretningsbetingelser eller abonnementsvilkår. (08/03883)

2.17. Retningslinjer og vejledninger

2.17.1.1. Vejledning fra Forbrugerombudsmanden om fortolkning af nye bestemmelser i markedsføringsloven (Gennemførelse af direktivet om urimelig handelspraksis mv.)

Den 1. december 2007 trådte lov nr. 1547 af 20. december 2006 om ændring af markedsføringsloven og bekendtgørelse nr. 1084 af 14. september 2007 om urimelig markedsføring i forbrugerforhold i kraft. Formålet med lovændringen og bekendtgørelsen var især at gennemføre Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomhedernes urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked mv. (UCP-direktivet) i dansk ret.

Lovændringen indebærer enkelte, men fortrinsvis sproglige og tekniske ændringer af markedsføringsloven. I den nye bekendtgørelse er ”sortlistet” 31 konkrete forhold, som ifølge bemærkningerne til lovforslaget også efter den hidtidige markedsføringslov ville være i strid med enten god markedsføringsetik, jf. lovens § 1, eller vildledningsforbuddet i lovens § 3.

Retstilstanden efter de nye regler er derfor i det væsentlige den samme som hidtil. Forbrugerombudsmanden har imidlertid med den nye vejledning, som forinden udstedelse var i høring hos berørte interesse- og brancheorganisationer, ønsket at informere om de nye regler og betydningen heraf samt hjælpe de erhvervsdrivende til forståelse af de nye bestemmelser

I lovændringen er den hidtidige generalklausul om god etik suppleret ved indførelse af et forbud mod urimelig handelspraksis, som berører forbrugernes økonomiske adfærd. EU-direktivet om urimelig handelspraksis vedrører alene urimelig handelspraksis, *der skader forbrugernes økonomiske interesser*. Derfor angår nyformuleringen af generalklausulen kun forbrugerforhold. I vejledningen præciseres, at dette betyder, at markedsføring, *der skader forbrugernes økonomiske interesser*, ikke må være egnet til mærkbart at forvride forbrugernes økonomiske adfærd. Markedsføringen skal med andre ord have en kommerciel effekt, der indebærer, at den retsstridige handling har eller må kunne forventes at have en indvirkning på forbrugerens økonomiske dispositioner.

Direktivet om urimelig handelspraksis er et totalharmoniseringsdirektiv. Dette indebærer, at kravene til markedsføringen inden for direktivets område – dvs. urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser – er ens i alle medlemsstater, og at medlemsstaterne ikke må indføre strengere eller mere vidtgående regler end dem, der allerede følger af direktivet. Inden for direktivets anvendelsesområde er udgangspunktet herefter, at

markedsføring, som berører forbrugernes økonomiske interesser, og som lever op til direktivets krav, er tilladt.

Som en væsentlig undtagelse i direktivet kan nævnes *smag og anstændighed*, der kan variere meget fra den ene medlemsstat til den anden. Direktivet præciserer ikke nærmere, hvad der ligger i smag og anstændighed, men i direktivets præambel (motiverne) nævnes som eksempel, at ”kundehvervning på gaden i nogle medlemsstater kan være uønsket af kulturelle grunde”. Undtagelsen indebærer, at Forbrugerombudsmanden kan gribe ind over for markedsføringen i medfør af den hidtidige generalklausul, hvis der i markedsføringen er elementer, som er i strid med, hvad normalt er omfattet af begrebet *almene samfundsinteresser, herunder smag, anstændighed og kulturelt betingede forhold*.

Markedsføringslovens § 3 om vildledende angivelser og udeladelser samt om aggressiv og utilbørlig markedsføring rettet mod forbrugerne og andre erhvervsdrivende er nyaffattet. I den nye bestemmelse er det fortsat et krav, at markedsføringen skal have en kommerciel effekt, men beskrivelsen af denne effekt tager nu udgangspunkt i modtagerens forhold: ”*egnet til mærkbarhed at forvride forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet*”.

På baggrund af lovbemærkningerne lægger Forbrugerombudsmanden i den nye vejledning til grund, at der med nyformuleringen *ikke* er tilsigtet en materiel ændring i forhold til gældende ret, og der er ikke indholdsmæssigt forskel mellem det hidtidige forbud mod at anvende ”urimeligt mangelfulde angivelser” og det nye forbud mod at ”udelade væsentlige informationer”.

Der er ved lovændringen indført en ny § 12a i markedsføringsloven. Bestemmelsen fastsætter en række oplysningskrav i forbindelse med fremsættelse af en købsopfordring, dvs. markedsføring som indeholder en opfordring til køb rettet mod forbrugerne. § 12a, stk. 3 indeholder tre betingelser for, at der foreligger en købsopfordring. Der skal for det første angives en *karaktæristik* af produktet og dernæst en *pris*. Det er herudover en betingelse, at *disse to oplysninger sætter forbrugeren i stand til at foretage et køb*.

I Forbrugerombudsmandens vejledning præciseres, at § 12a må ses i sammenhæng med forbuddet mod at *udelade væsentlige informationer*, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1, og det generelle forbud i UCP-direktivets artikel 7, stk.1, mod udeladelse af væsentlige oplysninger. Undladelse af at afgive de krævede oplysninger indebærer derfor en overtrædelse af markedsføringslovens vildledningsforbud, og overtrædelse af bestemmelsen er da også strafbelagt.

De oplysninger, der kræves ifølge bestemmelsen, vedrører især varens eller tjenesteydelsens karakteristika, den erhvervsdrivendes adresse og navn, særlige forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, eventuel fortrydelsesret og returret samt oplysninger om prisen inklusive afgifter.

Ifølge Forbrugerombudsmandens vejledning og lovændringen er det et krav, at hvis prisen pga. varens / tjenesteydelsens art ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal man angive den måde, hvorpå prisen beregnes. Tilsvarende skal der oplyses om yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto, eller – hvis disse oplysninger ikke kan beregnes på forhånd – oplyses om, at sådanne omkostninger kan forekomme.

Af den ny bekendtgørelse nr. 1084 af 14. september 2007 om urimelig markedsføring i forbrugerforhold fremgår, at de former for markedsføring, der er opregnet i bilaget til bekendtgørelsen, *under alle omstændigheder* anses for at være urimelige i forbrugerforhold. Dette indebærer, at en *selvstændig* prøvelse af det konkrete forholds vildledende karakter derfor ikke behøver at finde sted.

Flere af de markedsføringsmetoder, der er nævnt i bilaget, er allerede helt eller delvist reguleret af specifikke bestemmelser i markedsføringsloven (fx nr. 5 om slagtilbud, som allerede er gennemført ved markedsføringslovens § 9, stk. 2, og nr. 11 om reklameidentifikation, der er gennemført ved markedsføringslovens § 4) eller særlovgivning.

Endelig er der en række forhold, som ifølge Forbrugerombudsmandens praksis tidligere har været vurderet som vildledende og dermed omfattet af det generelle forbud i § 3, som nu udtrykkeligt er reguleret i bekendtgørelsen. Det gælder fx bilagsnr. 20 om anvendelsen af ordet ”gratis” og nr. 21 om ”uanmodet fakturafremsendelse”. Listen i direktivets bilag er ikke udtømmende. Af vejledningen fremgår derfor, at selvom et forhold ikke optræder på listen betyder dette ikke, at det er tilladt.

Vejledningen kan læses i sin fulde ordlyd på www.forbrugerombudsmanden.dk. (08/02502)

2.17.1.2. Revision af teleretningslinjerne

Retningslinjerne om god markedsføringsskik på teleområdet fra 2005 er blevet revideret i lyset af den udvikling, som der har været på området. De reviderede retningslinjer trådte i kraft 1. maj 2008. Retningslinjer er blevet til i samarbejde med Forbrugerrådet, Telekommunikationsindustrien i Danmark, Dansk Erhverv, Dansk Industri (ITEK), Branchen ForbrugerElektronik (BFE) og Dansk Energi. IT- og Telestyrelsen samt Konkurrencestyrelsen har deltaget som observatører.

Teleområdet er et af de områder, hvor Forbrugerombudsmanden fortsat modtager flest henvendelser fra forbrugerne. Med introduktionen af de reviderede retningslinjer har Forbrugerombudsmanden samtidig givet en generel indskærpelse til virksomhederne på teleområdet om at luge ud i vildledende markedsføringsmetoder.

De vigtigste ændringer i de nye teleretningslinjer:

- Reklamering med internethastigheder
Det er blevet præciseret, at hvis den markedsførte hastighed ikke er identisk med den effektive hastighed, som forbrugeren opnår, skal der tages et klart forbehold for dette i markedsføringsmaterialet. Der skal samtidigt gives oplysninger om størrelsen af den reducerede hastighed.
- Vejledningspligt
De erhvervsdrivende har efter omstændighederne en vejledningspligt over for forbrugeren i forbindelse med valg af abonnement og anvendelse af dette.
- Prisoplysninger
Det er blevet præciseret, at hvis der annonceres med priser, må der gives tydelige oplysninger om alle faste og variable priser og prisvilkår, der er væsentlige for forbrugernes vurdering af tilbuddet.

Når der er tale om lovmæssige oplysninger, fx oplysninger om den samlede mindstepris i en bindingsperiode, skal disse gives, så de fremstår med samme meddelelseeffekt som de øvrige oplysninger.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav ved offentliggørelse af de reviderede retningslinjer, at såvel organisationer som virksomheder vil have et skærpet fokus på disse områder fremover. (08/00806)

2.17.1.3. Vejledning fra Forbrugerombudsmanden om markedsføringslovens § 15 om gebyrer

Med den nye markedsføringslov blev der ved § 15 indført en regel, der regulerer erhvervsdrivendes adgang til i et løbende kontraktforhold at ændre eksisterende gebyrer eller indføre nye gebyrer. Efter høring af de berørte organisationer mv. udsendte Forbrugerombudsmanden i juli 2008 en vejledning om gebyrbestemmelsen. Vejledningen indeholder en gennemgang af de enkelte elementer i § 15 og gengiver de synspunkter, som Forbrugerombudsmanden vil lægge til grund i sin administration af bestemmelsen.

Blandt de elementer i § 15, som gennemgås i vejledningen, er:

- definitionen af et ”gebyr” i markedsføringslovens forstand
- indholdsmæssige krav til aftalevilkårene
- varsling af ikke-væsentlige ændringer af eksisterende gebyrer
- varsling af nye gebyrer eller væsentlige ændringer af eksisterende gebyrer
- hvornår en gebyrændring er væsentlig
- tidspunktet for varsling i henhold til § 15
- indholdsmæssige krav til varslingen

- fremgangsmåden ved individuel kommunikation
- retsvirkninger af overtrædelser af § 15.

Der er tale om en offentligretlig regulering, og § 15 suppleres således af dansk rets civilretlige regler om aftaler, hvilket også kort berøres i vejledningen.

Vejledningens fulde ordlyd kan læses på www.forbrugerombudsmanden.dk. (08/01561)

2.17.1.4. Retningslinjer om god markedsføringskik ved omdeling af adresseløse forsendelser (reklamer mv.)

Retningslinjerne indeholder to nye ”nej tak”-ordninger og krav om korrekt aflevering af adresseløse forsendelser.

Der er ikke lovgivning, som giver den enkelte borger ret til at fravælge modtagelsen af adresseløse forsendelser, men der har været nogle frivillige ordninger, som dog ikke fungerede optimalt. På den baggrund indledte Forbrugerombudsmanden i 2008 forhandlinger om god markedsføringskik ved omdeling af adresseløse forsendelser, herunder en ny frivillig, ordning med ”nej tak” til reklamer. Målet var at få gennemført en enkel, administrerbar løsning, som der generelt kunne opnås tilslutning til, og som sikrer, at forbrugerne effektivt kan framelde uønsket reklame. Også selve afleveringen af forsendelserne indgik i forhandlingerne.

Forhandlingerne blev afsluttet i efteråret 2008. Der blev indført to nye ”nej tak”-ordninger til adresseløse forsendelser.

- ”Reklamer – Nej tak”
- ”Reklamer og gratis aviser – Nej tak”

Tilmelding til den første ordning indebærer, at reklamer mv. ikke må omdeles, mens aviser og andre publikationer kan omdeles, når disse opfylder visse krav. Tilmelding til den mere omfattende ordning indebærer, at hverken reklamer, aviser eller andre publikationer må omdeles. For begge ordningers vedkommende gælder dog, at der altid kan omdeles offentligt informationsmateriale og lignende.

Telefonbøger, vejvisere og aftenskolekataloger er reklamer i markedsføringslovens forstand og kunne derfor efter retningslinjerne ikke omdeles til en adresse, der er tilmeldt ordningerne. Imidlertid fremsatte Folketingets Trafikudvalg i januar 2009 et ønske om, at retningslinjerne blev ændret, så det blev lettere at omdele disse publikationer. Forhandlingsparterne valgte at imødekomme politikernes ønske om en ændring, så publikationerne kan omdeles, selv om en adresse er tilmeldt ”Reklamer – Nej tak”. Derimod må de

ikke omdeles, hvis en adresse er tilmeldt den mere omfattende ordning ”Reklamer og gratis aviser – Nej tak”. Telefonbøger, lokale vejvisere og aften-skolekataloger mv. er således særligt reguleret i retningslinjerne.

Ordningerne får hvert sit klistermærke, som skal opsættes synligt på brevkassen eller ved brevsprækken, og som skal respekteres af både afsendere af reklamer mv. og af distributører.

Retningslinjerne indeholder også krav til aflevering af adresseløse forsendelser – kommercielle såvel som almindeligt informationsmateriale fra det offentlige. Forsendelsen må fx ikke smides på dørmåtten eller hænge ud af brevkassen.

Post Danmark varetager den overordnede administration af ”nej tak”-ordningerne, og der er oprettet et klagesystem, der giver en nem adgang for forbrugerne til at anmelde fejl.

Retningslinjerne er forhandlet med Forbrugerrådet, Post Danmark, Branche-foreningen af Danske Distributionsvirksomheder og øvrige erhvervsorganisationer og træder i kraft den 30. april 2009.

Retningslinjerne og tema kan læses på www.forbrugermombudsmanden.dk.

Forhandlingsparterne vil se på retningslinjerne igen, når de har været i kraft i et år. Et behov for ændringer vil blive vurderet på baggrund af erfaringerne med indførelsen og driften af ”nej tak”-ordningerne og omkring aflevering af adresseløse forsendelser. (08/02484).

2.18. Høringssvar

2.18.1.1. Høringssvar over udkast til revideret udbudsbekendtgørelse (bekendtgørelse om udbud af elektroniske kommunikationsnet og – tjenester)

I forlængelse af analysen Bedst-for-brugerne, som IT- og Telestyrelsen sendte i høring i november 2006, blev det bl.a. konkluderet, at udbudsbekendtgørelsen skulle revideres på en række områder.

Forbrugermombudsmanden fik således i februar 2008 udkast til revideret udbudsbekendtgørelse i høring fra IT- og Telestyrelsen.

I udkastet blev det bl.a. foreslået, at bekendtgørelsens § 25 om saldokontrol blev udvidet, således at det er obligatorisk for teleselskaberne at gøre borge-

ren opmærksom på ordningen i kontrakten. Endvidere blev det foreslået, at ordningen skal være gratis for borgeren.

Forbrugerombudsmanden udtalte bl.a. i sit høringssvar til IT- og Telestyrelsen, at der ikke var overensstemmelse mellem høringsbrevet og den foreslåede ordlyd af bekendtgørelsens § 25, stk. 5. Forbrugerombudsmanden udtalte, at det kunne være gavnligt for forbrugerbeskyttelsen, at det blev indført i bestemmelsens ordlyd, at teleselskaberne skal gøre forbrugeren opmærksom på ordningen i kontrakten, og ikke kun ved aftalens indgåelse.

IT- og Telestyrelsen fremsendte i april 2008 to supplerende spørgsmål vedrørende revisionen af udbudsbekendtgørelsen.

På baggrund af risiko for misbrug af saldokontrolordningen blev det foreslået, at ordningen alene var gratis for justeringer én gang i kvartalet. Hvis kunder derefter ønsker justeringer mere end én gang i kvartalet, vil teleselskaberne kunne opkræve et gebyr.

Derudover ønskede IT- og Telestyrelsen at beholde den gældende formulering af bekendtgørelsens § 25, stk. 5, selvom der ikke dermed var præcis overensstemmelse mellem ordlyden af høringsbrevet og bestemmelsen. IT- og Telestyrelsen gjorde Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at der i bekendtgørelsens § 10, stk. 2 er fastsat krav til indholdet af kontrakten, herunder oplysninger om funktioner og faciliteter.

Forbrugerombudsmanden udtalte hertil, at han var indforstået med, at der ved mere end én justering i kvartalet kan indføres et gebyr fra teleselskabernes side. Derudover udtalte Forbrugerombudsmanden, at det var hans opfattelse, at der skal være et skriftlighedskrav forbundet med saldokontrolordningen, således at det skal stå i kontrakten. (08/03354)

Kapitel 3

Betalingsmiddeloven

3.1. Princielle sager

3.1.1.1. Dom om fortrydelsesret i sag om køb af e-penge

En forbruger havde stævnet et pengeinstitut i en sag angående køb af ydelser på internettet gennem et firma. En dom fra Østre Landsret underkender Pengeinstitutankenævnets tidligere afgørelse i sagen, herunder Forbrugerombudsmandens retningslinjer på området, som forbrugeren havde støttet sin ret på.

Da forbrugeren ikke fik de ydelser, han mente, han havde betalt for, kontaktede han sit pengeinstitut med henblik på at få dem til at tilbageføre betalingen i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens retningslinjer vedrørende fjernsalg mv. i betalingssystemer med betalingskort af december 1996.

Retningslinjerne indebærer, at en forbruger, der anvender sit betalingskort til køb på internettet, kan anmode om, at kortudstederen/pengeinstituttet tilbagefører købesummen, såfremt der ikke sker levering af de købte ydelser.

Pengeinstituttet afviste imidlertid dette, idet betalingen var sket via et firma, som er en international udsteder af e-penge til anvendelse for betaling på internettet.

Forbrugeren, der hos Pengeinstitutankenævnet fik medhold i, at Forbrugerombudsmandens retningslinjer fandt anvendelse på købet, stævnedes herefter banken, og Forbrugerombudsmanden indtrådte i december 2007 i sagen til støtte for forbrugeren synspunkt, idet sagen rejste principielle spørgsmål om retningslinjernes anvendelsesområde.

Finansrådet valgte til gengæld at føre sagen som mandatar for Nordea, og PBS indtrådte til støtte for Nordea.

Østre Landsret mente ikke, at retningslinjerne fandt anvendelse på forbrugeren køb. Forbrugeren havde brugt sit Visa-kort til få leveret e-penge – og den ydelse havde han fået. Hvad han senere havde brugt e-pengene til at købe, var efter landsrettens opfattelse sagen uvedkommende.

Læs mere om sagen på www.forbrugerombudsmanden.dk. (08/01628)

3.1.1.2. Gebyr for betaling med kreditkort kan overvæltet på kortbruger ved udenretlig inddrivelse

Et betalingsgebyr ved betaling med kreditkort på internettet kan overvæltet på kortbruger (skyldner) ved udenretlig inddrivelse i forbrugerforhold uafhængigt af de maksimumsbeløb, der er fastsat i medfør af rentelovens § 9a. Men kravene efter betalingsmiddelovens § 14, stk. 6 skal overholdes.

Forbrugerombudsmanden har i en forhåndsbesked udtalt sig om, i hvilket omfang et gebyr for betaling med kreditkort over internettet kan overvæltet på kortbrugeren, når betalingsmodtager er en inkassovirksomhed, kortbruger er skyldner i forhold til en given fordring, og der er tale om udenretlige inddrivelse af fordringer i forbrugerforhold.

Baggrunden for sagen er, at det ved rentelovens § 9a og bekendtgørelse nr. 601 af 12. juli 2002 om udenretlige inddrivelsesomkostninger i anledning af forsinket betaling, jf. markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, er fastsat, hvilke udgifter en fordringshaver kan kræve betalt af en skyldner ved udenretlig inddrivelse af fordringer i forbrugerforhold, og inden for hvilke beløbsgrænser der kan kræves betaling. Reglerne er beskyttelsespræceptive.

Forbrugerombudsmanden henviste i sin forhåndsbesked til, at reglerne i rentelovens § 9a og bestemmelserne i bekendtgørelse nr. 601 af 12. juli 2002 tog sigte på fordringshavers (eller dennes repræsentant) omkostninger til de inddrivelseskridt, der var forbundet med inddrivelse af den konkrete fordring.

Der var med det her omhandlede betalingsgebyr tale om en betaling til tredjemand for anvendelse af en given betalingsform, og gebyret sås efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke at have en sådan karakter, at det var reguleret af de nævnte regler.

Forbrugerombudsmanden lagde desuden vægt på, at skyldner efter det oplyste ville blive tilbudt andre betalingsformer.

Det var således ikke Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det her omhandlede betalingsgebyr skulle indeholdes i det maksimumsbeløb, som en inkassovirksomhed kan overvæltet på skyldner i medfør af bilag 1, jf. § 3, til bekendtgørelse nr. 601 af 12. juli 2002.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig, at kravene efter betalingsmiddelovens § 14, stk. 6, blev iagttaget. Det vil sige, betalingsgebyret alene kunne opkræves hos skyldner, såfremt indløser opkrævede et gebyr hos inkassovirksomheden, at der alene blev opkrævet det konkrete gebyr for den konkrete transaktion og således ikke overvæltet andre omkostninger ved modtagelse af betalingskort på skyldner, samt at inkassovirksomheden forud for aftalens indgåelse på tydelig måde oplyste om, hvorvidt og i givet fald hvilke gebyrer der blev opkrævet i forbindelse med betaling med et kreditkort. (08/06248)

Kapitel 4

Tobaksreklameloven

4.1. Princielle sager

4.1.1.1. Tobaksproducent har hævet anken til Højesteret af tobaksdom

Procesbevillingsnævnet gav i slutningen af 2007 et selskab tilladelse til at anke en dom for overtrædelse af tobaksreklameloven til Højesteret. Selskabet hævde i 2008 anken, således at selskabet tager Østre Landsrets dom af 7. marts 2007 til efterretning.

Omtale af dommen kan findes i Forbrugerjura 2007 afsnit 4.1 (08/00156 og 2004-1182/5-54)

Kapitel 5

Forbrugeraftaleloven

5.1. Principielle sager

5.1.1. Forbrugernes fortrydelsesret på internettet

3 domme blev i årets løb afsagt i Forbrugerombudsmandens fortrydelsesretskampagne, der startede op i 2007.

10 internetbutikker blev politianmeldt af Forbrugerombudsmanden i 2007 i forbindelse med en kampagne, der havde til formål at skabe opmærksomhed om, at internetbutikker har pligt til at give og oplyse om fortrydelsesret.

Forbrugeraftaleloven indeholder regler om fortrydelsesret, hvor der som udgangspunkt er en 14-dages fortrydelsesret på både køb af varer og tjenesteydelser, på internettet.

Forkerte oplysninger om fortrydelsesretten kan straffes med bøde, hvis der er tale om en grov eller gentagen overtrædelse, jf. forbrugeraftalelovens § 29, stk. 1, nr. 1.

Der kan læses mere om Forbrugerombudsmandens fortrydelsesretskampagne på www.forbrugerombudsmanden.dk

5.1.1.1. 25.000 kr. for ukorrekte oplysninger om fortrydelsesret ved bestillingsvarer

Retten i Roskilde afsagde en dom i en sag, hvor der ikke var givet korrekte oplysninger om fortrydelsesretten i forbindelse med fjernsalg via internettet. Der var tale om en detailhandelsvirksomhed, der også havde en hjemmeside, hvor der i begrænset omfang blev solgt varer fra.

Forbrugerombudsmanden konstaterede i forbindelse med fortrydelsesretskampagnen, at den pågældende butik på sin hjemmeside oplyste, at der ikke var fortrydelsesret for varer, der blev bestilt specielt hjem til kunderne.

Dette er imidlertid ikke i overensstemmelse med reglerne. Der er således også fortrydelsesret for varer, som bestilles specielt hjem til kunderne, og

internetbutikker er ifølge forbrugeraftalelovens § 11, stk. 1, nr. 5, forpligtet til at oplyse om, at der er fortrydelsesret.

Retten lagde til grund, at selskabet – efter at have modtaget en henvendelse fra Forbrugerombudsmanden – fejlagtigt troede, at de havde rettet fejlen. Retten fandt det derfor betænkeligt at anse overtrædelsen for grov.

Til gengæld fandt retten, at der var tale om en oftere gentaget overtrædelse, og butikken blev idømt en bøde på 25.000 kr. (08/01569)

5.1.1.2. 35.000 kr. for ukorrekte oplysninger om fortrydelsesret ved køb af elektroniske varer og ”skaffevarer”

En detailhandelsvirksomhed, der solgte autoreservedele, og som også havde en hjemmeside, hvorfra der blev solgt varer, fik en bøde på 35.000 kr., fordi der ikke var afgivet korrekte oplysninger om fortrydelsesret i forbindelse med fjernsalg via internettet.

I forbindelse med fortrydelsesretskampagnen konstaterede Forbrugerombudsmanden, at den pågældende virksomhed på sin hjemmeside oplyste, at der ikke var fortrydelsesret for elektroniske varer og såkaldte ”skaffevarer”.

Sådanne forbehold kan imidlertid ikke tages efter reglerne i forbrugerftalelovens § 11, stk. 1, nr. 5. Der er også fortrydelsesret for elektroniske varer og skaffevarer, og det har internetbutikker pligt til at oplyse.

Retten lagde ved strafudmålingen vægt på, at der havde været tale om både en grov og oftere gentaget overtrædelse, idet indehaveren af virksomheden ikke havde reageret på Forbrugerombudsmandens henvendelser, og at de ulovlige vilkår havde fremgået af hjemmesiden siden 2004.

Den omstændighed, at indehaveren af virksomheden havde sendt henvendelserne fra Forbrugerombudsmanden videre til den person, der i sin tid havde lavet hjemmesiden, og bedt denne om at foretage de anviste ændringer – hvilket ikke skete – talte ikke i formildende retning. Indehaveren skulle have fulgt op på, at ændringerne blev foretaget. (08/01568)

5.1.1.3. 1.000 kr. i bøde for ukorrekte oplysninger om fortrydelsesret ved køb af bøger m.v.

En erhvervsdrivende solgte forskellige uld- og mohair-produkter samt opskriftsbøger via internettet.

I forbindelse med fortrydelsesretskampagnen konstaterede Forbrugerombudsmanden, at den pågældende virksomhed på sin hjemmeside oplyste, at der ikke var fortrydelsesret for bøger.

Sådanne forbehold kan imidlertid ikke tages efter reglerne i forbrugeraftalelovens § 11, stk. 1, nr. 5. Der er også fortrydelsesret for bøger, og det har internetbutikker pligt til at oplyse.

Retten fandt, at forholdet skulle straffes med en bøde på 1.000 kr.

Forbrugerombudsmanden har taget dommen til efterretning.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at dommen ikke skal tages som udtryk for bødeniveauet i denne type sager, idet der forelå helt særlige forhold vedrørende bevisvurderingen. (08/01579)

5.1.1.4. Fortrydelsesret efter forbrugeraftaleloven

En erhvervsdrivende rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, idet den erhvervsdrivende ønskede oplyst, om forbrugeraftalelovens regler om fortrydelsesret også gælder for trylletricks.

Forbrugerombudsmanden oplyste, at udgangspunktet ifølge forbrugeraftaleloven er, at en forbruger, der indgår en aftale om køb af en vare eller levering af en tjenesteydelse via internettet, har en 14-dages fortrydelsesret. Forbrugerombudsmanden anførte dog samtidig, at loven indeholder en række undtagelser fra dette udgangspunkt, herunder regler der giver mulighed for, at der mellem den erhvervsdrivende og forbrugeren aftales en kortere fortrydelsesfrist.

Forbrugerombudsmanden henviste i den forbindelse til forbrugeraftalelovens § 18, stk. 4, hvoraf det følger, at hvis aftalen vedrører fjernsalg af en ikke-finansiel tjenesteydelse, gælder fortrydelsesretten kun indtil udførelsen, fremstillingen eller tilpasningen begynder, når forbrugeren forinden har givet sit samtykke til, at den erhvervsdrivende kunne begynde udførelsen mv. inden fortrydelsesfristens udløb.

Det blev endvidere anført, at et trylletrick efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er en ikke-finansiel tjenesteydelse og dermed omfattet af § 18, stk. 4. (08/07065)

5.1.1.6. En dating-side på nettet gav ikke fortrydelsesret i henhold til forbrugeraftalelovens regler

En virksomhed havde en datingtjeneste på en hjemmeside, hvor der ikke blev givet fortrydelsesret.

Forbrugeraftaleloven indeholder regler om fortrydelsesret, hvor der som udgangspunkt er en 14-dages fortrydelsesret på både køb af varer og tjenesteydelser, som fx adgang til en datingtjeneste.

Efter Forbrugerombudsmanden havde rettet henvendelse til virksomheden bag datingsiden, valgte den pågældende virksomhed at rette ind, således at der bliver givet en fortrydelsesret på 14 dage i overensstemmelse med forbrugeraftaleloven.

Da der i forbrugeraftaleloven er mulighed for at begrænse fortrydelsesretten under nærmere angivne betingelser, blev det ligeledes præciseret over for virksomheden, hvilke betingelser der kræves, for at man kan begrænse fortrydelsesretten. Datingsiden er efterfølgende ændret, så udformningen og formuleringen af oplysningerne om fortrydelsesretten og samtykket til bortfald af fortrydelsesretten er i overensstemmelse med forbrugeraftaleloven. (08/03472)

5.1.1.7. **Sammenkædning af en mobiltelefon og et abonnement indebærer, at der er tale om en samlet ydelse, som kan fortrydes i henhold til forbrugeraftaleloven**

Teleankenævnet traf i juni 2006 en afgørelse om fortrydelsesret ved salg af mobiltelefoner med tilknyttet abonnement. I afgørelsen udtaler nævnet, at sammenkædningen af en mobiltelefon og et abonnement indebærer, at der er tale om en samlet ydelse, hvor mobiltelefonen må anses for hovedydelsen. Derfor finder reglerne om fortrydelsesret for køb af varer anvendelse med det resultat, at forbrugeren ikke gyldigt kan give afkald på fortrydelsesretten, jf. forbrugeraftalelovens § 18, stk. 4.

Forbrugerombudsmanden skrev ud til alle teleselskaber, som sælger mobiltelefoner med abonnement, hvori Forbrugerombudsmanden erklærede sig enige i afgørelsen fra Teleankenævnet. Samtidig bad Forbrugerombudsmanden teleselskaberne om at redegøre for deres vilkår og procedurer omkring fortrydelsesret i forbindelse med fjernsalg af mobiltelefoner med abonnement, herunder hvorvidt procedurerne var indrettet i forhold til Teleankenævnets afgørelse.

Ud fra teleselskabernes svar kunne Forbrugerombudsmanden konstatere, at samtlige selskaber enten allerede efterlevede afgørelsen fra Teleankenævnet eller ville indrette sine procedurer i overensstemmelse hermed i nærmeste fremtid.

I forlængelse af Forbrugerombudsmandens brev stillede TDC et spørgsmål vedrørende Teleankenævnets bemærkninger i afgørelsen om kundens hæftelse af registreret forbrug frem til udøvelse af fortrydelsesretten.

Forbrugerombudsmanden fandt, at der i henhold til forbrugeraftalelovens § 21 ikke kan gøres krav vedrørende aftalen gældende mod forbrugeren, og således heller ikke for et registreret forbrug indtil udøvelsen af fortrydelsesretten.

Dog fandt Forbrugerombudsmanden, at hvor et forbrug har karakter af misbrug, kan det ud fra almindelige berigelsesbetragtninger pålægges forbrugeren at godtgøre den erhvervsdrivende et beløb, der modsvarer værdien af den nytte, forbrugeren har haft af ydelsen i tiden frem til fortrydelsen. Berigelseskravet kan dog ikke overstige den berigelse, forbrugeren konkret måtte have haft, og kan heller ikke overstige den erhvervsdrivendes tab. (08/03213 og 08/05879)

5.1.1.8. Misbrug af fortrydelsesret på internetauktionshus

Et internetauktionshus ønskede Forbrugerombudsmandens vurdering af et initiativ til at forhindre misbrug af fortrydelsesretten i forbrugeraftaleloven.

Virksomheden oplyste, at den af og til oplevede, at en køber afhentede en vare i løbet af ugen og derefter benyttede fortrydelsesretten og returnerede varen igen efter weekenden. Virksomheden og sælgeren af varen havde i disse situationer ind i mellem indtryk af, at varen – fx en festkjole el. lign. – havde været brugt af køberen i weekenden, men at virksomheden ikke umiddelbart havde mulighed for at bevise denne mistanke, hvilket bl.a. gav anledning til utilfredshed hos sælgeren af varen.

Internetauktionshuset mente derfor, at det ville være hensigtsmæssigt, hvis det var muligt – uden at komme i strid med loven – at påføre de solgte varer en stor mærkat, der ikke måtte være fjernet, hvis køberen ønskede at benytte sin fortrydelsesret. Virksomheden anførte i den forbindelse, at mærkaten ville give køberen uhindret adgang til at prøve, om tøjet, skoene, smykkerne el.lign. passede, men ville forhindre – hvis mærkaten er stor, har en markant farve og placeres på varens yderside – at køberen fx tog den pågældende vare på til en fest for efterfølgende at returnere den under henvisning til fortrydelsesretten i forbrugeraftaleloven.

Forbrugerombudsmanden henviste til forbrugeraftalelovens § 20, som fastsætter betingelserne for forbrugers udnyttelse af fortrydelsesretten, og forbrugeraftalelovens § 28, hvorefter loven ikke kan fraviges til skade for forbrugeren.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at sælgeren ifølge ordlyden af forbrugeraftalelovens § 20 som udgangspunkt ikke vil kunne stille andre krav til køberens udnyttelse af fortrydelsesretten, end at varen tilbageleveres i væsentlig samme stand og mængde, som den var ved leveringen til køberen. Køberen vil således godt kunne prøve en vare, hvis blot varen, trods den brug der er gjort af den, ikke er forandret eller forringet i nævneværdig grad, eller hvis den nemt kan bringes tilbage til den stand, den var i, da køberen fik den i hænde.

Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til, at fortrydelsesretten ifølge forarbejderne til forbrugeraftaleloven ikke afskæres af, at køberen har fjær-

net emballagen og ikke kan tilbagegive denne eller ikke kan tilbagegive den i samme stand, medmindre emballagen repræsenterer en ikke ubetydelig værdi for sælgeren og normalt af forbrugerne benyttes til opbevaring af varen. Forbrugerombudsmanden anførte dog, at Forbrugerklagenævnet i sin praksis synes at åbne op for, at der kan stilles krav om returnering af den originale emballage, hvis forbrugeren er gjort opmærksom herpå – også selvom kravet om, at emballagen normalt bruges til opbevaring, ikke er opfyldt.

I lyset heraf og ud fra en formålsfortolkning af reglen om fortrydelsesret – nemlig at forbrugeren ved fjernsalg ikke har mulighed for inden købet at undersøge og afprøve varen – sammenholdt dels med virksomhedens ønske om at forhindre misbrug af fortrydelsesretten, dels at den beskrevne fremgangsmåde ikke på nogen måde begrænser køberens mulighed for at afprøve den købte vare, udtalte Forbrugerombudsmanden, at det var hans opfattelse, at man godt ville kunne argumentere for, at den beskrevne fremgangsmåde ville være forenelig med reglerne i forbrugeraftaleloven.

Det ville dog efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være en forudsætning herfor, at køberen på et varigt medium udtrykkeligt blev oplyst om retsvirkningen af, at mærkatet blev fjernet, ligesom der måtte kunne stilles krav om, at mærkatet fra den erhvervsdrivendes side blev fastsat på en sådan måde, at risikoen for, at dette utilsigtet falder af varen, minimeres mest muligt.

Forbrugerombudsmanden understregende dog samtidig, at spørgsmålet – bl.a. i lyset af forbrugeraftalelovens § 28 – kunne give anledning til tvivl, og at den endelige afgørelse af spørgsmålet henhører under domstolene. Forbrugerombudsmanden udtalte derfor, at det ikke kunne udelukkes, at domstolene eller Forbrugerklagenævnet ville kunne nå til den konklusion, at et vilkår om, at fortrydelsesretten er betinget af, at mærkatet fortsat sidder på varen, skal tilsidesættes, fx hvis varen – med undtagelse af den manglende mærkat – i øvrigt er i væsentlig samme stand, som da køberen fik denne i hænde. (08/05778)

5.1.1.9. Spørgsmål om internetbutik og fjernsalg

Forbrugerombudsmanden behandlede et spørgsmål, om hvorvidt en erhvervsdrivendes hjemmeside var en internetbutik, og om brug af hjemmesiden kunne betegnes som fjernsalg. I givet fald ville forbrugeraftalelovens regel om fortrydelsesret finde anvendelse.

Efter en gennemgang af hjemmesiden vurderede Forbrugerombudsmanden imidlertid, at forbrugeren alene foretog en reservering af varer, og at forbrugeren ikke økonomisk eller på anden måde blev forpligtet ved brug af hjemmesidens muligheder. Der blev i den forbindelse lagt vægt på ordvalget på hjemmesiden, herunder ord som elektronisk vareudstilling på internettet og

gentagen brug af verbet ”reserver”, og at varen efter reservering kunne ses og købes i en af forbrugeren valgt butik. Der var således først tale om en bindende aftale om køb/salg, når en forbruger betalte for den reserverede vare i den fysiske butik.

Forbrugerombudsmandens konklusion var herefter, at det ikke var et lovkrav, at forbrugerne skulle have fortrydelsesret, når de reserverede varer via den erhvervsdrivendes hjemmeside. (08/01674)

5.1.1.10. Ikke lovkrav om fortrydelsesret ved privatleasing af biler

Forbrugerne har ikke krav på fortrydelsesret, når de indgår en fjernsalgsaftale om privatleasing af biler. Dette har Forbrugerombudsmanden meddelt en brancheorganisation i en forhåndsbesked.

Forbrugerombudsmanden blev anmodet om at tage stilling til, hvorvidt lovgivningen stiller krav om, at en leasingorganisations standardkontraktmateriale for privatleasing af biler skal indeholde fortrydelsesret for forbrugerne.

Dansk ret indeholder ikke generelle regler om fortrydelsesret ved aftaler, som forbrugerne indgår med de erhvervsdrivende. Sådanne aftaler er som udgangspunkt bindende for begge parter.

Ved fjernsalgsaftaler, hvor parterne ikke mødes fysisk, fx aftaler via internettet eller pr. telefon, fax mv., er der derimod normalt fortrydelsesret efter forbrugeraftaleloven.

Det gælder dog ikke ved aftaler om ”transportydelse”.

På dette punkt har Folketinget valgt at medtage en undtagelse ordret i forbrugeraftalelovens § 9, stk. 2, fra EU’s fjernsalgsdirektiv. Det indebærer efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at EF-Domstolens fortolkninger af begrebet transportydelse dermed får direkte betydning for lovens fortolkning.

I lyset heraf og navnlig den udvidede fortolkning af begrebet, må det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse antages, at også aftaler om leasing af biler, der er en særlig form for lejeaftale, er undtaget fra direktivets og dermed forbrugeraftalelovens krav om fortrydelsesret.

Det betyder med andre ord, at lovgivningen ikke indeholder krav om fortrydelsesret ved privatleasing af biler, og at lovens afgrænsning af fortrydelsesretten på dette punkt svarer til direktivets.

EF-Domstolen har i en dom fra 2005 (sag C-335/03, EasyCar, Saml. 2005 I, s. 1947), udtalt, at billeje er omfattet af begrebet transportaftaler i det generelle fjernsalgsdirektivs forstand (direktiv 97/7/EF af 20. maj 1997) om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg. (1100/5-1064)

Kapitel 6

E-handelsloven

6.1. Princielle sager

6.1.1.1. Lovpligtig oplysning af e-mailadresse ved markedsføring på internettet

Det er ikke tilstrækkeligt, at en erhvervsdrivende, der er omfattet af e-handelsloven, alene stiller en kontaktformular til rådighed på sin hjemmeside.

Ifølge lov nr. 227 af 22. april 2002 om tjenester i informationsområdet herunder visse aspekter af elektronisk handel (e-handelsloven) skal enhver fysisk eller juridisk person, som leverer en informationssamfundstjeneste (hvilket bl.a. omfatter online-reklamering og -salg) give en række kontaktoplysninger mv., herunder den erhvervsdrivendes e-mailadresse.

Forbrugerombudsmanden blev i forbindelse med behandlingen af et andet forhold opmærksom på, at en erhvervsdrivende på sin hjemmeside ikke oplyste en e-mailadresse, men alene stillede en kontaktformular til rådighed. Forbrugerombudsmanden påtalte dette over for den erhvervsdrivende og henviste i den forbindelse til, at kravet om oplysning af en e-mailadresse følger direkte af e-handelslovens § 7, stk. 1, nr. 3. Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til, at en klageformular ikke på samme måde som ved afsendelse af en e-mail giver forbrugeren mulighed for at gemme en kopi af den meddelelse, forbrugeren har sendt til den erhvervsdrivende. (08/04270)

Kapitel 7

Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet

7.1. Husholdningsapparater og isenkram

7.1.1. Oplysningspligt ved køb på internettet

Det påhvilede forhandleren at oplyse, at et sammenkoblingsbeslag var nødvendigt, hvis en vaskemaskine eller tørretumbler skulle opstilles som del af en "vaskesøjle"

En forbruger købte hos en forhandler på internettet en vaskemaskine og tørretumbler. Efterfølgende indtelefonerede forbrugeren en bestilling på montering og installation af maskinerne. Få uger efter blev det hele leveret, og vaskemaskinen og tørretumbleren blev efter kundens ønske opstillet som en "vaskesøjle". Hvilket vil sige, at tørretumbleren er placeret oven på vaskemaskinen.

Da forbrugeren efterfølgende læste brugsanvisningen konstaterede hun, at producenten af maskinerne anbefalede, at man monterede et ekstra sikkerhedsbeslag i det tilfælde, at man ønskede at montere maskinerne som en "vaskesøjle". Forbrugeren klagede herefter til forhandleren over, at der ikke var blevet oplyst herom, hverken ved købet af maskinerne, eller ved den efterfølgende montering. Forbrugeren forlangte på den baggrund at få udleveret et gratis sikkerhedsbeslag samt gratis eftermontering af beslaget.

Forhandleren afviste imidlertid klagerens krav med den begrundelse, at handel på nettet var kendetegnet ved selvbetjening, og at et sammenkoblingsbeslag var ekstraudstyr, ligesom maskinerne ikke nødvendigvis behøvede at stå oven på hinanden.

Sagen blev herefter indbragt for forbrugernævnet, der traf følgende afgørelse:

"Det følger af lov om visse forbrugeraftaler § 11, stk. 1 nr. 2, at det ved fjernsalg påhviler den erhvervsdrivende, at informere om en vares særlige egenskaber.

Nævnets sagkyndige har oplyst, at et sammenkoblingsbeslag er en sikkerhedsmæssig foranstaltning ved etableringen af en vaskesøjle, og at en manglende anvendelse heraf kan resultere i, at tørretumbleren risikerer at falde af.

Fire nævnsmedlemmer, er af den opfattelse at indklagede på sin hjemmeside burde have oplyst om, at der af sikkerhedsmæssige årsager skal monteres sikkerhedsbeslag, hvis maskinerne skal monteres som en vaskesøjle.

Et nævnsmedlem er af den opfattelse, at indklagede ved den efterfølgende installation, hvor denne har fået kundskab om, at vaskemaskinen og tørretumbleren skal monteres som en vaskesøjle, burde have informeret om anvendelsen af et sikkerhedsbeslag.

Der er herefter enighed i nævnet om, at indklagede skal eftermontere et sikkerhedsbeslag, da indklagede har forsømt at oplyse om nødvendigheden heraf. Klageren skal dog selv betale for beslaget.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01668)

7.1.2. Tilbageleveringen i væsentlig samme stand ved fortrydelse

Da emballagen fremstod som en almindelig forsendelseskasse og ikke som original emballage, var varen tilbageleveret i væsentlig samme stand, uanset at forbrugeren havde skrevet på emballagen

En forbruger havde bestilt en fritstående håndklædeholder via en erhvervsdrivendes hjemmeside. Forbrugeren ønskede imidlertid at gøre brug af fortrydelsesretten og returnerede varen inden for 14 dages fristen.

Den erhvervsdrivende afviste at tage håndklædeholderen retur, da forbrugeren ved returneringen havde skrevet sælgerens adresse på emballagen. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

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

Det er ubestridt, at klageren rettidigt inden for denne frist har returneret håndklædeholderen til indklagede, hvorfor klageren som udgangspunkt er berettiget til at få det betalte tilbage, jf. herved forbrugeraftalelovens § 21, stk. 2.

Indklagede har afvist at tage varen tilbage, da klageren har skrevet på emballagen ved returnering. Indklagede har gjort gældende, der i deres salgs- og leveringsbetingelser er oplyst om dette.

Klageren har gjort gældende, at han først er blevet bekendt med indklagedes salgs- og leveringsbetingelser efter købet, og har oplyst, at han ikke har modtaget disse på et varigt medium.

Det følger af forbrugeraftalelovens § 20, stk. 1, 1. pkt., at fortrydelsesretten betinges af, at det modtagne overgives til den erhvervsdrivende på dennes forretningssted i væsentlig samme stand og mængde. I bemærkningerne til loven er anført: *”Kravet om at varen skal kunne tilbageleveres i væsentlig samme stand, angår ifølge bemærkningerne til 1978-lovens § 8, stk. 1 og § 11, stk. 2, kun selve varen, men derimod som udgangspunkt ikke emballagen. At forbrugeren ikke kan tilbagegive den i samme stand, vil således i almindelighed ikke afskære fortrydelsesretten, jf. FT 1977-78, tillæg A, s. 761 og 769. Såfremt emballagen er af en sådan art, at den normalt bruges af forbrugeren til opbevaring af varen, og den samtidig repræsenterer en ubetydelig værdi for sælgeren, bør kravet om tilbagegivelse i væsentlig samme stand og mængde imidlertid også omfatte emballagen, jf. FT 1977-78, tillæg A, s. 761”*

Under hensyn til, at den omhandlende emballage fremstår som en almindelig forsendelseskasse, og ikke som en original emballage, og derfor heller ikke bærer præg af ikke at repræsentere betydelig værdi for indklagede, finder 4 nævnsmedlemmer, at varen er tilbageleveret i væsentlig samme stand, og at klageren er berettiget til at få købesummen tilbage.

Hertil kommer, at det følger af forbrugeraftalelovens § 12, stk. 1, at de oplysninger der er nævnt i § 11, stk. 1 nr. 1-5 skal meddeles forbrugeren på papir eller på et varigt medium. Det følger endvidere af § 12, stk. 3 at de nævnte oplysninger skal gives snarest muligt efter aftalens indgåelse, og ved køb af varer, skal de gives senest ved overdragelsen af varen til forbrugeren. Som sagen foreligger oplyst, må det lægges til grund, at oplysningerne ikke er givet på et varigt medium, og at forbrugeren først har modtaget oplysningerne efter varen er blevet returneret til indklagede.

I medlem, finder, at klageren ikke har tilbageleveret i væsentlig samme stand.” Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02030)

7.2. Radio/tv mv.

7.2.1. Fortrydelsesret ved fjernsalg

Fristen for fortrydelsesret løb først fra det tidspunkt, hvor forbrugeren modtog en ubeskadiget vare, som var relevant at undersøge

En forbruger bestilte den 9. maj 2007 en dvd-afspiller via den erhvervsdrivendes hjemmeside. Dvd-afspilleren blev leveret næste dag. Umiddelbart efter

leveringen konstaterede forbrugeren, at dvd-afspillerens topplade havde en bule. Forbrugeren returnerede derfor dvd-afspilleren til den erhvervsdrivende, som ombyttede afspilleren. Forbrugeren afhentede den nye dvd-afspiller på posthuset den 29. maj 2007, men da forbrugeren afprøvede afspilleren, viste den en fejl. Forbrugeren sendte den 8. juni 2007 afspilleren retur til den erhvervsdrivende og krævede pengene tilbage under henvisning til fortrydelsesretten. Den erhvervsdrivende afviste kravet med henvisning til, at fortrydelsesfristen var udløbet. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

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

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

Henset til fejls karakter, bule i toppladen, finder nævnet, at klageren først ved modtagelsen af den 2. DVD-afspiller modtog en vare, som var relevant at undersøge. På den baggrund har klageren krav på 14 dages fortrydelsesret regnet fra den 29. maj 2007. Da klageren har tilbagesendt DVD-afspilleren den 8. juni 2007, har klageren fortrudt købet rettidigt.

Indklagede har som følge heraf ikke været berettiget til at afvise klagerens fortrydelse af købet, og klageren har derfor krav på tilbagebetaling af købesummen.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01744)

7.2.2. Afhjælpning af fejl ved et fladskærms-tv tog lidt over 5 uger

Sælgeren havde afhjulpet mangler ved tv’et inden rimelig tid, da forbrugeren havde fået stillet et låne-tv til rådighed, og da der havde været ferie i reparationsperioden

En forbruger købte i februar 2008 et fladskærms-tv. Ca. en måned efter købet reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende over, at tv’et hylede ved lav volumen.

Den erhvervsdrivende afhentede tv’et med henblik på reparation. Da tv’et ikke var repareret en måned efter forbrugeren havde reklameret over fejlen, forlangte forbrugeren at få pengene retur. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det følger af købelovens § 78, stk. 4, at et tilbud om afhjælpning skal opfyldes inden rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Ved afgørelsen af, om afhjælpning er sket inden rimelig tid, tages navnlig hensyn til genstandens art, mangelens beskaffenhed og køberens behov for genstanden, herunder om sælgeren for egen regning har stillet en erstatningsgenstand til køberens rådighed, jf. købelovens § 79, stk. 1.

Det fremgår af sagens oplysninger, at forbrugeren reklamerede telefonisk til den erhvervsdrivende den 9. marts 2008. Den erhvervsdrivende hentede tv’et til reparation den 15. marts 2008 og stillede et låne-tv til rådighed for forbrugeren. Tv’et blev klarmeldt overfor forbrugeren telefonisk den 15. april 2008.

Afhjælpningens udstrækning regnes for det tidspunkt, da forbrugeren reklamerede over manglen, hvorfor det må lægges til grund, at afhjælpningsperioden har været lidt mere end 5 uger.

Tv-apparatet har på trods af fejlen været anvendeligt i tidsrummet, indtil det blev afhentet. Endvidere har den erhvervsdrivende for egen regning stillet et låne-tv til forbrugeren til rådighed i reparationsperioden. På den baggrund, og da der må tages et vist hensyn til, at der har været ferie i reparationsperioden, finder nævnet efter omstændighederne, at der er sket afhjælpning inden rimelig tid, hvorfor forbrugeren ikke er berettiget til at hæve købet.” (08/04637)

7.2.3. Vederlagsfri afhjælpning af mangler ved et tv

Sælgeren skulle dække forbrugeren afholdte transportudgifter i forbindelse med afhjælpning af mangler. Et vilkår om, at det er kundens ansvar at returnere produktet i tilfælde af fejl, var ikke bindende for forbrugeren

Knap tre måneder efter købet af et tv reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende over, at der var lilla streger og gulgrønne plamager på tv’ets skærm. Forbrugeren fremsendte tv’et til den erhvervsdrivende, som foretog vederlagsfri reparation. Forbrugeren krævede herefter at få dækket sine omkostninger på 340 kr. i forbindelse med transporten af tv’et til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende afviste kravet med henvisning til, at det fremgik af den erhvervsdrivendes handelsvilkår, at det var kundens ansvar at returnere produktet til den erhvervsdrivende i tilfælde af fejl. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren reklamerede første gang den 19. februar 2007 og dermed inden for de første 6 måneder efter leveringen af tv’et over, at der var lilla, snoede striber og gulgrønne plamager på tv’et skærm.

Efter købelovens § 77 a, stk. 3, formodes fejl eller kvalitetsafvigelser, der viser sig inden for 6 måneder efter varens levering, at have været til stede på

leveringstidspunktet, medmindre sælgeren afkræfter formodningen, eller der gøres sig særlige forhold gældende.

Da indklagede ikke har afkræftet denne formodning, og da indklagede har foretaget vederlagsfri reparation af tv'et, lægger nævnet til grund, at tv'et ved leveringen var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, hvorefter der foreligger en mangel, hvis salgsgenstanden er af en anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end genstanden under hensyn til aftalen og samtlige de foreliggende omstændigheder skal være.

Efter bestemmelsen i købelovens § 78, stk. 4, skal afhjælpning af en mangel ske uden omkostninger for køberen. Det fremgår af betænkning 845/1978 side 76 om forbrugerkøb, at ”Afhjælpning sker på sælgerens bekostning. Har køberen afholdt udgifter til forsendelse til det sted, hvor afhjælpningen foretages, kan han således kræve det udlagte beløb refunderet af sælgeren.”

Indklagede har gjort gældende, at det fremgår af indklagedes handelsbetingelser, at det er kundens ansvar, at returnere produktet til indklagede i tilfælde af fejl.

I forbrugerkøb kan købelovens § 78, stk. 4 ikke ved forudgående aftale fraviges til skade for køberen, jf. herved købelovens § 1, stk. 2. Indklagedes handelsvilkår vedrørende dette spørgsmål er således allerede af denne grund ikke bindende for klageren. Klageren har derfor krav på at få godtgjort udgifter, der er afholdt i forbindelse med transporten af tv'et til indklagede. Det er nævnets vurdering, at de af klageren afholdte udgifter er rimelige.

Klageren har endvidere forlangt, at indklagede skal oplyse, hvilke dele i klagerens tv, der er blevet repareret/udskiftet.

Da indklagede har anerkendt klagerens reklamation, og da nærværende afgørelse vil tjene som bevis herfor, mener nævnet ikke, at det kan pålægges indklagede at udlevere dokumentation for reparationen. Det skal dog i den forbindelse bemærkes, at indklagedes manglende redegørelse for, hvad der er skiftet, kan komme indklagede bevismæssigt til skade, såfremt tv'et på et senere tidspunkt hører op med at virke, og det ikke kan afvises, at fejlen har sammenhæng med den tidligere udførte reparation.”

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav. (08/01938)

7.2.4. Afhjælpning af fejl ved fjernsyn tog for lang tid

Da den erhvervsdrivende ikke havde tilbudt et låne fjernsyn i reparationsperioden, var 6 ugers reparation for længe, selvom det var i en ferieperiode

Ca. 5 måneder efter købet af et fjernsyn returnerede forbrugeren det til den erhvervsdrivende med henblik på reparation af en fejl. Da forbrugeren efter ca. 3 uger fortsat ikke kunne få oplyst af den erhvervsdrivende, hvornår fjernsynet ville komme retur fra reparation, meddelte han, at han nu ønskede at hæve købet og få pengene retur.

Da fjernsynet efter 6 uger blev klarmeldt af den erhvervsdrivende efter reparation, afviste forbrugeren at modtage fjernsynet retur med henvisning til, at købet var ophævet.

Den erhvervsdrivende fastholdt, at forbrugeren ikke havde ret til at ophæve købet, da afhjælpning af fejlen var sket inden rimelig tid. Den erhvervsdrivende oplyste, at det havde forlænget reparationstiden, at kassen med fjernsynet havde været dårligt mærket af forbrugeren ved returneringen og derfor havde været svær at lokalisere på lagret. Det havde også forlænget perioden, at reparationen skulle udføres i industriferien.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Indklagede modtog fjernsynet til reparation den 27. juli 2007. Ifølge indklagede blev fjernsynet klarmeldt overfor klageren telefonisk den 27. august, hvilket klageren imidlertid bestrider. Mod klagerens benægtelse kan det ikke anses for godtgjort, at fjernsynet har været klarmeldt før end den 7. september 2007, hvilket giver en afhjælpningsperiode på 6 uger.

Det følger af købelovens § 78, stk. 4, at et tilbud om afhjælpning skal opfyldes inden rimelig tid, uden udgift og uden væsentlig ulempe for køberen. Ved afgørelsen af, om afhjælpning er sket inden rimelig tid, tages navnlig hensyn til genstandens art, mangelens beskaffenhed og køberens behov for genstanden, herunder om sælgeren for egen regning har stillet en erstatningsgenstand til køberens rådighed, jf. købelovens § 79, stk. 1.

Afgørende er herefter, om 6 uger må anses for en rimelig afhjælpningsperiode.

Der er ikke oplysninger i sagen, der tyder på, at fejlen ved HDMI stik udgangen var vanskelig at lokalisere eller udbedre, og dermed berettigede indklagede til en forlænget afhjælpningsperiode udover, hvad der sædvanligvis må anses for rimelig ved reparation af et fjernsyn. Indklagedes vanskeligheder ved at identificere kassen ved modtagelse kan heller ikke tillægges betydning for, hvor længe indklagede har til at afhjælpe, når henses til, at klageren har anvendt den fremgangsmåde ved returforsendelsen, indklagede har bedt om.

Omvendt kan der ved vurderingen af, hvad der er en rimelig afhjælpningsperiode tages hensyn til, at der er industriferie hos de erhvervsdrivende eller deres værksteder. Ferieperioden kan efter omstændighederne berettigede til en

forlænget afhjælpningsperiode, men i sådanne tilfælde bør de erhvervsdrivende særligt overveje, om generne kan mindskes ved at tilbyde forbrugeren en lånegenstand. Dette gælder særligt, når der er tale om f.eks. et fjernsyn, der må anses for en vare, som mange forbrugere vanskeligt kan undvære i længere tid. Indklagede har ikke tilbudt klageren et lånefjernsyn i afhjælpningsperioden på 6 uger, og på den baggrund mener nævnet, at afhjælpning ikke kan anses for at være sket inden rimelig tid. Klageren er derfor berettiget til at ophæve købet og modtage købesummen retur, jf. købelovens § 78, stk. 4. Salgsstanden beror efter det oplyste hos indklagede”. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01980)

7.2.5. Køb af fladskærmsfjernsyn foretaget i en selvstændig afdeling i et stormagasin

Et stormagasin blev anset som part i købsaftalen og dermed ansvarlig som sælger efter købelovens regler, da forbrugeren havde foretaget købet i stormagasinet forretning, hvilket tydeligt fremgik af købskviteringens for- og bagside

En forbruger købte to fladskærmsfjernsyn i en selvstændig afdeling i et stormagasins forretning. Da der opstod fejl på fjernsynene, henvendte forbrugeren sig i den pågældende afdeling i stormagasinet. Fejlene blev forgæves forsøgt afhjulpet, og forbrugeren ønskede derfor købet ophævet.

Forbrugeren fremsatte sit hævekraft over for både stormagasinet og den selvstændige afdeling, som begge afviste forbrugers hævekraft. Stormagasinet gjorde i forbindelse hermed gældende, at de ikke var part i købsaftalen, da en væsentlig del af forretningskonceptet er drift af såkaldte koncessioner, hvor koncessionerne drives for koncessionsejernes egen regning og risiko. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren reklamerede ca. 15 måneder efter købet over, at der fra begge fladskærmstv fremkom høje skrattende lyde fra kabinettet.

Da indklagede har repareret de to fladskærmstv to gange, jf. bilag 2-3, og da indklagede ved klagerens seneste reklamation har tilbudt omlevering, lægges det til grund, at de to fladskærmstv er mangelfulde, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

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

Da indklagede 1 2 gange tidligere med en samlet reparationstid på i alt ca. 5 uger forgæves har forsøgt at afhjælpe manglen, har indklagede ikke afhjulpnet manglen inden rimelig tid. Klageren er derfor berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 4.

Indklagede 2 har gjort gældende, at de ikke er rette indklagede, idet indklagedes forretningskoncept er drift af såkaldte koncessioner, hvor en selvstændig virksomhed gives mulighed for egen regning og risiko at drive et separat detailudsalg i stormagasinet. I forbindelse med reklamationer henvises der direkte til den enkelte koncession, som også selv forestår reklamationsbehandlingen. Endvidere har indklagede 2 gjort gældende, at reklamationsfristen er sprunget, og at det påhviler klageren at bevise, at der er blevet reklameret rettidigt til indklagede 2.

Da købet er foretaget i indklagede 2's forretning, hvilket tydeligt fremgår af købskvitteringens for- og bagside, må indklagede 2 anses for at være part i aftalen og er dermed ansvarlig som sælger efter købelovens regler. Klagerens krav kan derfor tillige rettes mod indklagede 2.

Da det er ubestridt, at klageren konstaterede fejlen i januar 2007 og straks herefter reklamerede i indklagede 2's forretning, må han anses for at have reklameret rettidigt, da han har reklameret inden 2 måneder efter manglens konstatering og inden 2 år efter leveringen, jf. herved købelovens § 81, 2. pkt., og § 83, stk. 1." De erhvervsdrivende hæftede herefter solidarisk for tilbagebetaling af købesummen. De erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02753)

7.3. Computere mv.

7.3.1. Opdatering af grafikkortets drivere

Sælgeren havde ikke givet forbrugeren de nødvendige oplysninger om computerens vedligeholdelse, da det ikke var oplyst, hvor forbrugeren kunne finde driveropdateringer til grafikkortet

En forbruger købte i august 2005 en bærbar computer. Knap to år efter købet opstod der fejl ved computeren, idet den kun kunne køre i fejlsikret tilstand i Windows. Forbrugeren reklamerede til den erhvervsdrivende, der afviste reklamationen under henvisning til, at fejlen skyldtes støv i computeren. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

"Indklagede har afvist klagerens krav, da fejlen ifølge indklagede skyldes støvansamlinger. Den sagkyndige har ved sin undersøgelse ikke kunnet finde spor efter støv, idet indklagede har rensset computeren.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at årsagen til den fejl, som klageren har oplevet, med stor sandsynlighed skyldes, at klageren har forsøgt at installere forkerte drivers på computeren. Ifølge den sagkyndige er det normalt, at computerbrugere opdaterer drivers, herunder særligt til grafikkort, da dette oftest er nødvendigt i forbindelse med f.eks. spil. Den sagkyndige oplyser, at computerens navn ”@AlfaNote” er et navn, som indklagede har givet computeren. Hverken computeren, manual eller driver-cd indeholder oplysninger om, hvem der er den oprindelige producent af computeren. Disse oplysninger fremgår heller ikke af indklagedes hjemmeside, ligesom der på indklagedes hjemmeside ikke findes mulighed for at downloade drivers eller oplysninger om, hvor de kan findes.

På baggrund af den sagkyndiges erklæring lægger nævnet til grund, at computerens fejl skyldes klagerens forhold, idet klageren har forsøgt at installere inkompatible drivers til grafikkortet.

Nævnets flertal (3 nævnsmedlemmer) udtaler, at driveropdateringer må anses for at være en nødvendig del af computerens normale vedligeholdelse, og indklagede burde derfor have givet klageren oplysning om, hvor opdateringerne kan findes. Da indklagede har forsømt at give disse oplysninger til klageren, foreligger der en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, jf. § 75 a, stk. 1. Klageren er herefter berettiget til et afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 3. Afslaget fastsættes skønsmæssigt til 3.000 kr. Klageren er endvidere berettiget til at få tilbagebetalt det opkrævede gebyr på 400,50 kr.

Mindretallet (to nævnsmedlemmer) finder det ikke godtgjort, at der foreligger en mangel ved computeren, da fejlen kan henføres til klagerens ukorrekte driveropdateringer.”

Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02101)

7.3.2. Forventning om gratis diagnosticering

En erhvervsdrivende reklamerede med, at diagnosticering normalt var gratis. Der kunne derfor ikke opkræves betaling for en udvidet diagnosticering, uden at kunden forudgående have accepteret at skulle betale

En forbruger indleverede en defekt harddisk til en erhvervsdrivende med henblik på at få klarlagt, hvorvidt det var muligt at redde en række digitalbilleder, som lå gemt på harddisken. Det blev aftalt, at den erhvervsdrivende skulle undersøge, hvorvidt en redning var mulig. Forbrugeren fik efterfølgende at vide, at billederne ikke var til at redde, samt at det havde været nødvendigt at foretage en udvidet diagnosticering, som kostede 2.593,75 kr.

Idet klageren ikke ville acceptere at betale for den foretagne udvidede diagnosticering af harddisken, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Der er mellem parterne uenighed om forståelsen af indholdet på indklagedes hjemmeside i forbindelse med diagnosticering. Hjemmesiden har følgende ordlyd:

”Priser og ekspeditionstid for data recovery

Forlanger I gebyr for at stille en diagnose på harddisken? Nej, vi tilbyder gratis diagnosticering i de fleste situationer.

I hvilke situationer vil I forlange gebyr for at stille en diagnose på harddisken?

Vi forlanger gebyr i følgende situationer:

- RAID arrays and servere
- Såfremt denne basis diagnosticering ikke giver noget positivt resultat eller indikation på at reparation er mulig
- Diske, der har været åbnet eller har været sendt til andre datarecovery firmaer, før vi har modtaget dem
- Diske hvor årsagen til data-tab skyldes at Scandisk eller Shkdisk har været anvendt
- Når konventionelle recovery-metoder er mislykkedes og kunden beslutter sig for at der anvendes mere avancerede data recovery faciliteter.”

Klageren har opfattet indholdet af hjemmesiden således, at indklagede ville foretage en gratis diagnosticering, og at han ville blive kontaktet med oplysning om en pris, hvis der af en eller anden årsag skulle foretages en udvidet diagnosticering, således at han kunne tage stilling til, om han ville betale for at redde sine data.

Indklagede har anført, at det tydeligt fremgår af hjemmesiden, at diagnosticering ikke altid er gratis, og hvornår man skal betale for diagnosen, samt at det fremgår af klagerens følgebrev, at han ønsker, at der anvendes mere avancerede data recovery faciliteter.

Nævnet finder ikke, at det fremgår af klagerens brev, at han har bestilt en specifik type diagnosticering. Nævnet finder, at formuleringen ”Vi tilbyder gratis diagnosticering i det fleste situationer” er uklar, og at klageren, medmindre indklagede udtrykkeligt har oplyst andet, med rette kunne forvente, at diagnosticeringen var gratis.

Idet der er tale om et vilkår i en forbruger aftale, som ikke har været genstand for individuel forhandling, følger det af aftalelovens § 38 b, stk. 1, at aftalen skal forstås på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren.

Nævnet lægger derfor til grund, at aftalen skal forstås som anført af klageren, og at klageren derfor kan påberåbe sig, at der ikke skal betales for den foretagne diagnosticering.” (08-02283)

7.3.3. Udnyttelse af fortrydelsesretten

Aktivering af Windows medførte ikke, at forbrugeren mistede fortrydelsesretten, da det hverken var åbenbart for forbrugeren, at aktiveringen medførte en værdiforringelse eller var udtrykkeligt oplyst, at aktivering ikke måtte ske

En forbruger bestilte i december 2007 via den erhvervsdrivendes hjemmeside en computer. Af den erhvervsdrivendes handelsbetingelser fremgik det, at fortrydelsesretten bortfaldt, hvis varen blev brugt på en måde, hvor det var helt åbenbart, at brugen formindskede varens salgsværdi. Ca. 8 dage efter modtagelsen af computeren ønskede forbrugeren at gøre brug af sin fortrydelsesret, da computerens støjniveau ikke levede op til forbrugers forventninger. Den erhvervsdrivende afviste, at forbrugeren kunne udnytte fortrydelsesretten, da computeren ikke kunne tilbageleveres i væsentlig samme stand, idet forbrugeren havde aktiveret Windows. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

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

Det er ubestridt, at klageren rettidigt inden for denne frist har returneret computeren til indklagede, hvorfor klageren som udgangspunkt er berettiget til få det betalte tilbage, jf. herved forbrugerftalelovens § 21, stk. 2.

Indklagede har imidlertid gjort gældende, at klageren ikke har opfyldt lovens betingelser for udnyttelse af fortrydelsesretten, idet klageren har aktiveret Windows, hvorfor computeren ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, hvori den var, da klageren fik den i hænde.

Det følger af forbrugerftalelovens § 20, stk. 1, at det er en betingelse for at kunne gøre fortrydelsesretten gældende, at det modtagne kan tilbageleveres i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var, da forbrugeren fik det i hænde. At køberen har taget varen i brug, er derfor som hovedregel ikke i sig selv til hinder for, at fortrydelsesretten kan gøres gældende.

Det følger dog af § 20, stk. 3, at fortrydelsesretten ikke kan gøres gældende efter ibrugtagning, såfremt det efter varens art er åbenbart, at brugen medfører en formindskelse af varens salgsværdi og køberen *udtrykkeligt* er gjort opmærksom herpå.

Hvis indklagede vil gøre gældende, at computeren har været brugt eller på anden måde beskadiget, og at den derfor ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand, må det påhvile indklagede at føre bevis herfor. Endvidere må indklagede føre bevis for, at klageren på varigt medium udtrykkeligt er gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten ikke gælder, hvis varen er taget i brug, og at det er åbenbart, at brugen medfører en formindskelse af varens salgsværdi.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at såfremt der er tale om en computer uden hardwarefejl, kan der ske aktivering af Windows et ubegrænset antal gange, og at spor efter brug af computeren vil kunne fjernes. Imidlertid vil der efter aktivering af Windows ifølge den sagkyndige være tale om en brugt computer for en seriøs forhandler.

Det må efter den sagkyndiges erklæring lægges til grund, at der ved aktiveringen af Windows er sket en værdiforringelse af computeren. Nævnet finder imidlertid ikke, at dette forhold kan anses for at være åbenbart for en forbruger.

Endvidere er indklagedes betingelser for fortrydelsesret, som er indeholdt i indklagedes handelsbetingelser, holdt i generelle vendinger. Dette opfylder efter nævnets opfattelse ikke kravet om, at klageren udtrykkeligt skal være gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten ikke vil gælde, hvis klageren aktiverer Windows.

Indklagede har som følge heraf ikke været berettiget til at afvise klagerens fortrydelse af købet af computeren. Indklagede har derfor haft pligt til at tilbagebetale købesummen snarest muligt og senest 30 dage efter, at indklagede blev givet mulighed for at undersøge genstanden, jf. herved forbrugeraftalelovens § 21, stk. 3.”

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/03695)

7.3.4. Displayet knækket på en bærbar computer indleveret til afhjælpning af en fejl

En erhvervsdrivende har ved indlevering pligt til at besigtige en genstand og notere umiddelbart synlige skader. Den erhvervsdrivende burde have opdaget skaden og noteret på indleveringssedlen, at displayet var knækket

6 måneder efter købet af en bærbar computer reklamerede forbrugeren til sælgeren over, at computeren viste sort skærm. Det blev aftalt, at forbrugeren skulle indlevere computeren til afhjælpning af fejlen. Ved indleveringen pakkede forbrugeren computeren ud og gav den til en ansat, der udfyldte en indleveringsseddel.

Dagen efter modtog forbrugeren meddelelse om, at der var en fejl på system-boardet, som ville blive afhjulpnet under reklamationsretten. Endvidere var displayet flækket, men udskiftning heraf var ikke omfattet af reklamationsretten og kostede derfor 3.021 kr. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Hvis der er tvivl om, hvorvidt en skade er opstået, mens en genstand var indleveret til afhjælpning for en mangel, er det som udgangspunkt køberen, som skal bevise, at genstanden ikke var beskadiget ved indleveringen.

Det er nævnets opfattelse, at den erhvervsdrivende i forbindelse med indleveringen har en pligt til at besigtige en genstand og i forlængelse heraf notere umiddelbart synlige skader. Den erhvervsdrivende er nærmest til at sikre den nødvendige dokumentation, så der efterfølgende ikke opstår tvivl om, hvorvidt en umiddelbar synlig skade på en genstand var til stede på indleveringstidspunktet. Det påhviler derfor den erhvervsdrivende at bevise, at en umiddelbar synlig skade var til stede ved indleveringen og ikke er opstået i den erhvervsdrivendes varetægt.

Henset til skadens karakter og omfang burde indklagede have opdaget skaden på skærmen og noteret denne ved indleveringen. Indklagede har ikke noteret skader på computeren på indleveringssedlen.

Det lægges herefter til grund, at skaden på skærmen er opstået hos indklagede. Klageren er derfor berettiget til at få foretaget vederlagsfri reparation af skærmen.

Såfremt fejlen ikke er afhjulpnet inden 30 dage efter, at klageren har indleveret computeren til indklagede, er klageren berettiget til et forholdsmæssigt afslag på 3000 kr. Afslaget er fastsat på baggrund af reparationstilbudet fra indklagede.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01532)

7.3.5. Afhjælpning af fejl ved computer tog for lang tid

Da sælgeren havde valgt at tilbyde afhjælpning ved at henvise til producenten, som ydede forbrugeren telefonsupport og efterfølgende havde computeren til reparation i 10 uger uden tilbud om lånecomputer, var fejlen ikke afhjulpnet inden rimelig

En forbruger reklamerede over en fejl ved computeren til sælgeren, der henviste forbrugeren til producenten. Samme fejl opstod 3. gange, hvor producenten to gange afhjælp fejlen ved telefonsupport og 3. gang fik computeren ind til reparation. Da samme problem opstod 4. gang, krævede forbrugeren købet hævet, hvilket sælgeren afviste. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren købte en computer hos indklagede. Kort tid herefter ophørte dvd-drevet med at fungere og klageren reklamerede til indklagede, som henviste til producenten ifølge garantibeviset.

Klageren fik herefter to gange afhjulpnet problemet gange gennem telefonsupport ydet af producenten. Da samme fejl opstod 3. gang ønskede producenten at få computeren ind til reparation. Det er ubestridt, at der blev indgået aftale om, at reparationen ville vare 6 uger, og at klageren fik afslag på at få en lånecomputer i reparationsperioden.

Klageren modtog computeren retur efter 10 uger. Da computerens skærmmkort ikke virkede, og der ikke kunne installeres nye programmer, henvendte klageren sig til indklagede og fremsatte krav om ophævelse af købet.

Indklagede afviste klagerens krav med henvisning til, at der alene var sket en enkelt afhjælpning. Der blev indgået aftale om, at computeren skulle sendes til undersøgelse, og hvis der blev fundet fejl ville klageren få lov til at hæve købet. Indklagede afviste efterfølgende ophævelse, da der ikke blev konstateret fejl ved computeren.

Som udgangspunkt er det klageren, der skal bevise, at computeren havde en mangel på tidspunktet, hvor klageren hævdede købet. Indklagede har dog fremsendt dokumentation, hvoraf det fremgår, at der er foretaget en indlæsning af ny software.

Den sagkyndige, som bistod nævnet under nævnsmødet, udtalte på mødet, at denne indlæsning kan have afhjulpnet de fejl, klageren gjorde gældende i forbindelse med ophævelse af købet.

Nævnet finder, at indklagede har frataget klageren muligheden for at løfte sin bevisbyrde, og at dette må komme indklagede bevismæssigt til skade.

På den baggrund finder nævnet, at det kan lægges til grund, at den tidligere reparation må anses for mangelfuld, jf. købelovens § 77a, stk. 1 sammenholdt med § 76, stk. 1, nr. 4.

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

Ved klagerens reklamation valgte indklagede i stedet for at tilbyde afhjælpning at henvise til producenten, som ydede klageren telefonsupport. Under hensyn hertil, og da computeren efterfølgende var til reparation i 10 uger uden tilbud om lånecomputer, finder nævnet, at der efter en samlet bedømmelse ikke er sket afhjælpning inden rimelig tid og uden væsentlig ulempe, jf. købelovens § 79. Klageren er derfor, berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt

at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/03174)

7.3.6. Fortrydelsesret ved køb af printere via internettet

Da forbrugeren ikke tilstrækkelig tydeligt var gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten bortfaldt ved ibrugtagning, kunne han stadig fortryde købet efter isætning af printerpatroner og afprøvning af printeren

En forbruger købte en printer via internettet, som han afprøvede straks efter modtagelsen. Da forbrugeren ikke var tilfreds med printets kvalitet, returnerede han printeren og meddelte samtidig den erhvervsdrivende, at han fortrød købet og ønskede pengene tilbage.

Den erhvervsdrivende afviste at betale hele købesummen tilbage, da fortrydelsesretten ifølge den erhvervsdrivende ikke længere gjaldt, når forbrugeren havde isat og anvendt printerpatronerne. Det havde væsentligt forringet printerens værdi, og den erhvervsdrivende henviste i den forbindelse til sine forretningsbetingelser, hvor det i pkt. 4 ”FORTRYDELSESRET”, var oplyst at

”...Fortrydelsesretten kan kun udnyttes hvis varen leveres tilbage i væsentligste samme stand og mængde. Fortrydelsesretten bortfalder altså hvis du bruger varen på en måde som helt åbenbart forringer salgsværdi væsentligt...”

Uanset forbrugeren havde modtaget forretningsbetingelserne ved bestillingen, mente forbrugeren ikke, at han var gjort opmærksom på, at isætning af patronerne medførte bortfald af fortrydelsesretten. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren har bestilt den i sagen omhandlede printer via indklagedes hjemmeside, og der foreligger et fjernsalg omfattet af lov om visse forbrugeraftaler. Klageren har derfor haft ret til at fortryde købet inden for 14 dage efter varens levering efter reglerne i denne lovs kapitel 4.

Det er i sagen ubestridt, at klageren har opfyldt de tidsmæssige betingelser for at fortryde købet. Der er derimod tvist om, hvorvidt det forhold, at klageren har afprøvet printeren efter at have monteret blækpatroner i denne, afskærer ham fra at fortryde købet af printeren.

Fortrydelsesretten er efter § 20, stk. 1, i lov om visse forbrugeraftaler betinget af, at det modtagne kan tilbagegives den erhvervsdrivende i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var, da køberen fik det i hænde. At køberen har taget varen i brug, er derfor som hovedregel ikke i sig selv til hinder for, at fortrydelsesretten kan gøres gældende.

Det følger dog af § 20, stk. 3, at fortrydelsesretten ikke kan gøres gældende efter ibrugtagning, såfremt det efter varens art er åbenbart, at brugen medfører en formindskelse af varens salgsværdi og køberen *udtrykkeligt* er gjort opmærksom herpå.

Indklagede har gjort gældende, at ibrugtagningen har medført, at printeren kun kan sælges for omkring en tredjedel af nyprisen, og at udskiftning af printerpatroner og printerhoved beløber sig til 80-90 % af printerens værdi. Nævnets sagkyndige har udtalt, at alene udskiftning af printerpatronerne beløber sig til mere end 50 % af printerens værdi.

Nævnet anser det på den baggrund for godtgjort, at ibrugtagningen har formindsket printerens salgsværdi, og henset til, at printerpatronernes værdi udgør så stor en del af printerens samlede pris – hvilket er sædvanligt for prisbillige printere – er det nævnets opfattelse, at det må anses for åbenbart, at isætningen af printerpatronerne og afprøvningen af printeren formindskede salgsværdien.

Om indklagede kan nægte klageren adgang til at fortryde købet afhænger herefter af, om indklagede i forbindelse med købet udtrykkeligt har gjort klageren opmærksom på, at fortrydelsesretten ikke gælder, hvis klageren har anvendt printeren til at printe med. Det følger af § 12, stk. 2, nr. 2, jf. stk. 1, at klageren skal have denne oplysning på papir eller et andet varigt medium, hvilket f.eks. kan være en e-mail.

Det fremgår af sagens oplysninger, at klageren i forbindelse med aftalens indgåelse har modtaget en e-mail fra indklagede indeholdende indklagedes forretningsbetingelser, hvori der bl.a. i pkt. 4 er oplyst om bortfald af fortrydelsesretten ved brug af varen. Klageren har imidlertid bestridt, at han er gjort bekendt med, at isætning af patronerne betød bortfald af fortrydelsesretten. Oplysningen om bortfald af fortrydelsesretten er indeholdt i et længere afsnit på side 3 i indklagedes forretningsbetingelserne og er holdt i generelle vendinger. Dette opfylder efter nævnets opfattelse ikke kravet om, at klageren udtrykkeligt skal være gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten ikke vil gælde, hvis klageren isætter printerpatronerne og afprøver printeren.

Indklagede har som følge heraf ikke været berettiget til at afvise klagerens fortrydelse af printerkøbet, og klageren har derfor krav på tilbagebetaling af købesummen”. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01151)

7.3.7. Vejkort til navigationsanlæg kunne ikke opdateres

En forbruger må almindeligvis forvente, at de vejkort, der følger med ved køb af navigationsudstyr, kan opdateres. Da dette ikke var tilfældet, og der samtidig ikke var givet oplysning herom ved aftalens indgåelse, kunne forbrugeren hæve købet

Ca. 16 måneder efter at forbrugeren havde købt et navigationsanlæg, oplyste han, at de medfølgende digitale vejkort ikke kunne opdateres.

Forbrugeren kontaktede derfor den erhvervsdrivende, som i første omgang forsøgte at være behjælpelig med opdatering via internettet. Da dette ikke lykkedes, kontaktede den erhvervsdrivende importøren, som oplyste, at den pågældende type kort ikke var beregnet til opdatering. Den erhvervsdrivende afviste forbrugeren krav om ophævelse af købet under henvisning til, at forbrugeren ikke havde fået oplyst, at kortene kunne opdateres.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Det er nævnets opfattelse, at en forbruger, der køber et navigationsanlæg, må have en berettiget forventning om, at de medfølgende vejkort kan opdateres, medmindre andet er blevet oplyst.

Det er ubestridt, at klageren ikke har modtaget oplysning om, at vejkortene ikke kunne opdateres, og anlægget har derfor været mangelfuldt på leveringstidspunktet, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Da manglen ikke er uvæsentlig, er klageren berettiget til at ophæve købet, jf. købelovens § 78, stk.1.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugeren krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02512)

7.4. Telefoner mv.

7.4.1. Klaptelefon var slidt op efter 22 måneders almindelig brug

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

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

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

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

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

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

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

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

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

Klageren har derfor krav på vederlagsfri afhjælpning eller ombytning, jf. købelovens § 78, stk. 1”. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (2008- 4051/7-1249)

7.4.2. Mobiltelefon var mangelfuld – krav om erstatning til køb af en anden

Forbrugeren kunne hæve købet, da afhjælpning af fejl ved en telefon tog for lang tid. Derimod fik forbrugeren ikke erstatning for udgifter til køb af en tilsvarende telefon, da sælgeren havde tilbudt afhjælpning

En forbruger købte i marts 2007 en mobiltelefon samt et 6 måneders abonnement. Forbrugeren reklamerede kort tid efter købet over fejl ved mobiltelefonen. Mobiltelefonen blev indleveret til den erhvervsdrivende med henblik på afhjælpning. I december 2007 – efter ca. 5 måneder – modtog forbrugeren en ny mobiltelefon.

Da den ombyttede telefon ikke fremstod som ny, idet batteriet var rustent, ligesom telefonen ikke som aftalt var sim-oplåst, krævede forbrugeren ophævelse af købet samt erstatning for udgifter i forbindelse med køb af en tilsvarende mobiltelefon uden abonnement. Den erhvervsdrivende afviste forbrugers krav og tilbød i stedet afhjælpning. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at mobiltelefonens batteri ikke fremstår nyt, idet det er fugtskadet, og at mobiltelefonen ikke som aftalt er SIM-oplåst.

På denne baggrund er mobiltelefonen behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk.1, nr. 4.

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

Nævnet lægger efter sagens oplysninger til grund, at klageren medio juli 2008 indleverede den oprindelige mobiltelefon til indklagede med henblik på afhjælpning, og at klageren ultimo december 2008 – efter ca. 5 måneder – modtog den i sagen omhandlede mobiltelefon. Under hensyn hertil har indklagede ikke udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79. Klageren er således berettiget til at hæve købet og få købesummen tilbagebetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4.

Klageren har krævet erstatning på 4.500 kr. svarende til prisen for indkøb af en tilsvarende mobiltelefon uden abonnement.

Da der er tale om et køb bestemt efter art, følger det af købelovens § 80, stk. 2, jf. § 43, stk.3, at indklagede er erstatningsansvarlig over for klageren for det tab, som han har haft som følge af, at han har haft udgifter på grund af den mangelfulde mobiltelefon.

Det følger imidlertid af den almindelige loyalitetspligt, som gælder i kontraktforhold, at der påhviler en kontraktpart en pligt til at begrænse sit tab mest muligt. En kontraktpart kan derfor i almindelighed kun kræve erstatning for kontraktbrud, såfremt han kan godtgøre at have lidt et tab, som ikke kunne være undgået ved rimelige bestræbelser på at kontrahere til anden side.

Da klageren har afvist indklagedes tilbud om afhjælpning, har klageren ikke godtgjort, at han har gjort, hvad han kunne med henblik på at begrænse sit tab. Nævnet kan derfor ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.

For så vidt angår klagerens erstatningskrav på 2.000 kr. i kompensation har klageren ikke godtgjort at have lidt et økonomisk tab, hvorfor klageren ikke er berettiget til at gøre erstatningskrav gældende.” (08/03784)

7.4.3. Flækket display på en mobiltelefon var en mangel

Da sælgeren ikke havde sandsynliggjort, at årsagen til displayskaden på mobiltelefonen ikke var til stede ved leveringen, og da det ikke var muligt at åbne låget uden at trykke på telefonens front, var mobiltelefonen mangelfuld

En forbruger havde købt en mobiltelefon. Ca. 5 uger efter købet indleverede forbrugeren mobiltelefonen til reparation hos den erhvervsdrivende, da displayet var flækket. Den erhvervsdrivende afviste forbrugers krav om gratis reparation med henvisning til, at skaden var selvforskyldt. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at mobiltelefonens displayskade skyldes, at mobiltelefonen har været udsat for en form for fysisk overlast, herunder et tryk. Den sagkyndige kan ikke udelukke, at skaden er opstået i forbindelse med, at der er trykket på frontdisplayet i forbindelse med åbning af batterilåget på bagsiden.

Nævnet har besigtiget den i sagen omhandlede mobiltelefon og har i den forbindelse forsøgt at fjerne batterilåget som anvist i brugsvejledningen. Nævnet har herved konstateret, at det er yderst vanskeligt at åbne låget uden samtidig at trykke på frontdisplayet, idet låget er særdeles stramt.

Klageren har reklameret over mobiltelefonens display inden for de første 6 måneder efter leveringen af varen.

Ifølge købelovens § 77 a, stk. 3, formodes fejl eller kvalitetsafvigelser, der viser sig inden for 6 måneder efter varens levering at have været til stede på leveringstidspunktet, medmindre sælgeren afkræfter formodningen, eller særlige forhold gør sig gældende.

Henset til, at nævnet ikke kan åbne batterilåget uden at forårsage et tryk på frontdisplayet, og da indklagede ikke har fremført forhold, der kan sandsynliggøre, at fejlen eller årsagen til fejlen ikke var til stede ved leveringen, samt det forhold, at det ikke er muligt at følge brugsvejledningens procedure for åbning af låget, uden at trykke på mobiltelefonens front, finder nævnet, at mobiltelefonen er mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, sammenholdt med § 77 a, stk. 3.

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

Da indklagede har afvist klagerens krav om vederlagsfri afhjælpning, har indklagede ikke opfyldt klagerens krav om afhjælpning inden for rimelig tid, og klagerens krav om ophævelse er således berettiget.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugeren krav samt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02889)

7.5. Anden elektronik

Ingen sager

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

7.6.1. Udendørs spabad var tilbehør til fast ejendom

Krav til ledningsføring, underlag og dræningsforhold samt genstandens karakter gjorde, at en udendørs spa blev anset for at være tilbehør til fast ejendom, hvorfor Forbrugerklagenævnet ikke havde kompetence til at behandle klagen

Ca. et år efter at forbrugeren havde købt en udendørs spa, gik det indbyggede cirkulationssystemet i stå, og vandrørene begyndte at lække.

Forbrugeren kontaktede den erhvervsdrivende, som af to omgange fremsendte reservedele, så forbrugeren selv kunne afhjælpe problemerne.

Få dage senere strejkede spa'ens varmelegeme, og den erhvervsdrivende tilbød at montere et nyt, mod at forbrugeren betalte for kørsel, reservedele og arbejds løn. Forbrugeren var ikke indstillet på at betale for reparationen og indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Ifølge § 3, stk. 3, nr. 2, i bekendtgørelse om forbrugerklager, kan klager over tilbehør til fast ejendom ikke indbringes for Forbrugerklagenævnet.

Hvorvidt der er tale om tilbehør til fast ejendom, må afhænge af om genstanden er et naturligt tilbehør til ejendommen, som normalt medfølger ved videresalg af ejendommen og dermed omfattes af tinglysningslovens § 38, og om genstanden er bestemt til stationær brug, om genstanden er tilpasset ejendommen, og

om genstanden er fastmonteret eller er fritstående og flytbar. En genstand må betragtes som tilbehør til fast ejendom, uanset om den befinder sig udendørs på matriklen eller inde i boligen.

Det fremgår, at den pågældende spa-model er fritstående med sidepaneler og således ikke er beregnet til nedfældning. Vægten er angivet til 180 kg, og manualen indeholder særlige betingelser vedrørende adgangsforhold ved leveringen, hvorfor spa'en må antages at være flytbar ved anvendelse af egnet materiel. Der stilles imidlertid særlige krav til underlaget og dræningsforhold, ligesom det anbefales, at tilslutning til ledningsnetværket udføres af en autoriseret elektriker, fordi anlægget skal bruge et isoleret kredsløb med afbryder. Hertil kommer, at nævnet ikke anser en udendørs spa for at være en genstand, der typisk vil blive afmonteret og medbragt i forbindelse med fraflytning af ejendommen.

Ud fra en samlet afvejning af de nævnte forhold, er det nævnets opfattelse, at klagerens spa har karakter af tilbehør til fast ejendom, og det er således ikke muligt at realitetsbehandle sagen, jf. bestemmelsen i § 3, stk. 3, nr. 2." Sagen blev afvist som uegnet til behandling. (08/03374)

7.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)

7.7.1. Sofabetræk krympet i forbindelse med rens

En sælger, der omkring 4 år efter salget af en sofa havde givet køberen forkert vejledning om rensning af sofabetrækket, var erstatningsansvarlig, da betrækket krympede ved rensningen

En forbruger købte i 2003 en sofa. I 2007 henvendte forbrugeren sig i sælgerens forretning for at få oplyst, hvordan betrækket skulle rengøres, idet betrækket hverken var forsynet med vedligeholdelsesanvisning eller materialeangivelse. Sælgeren oplyste, at betrækket kunne renses på almindelig vis.

Forbrugeren indleverede herefter betrækket til rensning. Da forbrugeren modtog betrækket efter rens, var det krympet og kunne ikke genmonteres på sofaen. Forbrugeren krævede herefter erstatning for den skete skade. Såvel sælgeren som renseren afviste at være ansvarlig for skaden.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet. Nævnets sagkyndige besigtigede sofabetrækket og foretog en kontrollerende rensbehandling af et ubehandlet stofstykke. På baggrund heraf konkluderede de sagkyndige, at betrækket ikke tålte en almindelig rensbehandling. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

"Det fremgår af sagens dokumenter og de sagkyndiges undersøgelser, at sofabetrækket er af polypropylen. Ifølge de sagkyndige er stoffet således sær-

deles varmfølsomt og tåler ikke almindelig rensning, hvilket er årsagen til, at stoffet er krympet ved rens. Stoffet ville formentlig kunne være vasket ved 30 grader. Det er de sagkyndiges vurdering, at man som renser ikke kunne eller burde vide, at stoffet ikke tåler rens.

Klageren kan gøre erstatningskrav gældende mod indklagede 1, hvis sofaen er blevet rensset på en måde, som ikke er fagmæssig korrekt. Da indklagede 1 på rensetidspunktet ikke havde adgang til oplysninger om stoffets sammensætning, og da de sagkyndige har vurderet, at indklagede 1 i øvrigt ikke burde have vidst, at stoffet ikke tålte almindelig rens, er det nævnets opfattelse, at indklagede 1 ikke har begået ansvarspådragende fejl, og der derfor ikke er grundlag for at gøre et krav gældende mod indklagede 1.

Klageren kan gøre erstatningskrav gældende mod indklagede 2, hvis indklagede 2 har vejledt klageren på en måde, som indklagede 2 burde have vidst, ikke var korrekt, og hvis denne vejledning i øvrigt har været årsag til, at klageren har lidt et økonomisk tab.

Da det omhandlede sofabetræk består af et materiale, som ikke tåler almindelig rens, er det nævnets opfattelse, at indklagede 2 har haft pligt til at gøre klageren opmærksom på dette forhold. Selvom klageren måtte have modtaget en dataliste, hvoraf fremgår, at betrækket skulle vaskes, har indklagede 2 stadig være forpligtet til at yde korrekt rådgivning, da klageren henvendte sig. Da der er ydet forkert rådgivning, og det er nævnets opfattelse, at dette har været årsagen til, at betrækket er blevet behandlet forkert og er krøbet, er indklagede 2 således erstatningsansvarlig for det tab, som klageren har lidt som følge af rensningen.

Klagerens krav skal opgøres som sofaens værdi på tidspunktet for rensningen. Da sofaen på dette tidspunkt var ca. 4 år gammel, skal erstatningens størrelse således nedsættes i overensstemmelse hermed, og fastsættes således skønmæssigt til 6.000 kr.” Indklagede 2 blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01219)

7.7.2. Skiltning i butiksrude med 50 % rabat

En sælger havde i butiksruden opsat skilte, hvoraf det fremgik, at der blev fratrukket 50 %. Skiltningen sammenholdt med prisangivelsen på et par bukser blev anset for et bindende tilbud om at sælge bukserne med 50 % rabat

En sælger havde i butiksruden ophængt skilte med teksten ”50 % fratrækkes ved kassen – gælder ikke gavevarer, JBS, Wrangler, Björn Borg”. En forbruger ønskede herefter at købe to par bukser af mærket Meyer med den skiltede 50 % rabat. Sælgeren afviste at sælge bukserne med 50 % rabat under henvisning til, at der var tale om en ny efterårsvare, som ikke var omfattet af

tilbuddet. Sælgeren henviste til, at der inde i butikken var opsat skilte, hvoraf det fremgik, at efterårsnyhederne ikke var nedsat. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Der er mellem parterne enighed om, at der i indklagedes forretningsvinduer var ophængt skilte, hvoraf det fremgik, at der blev fratrukket 50 % ved kassen, men at gadevarer, JBS, Wrangler og Björn Borg ikke var omfattet af tilbuddet. Der er ligeledes enighed om, at prisen på de omhandlede bukser af mærket Meyer var oplyst til 699,95 kr. pr. par, og at der var tale om en ny efterårs-vare.

Der er derimod givet modstridende oplysninger om, hvorvidt der i forretningen på den reol, hvor bukserne lå, var opsat et eller flere skilte, hvoraf følgende tekst fremgik: ”Nyheder efterår 2007 ikke nedsat”.

Det påhviler indklagede at bevise, at der i forretningen var opsat skilte, hvoraf det fremgik, at de pågældende bukser ikke var nedsat, og at oplysningerne blev givet på en sådan måde, at klageren ikke kunne udgå at være bekendt med dem. Mod klagerens benægtelse, finder nævnet det ikke godtgjort, at det klart og tydeligt i umiddelbar forbindelse med udstilling af bukserne var oplyst, at disse bukser ikke var omfattet af indklagedes rabattilbud.

Prisangivelser på udstillede varer må i almindelighed anses som et bindende tilbud om at købe varen til den skiltede pris. Prisangivelsen på de udstillede bukser sammenholdt med indklagedes skiltning på butiksrudden, hvorefter der ville blive ydet 50 % rabat på alle varer med undtagelse at nogle få varemærker, må derfor efter nævnets opfattelse forstås således, at indklagede har afgivet et bindende tilbud om at yde 50 % rabat på den skiltede pris på de varer, der var stillet til salg i butikken og som ikke var omfattet af undtagelsen.

Klageren er derfor berettiget til at få tilbagebetalt 700 kr. svarende til 50 % af den samlede købesum på 1.399,90 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01960)

7.8. Fodtøj

Ingen sager.

7.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)

7.9.1. Sofasæt og sofabord blev ikke anset for et samlet køb

Klageren kunne pga. mangler ophæve købet af et sofasæt, men kunne ikke også kræve købet af sofabordet ophævet, da der ikke var tilstrækkelig designmæssig sammenhæng

En forbruger købte på én gang et sofasæt i hvidlakeret bøg/mørkt læder og et sofabord i massiv bøg og lyse kakler. Forbrugeren reklamerede efterfølgende over dårlig siddekomfort i 3 personers sofaen, men blev afvist af den erhvervsdrivende, som ikke mente, der var nogen reklamationsberettiget fejl.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet og krævede købet af både sofasæt og sofabord ophævet, da der var mangler med sofaerne, og da sofasæt og sofabord var købt til at passe sammen.

Under sagens behandling blev der indhentet en sagkyndig erklæring, ligesom forbrugeren indsendte billeder af sofasæt og sofabord sammen. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at 3-personers sofaen har et asymmetrisk udseende og en meget ringe komfort ved brug af de to ydersæder, og at dette skyldes en uhensigtsmæssig konstruktion af sædet.

Sofaen er derfor mangelsbehæftet, jf. købelovens § 76, stk. 1 nr. 4. Da mangelen er væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet af sofa-sættet, jf. § 78, stk. 1, nr. 4. Der er ikke en sådan designmæssig sammenhæng mellem bordet og sofa-sættet, at købet af bordet også kan ophæves.” (650/7-1194)

7.9.2. Læderstole med kunstlæder på de udvendige flader

Stole solgt som kvalitetslæderstole havde givet forbrugeren en berettiget forventning om, at hele stolen var af læder og ikke kun slidfladerne

En forbruger bestilte to stole, som i salgsannoncen var beskrevet som kvalitetslæderstole. Da forbrugeren senere skulle afhente stolene, konstaterede han, at de kun var betrukket med ægte læder på siddefladerne, mens ikke-siddeflader var betrukket med kunstlæder. Forbrugerne ønskede derfor at ophæve købet, hvilket den erhvervsdrivende afviste med henvisning til, at stolene svarede til de stole, forbrugeren havde set ved bestillingen. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af købsfakturaen, at det købte var: ”2 x Emil stol m. vip & drej. Sokkel: Bøg. Læder: Zorro 82 Cognac”. Det fremgår af salgsannoncen: ”Kvalitetslæderstol m. vip og drej. Justerbar nakkepude m. skammel, 15 læderfarver, 4 farver stel”.

Nævnet finder, at da det af salgsannoncen fremgår, at der er tale om en kvalitetslæderstol, og da der i annoncen ikke er taget nogen forbehold, må klageren have fået en berettiget forventning om, at hele stolen var af læder, og ikke kun på slidfladerne.

Nævnet lægger herefter til grund, at indklagede ved at undlade at gøre opmærksom på, at stolene var betrukket med kunstlæder på udvendige flader, har forsømt at give klageren oplysning om forhold af betydning for hans beslutning om køb af de pågældende stole, og at der som følge heraf foreligger en køberetlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3.

Det følger endvidere af købelovens § 76, stk. 1, nr. 2, at der foreligger en mangel ved salgsgenstanden, hvis sælgeren i annoncer eller andet markedsføringsmateriale har givet urigtige eller vildledende oplysninger af betydning for køberens bedømmelse af salgsgenstanden, som ikke er blevet rettet senest ved aftalens indgåelse, jf. § 76, stk. 2. Møblerne er også af denne grund mangelfulde.

Da denne mangel må betegnes som væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/00825)

7.9.3. Manglende levering af spisestue købt via internet-auktion

En forbruger, der ikke havde fået leveret en spisestue, som han havde købt via en netauktion, kunne rette sit tilbagebetalingskrav mod såvel de to erhvervsdrivende, som havde sat møblerne til salg, som mod den erhvervsdrivende, der drev hjemmesiden

En forbruger fik hammerslag på en spisestue på en internetauktion. Forbrugeren betalte for møblerne via en kontooverførsel og indgik derefter aftale med et transportfirma om levering af møblerne. Da møblerne ikke blev leveret, reklamerede forbrugeren først til sælgerne og derefter til den erhvervsdrivende, som drev hjemmesiden med internetauktion. Denne erhvervsdrivende afviste imidlertid at være ansvarlig med henvisning til, at hver afdeling var en selvstændig juridisk enhed, som ikke hæftede for hinanden.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af sagen, at klageren den 5. oktober 2006 via hjemmesiden XX.dk fik hammerslag på en spisestue i eg med 9 historiske stole fra slut 1800-tallet, og betalte for møblerne med en bankoverførsel. Møblerne er endnu ikke leveret, på trods af klagerens gentagne henvendelser.

Nævnet finder, at der foreligger et fjernsalg omfattet af reglerne i forbrugeraftaleloven, herunder forbrugerftalelovens § 24, stk. 1, hvorefter den erhvervsdrivende – medmindre andet er aftalt – skal levere sin ydelse senest 30 dage efter den dag, forbrugeren afgav sin bestilling. Undlader den erhvervsdrivende dette, kan forbrugeren hæve aftalen, jf. § 24, stk. 2.

Da de indklagede ikke leverede varen senest 30 dage efter klagerens bestilling, er klagerens krav om ophævelse af købet derfor berettiget.

Indklagede 3 har gjort gældende, at XX.dk er franchisebaseret, og klageren derfor har handlet med en selvstændig juridisk enhed, drevet i fællesskab af indklagede 1 og 2.

Da klageren har oplyst, at han ikke inden købsaftalen blev indgået fik klart oplyst, hvem han handlede med, og var af den opfattelse, at han handlede med indklagede 3, og da de tre indklagede ikke har godtgjort, at klageren klart blev oplyst om hvem han handlede med, finder fire nævnsmedlemmer, at indklagede 1, 2 og 3 hæfter solidarisk overfor klageren. Disse medlemmer lægger i øvrigt vægt på, at det fremtrædende navn på auktionshjemmesiden er XX.dk, mens navnet på indklagede 1 og 2's interessentskab ikke fremgår af auktionssiden, hvorfor klageren må have haft en berettiget forventning om, at han handlede med indklagede 3, som ejer af XX.dk

Et nævnsmedlem lægger vægt på, at klageren har accepteret auktionsbetingelserne, og dermed har været klar over, at han handlede med en selvstændig juridisk enhed, og at det af den pågældende auktion fremgik, at showroomet var Århus, hvorfor klageren må have vidst, at det ikke var indklagede 3 han handlede med, men derimod indklagede 1 og 2. Dette nævnsmedlem finder derfor, at indklagede 1 og 2 hæfter solidarisk overfor klageren, mens klageren ikke kan gøre krav gældende mod indklagede 3.

Nævnet finder ikke, at udgifterne til transport er tilstrækkeligt dokumenteret til, at nævnet kan tilkende klageren erstatning for dette, idet transporten vedrører flere varer, som ikke i tilstrækkelig grad er udspecificeret.” De erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01093)

7.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr

7.10.1. Køb af aluminiums foldecykel

En forbruger var berettiget til at forvente, at alle dele af en aluminiumsfoldecykel var af aluminium

En forbruger købte i en forretning, der solgte bådudstyr, to aluminiumsfoldecykler til en samlet pris af 6.400 kr. Af annoncen for cyklen fremgik det af

overskriften, at der var tale om en ” 20” tommer aluminiums foldecykel”. Det fremgik desuden af listen over tekniske specifikationer i annoncen, at cyklen havde et 20” børstet aluminiumsstel, 3 indvendige gear, fodbremse bag og håndbremse for, bagagebærer, støtteben og kædeskærm, etc.

Ca. 1 år efter købet opdagede forbrugeren, at cyklerne rustede. Forbrugeren rettede henvendelse til den erhvervsdrivende, idet han mente, at der var tale om en mangel. Den erhvervsdrivende afviste klagen men tilbød forbrugeren at købe to nye cykler til én cykels pris. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at kun cykelstellet var af aluminium, og at de dele, der ikke var af aluminium, rustede. Forbrugerklagenævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at de dele af cyklen, der ikke er af aluminium, dvs. alt bortset fra stellet, ruster. Ifølge den sagkyndige er det sædvanligt, at en aluminiumscykel består af et aluminiumsstel, og at de øvrige dele af cyklen ikke er af aluminium.

Nævnets flertal (3 nævnsmedlemmer) udtaler:

Det følger af købeloven, at der foreligger en mangel ved salgsgenstanden, hvis sælgeren eller et tidligere salgssled har givet urigtige eller vildledende oplysninger på varens indpakning, i annoncer, eller i andre meddelelser, der er beregnet til at komme til almenhedens eller køberens kundskab, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 2.

Det fremgår af annoncens overskrift, at der er tale om en ”20” aluminiums foldecykel.” Det er ikke i annoncen nævnt, at dele af cyklen, ikke er af aluminium. På den baggrund og henset til at cyklen er købt til en høj pris i en forretning, som sælger bådudstyr, hvorfor cyklen må forventes udsat for tæring, finder disse nævnsmedlemmer, at klageren har haft en berettiget forventning om, at cyklen var af aluminium og således ikke ville ruste. Da mangelen er væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.

Et mindretal (2 nævnsmedlemmer) finder ikke, at der foreligger en mangel ved salgsgenstanden, idet det fremgår af listen over tekniske specifikationer, at cyklen har et 20” børstet aluminiumsstel. Disse nævnsmedlemmer mener således ikke, at klageren kan have haft en berettiget forventning om, at alle dele af cyklen er af aluminium. Disse 2 medlemmer kan derfor ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.” Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01707)

7.10.2. Golfklub ikke anset som erhvervsdrivende

Forbrugerklagenævnet kunne ikke behandle en klage over en golfklub. Henset til golfklubbens formål og virke blev den ikke anset for at være erhvervsdrivende i relation til opkrævning af kontingent fra sine medlemmer

Efter at have været medlem af golfklubben i et par år undlod en forbruger at betale den modtagne opkrævning af kontingent for det kommende kalenderår, idet han forventede derved at være udmeldt.

Golfklubben sendte imidlertid en rykker og oplyste samtidig om klubbens regler for udmelding, herunder at udmeldelsen skulle tilgå bestyrelsen skriftligt og tidligst kunne effektueres 6 måneder efter modtagelsen.

Forbrugeren havde ikke været bekendt med de nævnte regler, som angiveligt fandtes på klubbens hjemmeside, og mente ikke, at de kunne gøres gældende over for ham. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Indklagede har gjort gældende ikke at være erhvervsdrivende, men en almen-nyttig forening. Indklagede mener derfor ikke, at Forbrugerklagenævnet er kompetent til at behandle klagen.

Af forbrugerklagelovens § 7 fremgår, at nævnet kan behandle klager fra forbrugere over erhvervsdrivende vedrørende varer, arbejds- og tjenesteydelser.

Det fremgår af sagen, at indklagedes formål er: ”... at skabe gode muligheder for at medlemmerne kan dyrke golf og med udgangspunkt i fællesskabet og det sociale liv i klubben at udbrede og fremme interessen for kendskabet til golfsporten”.

Henset hertil og til at de aktiviteter, klubben, ud over golffaciliteter, stiller til rådighed mod betaling, hovedsagelig er rettet mod medlemmerne, anser nævnet ikke under de konkrete omstændigheder indklagede for at være erhvervsdrivende. Som følger heraf er nævnet ikke kompetent til at behandle klagen.” (08/01822)

7.11. Foto, ure, optik, smykker

7.11.1. Fejlagtig prisangivelse på nettet

Sælgeren havde ikke bevist, at køberen var i ond tro ved bestillingen, jf. aftalelovens § 32, og aftalen var derfor bindende. Hvis sælgeren ikke kunne levere det bestilte, skulle sælgeren betale erstatning svarende til forskellen mellem den aftalte pris og prisen på aftaletidspunktet

En forbruger bestilte et kameraobjektiv på sælgerens hjemmeside. Objektivet var angivet til 1.459 kr. Straks efter bestillingen modtog forbrugeren en ordrebekræftelse.

Samme dag annullerede sælgeren ordren med henvisning til, at der var angivet en forkert pris. Der var tale om en tastefejl. Den rigtige pris var 14.595 kr. Forbrugeren fastholdt, at der var indgået en bindende aftale og indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet. Nævnets sagkyndige udtalte, at der var tale om en telezoomlinse, der normalt anvendes af professionelle eller meget avancerede amatørфотографер. Nævnet traf følgende afgørelse:

”Udbud af en vare på en hjemmeside med tilknyttet indkøbsfunktion som den i sagen omhandlede må aftaleretligt betragtes som et bindende tilbud, jf. aftalelovens § 1.

Da klageren ved bestillingen af objektivet via indklagedes hjemmeside har accepteret det af indklagede fremsatte tilbud, er det nævnets opfattelse, at der er indgået en bindende aftale mellem parterne.

Det følger imidlertid af aftalelovens § 32, stk. 1, at et løfte afgivet ved en fejltagelse ikke er bindende for løftegiveren, såfremt løftemodtageren ved løftets modtagelse indså eller burde indse, at der forelå en fejltagelse. Det påhviler løftegiveren at godtgøre, at løftemodtageren ved løftets modtagelse indså eller burde indse, at der forelå en fejltagelse.

Indklagede har anført, at klageren har kendskab til foto- og objektivoptik og vidste, at pågældende objektiv ikke kunne købes til den angivne pris. Nævnet finder ikke, at indklagede har godtgjort, at klageren skulle have et sådant kendskab. Henset til, at udbuddet af objektiver på indklagedes hjemmeside er bredt og har store prisforskelle, finder nævnet ikke, at klageren burde have indset, at der var tale om en fejlskrift fra indklagedes side. Indklagede er derfor bundet af den mellem parterne indgåede aftale.

Såfremt indklagede ikke kan levere det omhandlede objektiv, skal indklagede stille klageren økonomisk, som om aftalen var behørigt opfyldt. Det betyder, at indklagede skal betale klageren differencen mellem den aftalte pris og prisen på objektivet på aftaletidspunktet. På baggrund af den i sagen oplyste pris på objektivet på aftaletidspunktet, fastsættes erstatningen til 13.136 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen (08/01348)

7.11.2. Køb på internetauktion

En ring blev anset for mangelfuld, da der var givet urigtige oplysninger om ringen og dens værdi. Da købsaftalen blev indgået via en hjemmeside, havde forbrugeren fortrydelsesret, uanset at det fremgik af vilkår og hammerslagsmail, at der var tale om køb med udlevering fra fast forretningssted

En forbruger havde oprettet sig som kunde på et website, der solgte varer via auktion. En dag så hun en ring, som hun ønskede at byde på. Det fremgik af websitet, hvor ringen var afbildet, hvilke materialer ringen var lavet af, navnet på showroomet, at ringens vurdering var 125.000 kr., og at forretningsprisen var 200.000 kr.

Forbrugeren bød på ringen og fik herefter en mail, hvoraf det fremgik, at hun havde fået hammerslag, og at varen skulle afhentes i et bestemt showroom mod betaling af 31.250 kr. Det fremgik endvidere af mailen, at ”Aftalegrundlaget for dit køb er med udlevering fra fast forretningssted, som er det showroom, hvor varen er købt.” Den erhvervsdrivende tilbød at sende varen på forbrugers regning. Det fremgik endvidere, at ”før varen er betalt og afhentet ... er handlen ikke endeligt og køber har 14 dages fortrydelsesret efter forbrugerftalelovens § 17.”

Da forbrugeren mødte op for at hente ringen, blev forbrugeren bedt om at skrive under på en erklæring, hvoraf følgende fremgik: ”Jeg bekræfter hermed ved min underskrift, at ovennævnte vare er undersøgt samt at personalet hos XX.dk, på min egen opfordring har informeret mig i relation til varen.

Kort efter afhentningen blev forbrugeren opmærksom på, at ringens sten var af tvivlsom kvalitet og fik hos forskellige smykkeeksperter oplyst, at klarheden af diamanterne og værdien af rubinen ikke modsvarede den vurdering, som den erhvervsdrivende havde oplyst som genfremstillingsprisen på ringen.

Forbrugeren, der var vant til at handle på nettet, ville derfor udnytte sin fortrydelsesret. Den erhvervsdrivende afviste kravet under henvisning til, at der ikke var tale om fjernsalg. Den erhvervsdrivende afviste i øvrigt, at varens beskrivelse var misvisende.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgik af den erhvervsdrivendes beskrivelse af ringen på XX.dk, som var tilgængelig for klageren inden klageren afgav bud på ringen, at der er tale om en ”Eksklusiv 13.40 ct. Blod-rød rubin & brillant ring.” Det fremgår endvidere, at ringen indeholder en ”fantastisk smuk og intens 11,90 ct. Blod-rød rubin”, og at der medfølger ”dansk certifikat med forretningspris kr. 200.000”.

Ifølge sagkyndiges erklæring er rubinen af en meget dårlig kvalitet, den er uklar og fyldt med indeslutninger, og forkert at betegne rubinen som ”blodrød.” Det fremgår endvidere af erklæringen, at rubinen er af en smykke kvalitet, man ikke ser i Danmark, ligesom det ikke har været muligt for den sagkyndige at finde en rubin af så dårlig kvalitet i hverken Bangkok eller Hong Kong, og at ringens værdi er sat alt for højt, når man sætter den til 200.000 kr.

Da det på den baggrund må lægges til grund, at den erhvervsdrivende har givet urigtige og vildledende oplysninger om ringen, er ringen mangelfuld efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 1 og 4. Da manglen må anses for væsentlig, er forbrugeren berettiget til at hæve købet, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.

Der er endvidere mellem parterne en tvist om, hvorvidt forbrugeren har været berettiget til at fortryde købet efter forbruger aftalelovens regler om fortrydelsesret ved fjernsalg, eller om købsaftalen er indgået på den erhvervsdrivendes faste forretningssted.

Den erhvervsdrivendes hjemmeside er indrettet således, at varerne udbydes til salg, uden at kunderne har en reel mulighed for at undersøge varerne, og således at kunderne byder på varerne via mail, og ved en såkaldt hammerlagsmail, får accept af det afgivne bud.

Aftalen er således indgået via den erhvervsdrivendes hjemmeside, som led i et auktionssystem, hvor ”hammerslag” normalt må anses for en accept af kundens tilbud, hvorved der er indgået en bindende aftale, jf. aftalelovens § 1. Dette er da også i overensstemmelse med den opfattelse, forbrugeren fik, da hun handlede på den erhvervsdrivendes hjemmeside. På den baggrund er det nævnets opfattelse, at forbrugeren har indgået aftalen med den erhvervsdrivende ved fjernsalg som led i et system for fjernslag, jf. herved forbruger aftalelovens § 4.

Det er i den forbindelse uden betydning, at den erhvervsdrivende i auktion betingelserne, som forbrugeren skulle acceptere, da hun blev oprettet som kunde, og i hammerlagsmailen oplyste, at ”Aftalegrundlaget for dit køb er med udlevering fra fast forretningssted.” Såfremt den erhvervsdrivende ønsker at sælge sine varer fra fast forretningssted, hvor kunderne har en reel mulighed for at undersøge varerne, inden en købsaftale indgås, må den erhvervsdrivendes virksomhed indrettes i overensstemmelse hermed.

Forbrugeren har derfor haft krav på 14 dages fortrydelsesret, jf. forbruger aftalelovens § 18, der ikke kan fraviges til skade for en forbruger, jf. herved forbruger aftalelovens § 28, og den erhvervsdrivende har haft pligt til senest ved ringens overgivelse at give forbrugeren tydelig oplysning om blandt andet forbrugers fortrydelsesret efter loven og om vilkårene herfor, idet oplysningerne herom skal gives læsbart på papir eller et andet varigt medium, jf. forbruger aftalelovens § 12, stk. 1-3.

Forbrugeren meddelte den 9. februar 2007 – inden udløbet af 14 dages fristen – den erhvervsdrivende, at hun ønskede at fortryde købet, og forsøgte i samme forbindelse at aflevere ringen til den erhvervsdrivende. Forbrugeren har således rettidigt fortrudt købet. Nævnet finder dog anledning til at bemærke, at da den erhvervsdrivende ikke har opfyldt sin oplysningspligt efter forbrugeraftalelovens § 12, stk. 1 og 2, udløb fortrydelsesretten først 3 måneder efter ringens levering, jf. herved forbrugeraftalelovens § 18, stk. 3.

Forbrugeren har således også efter forbrugeraftalelovens regler krav på ved returnering af ringen til den erhvervsdrivende at få købesummen på 31.250 kr. tilbagebetalt, jf. lovens § 21, stk. 2 og stk. 3.

Den erhvervsdrivende blev pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen og blev endvidere pålagt at forrente forbrugeren krav. (2008-642/7-151)

7.11.3. Udvidelse af en gammel ring

En erhvervsdrivende burde have oplyst forbrugeren om, at udvidelse af en ring ville ske ved omsmeltning. Da ydelsen ikke levede op til det forbrugeren med rette kunne forvente, havde hun krav på tilbagebetaling af vederlaget

En forbruger indleverede sin oldefars gamle vielsesring til en guldsmed, idet hun ønskede at få den udvidet. Hun indleverede samtidig sin egen forlovelsesring, så der kunne tages guld herfra. Ved afhentningen konstaterede forbrugeren, at den gamle vielsesring var blevet omsmeltet, og at den havde fået en anden glød og ikke længere var trespaltet.

Guldsmeden havde inden aftalens indgåelse telefonisk tilbudt en ny spaltet ringskinne af gammelt guld og fattekant omkring stenen. Forbrugeren var ikke klar over, at det betød, at ringen ville blive omsmeltet. Guldsmeden oplyste, at forbrugeren selv havde brugt udtryk som to- og trespaltet, og guldsmeden havde derfor ikke anledning til at tro, at forbrugeren var i tvivl om betydningen af begreberne.

Guldsmeden tilbød efterfølgende uden beregning at forgylde ringen i en guldfarve, der svarede til den oprindelige farve, samt at tilbagebetale halvdelen af vederlaget. Dette afviste forbrugeren, idet hun ønskede hele vederlaget tilbagebetalt, idet det ikke var aftalt, at ringen skulle omsmeltes, og hun havde mistet et gammelt arvestykke. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at reparationen er udført i henhold til tilbuddet og svarende til, hvad enhver anden fagmand ville gøre.

Efter parternes oplysninger lægger nævnet til grund, at indklagede har afgivet tilbud på reparation svarende til indklagedes reparatørs tilbud på reparation og uden at give oplysninger om, at ringen ville blive omsmeltet.

Det er nævnets vurdering, at indklagede burde have oplyst, at ringen ved udvidelsen ville blive omsmeltet, og indklagede har ikke haft tilstrækkeligt grundlag til at formode, at klageren var bekendt med, at der ville blive foretaget omsmeltning af ringen uden, at indklagede specifikt oplyste det.

På baggrund heraf har indklagede udført en tjenesteydelse, som klageren med rette ikke havde forventet, og som er uden værdi for klageren. Klageren er derfor berettiget til at kræve tilbagebetaling af vederlaget.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav (08/01168).

7.11.4. Køb af mærkevarer

Det forhold, at Armani-mærket ikke kunne blive siddende, blev anset for en mangel. Under hensyn til at det var væsentligt for forbrugeren, at brillerne var af mærket Armani, blev manglen anset for væsentlig

En forbruger købte Armani-briller hos en erhvervsdrivende til en pris af 5.585 kr. Efter 2 måneders brug faldt Armani-mærket af brillerne, hvorefter den erhvervsdrivende udskiftede begge stænger.

6 måneder efter faldt mærket af igen, og den erhvervsdrivende ombyttede stellet. Dette gentog sig en måned efter, og den erhvervsdrivende tilbød at ombytte stellet igen eller ombytte til et andet produkt, hvilket forbrugeren afviste.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger til grund, at da Armani-mærket er faldet af 3 gange ved almindelig brug, og at det antages at skyldes, at mærket ikke har siddet tilstrækkelig fast på brillen.

Efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, er der tale om en mangel, hvis genstanden er af en anden eller ringere beskaffenhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være.

Nævnet lægger herefter til grund, at brillen ved leveringen var behæftet med en mangel i henhold til købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Under hensyn til at Armani-mærket udgør en væsentlig del af købet, og at den omhandlede mærkevarer har stor betydning for klageren, er det nævnets opfattelse, at der er tale om en væsentlig mangel ved brillen. Klageren er derfor berettiget til et forholdsmæssigt afslag i overensstemmelse med klagerens krav. Nævnet fastsætter skønsmæssigt afslaget til 2.800 kr.”

Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen samt at forrente forbrugers krav. (08/00990)

7.11.5. Ur tålte ikke temperaturforandringer og var uegnet til rejsebrug

En forbruger kunne hævde købet af et ur, da sælgeren ikke ved købet havde oplyst, at der var tale om et sart ur, som ikke tålte temperaturforandringer og høj luftfugtighed og derfor var uegnet til rejsebrug

Forbrugeren købte i december 2006 et herrearmbåndsurs af mærket Ole Mathiesen. I forbindelse med en rejse i Sydamerika i januar 2008 konstaterede forbrugeren, at der dannedes dug på indersiden af urets glas, og at der var begyndende rustdannelse i kanten af urskiven. Ved hjemkomsten henvendte forbrugeren sig til sælgeren, der afviste at dække reparationen under garantien, da uret ikke var beregnet til brug ved temperaturer på over 30 grader celsius. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet. Sælgeren tilbød nu pr. kulance at reparere uret vederlagsfrit, hvilket forbrugeren afviste, da han ikke ønsker et ur, som ikke tålte temperaturer på 30 grader.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse: ”Efter nævnets opfattelse burde indklagede ved købet have oplyst over for klageren, at der er tale om et sart ur, som ikke tåler temperaturforandringer og høj luftfugtighed og derfor er uegnet til rejser. Indklagede har ikke godtgjort, at klageren har fået nogen vejledning herom.

Uret er således behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. Da manglen er væsentlig, er klageren berettiget til at hævde købet, jf. købelovens § 78, stk.1.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/03104)

7.11.6. Ombytningsret, selvom urkæden var afkortet

En forbruger købte et ur til sin datter i julegave og fik samtidig afkortet kædens længde. Da der var indrømmet en 30 dages ombytningsret ved udleveringen, kunne sælgeren ikke påberåbe sig afkortningen som begrundelse for bortfald af bytteretten

En forbruger købte den 15. december 2006 et ur, som hun ville forære til sin datter i julegave, og fik samtidig afkortet urkædens længde, så den ville passe til datterens arm.

Mellem jul og nytår henvendte datteren sig i butikken for at få uret byttet men fik at vide, at den sædvanlige 30 dages bytteret bortfaldt, fordi kædens

længde var ændret. Den erhvervsdrivende henviste endvidere til, at uret ikke længere kunne anses for nyt, da det var blevet ridset på bagsiden af kæden.

Forbrugeren var ikke tilfreds med svaret og indbragte derfor sagen til Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Ifølge den sagkyndige er der små vandrette ridser på bagsiden af urkæden. Ridserne kan være forårsaget i forbindelse med afkortningen, under udstillingen i indklagedes butiksvindue, eller af urets indpakning. Uret fremtræder i øvrigt som nyt, uden nogen tegn på brug.

Nævnet har besigtiget uret og dets indpakning. I bunden af den medleverede æske, er påsat et klistermærke, der er datostempet den 15. december 2006, og hvoraf det fremgår, at der ydes 30 dages bytteret.

Ifølge det oplyste, er uret udleveret til klageren den 15. december 2006, efter at være blevet afkortet. Henset hertil er det nævnets opfattelse, at indklagede ikke kan påberåbe sig afkortningen som begrundelse for bortfald af bytteretten, i det man samtidig har påført det omtalte klistermærke.

Uret anses i øvrigt for at være ubrugt, og klageren har derfor været berettiget til at benytte sig af bytteretten, hvilket indklagede skal anerkende.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen (08/01063)

7.12. Motorkøretøjer

7.12.1. Mindre mangel var ikke afhjulpet inden rimelig tid

Uhensigtsmæssigt materialevalg medførte, at batteriets poler rustede med startvanskeligheder til følge. Da manglen ikke blev afhjulpet inden rimelig tid, kunne købet hæves

En forbruger købte en motorcykel til en pris af 15.680 kr. Efter et halvt års brug gik den i stå under kørsel. Efter flere afhjælpningsforsøg kunne motorcyklen fortsat ikke køre. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet. Nævnets sagkyndige undersøgte motorcyklen og udtalte, at der var anvendt simpelt jern til fastgørelse af ledningsnettet til batteriets poler, hvilket var uhensigtsmæssigt, idet der på grund af batteriets syredampe ville blive dannet rust og ir, der på sigt ville resultere i manglende kontakt i el-systemet. Manglen ville kunne afhjælpes for 1.000 kr. Nævnet traf følgende afgørelse:

”Nævnets sagkyndige har undersøgt motorcyklen og kunne konstatere, at motorcyklen umotiveret går i stå, grundet manglende batterispænding. Årsagen – der var til stede på leveringstidspunktet – til den manglende batterispænding er

de benyttede skruer af simpelt ubehandlet jern, der forårsager ir ved batteriets poler, der på sigt resulterer i manglende kontakt i el-systemet.

På denne baggrund finder nævnet, at motorcyklen har været behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Da indklagede har haft motorcyklen til reparation tre gange, uden at have afhjulpet fejlen, har indklagede ikke afhjulpet inden rimelig tid, hvorfor klageren er berettiget til at hæve handlen, jf. købelovens § 78, stk. 4.” (08/01521)

7.12.2. Kommissionsbil

Den erhvervsdrivende sælger hæftede for mangler ved en bil, selvom bilen blev solgt for en privat sælger, idet køberen på baggrund af omstændighederne ved købet havde været berettiget til at gå ud fra, at den erhvervsdrivende var sælger af bilen

En forbruger købte i oktober 2007 en brugt bil. Efter 2 måneder reklamerede forbrugeren til sælgeren over en defekt toppakning og et defekt krængningskryds. Sælgeren afviste reklamationen under henvisning til, at han blot havde formidlet salget, og at forbrugeren skulle rette sin henvendelse til den tidligere ejer, der var en privatperson. Sagen blev indbragt for Forbrugerklageævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af sagens bilag, at bilen var annonceret til salg på XX.dk på en måde, der gav indtryk af, at det var indklagede selv, der solgte bilen. Af sagens oplysninger fremgår det endvidere, at bilen var placeret hos indklagede og var forsynet med indklagedes prisskilt, og bilen var forsynet med indklagedes navn på nummerpladen. Klagerens henvendelse med henblik på at prøvekøre bilen skete til indklagede, ligesom den efterfølgende aftaleindgåelse skete hos indklagede. Det bemærkes endvidere, at der på slutsedlen er anført ”KOMMISSIONSBIL”, og at indklagedes firmastempel med underskrift er anført på slutsedlen ”Som sælger”.

Under disse omstændigheder har klageren været berettiget til at gå ud fra, at indklagede var sælger af bilen, medmindre klageren udtrykkeligt blev oplyst om andet. Mod klagerens benægtelse kan indklagede ikke godtgøre, at han har oplyst klageren om, at der var tale om et privatsalg.

Bilen er således solgt i indklagedes eget navn, og indklagede hæfter derfor umiddelbart over for klageren for eventuelle mangler ved bilen. Dette gælder, selv om det måtte være en privat ejer, som var ejer af bilen inden salget, idet der har været tale om et kommissionssalg, hvor indklagede har solgt bilen i eget navn, men for den private ejers regning, jf. herved kommissionslovens § 56, stk. 1.

Forbrugerklagenævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at der har været slør i bilens krængningsstabilisatorer på leveringstidspunktet, hvilket ville medføre anmærkninger ved et effektivt syn.

Endvidere lægger nævnet efter den sagkyndiges erklæring til grund, at bilen på leveringstidspunktet havde fejl på kølesystemet og en svag tandremsstrammer, hvilket er ud over det forventelige, når henses til bilens alder og km-tal og omstændighederne i øvrigt.

Efter den sagkyndiges erklæring anser nævnet herefter bilen behæftet med mangler, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4. Klageren er berettiget til et forholdsmæssigt afslag i prisen, fastsat til 10.000 kr., jf. købelovens § 78, stk. 4". (08/02873)

7.12.3. Oprindeligt trepartsforhold

Et køb, der blev finansieret ved at en sælger via en database kontaktede et finansieringsselskab med henblik på bevilling af et lån til en køber, blev anset for et oprindeligt trepartsforhold, jf. kreditaftalelovens § 5, nr. 2.

En forbruger ønskede at købe en motorcykel hos en erhvervsdrivende. I den forbindelse anbefalede den erhvervsdrivende at lade et bestemt finansieringsselskab finansiere købet, da det var det billigste. Den erhvervsdrivende udfyldte via det såkaldte bilinfo-program en låneansøgning, som blev sendt til finansieren. Finansieren kreditgodkendte forbrugeren. Forhandleren udskrev dokumenterne i bilinfo-programmet, hvorefter forbrugeren underskrev dokumenterne, som blev sendt til finansieren. Lånet blev af finansieren udbetalt direkte til sælgeren.

Bilinfo-programmet indeholder bl.a. et salgs- og markedsføringsværktøj til autoforhandlere. Endvidere sammenkæder systemet autobranchen, finansieringsbranchen samt internetbranchen.

Kort efter leveringen konstaterede forbrugeren problemer med karburatoren, utæt vandpumpe og oliespild fra motoren, og den erhvervsdrivende udskiftede vandpumpen. Problemerne fortsatte, og den erhvervsdrivende udførte mange reparationer.

Da fejlen fortsat ikke var afhjulpet indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger på baggrund af den sagkyndiges erklæring til grund, at det kan konstateres, at motoren taber olie fra en lækage mellem to udvendige dæksler. Den sagkyndige oplyser, at fejlen skyldes, at dækslerne har været adskilt i forbindelse med udskiftningen af vandpumpen. Nævnet lægger herefter til grund, at olietabet skyldes sælgerens forsømmelse i forbindelse med

et afhjælpningsforsøg. Nævnet lægger endvidere til grund, at det konstaterede karburatorproblem skyldes manglende justering af karburatoren ved montering af udstødningen, som må antages at have været til stede på leveringstidspunktet.

Efter købelovens § 76, stk.1, nr. 4 foreligger der en mangel, hvis salgsgenstanden er af en anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være.

Under hensyn til at forbrugeren har købt en ny motorcykel, at sælgeren flere gange har repareret på motorcyklen, og at der fortsat kan konstateres fejl ved motorcyklen, som bl.a. skyldes afhjælpningsforsøg, har sælgeren ikke udbedret manglen inden rimelig tid, jf. købelovens § 79. Forbrugeren er således berettiget til at hæve købet og få købesummen udbetalt, jf. købelovens § 78, stk. 4.

Nævnet lægger til grund, at der er indgået en finansieringsaftale elektronisk ved hjælp af et system, som Bilinfo har udviklet. Finansieringsselskabet har oplyst, at systemet har den fordel, at det kan beregne en finansiering til køberen, mens han er til stede hos sælgeren, hvilket sparer finansieringsselskabet menneskelige ressourcer, idet systemet kan beregne finansiering på forskellige ydelser og kan lave en finansieringsaftale elektronisk. ”Bilinfo-systemet” har ifølge finansieringsselskabet afløst den nu forældede fremgangsmåde, hvor brochurer med finansieringstilbud uddeles til forhandlere. Finansieringsselskabet skal i sidste ende foretage kreditvurderingen, som de altid har gjort.

Forbrugeren har oplyst, at han blev anbefalet at anvende finansieringsselskabet, som ifølge sælgeren var billigst med lån. Sælgeren har oplyst, at han har modtaget 2.500 kr. for at formidle finansieringsaftalen.

Det var således efter det oplyste på sælgerens initiativ, at kreditkøbet blev finansieret af finansieringsselskabet, idet det var sælgeren, der via ”Bilinfo” sørgede for de nødvendige dokumenter vedrørende låneoptagelsen, der skete i forbindelse med aftalens indgåelse. Sælgeren faxede herefter låneansøgningen til finansieringsselskabet, der efter at have kreditgodkendt forbrugeren, udbetalte lånebeløbet direkte til sælgeren.

Nævnet finder på den baggrund, at der foreligger derfor et sådant samvirke mellem på den ene side sælgeren og på den anden side finansieringsselskabet i forbindelse med kreditaftalens indgåelse, at aftalerne må anses for omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2. Forbrugeren kan derfor i medfør af kreditaftalelovens § 33, stk. 1, over for finansieringsselskabet gøre de samme indsigelser gældende som over for sælgeren efter reglerne i kreditaftalelovens § 33, stk. 2.

Det indebærer, at sælgeren hæfter for tilbagebetaling af hele kreditkøbsprisen inklusiv kreditomkostninger, samt at forbrugeren også kan påberåbe sig

reglerne i kreditaftalelovens § 33, stk. 1 og 2, som grundlag for at gøre indsigelser gældende mod finansieringsselskabet.

Hvis sælgeren ikke tilbagebetaler købesummen inkl. kreditomkostninger til forbrugeren, kan forbrugeren rejse samme pengekrav overfor finansieringsselskabet.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen og at forrente forbrugers krav. (08/00778)

7.12.4. Garanti på brugt bil

Det fremgik af slutsedlen, at der var tre måneders garanti. Den erhvervsdrivende misligholdt sine garantiforpligtelser ved ikke at udbedre de fejl, som forbrugeren klagede over. Erstatning

En forbruger købte en brugt bil årgang 1992 til en pris af 15.000 kr. Det fremgik af slutsedlen, at den erhvervsdrivende ydede tre måneders garanti.

10 dage efter købet reklamerede forbrugeren over en række fejl. Den erhvervsdrivende udbedrede nogle af fejlene, og parterne aftalte, at forbrugeren skulle komme igen 1½ måned efter for at få de resterende fejl udbedret.

Fejlene blev ikke udbedret, og forbrugeren reklamerede igen til den erhvervsdrivende, men intet skete. Forbrugeren fremsendte herefter et anbefalet brev til den erhvervsdrivende og anmodede den erhvervsdrivende om at betale for de reparationer, som forbrugeren havde fået foretaget på et andet værksted, men brevet kom retur.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

Den erhvervsdrivende har ikke svaret i sagen, hvorefter sagen afgøres på baggrund af klagerens fremstilling og sagens dokumenter i øvrigt.

Det fremgår af slutsedlen, at der er ydet en garanti ”1. 100 %, 2. 75 %, 3. 50 %”. Da garantien ikke er begrænset til særlige fejl eller særlige dele af bilen, må garantien forstås således, at forbrugeren kan påberåbe sig en bedre retsstilling end efter købelovens almindelige bestemmelser – uanset om der er tale om mangler i købelovens forstand. Det følger således af markedsføringsloven, at en garantierklæring skal yde modtageren en væsentlig bedre retsstilling end efter lovgivningen.

Klageren har reklameret over fejl ved askebæger bagi, seleholderen venstre side bagi, nye lister på siderne, stoffet i loftet, læderstof til håndbremse og gearskifte, ventilation i venstre side, el håndtag i højre side inden for den første måned. Forbrugeren har endvidere reklameret over fejl ved benzinnåleren godt 2 måneder efter levering. Da den erhvervsdrivende ikke har sørget for

udbedring heraf, har den erhvervsdrivende tilsidesat sine garantiforpligtelser. Der foreligger derfor en misligholdelse af garantiforpligtelsen, som berettiger klageren til en erstatning på 3.000 kr.

Nævnet kan ikke lægge til grund på baggrund af den sagkyndiges erklæring, at der er tale om mangler ved bilen. Forbrugeren har dermed ikke et krav efter købeloven. Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav. (08/00881)

7.12.5. Kommissionsalg af bil

En forbrugers køb af en bil blev betragtet som et forbrugerkøb, hvor en bilforhandler hæftede som kommissionær, idet forbrugeren ikke forud for aftalens indgåelse på en tilstrækkelig klar og tydelig måde var blevet oplyst om, at den erhvervsdrivende alene formidlede salget af bilen

En forbruger så på internettet en annonce for en bil og henvendte sig derpå til bilforhandleren på dennes adresse, hvor forbrugeren købte bilen. Da der senere opstod fejl ved bilen reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende, som imidlertid afviste reklamation med henvisning til, at han ikke var sælgeren af bilen men alene havde formidlet salget for en privat person.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Indklagede har gjort gældende, at han ikke hæfter for mangler ved bilen, idet han alene har formidlet købet mellem to private. Sagen er derfor forelagt Forbrugerklagenævnet med henblik på en afgørelse af, om sagen hører under nævnets kompetence.

Spørgsmålet om, hvorvidt indklagede hæfter over for klageren som kommissionær beror på, om indklagede har givet klageren føje til at tro, at han ville forpligte sig selv. Burde klageren forstå, at det var indklagedes hensigt at binde en anden, hæfter sælgeren derimod ikke for mangler ved bilen.

Det fremgår af sagens oplysninger, at bilen var annonceret på internettet via bilbasen.dk, hvor klageren så bilen, og hvor indklagedes firmanavn og -adresse samt telefonnumre var oplyst, ligesom det var oplyst, at der ville blive opkrævet leveringsomkostninger ved salg af bilen. Det fremgår endvidere, at bilen stod udstillet hos indklagede, uden at bilen var udstyret med et prisskilt i forruden. Det fremgår ydermere, at købsaftalen blev affattet på en slutseddel, påtrykt: ”*Slutseddel – privat bilhandel*”, samt at sælgeren er oplyst som værende ”XX”, hvis privatadresse og telefonnummer, samt underskrift tillige fremgår af slutsedlen, og til hvem købesummen tillige er betalt med bankcheck. XX arbejdede hos indklagede og befandt sig der, da handlen blev indgået. Indklagedes navn, adresse eller andet fremgår ikke af slutsedlen.

Det følger af kommissionslovens § 4, stk.1, at en erhvervsdrivende hæfter for mangler ved det solgte, når denne er sælger af genstanden, eller når den erhvervsdrivende handler for en andens regning, men i eget navn.

Uanset det ovenfor anførte er det efter nævnets vurdering ikke godtgjort, at indklagede forud for købeaftalens indgåelse på tilstrækkelig klar og tydelig måde har gjort klageren opmærksom på, at indklagede udelukkende var formidler af salget af den i sagen omhandlede bil. Nævnet lægger i den forbindelse vægt på, at det ikke fremgår af den salgsannonce, som klageren har reageret på, at bilen sælges af privat, ligesom det af samme annonce fremgår, at der er beregnet leveringsomkostninger. Nævnet lægger endvidere vægt på, at bilen blev solgt fra indklagedes værksted, at indklagede er erhvervsdrivende i bilbranchen, samt at nævnet ikke finder det godtgjort, at bilen – som oplyst af indklagede – hos indklagede var annonceret som salg for kunde.

Sagen hører som følge af det ovenfor anførte under nævnets kompetence, hvorfor sagens behandling ved nævnet fortsættes.” (08/01131)

7.12.6. Bilforhandler hæftede ikke for privat salg

En forbrugers køb af en bil var en handel mellem to private, idet bilforhandleren ikke havde solgt bilen i eget navn men alene havde formidlet salget for en privat sælger. Bilforhandleren hæftede ikke for mangler på bilen

En forbruger købte en bil, som var udstillet hos en bilforhandler. Forbrugeren havde henvendt sig til den erhvervsdrivende på baggrund af en internetannonce, hvoraf det fremgik, at bilen ”*sælges privat – med henvisning til kunde*”. Endvidere fremgik den erhvervsdrivendes firmanavn og firmaadresse. I forbindelse med købet kontaktede bilforhandleren telefonisk en anden person, da forbrugeren ønskede et afslag i købesummen, og forhandleren ikke var bemyndiget til at give et sådant. Der blev herefter udfærdiget en slutseddel med overskriften ”Handel med brugt bil mellem private”.

Ca. 1 måned efter købet reklamerede forbrugeren til bilforhandleren over diverse fejl på bilen. Bilforhandleren afviste reklamationen under henvisning til, at der var tale om en handel mellem to private.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som afviste sagen med følgende begrundelse:

”Indklagede har gjort gældende, at han ikke hæfter for mangler ved bilen, idet han alene har formidlet købet mellem to private.

Spørgsmålet om, hvorvidt indklagede hæfter over for klageren som kommissionær, beror på, om indklagede har givet klageren føje til at tro, at han ville forpligte sig selv. Burde klageren forstå, at det var indklagedes hensigt at binde en anden, hæfter sælgeren derimod ikke for mangler ved bilen.

Det fremgår af sagens oplysninger, at bilen stod udstillet hos indklagede, at bilen var udstyret med et prisskilt i forruden, samt at klageren fik udleveret salgsmateriale forud for købet. Endvidere var bilen sat til salg i en annonce på Den Blå Avis' hjemmeside, hvoraf det fremgik: "*sælges privat – med henvisning til kunde*". Indklagedes firmanavn og -adresse var oplyst i samme annonce. Det fremgår ydermere, at købsaftalen blev affattet på en slutseddel, påtrykt: "*Handel med brugt bil mellem private*", samt at en privat person er anført med navn og privatadresse i feltet "*sælger*". Det fremgår endelig, at sælgeren ikke havde bemyndigelse til at forhandle prisen på bilen, men at sælgeren i forbindelse med købet tog kontakt til en anden, der gav et afslag i prisen. Indklagede har oplyst, at klageren forud for købet blev oplyst om, at der var tale om en privat handel, hvilket klageren har bestridt at være blevet oplyst om.

På baggrund af sagens oplysninger er det efter en samlet vurdering nævnets opfattelse, at indklagede ikke har givet klageren føje til at tro, at han solgte bilen i eget navn, men at indklagede har formidlet salget af bilen for en privat sælger, jf. købelovens § 4a, stk. 2. Nævnet lægger i den forbindelse vægt på, at det fremgår af salgsannoncen fra Den Blå Avis' hjemmeside, at bilen sælges privat, at det af slutsedlen tydeligt fremgår, at der er tale om en handel mellem private, samt at hverken indklagedes firmanavn, -adresse, -logo eller lignende i øvrigt fremgår af slutsedlen, idet det er sælgerens navn og private adresse, der er anført på slutsedlen, ligesom sælgeren kontaktede en anden, som gav et afslag i prisen.

Da der således er tale om formidling, skal kravet rettes imod sælgeren af bilen, som er en privatperson, og ikke imod formidleren, som er erhvervsdrivende. Sagen falder derfor uden for Forbrugerklagenævnets kompetence, jf. lov om forbrugerklager § 7, hvoraf det fremgår, at Forbrugerklagenævnet behandler klager fra forbrugere over erhvervsdrivende vedrørende varer, arbejds- og tjenesteydelser, som ikke hører under et godkendt, privat ankenævn. Derfor afvises sagen.

Nævnet bemærker imidlertid, at uanset, at der er tale om en handel mellem to private, medfører det forhold, at salget er formidlet af en erhvervsdrivende, som i forbindelse med salget har optrådt som led i sit erhverv, at tvisten mellem klageren og sælgeren af bilen skal afgøres efter købelovens ufravigelige regler om forbruger køb." (08/02152)

7.12.7. Reklamationsretten følger genstanden

En forbruger, der havde købt en bil af en privatperson, var indtrådt i denne persons rettigheder over for den erhvervsdrivende, der oprindeligt havde solgt bilen

En forbruger havde købt en brugt bil af en privat person, der kort tid forinden havde købt bilen af en erhvervsdrivende. Forbrugeren konstaterede en række fejl ved bilen og reklamerede over dette til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende afviste at foretage reparationer under henvisning til, at bilen ikke fejlede noget. I forbindelse med sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet gjorde den erhvervsdrivende gældende, at han ikke var forpligtet over for den nuværende ejer af bilen, da han havde solgt bilen til en anden person, og garantiforpligtelsen fulgte denne person. Forbrugerklagenævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Nævnet bemærker at det forhold, at bilen ifølge de udleverede garantibestemmelser er solgt med en seks måneders garanti med 50 % reparationsgodtgørelse, er uden betydning for sagens afgørelse, da et sådant vilkår ikke er bindende for køberen i et forbruger køb, jf. herved købelovens § 77, jf. § 1, stk. 2. Vilkåret afskærer således ikke klageren fra at gøre mangelsindsigelser gældende, hvis bilen ved leveringen havde ikke forventelige fejl.

Nævnet bemærker endvidere, at reklamationsretten følger genstanden. En forudsætning for, at klageren kan gøre mangelsindsigelser gældende, er derfor, at den oprindelige køber kunne gøre indsigelser gældende over for indklagede. Klageren kan således ikke få en bedre retsstilling end den oprindelige køber – men derimod få samme retsstilling. Klageren er dermed indtrådt i den oprindelige aftaleerhververs rettigheder.

På baggrund af den sagkyndiges udtalelse lægger nævnet til grund, at fejlen ved bundkarret har været til stede ved leveringen, idet gennemtæring af et bundkar sker over længere tid, hvorfor forstadierne allerede har været til stede inden leveringen. Ifølge den sagkyndige ligger fejlen ud over det forventelige, henset til bilens alder og kilometertal og omstændighederne i øvrigt. Bilen har derfor ved leveringen været mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

På denne baggrund er klageren berettiget til et afslag i prisen, som skønsmæssigt fastsættes til 890 kr., jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 3.

Den sagkyndige har ikke kunnet føre de øvrige fejl tilbage til leveringstidspunktet, hvorfor disse ikke kan betegnes som mangler.” (08/02994)

7.12.8. Bilen var genopbygget efter en skade

Det var en ikke uvæsentlig mangel, at bilen var genopbygget efter en skade, da bilen ikke havde samme værdi som en bil, der ikke havde været udsat for en væsentlig skade

Forbrugeren havde af den erhvervsdrivende købt en Fiat Punto, der var registreret første gang i 2002. Få dage efter købet reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende over, at bilen ifølge en FDM-test havde været genopbygget efter en skade.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugeren krav om ophævelse af købet under henvisning til, at han ikke havde kendskab til, at bilen var blevet genopbygget efter en skade, og afviste derfor forbrugeren krav. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af oplysningerne fra Centralregistret for Motorkøretøjer, at klagerens bil har været genopbygget efter en skade ca. et halvt år efter 1. registreringsdato. Nævnet lægger på denne baggrund til grund, at bilen har været skadet for mindst 50 % af bilens nypris.

Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at en bil der har været genopbygget efter en skade ikke har samme værdi, som en bil der ikke har været udsat for en væsentlig skade. Det fremgår endvidere, at en genopbygget bil må repareres med brugte dele.

På denne baggrund må bilen anses for at være mangelfuld i henhold til købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, i det den har været af anden eller ringere beskaffenhed end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Da manglen ikke kan anses for at være uvæsentlig, kan klageren hæve købet, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.

Klageren har endvidere gjort krav om erstatning for FDM-test gældende. Klageren er berettiget til at få erstatning for eftertesten på i alt 320 kr., da eftertesten viste, at der stadig var fejl på bilen. Klageren er imidlertid ikke berettiget til erstatning for specialtesten, da klageren ikke inden udførelsen af testen havde rettet henvendelse til indklagede og påberåbt sig manglerne.

Da klageren siden leveringen har kørt ca. 14.000 kilometer i bilen, lægger nævnet til grund, at klagerens nytte af bilen har medført en sådan værdiforringelse af denne, og at klagerens krav på købesummens tilbagebetaling efter almindelige berigelsesgrundsætninger bør reduceres med et beløb, som skønsmæssigt fastsættes til 7.000 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/02320)

7.13. Transport og flytning

7.13.1. To værdifulde malerier bortkommet under flytning

Flyttefirma var erstatningsansvarlig for bortkomst af to malerier, da det ikke skulle komme forbrugeren bevismæssigt til skade, at firmaet ikke havde en procedure, der sikrede, at samtlige effekter på den udarbejdede pakkedliste også blev udleveret til forbrugeren

En forbruger, der skulle flytte til Guatemala, lavede en udførlig optegnelse over sit indbo, som blev udleveret til flyttefirmaet. Af listen fremgik blandt andet 2 malerier, som havde en betydelig værdi.

Flyttefirmaet ompakkede og afsendte indboet uden at notere sig, hvorvidt indholdet stemte overens med det på pakkelisten anførte.

Ved modtagelsen i Guatemala manglede 2 malerier. Forbrugeren kontaktede den erhvervsdrivende, som afviste at være behjælpelig med at anmelde kravet i overensstemmelse med den forsikring, som man havde tegnet på forbrugers vegne. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Før afsendelse af godset udarbejdede klageren en pakkedliste, hvoraf bl.a. fremgår, at der blandt flyttegodset var to relativt kostbare malerier. Indklagede har på baggrund af klagerens værdiansættelser i pakkelisten ladet godset forsikre for klagerens regning.

Indklagede ompakkede klagerens ejendele forud for afsendelsen fra Danmark og har i den forbindelse haft mulighed for at sikre sig, at det relativt begrænsede antal effekter, som var nævnt på pakkelisten, var til stede. Indklagede har endvidere ved udlevering af effekterne til klageren haft mulighed for at sikre sig bevis for, at effekterne var til stede på daværende tidspunkt og alle blev udleveret.

Efter det oplyste har indklagede ikke haft en procedure, der sikrer, at samtlige indleverede effekter også bliver udleveret til kunden. Nævnet finder, at indklagede, der havde kendskab til, at flyttegodset indeholdt værdifulde malerier, havde en særlig grund til at sikre sig bevis for udlevering af malerierne.

Henset til at klageren reklamerede over de manglende malerier straks efter modtagelse af indboet, og da det ikke skal komme klageren bevismæssigt til skade, at indklagede ikke har en procedure, der kan afklare, om samtlige effekter blev udleveret til kunden, lægger nævnet i overensstemmelse med klagerens forklaring til grund, at de to malerier af kunstneren Inger Hannmann manglede ved udleveringen.

Da malerierne anses for bortkommet i indklagedes varetægt, og da indklagede ikke har godtgjort, at dette ikke skyldes indklagedes fejl eller forsømmelse, er indklagede erstatningsansvarlig overfor klageren for det tab, hun herved har lidt. Maleriernes værdiansættelse er ikke bestridt af indklagede, og erstatningen fastsættes derfor til 42.000 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerklagenævnet. (08/02612)

7.13.2. Ændring af afrejsetidspunktet for flybilletter til et weekendophold i Italien

Et forbehold i flyselskabets forretningsbetingelser, hvorefter flyselskabet forbeholdt sig retten til at ændre flyafgange, kunne ikke anses for vedtaget. Da ændringen af flytiden indebar, at rejsen blev forkortet med ca. 25 %, var forbrugeren berettiget til et afslag i prisen

En forbruger havde via et flyselskabs hjemmeside købt flybilletter fra Danmark til Italien tur/retur. 17 dage før forbrugeren skulle rejse til Italien, meddelte flyselskabet, at afrejsetidspunktet var blevet ændret fra kl. 8.15 til 16.35, således at forbrugeren skulle flyve fra Danmark over 8 timer senere end beregnet.

Forbrugeren henvendte sig til den erhvervsdrivende, da ændring betød, at forbrugeren ville miste en dag på destinationen. Den erhvervsdrivende henholdte sig til, at de havde overholdt reglerne i forordning 261/2004 art. 6, da de havde ændret afrejsetidspunktet mere end 14 dage før afrejse. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet bemærker indledningsvist, at EU forordning 261/2004 art. 6 er overholdt, da indklagede 17 dage før afrejsetidspunktet oplyste klageren om ændringen. Der kan således ikke kræves compensation på baggrund heraf. Reglerne i forordningen udelukker imidlertid ikke, at klageren kan gøre yderligere krav gældende efter de civilretlige regler, jf. forordningens art. 12.

Det fremgår af indklagedes forretningsbetingelser, at indklagede forbeholder sig retten til at ændre flyafgange. Dette forbehold findes på side 9 i indklagedes betingelser. Da forbeholdet er byrdefuldt og ikke særlig fremhævet, kan forbeholdet ikke anses for at være vedtaget.

Dertil kommer, at den faktiske ændring af flytid, der indebar at klagerens rejse blev forkortet med ca. 25 %, er af en sådan karakter og omfang, at den ikke kan anses for at være omfattet af de forbehold for ændringer af flytider, som klageren ifølge aftalen har måttet være forberedt på at skulle tåle.

Klageren er på denne baggrund berettiget til et afslag, der skønsmæssigt fastsættes til 1.000 kr.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til forbrugerstyrelsen. (08/04679)

7.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.

Ingen sager.

7.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

Ingen sager.

7.16. Øvrige sager

7.16.1 Skildpadde kunne ikke ombyttes

En sælger kunne ikke afværges forbrugerens krav om ophævelse ved at tilbyde omlevering, da omlevering med en tilsvarende skildpadde var umulig

Da en forbruger henvendte sig i en dyrehandel for at købe en leopardskildpadde, kunne hun vælge mellem 5 – 7 skildpadder, som befandt sig i et bur med en varmelampe. Forbrugeren udvalgte den købte skildpadde, fordi den var aktiv, i modsætning til de andre skildpadder, som lå helt stille under varmelampen.

To dage senere døde skildpadden, og forbrugeren henvendte sig hos dyrehandleren for at få sine penge tilbage. Dyrehandleren ville imidlertid ikke betale pengene tilbage til forbrugeren, men tilbød hende i stedet en ny skildpadde. Det ville forbrugeren ikke acceptere, og sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Indklagede har ikke bestridt, at skildpadden var mangelfuld på købstidspunktet, og indklagede har tilbudt klageren en ny skildpadde. På denne baggrund og på baggrund af den sagkyndiges udtalelse lægges det til grund, at skildpadden på købstidspunktet var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Klageren har fremsat krav om ophævelse af købet. Indklagede har afvist at betale pengene tilbage men har tilbudt omlevering.

Det fremgår af købelovens § 78, stk. 3, at en sælger kan afværges køberens krav om ophævelse ved at tilbyde omlevering (eller afhjælpning), forudsat at den valgte beføjelse ikke er umulig, jf. herved købelovens § 78, stk. 2.

Da klageren ved købet valgte den mest ”aktive” skildpadde, finder nævnet, at der er indgået aftale om køb af en bestemt skildpadde – et såkaldt specieskøb, og indklagede har derfor ikke kunnet afværge klagerens krav om ophævelse ved at tilbyde omlevering.

Klageren har derfor været berettiget til at hæve købet, idet manglen ikke er uvæsentlig, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/01271)

7.16.2. Aftale om permanent fjernelse af uønsket hårvækst

Da det lovede resultat ikke var opnået efter 13 behandlinger, var forbrugeren berettiget til at få vederlaget tilbagebetalt

En forbruger indgik en aftale om at få laserbehandlinger á 6.000 kr. pr. behandling for permanent at få fjernet hårvækst på nakke, skuldre og ryg.

Aftalen blev indgået på baggrund af oplysningerne på den erhvervsdrivendes hjemmeside, hvoraf det fremgik, at uønsket hårvækst nemt og effektivt kan fjernes efter 4-5 behandlinger med den nyeste laserteknologi.

Da resultatet efter 6 behandlinger til i alt 36.000 kr. ikke var tilfredsstillende, modtog forbrugeren yderligere 7 behandlinger uden beregning. Da resultatet efter 13 behandlinger fortsat ikke var tilfredsstillende, tilbød den erhvervsdrivende at foretage yderligere behandlinger. Dette afviste forbrugeren, idet behandlingerne ikke havde den lovede effekt. Forbrugeren ønskede at hæve aftalen og få sine penge tilbage. Den erhvervsdrivende afviste dette.

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

”Det fremgår af den sagkyndiges erklæring, at der ved besigtigelsen har været kraftig hårvækst på klagerens ryg. Endvidere fremgår, at der ikke kan forventes yderligere resultat ved fortsat behandling, idet pigmentet i håret ikke er tilstrækkeligt. Det er samtidigt den sagkyndiges vurdering, at såfremt der har været en lille procentdel mørkere hår, så har det været et meget lille og utilfredsstillende resultat at indlede behandling for.

Nævnet lægger til grund, at klageren ved aftalens indgåelse har modtaget information om, at uønsket hårvækst nemt og effektivt kan fjernes permanent ved hjælp af den nyeste laserteknologi, at det normalt er nødvendigt med 4-5 behandlinger for at opnå et godt resultat, alt afhængig af hudtype og hårtype, at det indtil videre kun kan lade sig gøre at fjerne hår der er mørkere end huden, og at jo større farvekontrast mellem hud og hår, des bedre resultat.

Henset til indklagedes oplysning om, at det er muligt permanent at fjerne uønsket hårvækst sammenholdt med den sagkyndiges oplysning om, at pigmentet i hårene ikke er tilstrækkeligt til, at der ved fortsat behandling kan forventes yderligere resultat, og at det opnåede resultat har været et meget lille og utilfredsstillende resultat at indlede behandling for, er det nævnets vurdering, at behandlingen ikke har haft den lovede effekt og dermed uden værdi for klageren. Klageren er derfor berettiget til at hæve aftalen og kræve tilbagebetaling af vederlaget på 36.000 kr. for de udførte behandlinger.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugers krav. (2006-7211/7-72).

7.16.3. Forventning om gratis behandling som hårmode

Den erhvervsdrivende havde ikke godtgjort, at der på forhånd var givet forbrugeren oplysning om betaling for ydelsen, hvorfor forbrugeren havde en berettiget forventning om, at behandlingen var gratis, når hun var hårmode

En forbruger reagerede på et skilt i den erhvervsdrivendes butiksvindue, hvoraf det fremgik, at man søgte hårmodeller til klipning og farvning. Parterne erindrede ikke den eksakte ordlyd af skiltet, men var enige om, at der ikke var anført en pris.

Ifølge forbrugeren havde den erhvervsdrivende ikke fortalt, at der skulle betales for ydelsen, og hun tog det derfor som en selvfølge, at det var gratis. Omvendt oplyste den erhvervsdrivende, at man allerede da forbrugeren henvendte sig i butikken for at aftale en tid til behandlingen, orienterede hende om de relevante priser, som det er kutyme.

Efter behandlingen blev forbrugeren præsenteret for en regning på 820 kr. for farvning og hårkur, som hun betalte under protest. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Nævnet anser det for godtgjort, at der ikke i forbindelse med skiltningen i indklagedes butiksvindue efter hårmodeller blev givet oplysninger om priser. Mod klagerens benægtelse har indklagede desuden ikke løftet bevisbyrden for, at sådanne oplysninger er givet inden behandlingen blev udført.

Det er flertallets (3 nævnsmedlemmers) opfattelse, at klageren ved manglende forhåndsoplysning om priserne med rette kan forvente, at den udførte behandling er gratis, når hun agerer hårmode.

De øvrige nævnsmedlemmer (2 nævnsmedlemmer), anser det for forventeligt, at ydelserne modsvarer af en reduceret betaling i forhold til salonens sædvanlige priser, når forbrugeren er hårmode. Det af indklagede opkrævede beløb anses, henset til den sagkyndiges oplysninger, i øvrigt ikke for urimeligt.

Nævnet træffer herefter afgørelse i overensstemmelse med flertallet, og indklagede skal således tilbagebetale det erlagte til klageren.” Den erhvervsdrivende blev endvidere pålagt at forrente forbrugerens krav og betale sagsomkostninger til Forbrugerstyrelsen. (08/00816)

Kapitel 8

Statistik

8.1. Forbrugerombudsmandens arbejde i årets løb

Tallene i statistikken er i vidt omfang udtryk for de fem mål, som er udtrykt i Forbrugerombudsmandens tilsynsstrategi. Målsætningerne omhandler styrket dialog og samarbejde, styrket håndhævelse, lettere adgang til en forhåndsbesked, styrket internationalt samarbejde og styrket forebyggende informationsindsats.

Overordnet har der været et øget antal henvendelser i 2008. Det stigende antal kviksager skal ses som et udtryk for en øget brug af Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang, hvor der ofte lægges vægt på at hjælpe de involverede parter med kort og præcis rådgivning. Prioriteringsadgangen giver Forbrugerombudsmanden mulighed for at anvende sine ressourcer på områder, hvor det vurderes, at have den størst gavnlige effekt for forbrugerbeskyttelsen.

Hvor det er relevant, vil ressourceindsatsen, tabellerne, resultaterne m.v., som gennemgås i statistikafsnittet, blive kommenteret og sat i relation til Forbrugerombudsmandens strategiske målpunkter.

8.2. Sagsstatistik for Forbrugerombudsmanden 2008

8.2.1. Statistik over oprettede og afsluttede sager 2004-2008

8.2.1.1. Oprettede sager efter henvendelse 2004-2008

Tabel over oprettede sager (efter henvendelse) 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Privatpersoner	1.402	951	1.041	1.593	1.960
Advokater	20	30	17	25	48
Forbrugergrupper og -organisationer	7	5	4	8	14
Interesseorganisationer	5	15	5	6	38
Erhvervsdrivende og -organisationer	194	160	169	277	315
Offentlige myndigheder	105	92	129	144	123
Anonym	2	4	2	4	7
Øvrige henvendelser	123	54	38	55	159
Forbrugerombudsmandens eget initiativ	73	94	66	121	109
I alt	1.931	1.405	1.471	2.233	2.773

Fordeling af henvendelser

Antallet af det samlede antal indkomne sager er steget med ca. 25 % fra 2007 til 2008. Det øgede antal henvendelser hidrører fra stort set alle kategorier og skyldes formentlig en øget opmærksomhed omkring Forbrugerombudsmandens virksomhed.

8.2.1.2. Afsluttede sager 2004-2008

Tabel over afsluttede sager 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Markedsførings-sager	451	425	342	940	573
Markedsførings – forhåndsbesked				103	89
Markedsførings-kviksager	1.785	1.147	1.192	983	1.275
Afviste sager	225	265	237	216	423
Betalingskort	317	262	91	92	118
Tobaksreklamesager	31	9	14	6	5
Juridisk rådgivning			2	2	3
I alt	2.809	2.108	1.878	2.342	2.486
Kviksager i % af samlet antal	63,5	54,4	63,5	42	51,3%

Markedsførings-sager

Der er i årets løb afsluttet 573 konkrete markedsførings-sager. Tallet inkluderer anvendelse af administrative påbud og tilsagnsinstituttet, afsluttede projekter, herunder retningslinjer og vejledninger samt retssager. Tallet inkluderer også 18 sager, som er afsluttet med indskærpelse.

I situationer hvor der foreligger overtrædelse af strafbelagte bestemmelser, og hvor den erhvervsdrivende har erkendt, at bestemmelsen er overtrådt – eller hvor der foreligger klare beviser for, at bestemmelsen er overtrådt – kan Forbrugerombudsmanden ved mindre grove overtrædelser eller i tilfælde, hvor der af andre årsager ikke ønskes rejst en straffesag, indskærpe, at reglerne skal overholdes, eventuelt med orientering om at gentagelse vil medføre politianmeldelse.

Forhåndsbesked efter markedsføringsloven

Efter den nye tilsynsstrategi skal det være lettere for erhvervsdrivende at få institutionens syn på lovligheden af en konkret markedsføringsforanstaltning. På Forbrugerombudsmandens hjemmeside er der oprettet en elektronisk formular, som de erhvervsdrivende kan benytte. Forbrugerombudsmanden har afgivet 89 skriftlige forhåndsbeskeder, hvilket er lidt færre end i 2007.

Markedsførings-kviksager

Der er afsluttet 1.275 kviksager, hvilket er en stigning på knapt 30 % i forhold til 2007. Dette er sager, der typisk afsluttes inden for en uge med ét brev til forbrugeren eller den erhvervsdrivende, indeholdende en kort besvarelse, redegørelse mv. Det drejer sig både om modtaget fysisk post, e-mails, herunder e-mails sendt til Forbrugerombudsmandens særlige postkasse om e-handel, Net-tjek.

Afviste sager

I 423 tilfælde har Forbrugerombudsmanden afvist sager, hvilket er en stigning i forhold til 2007 på knap 100 %. Sagerne afvises, enten fordi de ikke er omfattet af den lovgivning, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med eller med henvisning til Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang.

Betalingsmiddeloven

Der er afsluttet 118 sager, der for hovedpartens vedkommende vedrører anmeldelser af betalingsmidler eller anmeldelser af ændringer i allerede anmeldte betalingsmidler.

Tobaksreklamesager

Der er i oprettet 10 sager om markedsføring af tobaksvarer. Fem sager er afsluttet.

Juridisk rådgivning

Der har været få henvendelser vedrørende loven og den tilhørende bekendtgørelse.

Håndtering af spamklager

Forbrugerombudsmanden opretholder såvel en dansk som en udenlandsk spam-postkasse. Den danske spam-postkasse gennemgås løbende, og Forbrugerombudsmanden modtog i gennemsnit 626 klager om måneden (juli og august ikke medregnet). Klagerne kan resultere i en orientingsskrivelse til den erhvervsdrivende om markedsføringslovens regler eller i grovere tilfælde en anmeldelse til politiet med henblik på iværksættelse af en politimæssig efterforskning af sagen.

8.2.2. Projekter og større sager hos Forbrugerombudsmanden i 2008

8.2.2.1. Afsluttede projekter og større opgaver

Nationalt

Vejledning om ændringer i markedsføringsloven efter implementering af direktivet om urimelig handelspraksis.

Revision af ”Retningslinjer om god markedsføringsskik på teleområdet”.

Ny vejledning ”Gebyrer – markedsføringslovens § 15”, der omhandler gebyr-bestemmelsen i den nye markedsføringslov.

Retningslinjer om god markedsføringsskik ved omdeling af adresseløse forsendelser.

8.2.2.2. Verserende og påbegyndte projekter i 2008

Nationalt

Deltagelse i en arbejdsgruppe under Finanstilsynet vedr. implementeringen af direktivet om betalingstjenester samt forhandlinger om den fremtidige til-
synsstruktur efter den nye lov.

Opstart af projekt om nye retningslinjer for korte lån udbudt via fjernsalg (SMS-lån).

Opstart af projekt om retningslinjer for markedsføring af ”grønne” udsagn i bilbranchen.

Revision af vejledning om prismarkedsføring.

Gennemførelse af kendskabsanalyse af Forbrugerombudsmanden i relation til erhvervslivet.

Projekt (informations- og håndhævelseskampagne) der skal sikre, at de erhvervsdrivende skilter og markedsfører de årlige omkostninger i procent (ÅOP) korrekt.

Projekt om markedsføring over for børn og unge. De nye medier.

Revision af retningslinjerne om skolefotografering.

Forhandling af retningslinjer om markedsføring af konto-/kreditkortordninger og internationale kreditkort.

Nordisk samarbejde

Opstart af projekt til revision af vejledning om etiske og miljømæssige påstande i markedsføring.

Revision af nordisk standpunkt til handel og markedsføring på internettet.

CPC – det europæiske myndighedssamarbejde

Opstart af projekt om samarbejde vedr. oplysning om skatter og afgifter på luftfartsområdet.

Deltagelse i og planlægning af en række workshops vedr. praktiske og juridiske aspekter af myndighedssamarbejdet.

Opstart af undersøgelse ("sweep") af markedsføring af mobile indholdstjenester på internettet.

Opfølgning på sweep af prisoplysninger mv. på flyselskabers hjemmesider.

ICPEN (globalt)

Opstart af undersøgelse ("sweep") af bredbåndsudbyders markedsføring af internethastigheder samt oplysninger om samlede faste omkostninger i bindingsperioden.

Der kan læses nærmere om Forbrugerombudsmandens internationale aktiviteter under afsnit 8.2.4.

8.2.3. Forbrugerombudsmandens afsluttede retssager efter markedsføringsloven 2004-2008

8.2.3.1. Tabel over afsluttede retssager efter markedsføringsloven (2004-2008)

Tabel over afsluttede retssager efter markedsføringsloven

	2004	2005	2006	2007	2008
Domsbehandling af straffesager					
a. Domsfældelse inkl. bøvededtagelse	6	2	5	8	13
b. Frifindelse	0	1	0	1	0
c. Andet, herunder tilbagekaldt / oppgivet, advarsel	2	1	2	1	1
Domstolsbehandling af civile sager	3	2	0	0	2

Tabellen over afsluttede retssager i 2008 er udtryk for strategiens fokus på en styrket indsats på håndhævelsesområdet.

Ovennævnte tabel omhandler kun de afsluttede retssager, som Forbrugerombudsmanden selv fører. Af de 13 afgjorte straffesager udgør de ni bøvededtagelser. Der er faldet fire større bøder på hhv. 100.000 kr., 150.000 kr., 200.000 kr. og 400.000 kr. i sager om vildledende prismarkedsføring og uanmodet henvendelser.

Af de to civile retssager, er der sket frifindelse af modparten i den ene. Forbrugerombudsmanden optrådte som biintervenient i den ene sag og som sagsøgt i den anden.

Ved årsskiftet 2008/2009 havde Forbrugerombudsmanden indgivet politianmeldelse i 13 straffesager, der ikke er afsluttet endnu.

Endvidere er der udtaget stævning i to civile retssager, hvori Forbrugerombudsmanden optræder som hhv. sagsøger og biintervenient.

8.2.4. Forbrugerombudsmandens internationale tilsynsarbejde

Forbrugerombudsmanden har anvendt 2.044 timer på internationalt tilsynsamarbejde. Ressourceforbruget er i tråd med strategiens mål for høj deltagelse i internationalt samarbejde for at beskytte forbrugerne mod ulovlig og utetisk markedsføring.

Timeforbruget er primært gået til aktiviteter inden for det europæiske håndhævelsessamarbejde i medfør af forordning 2006/2004 (CPC-forordningen) samt på samarbejde mellem de nordiske Forbrugerombudsmande. Herudover er der også anvendt ressourcer på deltagelse i The International Consumer

Protection and Enforcement Network (ICPEN), der er et globalt netværk af tilsynsmyndigheder.

Tilsynssamarbejdet indebærer bl.a. deltagelse i såkaldte ”sweeps”, hvor myndighederne på en given dag eller i en given periode alle målrettet gennemsøger internettet for hjemmesider, der overtræder forbrugerlovgivningen på et konkret område. Disse sweeps gennemføres ofte som informations- og håndhævelseskampagner.

8.2.5. Trafiktal, abonnementer, nyhedsinformation mv.

Det samlede antal registrerede hits på Forbrugerombudsmandens hjemmeside i 2008 udgjorde i alt knapt 250.000. Disse hits inkluderer besøg på Forbrugerombudsmandens danske startside og hans engelske ditto, hits på Net-tjek samt hits på Forbrugerombudsmandens guide til praksis omkring markedsførings spørgsmål – ”Hvad gælder – kort fortalt!”.

Ved årsskiftet 2008/09 abonnerede ca. 3.700 på Forbrugerombudsmandens danske nyhedsbrev.

Der er i årets løb lagt 75 nyhedsinformationer, herunder pressemeddelelser, ud på Forbrugerombudsmandens danske hjemmeside. Disse er samtidig tilgået abonnenterne.

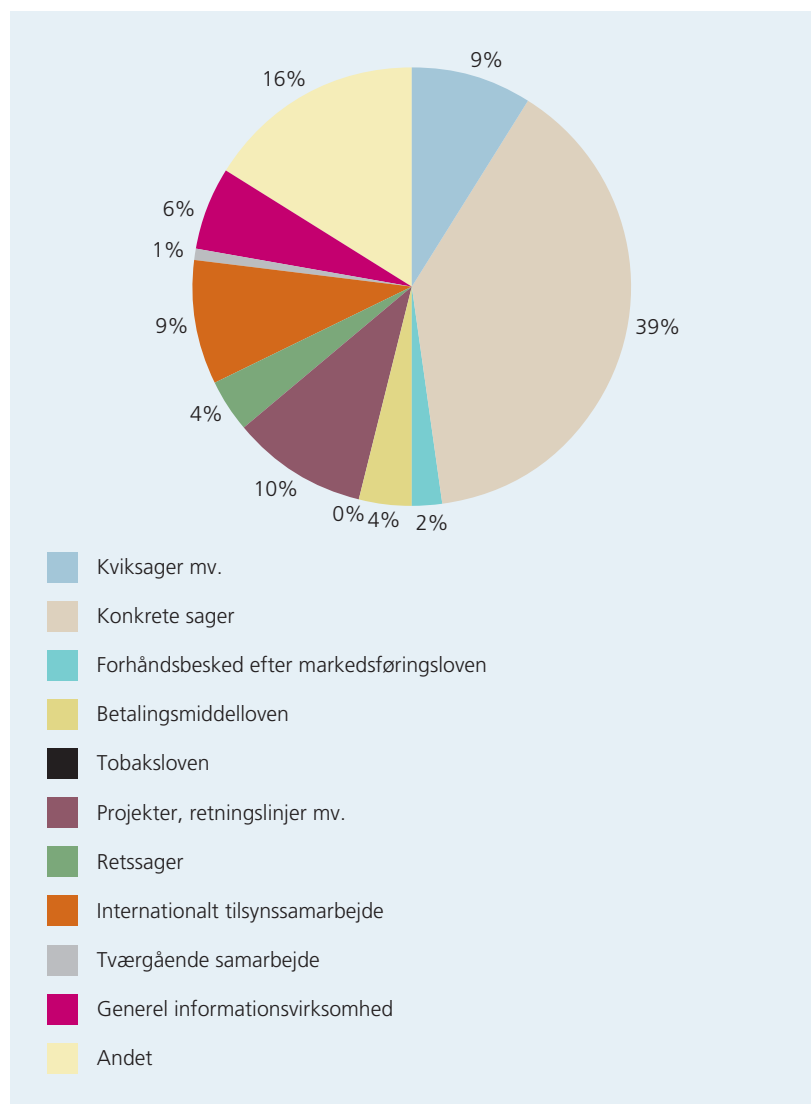
Forbrugerombudsmanden har i 2008 tillige fået sin egen side på den danske udgave af Wikipedia.

Forbrugerombudsmanden har i årets løb deltaget i eller arrangeret 20 undervisnings- eller informationsmøder vedrørende sin tilsynsvirksomhed. Der er typisk tale om oplæg i interesseorganisationer og uddannelsesinstitutioner.

8.2.6. Forbrugerombudsmandens ressourcer 2007-2008

Nedenstående diagram viser fordelingen af faglig tid anvendt på forskellige aktiviteter inden for Forbrugerombudsmandens tilsynsarbejde.

Diagram over fordeling af faglig tid efter aktivitet



 Tabel over fordeling på timer

Aktiviteter/timer	2007	2008
Kviksager og e-mails, herunder Net-tjekbesvarelser	1.552	1.917
Konkrete sager, herunder større sager og sagsrelaterede faglige aktiviteter (inkl. lov om juridisk lovgivning)	8.849	8.412
Forhåndsbesked efter markedsføringsloven	*	420
Sager efter betalingsmiddeloven	635	796
Sager efter tobaksloven	71	69
Projekter, retningslinjer mv.	1.042	2.150
Retssager	602	825
Internationalt tilsynssamarbejde	1.469	2.044
Tværgående samarbejde	339	216
Generel informationsvirksomhed	1.423	1.219
Andet: Telefon- og mediebetjening, andet fagligt, HK-journalisering	3.296	3.500
I alt timer	19.278	21.568

* Er først medtaget i statistikken for 2008.

Forbrugerombudsmandens sekretariat har i alt i 2008 brugt 21.568 faglige timer på tilsynsarbejdet.

Til Forbrugerombudsmandens sekretariatsbetjening har der i alt været anvendt 18 årsværk opgjort efter lønsystemet.

8.3. Sagsstatistik for Forbrugerklagenævnet 2008

8.3.1. Oprettede sager fordelt på sagsgrupper

Der er i 2008 indkommet 2.647 sager til Forbrugerklagenævnet. De sagsgrupper, der oftest klages over, er "Biler og motorcykler mv.", "Fjernsyn, foto, antenelanlæg mv.", "IT-udstyr", "Møbler og boligudstyr", og "Telefonapparater, særlige netjenester mv."

Tabel over oprettede sager fordelt på sagsgrupper

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Accessories	81	59	53	75	72	54
Andre serviceydelser	27	17	15	7	8	15
Beklædning og skind	433	345	265	201	156	161
Biler og motorcykler mv.	276	390	382	414	344	220
Boligen	120	110	57	58	43	43
Camping, sport, fritid, spil, legetøj	134	90	114	117	86	73
Cykler, knallerter, sikkerhedsudstyr	125	83	68	86	75	70
Ernæring	21	7	6	3	0	5
Fast ejendom	56	43	27	39	47	32
Finansielle ydelser, betalingsmidler	28	41	24	22	16	18
Fjernsyn, foto, antenneanlæg mv.	987	532	400	392	368	319
Fodtøj	225	203	167	122	92	99
Husdyr	54	37	26	34	21	37
Husholdningsmaskiner, køkkenredskaber	212	158	157	170	120	102
IT-udstyr	539	493	434	410	452	444
Musik og teater	43	9	23	27	19	14
Møbler og boligudstyr	473	413	310	269	244	267
Papirmedier, abonnementer mv.	64	38	18	12	14	21
Personlig pleje – herunder briller mv.	118	108	104	100	75	109
Rejser og transport	96	71	65	63	104	195
Sikkerhedsudstyr	11	4	6	4	5	8
Telefonapparater, særlige netjenester mv.	1.092	403	319	282	247	293
Udfærdigelse af stævning for godkendt nævn	5	5	2	10	8	3
Vedligeholdelse af fast bolig	57	42	33	32	29	31
Øvrige sagsgrupper	52	26	26	27	24	14
I alt	5.329	3.727	3.101	2.976	2.669	2.647

Der er i 2008 indkommet 22 færre sager end i 2007. De seneste års fald i antallet af sager fortsætter altså, men med et mere beskedent fald i antallet af sager fra 2007 til 2008.

Årsagen til de seneste års fald i antal sager kan primært henføres til den klagenævnsreform, som blev lanceret i 2004. Indførelsen af gebyrer for erhvervsdrivende, der taber en sag i Forbrugerklagenævnet, har øget de erhvervsdrivendes motivation for at løse forbrugernes klagesager i butikkerne i stedet for at lade Forbrugerklagenævnet løse en eventuel tvist. Derudover kan en del af faldet til en vis grad tilskrives forhøjelsen af både klagegebyret og den økonomiske undergrænse for sager, som nævnet behandler.

Også Forbrugerstyrelsen informationsindsats på forbrugerklageområdet er medvirkende til faldet i antallet af klager.

8.3.2. Afgjorte sager i sekretariatet og nævnet

Tabel over afgjorte sager 2004-2008

Sager afgjort i sekretariatet	2004	2005	2006	2007	2008
Afvist, ingen mulighed for medhold	357	419	426	508	354
Afvist, uden for FKN's virksomhedsområde	433	381	288	278	203
Afvist, uegnet til behandling	230	183	208	217	121
Forlig	775	991	834	1.028	903
Helt eller delvis medhold	50	72	99	215	130
Henvisning til andet ankenævn	132	34	58	45	87
Ikke medhold	9	7	0	22	6
Klagen tilbagekaldt	288	186	147	144	86
Klagers passivitet	426	234	205	282	212
Øvrige	184	135	62	74	183
I alt	2.884	2.642	2.327	2.813	2.285

Sager afgjort i nævnet	2004	2005	2006	2007	2008
Afvist som uegnet/uden for kompetence	48	39	45	35	18
Delvist medhold	91	133	187	273	111
Ikke medhold	79	47	69	160	66
Medhold	426	205	212	617	290
Øvrige	2	0	5	1	17
Nævn i alt	646	424	518	1.086	504

Sager afgjort i Forbrugerklagenævnet	2004	2005	2006	2007	2008
Forbrugerklagenævnet i alt	3.530	3.066	2.845	3.899	2.789

Der blev i 2008 afsluttet 2.789 sager, hvilket er 142 flere sager, end der blev oprettet i 2008.

Faldet i antal afsluttede sager fra 2007 til 2008 på 1.100 skyldes et langt højere antal verserende sager i 2007 sammenholdt med, at den opståede pukkel af verserende sager blev afviklet i løbet af året via en særlig indsats.

Langt de fleste af de sager der indbringes for Forbrugerklagenævnet, afsluttes som sekretariatsafgørelser ved, at sagen enten afvises, fordi klageren ikke vil kunne få medhold, klagen falder uden for nævnets kompetence, eller ved at sagen forliges eller tilbagekaldes mv. Således blev 2.285 sager ud af de 2.789 sager afsluttet sekretariatsafgørelser.

Der ses en mindre stigning i antallet af forligte sager i forhold til det samlede antal afsluttede sager. Dette er helt i tråd med klagenævnsreformen og ønsket om, at parterne skal agere aktivt i sagsbehandlingen og gerne selv løse sagen tidligt undervejs i sagsforløbet.

8.3.3. Efterlevelse af afgørelser

Efterlevelsescenaren for Forbrugerklagenævnet har varieret noget gennem årene fra 81,5 % i 2005 til 93,0 % i 2007.

Tabel over efterlevelse af afgørelser 2004-2008

Sager afgjort af Forbrugerklagenævnet	2004	2005	2006	2007	2008
Helt eller delvist medhold	517	338	399	890	401
Heraf registreret oplysning om efterlevelse / ikke efterlevelse	433	271	289	555	290
Nævnsafgørelse efterlevet (antal)	370	221	257	516	260
Nævnsafgørelse efterlevet (%)	85,8%	81,5%	88,9%	93,0%	89,7%
Sager indbragt for retten	41	52	36	61	24

Efterlevelse af sekretariatsafgjorte sager	2004	2005	2006	2007	2008
Helt eller delvist medhold	56	72	99	215	130
Heraf registreret oplysninger om efterlevelse / ikke efterlevelse	56	57	67	106	95
Sekretariatsafgørelse efterlevet (antal)	36	45	53	84	71
Sekretariatsafgørelse efterlevet (%)	64,3%	78,9%	79,1%	79,2%	74,3%

Erfaringerne viser, at efterlevelsesheden er lidt lavere for de sekretariatsafgjorte sager end for de nævnsafgjorte sager. Dette kan bl.a. skyldes karakteren af de sager, som sekretariatsafgøres. En del afgørelser vedrørende sager, hvor den erhvervsdrivende ikke har svaret i sagen eller i øvrigt ikke har medvirket, hvorfor den erhvervsdrivende derfor typisk heller ikke vil være indstillet på at reagere på selve afgørelsen.

Det bemærkes, at den procentvise efterlevelseshed på henholdsvis sekretariats- og nævnsafgørelserne er opgjort som forholdet mellem antallet af afgørelser, der er registreret efterlevet, og det samlede antal afgørelser, hvor der er registreret oplysninger om efterlevelse. Forbrugerstyrelsen har ikke oplysninger om efterlevelse i alle sager.

8.3.4 Registreringer i Firmatjek 2008

Formålet med Firmatjek er at skabe synlighed om erhvervsdrivende, der ikke følger Forbrugerklagenævnets afgørelser. Firmatjek er tilgængelig på www.forbrug.dk og www.firmatjek.dk. Listen blev første gang offentliggjort i maj 2004.

Offentliggørelse på Firmatjeks liste sker, når den erhvervsdrivende ikke indenfor en given frist har fulgt Forbrugerklagenævnets afgørelse eller orienteret Forbrugerklagenævnets sekretariat om, at sagen er indbragt for domstolene.

Hvis den erhvervsdrivende, efter at navnet er offentliggjort på listen, efterfølgende vælger at følge afgørelsen, eller sagen bliver indbragt for retten, bliver oplysningerne på listen straks slettet.

Listen bliver løbende opdateret, og når en erhvervsdrivende har været på Firmatjek et år, fjernes navnet, uanset om afgørelsen er efterlevet eller ej.

Der er i løbet af 2008 lagt 278 virksomheder på listen med i alt 304 afgørelser. Nogle af disse virksomheder figurerer altså mere end en gang. 57 afgørelser er blevet efterlevet efter at være blevet offentliggjort på Firmatjek. Det svarer til 19 % af de afgørelser, der blev offentliggjort i løbet af året. Antallet af offentliggjorte afgørelser er knapt 3,5 gange større end 2007. Dette skyldes bl.a., at Forbrugerklagenævnet og sekretariatet i 2007 afgjorde cirka 37 % flere sager end året før, og at de afgørelser, der ikke blev efterlevet, for en stor dels vedkommende blev offentliggjort i løbet af 2008.

En række af de offentliggjorte virksomheder er ophørte under konkursbehandling eller tvangsopløsning, hvorfor disse virksomheder må formodes ikke at have mulighed for at efterleve afgørelserne.

Fordelingen af virksomheder der blev offentliggjort i løbet af 2008, har været således:

Tabel over firmatjek

	Antal afgørelser registreret på Firmatjek i løbet af 2008	Antallet af afgørelser der er efterlevet efter offentliggørelse	Efterlevelse i procent
Biler	63	13	21%
IT (PC, tilbehør til pc mv.)	34	9	26%
Teleudstyr og -tjenester	21	10	48%
Radio, tv, foto mv.	35	4	11%
Husholdningsmaskiner og -apparater	4	3	75%
Tekstil og sko (herunder rensesager)	40	6	15%
Møbler	26	2	8%
Husdyr	6	1	17%
Flyttesager	7	0	0%
Diverse	68	9	13%
I alt	304	57	19%

Kapitel 9

Stikordsregister

Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet 1997-2008

Tallene ^{97, 98, 99, 00, 01, 02, 03, 04, 05, 06} og ⁰⁸ angiver i hvilken årgang af Juridisk Årbog/Forbrugerredøgørelsen/Forbrugerjura emnet er omtalt.

A

Abonnement ⁹⁹224

– **Annoncer** ⁹⁹159

– **Avis** ⁰²225

– **Bevis for indmeldelse** ⁰⁰140

– **Bindingsperiode** ⁰⁰144, ⁰¹136, 137, ⁰²184, ⁰⁴123, 128, 131, 133

– **Erhvervsdrivendes** ⁰⁰105

– **Hæftelse** ⁰⁰106, ⁰¹141, ⁰²177, 179, 184, 190, ⁰³72, 80

– **Downloading** ⁰¹141,

– **Efterbetaling** ⁰²180

– **Kontaktlinser** ⁹⁷111

– **Kreditvurdering** ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137, ⁰²180

– **Late billing** ⁰¹138, ⁰²180, ⁰³79

– **Mangelfuld vejledning** ⁰²195, ⁰³77

– **Misbrug** ⁹⁹163

– **Ophævelse** ⁰⁶84

– **Opsigelse** ⁹⁷111, ⁹⁹140, 156, 157, ⁰⁰107, 109, 144, ⁰¹121, 136, 148, 150, ⁰²152, 177, 178, 179, 180, ⁰⁴123, 128, 131, 133, ⁰⁶125

– **Prisstigning** ⁰¹120, 121, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62, ⁰⁶70

– **Prøve** ⁹⁷96

– **Saldokontrolordning** ⁰⁰113, ⁰¹130, 132, 133, 139, ⁰²185, 186, 187, 189, 190

– **Sim-lock** ⁰¹126

– **Sms-besked** ⁰³70, 72

– **Spærring** ⁰¹150, ⁰²180, 182, 185, ⁰³80

– **Telefon** ⁹⁹157, 164

– **Uklar formulering (vildledning)** ⁹⁹159, ⁰¹139, ⁰²184

– **Ugyldig aftale**, ⁰³72

Adækvans ⁹⁷103, 126

Afbestilling ⁹⁸166, 171, 173, ⁰²205, ⁰⁴89, 123, 128, 131, 133

Afbetaling

Afbrydelse af forældelse

Afhjælpning

- **Afhentning** ⁹⁹192, ⁰⁶135
- **Erstatningsgenstand/lånegenstand** ⁰²175, ⁰³60, ⁰⁸63, 65, 73
- **For sælgers regning** ⁹⁸158, ⁹⁹211, ⁰⁵91, ⁰⁸64
- **Fotografering** ⁹⁷110
- **Inden rimelig tid** ⁹⁸136, ⁹⁹151, 193, ⁰⁰104, 121, ⁰¹127, 136, ⁰²166, 174, ⁰³60, 61, 113, 118, ⁰⁴83, ⁰⁶99, 117, 121, ⁰⁸63, 65, 73, 96, 98
- **Ombytning** ⁰¹126
- **Omkostninger** ⁹⁷110, ⁹⁹193, ⁰⁰118, ⁰³115, ⁰⁶135
- **Periodiske fejl** ⁹⁸154, ⁰⁶74
- **Påkrav** ⁹⁹216, ⁰⁰104
- **Rettidigt tilbud** ⁹⁹211
- **Tilbageholdsret** ⁹⁸156
- **Tilfredsstillende** ⁰²166, ⁰⁶99
- **Uforholdsmæssige omkostninger** ⁰²174, ⁰⁶98
- **Varen bortkommet** , ⁰³86

Afhjælpningsret ⁹⁷127, ⁹⁸159, ⁰⁵152, ⁰⁶74

Aflysning

- **Teaterforestilling** ⁰⁰135, 136, ⁰¹126
- **Koncert** ⁰²222

Aftale ⁹⁹164, ⁰⁰106

- **Accept** ⁹⁹224, ⁰¹13, 133, 159
- **Bindende** ⁹⁹222, ⁰¹162, ⁰²162, 207, ⁰⁴101, ⁰⁶70, 141 , ⁰⁸89
- **Betingelser** ⁹⁹160, ⁰²237, ⁰⁴138
- **Betinget** ⁹⁹208
- **Bevis** ⁹⁸111, 161, 170, ⁹⁹142, 219, 232, ⁰²239
- **Forbehold** ⁰²160
- **Indgåelse** ⁰⁰107, ⁰²160, 162, 177, 220, 235, 238, 239, ⁰⁸67
- **Købsforpligtelse** ⁹⁸166, ⁹⁹224
- **Køberet** ⁹⁹24
- **Opsigelse** ⁰²177, 178, 179
- **Returret** ⁹⁹186
- **Stiltiende accept** ⁰²185
- **Vedtagelse af aftalevilkår** ⁰⁰136, 147, ⁰¹139, ⁰³100, ⁰⁴81, 111, ⁰⁸107
- **Vilkår** ⁹⁹148, 189, 191, ⁰¹170, 171, ⁰²146, ⁰³66, ⁰⁶70, ⁰⁸64, 95, 107
- **Ændring** ⁰⁰137, ⁰¹169, ⁰²219, 220, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62, 101, ⁰⁶70, 141

Aftaleloven

- § 1^{97101, 99224, 00107, 02160, 210, 0397, 04101, 06141, 0889, 91}
- § 3⁹⁷¹⁰¹
- § 6⁰¹¹³³
- § 7^{02160, 210, 0397}
- § 9⁰²¹⁶⁰
- § 32^{9790, 112, 98119, 99164, 00111, 01159, 162, 0397, 0889}
- § 36^{9789, 96, 98, 118, 98173, 9913, 132, 137, 139, 157, 166, 171, 172, 174, 206, 220, 00109, 140, 0125, 136, 137, 02152, 180, 183, 220, 221, 04123, 128, 133}
- § 38 a⁰⁰¹³⁴
- § 38 b^{97105, 106, 98146, 9913, 136, 146, 159, 162, 166, 179, 191, 00134, 01139, 174, 02144, 152, 184, 06111, 125, 128}
- § 38 c^{9789, 96, 98, 118, 98109, 110, 118, 173, 9913, 132, 137, 139, 166, 172, 174, 220, 224, 00109, 140, 0125, 134, 136, 137, 141, 160, 02144, 180, 183, 220, 221, 0356, 66, 76, 77, 0481, 123, 128, 133, 06125}
- § 39^{97112, 01159, 162}

Afvisning

Almindelig kendt^{98167, 0582}

Analogi^{01155, 0492}

Annoncer

- **Bevisbyrde**⁹⁷⁹³
- **Fortolkning**^{01122, 0887}
- **Forbehold for trykfejl**⁰⁶⁶²
- **Løftevirkning**^{00119, 0113}
- **Tilbudsvirkning**^{98140, 00141}
- **Vildledning**^{97104, 98140, 99141, 148, 159, 198, 0885, 87}
- **Urigtige oplysninger**^{02212, 0346, 0662, 08109}

Annulatio^{99157, 209, 00131}

- **Berettiget**^{97127, 01159}
- **Erstatning**^{99206, 0489, 05120, 06100}
- **Uberettiget**^{97118, 98166, 99222, 06100}
- **Tabsbegrænsningspligt**^{00143, 0125, 0489, 05120}
- **Vedtægelse af standardvilkår**^{99206, 0125, 0489, 05120}

Ansvar^{99131, 0492, 0867}

Ansvarsbegrænsning

- **Adækvans**⁹⁷¹⁰²
- **Fotografering**⁹⁷¹¹⁰

Ansvarsfraskrivelse^{98133, 162, 00112, 0358, 102, 04138}

- **Garanti**^{98116, 118}

Ansvarsgrundlag ⁹⁹203, 209, ⁰⁰95, 127, 137, 146, ⁰³102, ⁰⁴92

Ansvarspådragende forhold ⁹⁸116, ⁰⁰128, ⁰⁴92, ⁰⁵165

Anteciperet misligholdelse

Auktion ⁰⁸91

- **Bevisbyrde** ⁹⁷114, ⁰⁵159
- **Hæftelse** ⁹⁷6,114, ⁰⁵159, ⁰⁶107, ⁰⁸86
- **Salgsbetingelser** ⁹⁸139, ⁰⁴101, ⁰⁵159
- **Urigtig klassifikation** ⁹⁷114

B

Bagatel ⁹⁷100, 108

Berettigede forventninger ⁹⁹35, ⁰²212, ⁰³89, ⁰⁸77, 93, 109, 110

Berigelse

Bestillingskøb ⁰⁵104

Betaling ⁰⁵123, ⁰⁸69

- **Condictio indebiti** ⁰⁰31, ⁰¹138
- **Efterbetaling** ⁰¹138
- **Ikke rettidigt** ⁹⁷91
- **Modregning** ⁰¹148
- **Nedsættelse** ⁰⁰125
- **Opgørelse af fordring** ⁰⁰111
- **Tilbageholdelse af** ⁹⁸156
- **Togbillet** ⁹⁷122
- **Vandforbrug** ⁰¹153

Betaling for undersøgelse ⁰⁸69

Betalingsforpligtelsens indtræden ⁹⁹221

Betalingsfrist

Betalingskortloven

- **§ 21, stk. 1, nr. 3** ⁰⁰108, ⁰¹129
- **§ 21, stk. 3, nr. 3** ⁰¹150
- **Ansvarsfraskrivelse** ⁰⁰112
- **Fejlregistrering** ⁰⁰112
- **Groft uforsvarlig** ⁰¹129

Betalingsmiddeloven

- § 9, stk. 2 ^{01172, 173}
- § 11, stk. 3, nr. 1 ^{01127, 0365}
- § 11, stk. 7 ⁰¹¹²⁸

Bevis ^{98163, 99173, 232}

- **Bevismæssig skadevirkning** ^{99161, 0586, 08106}
- **Bortskaffelse** ⁹⁷¹¹⁶
- **For afhjælpningstilbud** ⁹⁹²¹¹
- **For køb** ^{98135, 99139}
- **Leveringshindring** ⁰²²⁰⁵
- **Oprindelig mangel** ^{97128, 98149, 99146, 02173, 0594}
- **For mangelfuld ydelse** ⁰²¹⁹⁴
- **Tilbagebetaling** ⁰⁵¹²³

Bevisbyrde ⁹⁹¹³¹

- **Abonnement** ⁰⁰¹⁴⁰
- **Aflevering af videofilm** ^{9943, 00139, 04113}
- **Auktion** ⁹⁷¹¹⁴
- **Berigtigelse af oplysninger** ^{97115, 119, 120}
- **Bestilling** ^{00140, 02235, 238}
- **Betalingskortloven** ⁰⁰¹⁰⁸
- **Betalingsmiddelovens § 11** ⁰¹¹²⁷
- **Byrdefulde vilkår** ⁹⁸¹²⁴
- **Flytteskader** ⁹⁸¹⁶³
- **Formidling** ⁰⁴⁶⁷
- **Formodningsreglen** ^{0257, 58, 59, 60, 171, 197, 200, 203, 217, 218, 0390, 0497, 05111, 129}
- **Garanti** ^{9786, 99170, 00100, 02173}
- **Moms** ⁹⁷¹²⁴
- **Passivitet** ⁹⁹⁴³
- **Reparation** ^{98111, 99131, 170}
- **Reparationstilbud** ⁹⁷⁹³
- **Regning kommet frem** ⁰³⁷⁹
- **Saldokontrolordning** ⁰⁰¹¹³
- **Sælgers** ^{98107, 99151, 195, 196, 0095, 0872}
- **Telefonsex** ⁹⁷⁹⁷
- **Udnyttelse af fortrydelsesret** ⁹⁹²²⁵
- **Vandforbrug** ⁰⁶⁸⁹

Bortfald af misligholdelsesbeføjelser ^{97127, 98159, 00137}**Bortsalg** ^{97108, 9820, 00118, 132}**Branchekutyme**

- **Selskabsarrangementer** ^{97127, 98173}

Bristede forudsætninger ^{98110, 01137, 02219}

Brug

- **Væsentlighedsbedømmelse** ⁹⁹187, ⁰⁵90, 122

Brugbarhed ⁹⁸106, 133**Brugsanvisning** ⁹⁷85, ⁹⁸145

- **Anvendelse i strid med** ⁹⁷86
- **Betydning for mangelsbedømmelsen** ⁰²173, ⁰³88, 108, ⁰⁵118
- **Fremmedsproget** ⁰⁰130, ⁰²167, ⁰³100, 124, ⁰⁵118, ⁰⁶80, 123
- **Ikke betydning for mangelsbedømmelse** ⁹⁸106
- **Ikke tilstrækkelig/manglende** ⁹⁸133, ⁹⁹134, 138, 151, ⁰¹124, 163, ⁰²195, ⁰³44, 88, 100, 124, ⁰⁵88, ⁰⁶80, 96

Byrdefulde vilkår

- **Bindingsperiode** ⁰⁴123, 128, 131, 133
- **Operatorlås** ⁹⁸124
- **Uopsigelighed** ⁹⁹13

Byttehandel ⁹⁸122, 152, ⁰⁰128**C****Caveat emptor** ⁰⁰116**CMR-lov** ⁰⁴111**Condictio indebiti** ⁰⁰31, ⁰¹138, ⁰²180, 230, ⁰³79, ⁰⁴71**Culpa****D****Danske Lov**

- 3-19-2 ⁰⁰95
- 5-8-1 ⁰⁰126, ⁰³102
- 5-8-14 ⁰¹168

Deklaratorisk**Detentionsret****Dobbeltsalg** ⁹⁹223**Dækningskøb** ⁰²210**Dækningsalg** ⁹⁷91**Dørsalgsloven (se forbrugeraftaleloven)**

E**Efterfølgende forhold**

Efterkrav ⁹⁸176

Efterbetaling (se også *condictio indebiti*) ⁰⁶89

Egenskaber ved salgsgenstanden ⁹⁷96, 129, ⁹⁸106, 107, ⁹⁹181, 183, ⁰⁰117

Egen skyld ⁹⁷129, ⁹⁹185, ⁰⁰145, ⁰³83

Ejendomsforbehold ⁹⁸126, ⁹⁹24, 216, ⁰²214, ⁰³115

Ejendomsret**Eksstinktiv erhvervelse**

– **Forhandlergrundsætningen** ⁹⁸105

Elektricitet**Emballering**

Erhvervsdrivende ⁹⁸162, ⁰¹171, 6.12.1, ⁰⁵148, ⁰⁶66, 96, ⁰⁸89

Erhvervsmæssig brug ⁹⁹154

Erstatning ⁹⁹209

– **Adækvans** ⁹⁷103, 126, ⁹⁹158, 180, ⁰⁶64

– **Begrænset** ⁰⁰145, ⁰⁴95

– **Betalingskortloven** ⁹⁹43

– **Driftstab** ⁹⁹43

– **Egen skyld** ⁹⁷129, ⁹⁸116, ⁰⁰145, ⁰⁵165

– **FDM-test** ⁹⁸158, ⁹⁹211, ⁰⁶135

– **Forkert pris** ⁰²162, ⁰⁸89

– **Forsendelsesomkostninger** ⁹⁸117

– **Forsinkelse** ⁰¹156, ⁰⁵161

– **Forældres tilsynspligt** ⁰¹158

– **Fotografering** ⁹⁷109, 110

– **Genoprettelse in natura** ⁰⁶139

– **Genuskøb** ⁰⁶62

– **Hunde** ⁹⁸174, ⁰¹171

– **Hændelig undergang** ⁹⁹136

– **I kontrakt** ⁹⁹223

– **Lånte ting** ⁰⁰126

– **Manglende levering** ⁰¹162, ⁰⁴65, 101

– **Opbevaring** ⁹⁷126, ⁹⁸20, 110, 112, 163

– **Produktansvar** ⁹⁹229, ⁰⁰145

– **Påregnelig følge** ⁰⁶64

- **Rådgivning** ⁰⁵167, ⁰⁸82
- **Sagkyndig erklæring** ⁹⁸116
- **Skuffede forventninger** ⁰²151
- **Specieskøb** ⁰⁴77, ⁰⁶94
- **Strømafbrydelse** ⁹⁸128, ⁰³83
- **Søloven** ⁰⁵165
- **Tab** ⁹⁷18, 108, 109, 126, ⁹⁸116, 128, ⁹⁹43, 158, 212, ⁰⁰143, ⁰²151, 168, 198, ⁰³87, ⁰⁴93, 95, ⁰⁸82, 106
- **Tabsbegrænsning** ⁹⁸128, 171, ⁹⁹200, ⁰⁰143, ⁰⁵120, 152, ⁰⁸78
- **Transport** ⁰⁸106
- **Tabsbegrænsningspligt** ⁹⁹158, 212, ⁰¹25, ⁰²204, ⁰⁴111, ⁰⁵120, 152, ⁰⁶139, ⁰⁸78
- **Transport** ⁹⁸162, 165, ⁰⁴111, ⁰⁶135, 139
- **Varetægt** ⁰¹168

F

Fabrikationsfejl ⁹⁹149, 198, ⁰⁵134

Fagmæssig viden

- **Manglende** ⁹⁹182
- **Rensning** ⁹⁷102, ⁹⁹179, 180, 182, 183, ⁰⁴93, ⁰⁶97

Faktura ⁹⁹131

Farlige egenskaber ⁹⁸108, 170, ⁰⁰145

Fast forretningssted

- **udenfor** ⁰¹163, ⁰²206, 226

Fejl

- **Fremsendelse af vare** ⁹⁹226

Fejltagelse ⁹⁸119

Fixkøb

Fjernsalg ⁹⁸114, ⁹⁹35, 143, 144, ⁰⁵113, 116

- **Aftaleindgåelse** ⁰²162, 235, ⁰³97, ⁰⁶82
- **Varigt medium** ⁰³70, ⁰⁵107

Fjernvarme ⁹⁸127

Flytransport

- **Afbestilling** ⁹⁸166
- **Ændret flyafgang** ⁰⁸107

Forarbejdning**Forbehold** ⁹⁸144, ⁰¹13

- **Afhentningskøretøj** ⁹⁷113, ⁹⁸149
- **Ej taget** ⁹⁹219, 222
- **For trykfejl** ⁰⁶62, 138
- **Generelle** ⁹⁷119, ⁹⁸120, ⁰⁵156
- **Konkrete** ⁰³95
- **Rensning** ⁹⁹179
- **Tilsidesat** ⁹⁸151, 162, ⁹⁹138, ⁰⁰118, ⁰⁵156, ⁰⁶135

Forbrugeraftaleloven (lovbekendtgørelse nr. 886 af 23/12-87 med senere ændringer)

- **§ 1, stk. 2** ⁰²236, ⁰⁵84
- **§ 1, stk. 3** ⁰²236
- **§ 2, stk. 1** ⁰²236, ⁰⁴58, ⁰⁵73, 77
- **§ 3** ⁰²236, ⁰⁴58, ⁰⁵73, 77
- **§ 4** ⁹⁹226, ⁰²179
- **§ 6, stk. 1** ⁹⁹199, ⁰⁵104
- **§ 6, stk. 5** ⁹⁹199
- **§ 7, stk. 1** ⁰¹163
- **§ 7, stk. 2** ⁹⁹199, ⁰⁰117, ⁰¹163
- **§ 8, stk. 1** ⁰³104, ⁰⁴85, ⁰⁵66, 110, 125
- **§ 8, stk. 2** ⁰¹163, ⁰⁵130
- **§ 10, stk. 3, nr. 1** ⁹⁸114
- **§ 10, stk. 3, nr. 2** ⁹⁸169
- **§ 10 a 02237, 6.5.1,** ⁰⁵130
- **§ 11** ⁹⁸176, ⁹⁹144, ⁰²235, 237, ⁰³70
- **§ 11 a** ⁰²233, 238, ⁰³69, 72, ⁰⁴86, ⁰⁵107
- **§ 11 a, stk. 3** ⁰²152, 193
- **§ 11 a, stk. 5** ⁰³70
- **§ 12** ⁰²233, 235, 237
- **§ 12, stk. 2** ⁰²193, ⁰⁴114, ⁰⁵104
- **§ 12, stk. 3** ⁰³104
- **§ 12 a, stk. 1** ⁰⁴86
- **§ 12 a, stk. 2 6.3.12,** ⁰⁵107, 113
- **§ 12 a, stk. 3** ⁰⁴67, 85
- **§ 12 a, stk. 6** ⁰³104, ⁰⁴85, ⁰⁵66, 107, 125, 130
- **§ 12 b** ⁰²235
- **§ 12 b, stk. 2** ⁰²193, ⁰³72
- **§ 12 c, stk. 1** ⁰³72, ⁰⁵113
- **§ 12 c, stk. 2** ⁰⁴67, 86
- **§ 12 c, stk. 3** ⁰⁴67
- **§ 13** ⁹⁸114, 169, ⁹⁹143, 144

- § 14, stk. 2 ⁰²224
- § 16 ⁹⁸114, ⁹⁹143, 199, ⁰²193, 210

Forbrugeraftaleloven, lov 251/2004

- § 2, stk. 2, nr. 2a ⁰⁶68
- § 4 ⁰⁶100, ⁰⁸91
- § 6, stk. 1 ⁰⁶68
- § 7 ⁰⁶68, 102
- § 10, stk. 2 ⁰⁶68
- § 11 ⁰⁶82, ⁰⁸60
- § 12, stk. 2 ⁰⁸91
- § 17 ⁰⁶68
- § 18, stk. 2 ⁰⁸62
- § 18, stk. 3 ⁰⁸91
- § 20 ⁰⁶72, 82, ⁰⁸61, 75
- § 21, stk. 2 ⁰⁸61
- § 21, stk. 3 ⁰⁶82
- § 28 ⁰⁸91

Forbrugeraftaler ⁹⁹166, ⁰¹151, ⁰⁵84

Forbrugerklageloven, lov 456/2003

- § 2 ⁰⁵139
- § 3 ⁰⁶125
- § 7 ⁰⁵84, 145, 148, 150, ⁰⁶97, 142, ⁰⁸89, 102
- § 14, stk. 2 ⁰⁵139, 140
- Erhvervsdrivende ⁰⁵145, 148, 150, ⁰⁶97, ⁰⁸89

Forbrugerklagenævnsloven (ikke gældende)

- § 1 ⁹⁹166, ⁰⁰105, ⁰¹171, ⁰²196
- § 3 ⁰¹141
- § 7, stk. 1 ⁹⁸127, 159, 173, ⁰⁰106, ⁰³125
- § 8, stk. 1 ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰106, 133, ⁰²214
- § 9, stk. 1 ⁰²204
- § 9, stk. 3 ⁹⁷120
- Erhvervsdrivende ⁹⁷94, 100, ⁰⁵145, 148, 150
- Erhvervs­mæssig virksomhed ⁰⁰146, ⁰²196
- Kompetence ⁹⁷18, 94, ⁹⁸159, 164, 175, ⁹⁹166, 225, 226, ⁰⁰105, 112, ⁰²196
- Fogedforretning ⁹⁹216, ⁰²214
- Salg mellem private ⁹⁷94

Forbrugerklagenævnets (ikke gældende) forretningsorden

- § 6, stk. 1, nr.3 ⁹⁹230
- Habilitet ⁹⁹230

Forbrugerklagenævnets virksomhedsbekendtgørelse (ikke gældende)

- § 1 ⁹⁸164
- § 2, stk. 1 ⁹⁸143, ⁰²214, ⁰³112

- § 3, stk. 1 ⁹⁹142
- § 3, stk. 2, nr. 1 ⁹⁷88
- § 3, stk. 2, nr. 3 ⁰⁰115, ⁰¹111
- § 3, stk. 2, nr. 7 ⁰⁰148
- § 3, stk. 2, nr. 10 ⁰⁰123
- § 3, stk. 2, nr. 11 ⁹⁷18, ⁰²226, ⁰³119, 121
- § 3, stk. 2, nr. 13 ⁹⁷18, ⁰⁰149, ⁰²226, ⁰³119, 121
- § 3, stk. 2, nr. 14 ⁹⁷18, ⁰⁰149
- § 4 ⁰¹141
- Antikviteter ⁰⁰123

Forbrugerklager, bekendtgørelse 1118/2003 (Virksomhedsbekendtgørelse)

- § 3, stk. 1 ⁰⁵145
- § 3, stk., 3, nr. 2 ⁰⁸81
- § 3, stk. 3, nr. 9 ⁰⁵140
- § 3, stk. 3, nr. 10 ⁰⁵140
- § 4, stk. 1, nr. 1 ⁰⁶89
- § 5 ⁰⁵84, ⁰⁶66, 97, 142

Forbruger køb ⁰⁸97

- **Begreb** ⁹⁷94, 100, ⁹⁹232, ⁰²210, 214, ⁰³112, ⁰⁴117, ⁰⁵84, 145, 150, ⁰⁶66, 97, 142, ⁰⁸101, 102

Force majeure ⁹⁹140

Fordringshaver mora ⁹⁹232

Forfaldstid ⁰⁰115

Forholdsmæssigt afslag ⁹⁹186, 193, ⁰³46, ⁰⁸97

- **Beregning** ⁰⁰128, ⁰³115

Forholdsordre ⁹⁹154

Forlig

- **Ombytning** ⁹⁸108

Formidling

- **Af billetter** ⁰²222
- **Af køb** ⁰⁴65, 67, ⁰⁸102

Forrentning

Foringelse af salgsgenstand

Forsendelse

- **Hændelig undergang** ⁰¹155

Forsendelseskøb

Forsikring

- **Erstatning** ^{9787, 9935}
- **Krav om opfyldelse** ^{9787, 113}
- **Misligholdelsesbeføjelser** ⁹⁷⁸⁷
- **Vareforsikring** ^{98122, 123, 9935, 0586}

Forsinkelse ^{98165, 171, 99140, 194, 0099}

- **Betaling** ⁹⁷⁹¹
- **Erstatning** ^{01156, 05161}
- **Leveringstidspunkt** ^{02210, 03110, 0696}
- **Påkrav** ^{02210, 03110}

Fortolkning

- **Aftale** ^{01122, 161, 0682, 86, 128}
- **Aftalevilkår** ^{98166, 9924, 136, 158, 189, 191, 00101, 114, 01170, 02146, 05130, 06125, 128}
- **Annonce** ⁰¹¹²²
- **Garanti** ^{97106, 98112, 99133, 135, 186, 205, 0582}
- **Kontrakt** ⁹⁹²²⁶
- **Tilbud** ^{01161, 0363, 0883}

Fortrydelsesret ^{98113, 9935, 191}

- **Afkald på** ^{02193, 237, 04114, 05104}
- **Afprøvning af varen** ^{02162, 03104, 0485, 05125, 0875}
- **Betingelser for** ^{03104, 05130, 0871}
- **Bevis for udnyttelse af** ^{99225, 02233}
- **Bortfald** ^{00117, 04114, 05113}
- **Fjernsalg** ^{99143, 144, 0862}
- **Forkortet** ⁹⁹¹⁹⁹
- **Forminskelse af salgsværdi** ^{0566, 125, 0875}
- **Fristen** ^{0486, 0862}
- **Internetabonnement** ^{01141, 02193}
- **Omgåelse** ⁹⁹¹⁹⁹
- **Sms'er** ⁰³⁷²
- **Specielt bestilte varer** ⁹⁷¹⁰⁵
- **Specielt tilpassede varer** ^{98114, 99199, 05104}
- **Tilbagegivelse af varen** ^{0485, 05107, 0861}
- **Tilvirkning** ^{98114, 05104}
- **Udnyttelse af** ⁰⁵¹⁰⁷
- **Ved butikskøb** ⁹⁹¹⁸⁶
- **Væsentlig samme stand** ^{02162, 03104, 0485, 0871}

Forudbetaling ^{99140, 199}

- **Betalingsmiddel** ⁰¹¹⁷³

Forældelse

- **1908-loven** ^{0096, 02155, 156, 199, 0394, 0689}
- **Afbrydelse** ^{02199, 230}
- **Købelovsbeføjelser** ^{9617, 01125, 02199}
- **Garantibeføjelser**, ⁰³⁹⁴

Fradrag for brug ^{9722, 98154, 08105}**Frist**

- **Fortrydelsesret** ^{0486, 0862}

Fuldmagt ^{98105, 0465, 67}**G****Garanti** ^{98122, 123, 9913, 0251, 52, 05139, 06135}

- **Bagatel** ⁹⁸¹¹¹
- **Begrænsning** ⁹⁹¹⁸⁹
- **Bevisbyrde** ^{9786, 98145, 99164, 00100, 0253, 149, 173}
- **Bevis for** ⁰³⁵⁷
- **Bortfald** ^{98116, 99154, 02196, 0481}
- **Briller** ⁹⁷¹¹¹
- **Brugsanvisning** ⁹⁹¹⁵¹
- **Fortolkning** ^{97106, 98112, 99186, 197, 210, 0252, 144, 210, 06135, 08100}
- **Forudsætning** ⁹⁹¹⁵⁴
- **God tro** ⁹⁷¹⁰⁸
- **Holdbarhed** ^{98131, 99186, 02207}
- **Hæftelse for** ⁰⁵⁹⁴.
- **Madras** ^{97106, 99189}
- **Ombytning** ⁰⁵⁹⁹
- **Overdragelse** ^{97108, 99210}
- **Plombering** ⁰²¹⁹⁶
- **Princippet i kbl. § 78, stk. 3** ⁹⁸¹³¹
- **Producent** ^{97107, 108, 0252, 0594}
- **Reklamation** ^{9792, 0394, 0594}
- **Selvrisiko** ⁰²¹⁴⁴
- **Servicekontrakt** ⁰²¹⁴⁴
- **Tilbagebetaling** ⁰²¹⁴⁶
- **Undersøgelsesgebyr** ^{99153, 0255, 149, 0356, 102, 108}
- **Urimeligt vilkår** ^{02144, 0481}
- **Vejledningspligt** ⁹⁹¹⁹⁰
- **Vildledning** ^{97116, 98155}

Garantiperiode ^{98119, 99135, 186, 203}

- **Ombytning** ⁰⁰¹²²
- **Forlængelse** ⁰⁴⁸¹

Garantireparation ^{9786, 98116, 9935, 135, 151, 153, 154}
– **Inden rimelig tid** ⁰⁰¹⁰⁴

Gavekort (se tilgodebevis)

Gebyr ⁹⁹⁷⁶

- **Rykkergebyr** ^{99137, 00109, 115, 01148, 149, 06125}
- **Manglende aflæsning** ⁰¹¹⁵³
- **Udbringning** ⁰¹¹⁶⁸
- **Undersøgelsesgebyr** ^{02149, 165, 0356, 102, 108, 0591}

Genus

- **Ansvar**

Godsbefordringsreglement ⁹⁷¹²⁴

God tro ^{97108, 112, 122, 99164}

Grov uagtsomhed

Gyldighed

- **Begrænset** ^{99232, 01172}

Gældsbrevsloven

- **§ 31, stk. 4** ⁰³⁸⁵

H

Handelskøb

- **Afhjælpning** ⁹⁷¹⁰⁰

Holdbarhed ^{99186, 0877}

Hæftelse ^{00106, 02179}

- **For andres brug** ^{00106, 02177, 191, 0372}
- **For mangler ved garantigers ombytning** ⁰⁵⁹⁹
- **Misbrug** ^{00108, 01127, 128, 0365}
- **Utilsigtet downloading** ⁰¹¹⁴¹
- **Uanmodet levering** ^{02177, 179, 181}
- **Ved formidling** ^{02222, 06107, 0886, 101, 102}

Hændelig ^{00137, 01168, 04138}

Hæveadgang ⁹⁹²⁰⁰

- **Bortfaldet** ⁰³¹²⁵
- **Tjenesteydelse** ^{03119, 0684}

Hæveadgang bortfaldet

I

Ikke-bestilte varer ⁹⁹226

Ikke erhvervmæssig brug

Inden rimelig tid ⁹⁷92, ⁰⁰121, ⁰²166

Indeståelse

Individuelt bestemt

Inkasso ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰133, ⁰¹134, ⁰²204, ⁰⁶125

– **Urimelig pression** ⁰²234

Internet ⁹⁷96, ⁹⁹141, 146

– **Abonnement** ⁹⁹140, 141, ⁰²194, 195, ⁰³76

– **Aftaleindgåelse** ⁰²160, 210, ⁰⁴101

– **Auktion** ⁰⁴101, ⁰⁶107, 108, ⁰⁸86, 91

J

Juridisk person

K

Kendskab til mangel ⁹⁷108

Kommissionslovens

– **§ 4** ⁰⁸101

– **§ 56, stk. 1** ⁰⁴121, ⁰⁸97

Kompetence ⁹⁷18, 94, ⁹⁹142, ⁰¹171, ⁰²197, 204, 214, ⁰³112, 119, 121, ⁰⁵84, 145, 148, 150, ⁰⁶66, ⁰⁸81, 89, 101, 102

Koncipist

– **Fortolkning imod** ⁹⁹159, ⁰²146

Konkurrencebogen ⁹⁸116, 124

Kontant betaling

Kontokøb ⁰⁰120, ⁰²230

Kopiprodukt ⁹⁸138

Kreditaftalebogen ⁹⁹13

– **§ 5** ⁹⁸153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163, ⁰²214, ⁰³48, ⁰⁴58, ⁰⁵73, 77, ⁰⁶133

– **§ 5, nr. 2** ⁰⁸98

– **§ 6, stk. 2** ⁹⁸105, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116, ⁰²155, 156, ⁰³48, ⁰⁴71, 75

- § 7, stk. 2 ⁰¹163
- § 9 ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112, 163, ⁰²170, ⁰³48, 115, ⁰⁴71
- § 21 ⁹⁹24
- § 23 ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163, ⁰²170, ⁰³48, 115, ⁰⁴71
- § 30, stk. 2 ⁰²214
- § 33 ⁹⁸153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰¹112, ⁰⁴58, ⁰⁵73, 77, ⁰⁶133, ⁰⁸98
- § 34, stk. 1, nr. 4 ⁹⁸105, ⁰⁴71
- – Omgåelse ⁹⁷89, 116, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116
- – Ombytning ⁰⁰101
- § 39, stk. 1 ⁰¹116, ⁰³48, 115
- § 48, stk. 2 ⁰¹116
- Kompetence ⁰²214
- Reparationer ⁰⁰101
- Tilbagetagelse ⁰²214, ⁰³115

Kreditkøb ⁹⁹24, 188, ⁰⁰97

- Forældelse ⁰⁰96
- Kontoaftale ⁰²230
- Kreditomkostninger ⁰¹163, ⁰²230, ⁰⁴71, ⁰⁶133
- Lånetilsagn ⁰²170

Kreditomkostninger ⁹⁸153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112, ⁰³115, ⁰⁴71, ⁰⁶133

Kreditvurdering ⁹⁸146

- Telefonabonnement ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137

Krympning ⁹⁷99, 100, ⁹⁸128, ⁹⁹179

Kutyme

Kvittering ⁹⁸135, ⁹⁹139, ⁰⁰139, ⁰³57

Køb

- Kombineret med tjenesteydelse ⁹⁷111, ⁹⁹162

Køb på prøve ⁹⁹174, ⁰¹155

Købeloven

- § 1, stk. 2 ⁹⁷117, ⁹⁸134, 155, ⁰¹166, ⁰²217, ⁰⁴104, 110, ⁰⁸64
- § 4a ⁹⁹232, ⁰⁰110, ⁰²211, 214, ⁰³112, ⁰⁴117, 121, ⁰⁵145, 150, ⁰⁶66, 97, ⁰⁸102
- § 17 ⁰⁰110, ⁰⁶111
- § 24 ⁹⁹140, ⁰¹156, ⁰³83
- § 25 ⁰¹156, ⁰²210
- § 28 ⁹⁷91
- § 30 ⁹⁷91, 118, ⁰⁵120
- § 34 ⁹⁷91
- § 44 ⁹⁹151
- § 47 ⁰⁰116

- § 57^{9722, 120, 98134, 137, 145, 176, 99197, 216, 00120, 01157, 02200, 0392, 115, 125, 04117, 05125}
- § 58^{97120, 98152, 99197, 216, 02170, 199, 217, 03115, 04117}
- § 59⁰⁶¹¹⁴
- § 60⁹⁹¹⁷⁴
- § 72^{00144, 03121}
- § 73⁰⁶¹¹¹
- § 74^{99194, 02210, 0696}
- § 75⁰⁰⁹⁹
- § 76, stk. 1, nr. 1^{0346, 88, 0461, 117, 0664, 132, 0891}
- § 76, stk. 1 nr. 2^{02212, 0662. 0885}
- § 76, stk. 1, nr. 3^{02208, 04104, 0570, 125, 134, 155, 06108, 0877, 85, 95}
- § 76, stk. 1, nr. 4^{0388, 107, 0590, 155, 0868, 77, 80, 87, 94, 97, 98, 105}
- § 76, stk. 2^{99214, 0113, 0662, 64, 138}
- § 77^{98151, 99197}
- § 78, stk. 1, 2. pkt.^{99149, 0664}
- § 78, stk. 2^{99214, 216, 05101}
- § 78, stk. 3^{01126, 165, 02166, 168, 199}
- § 79^{98108, 136, 159, 0360}
- § 80^{98116, 00127, 03125, 04117, 05152, 0662, 64, 94, 0878}
- § 81^{9792, 106, 98111, 130, 02167}
- § 83^{9793, 115, 98118, 99177, 184, 02199, 0345, 06114}
- § 84⁹⁹¹⁴⁷
- § 85⁹⁷¹⁰⁷

Købeloven, lov 237/2002

- § 75 a, stk. 1^{0344, 92, 100, 0680, 123, 0868}
- § 75 a, stk. 2^{06117, 0877}
- § 77, stk. 1^{02217, 04108, 110, 08104}
- § 77, stk. 2⁰⁶¹⁰⁸
- § 77 a, stk. 3^{0257, 171, 197, 200, 203, 217, 218, 0390, 0497, 104, 121, 05111, 129, 136, 0880}
- § 77 b⁰⁶¹⁰⁸
- § 78, stk. 1^{039, 96, 0497, 99, 0590, 06107}
- § 78, stk 1, nr 4⁰⁸¹⁰⁵
- § 78, stk. 2^{0257, 61, 62, 63, 174, 175, 200, 201, 0359, 61, 111, 0499, 102, 05156, 0698}
- § 78, stk. 3^{02174, 200, 03111, 0676, 107}
- § 78, stk. 4^{02201, 0360, 61, 89, 118, 0591, 143, 0674, 98, 0863, 64, 65, 73, 97}
- § 79^{0674, 0863, 65, 73, 98}

Køberet

- **Leje**^{9790, 98105, 0097, 01112, 0348, 0471, 75}
- **Ombytning**⁰⁰¹⁰¹
- **Reparation**⁰⁰¹⁰¹

Købers særlige forventninger ⁹⁸147, ⁹⁹198

Købers tilbageholdelsesret ⁹⁹214

Købesum

- **Bevis** ⁹⁸135
- **Urimelig** ⁹⁹139
- **Tilbageholdelse af** ⁹⁸156, ⁹⁹214, 216

Købsaftale

- **Salg** ⁹⁸113

L

Leje

- **Afbestilling** ⁰⁴89
- **Annullation** ⁰⁰143
- **Erstatning** ⁹⁹43, ⁰⁰95, ⁰⁵172
- **Funktionsdygtig** ⁰⁰95, ⁰¹151
- **Driftstab** ⁹⁹43
- **Køberet** ⁹⁷90, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹13, 24, ⁰⁰97, ⁰¹112, 116, ⁰²155, 156, ⁰³48, ⁰⁴75
- **Ombytning** ⁰⁰101
- **Reparation** ⁰⁰101
- **Hændelig undergang** ⁹⁹136
- **Omgåelse** ⁰¹116
- **Opsigelse** ⁹⁷89, 98, ⁹⁸109, ⁹⁹24, 132, ⁰⁶125
- **Service** ⁹⁹131
- **Urimelige aftalevilkår** ⁹⁹137, 146, 179, 224, ⁰¹151
- **Urimelige kontraktvilkår** ⁹⁷89, 98, ⁹⁹132
- **Videofilm** ⁹⁹43, ⁰⁰139

Levering ⁰⁰95

- **Auktionskøb** ⁰⁰110
- **Hindring** ⁰²205, ⁰⁶111

Lovvalg

- **EF-lovvalgskonventionen**
- **art. 4, stk. 4** ⁹⁸159
- **art. 5, stk. 3** ⁹⁹189
- **Garanti** ⁰⁵139
- **Søloven § 252** ⁹⁸159

Loyal oplysningspligt ⁹⁷93, ⁹⁸106, 107, ⁰⁰130, 131, ⁰⁵70, 142, ⁰⁶121

Løfte ⁰⁰119

Lån

- **Hændelig undergang** ⁰⁰98
- **Hændelig beskadigelse** ⁰³102
- **Forsikring af lågenstand** ⁰⁵161

M

Mangelfuld vejledning ⁹⁹195, ⁰⁰130, ⁰¹124, ⁰²195, ⁰³77, ⁰⁵88, ⁰⁸68

Mangelsbedømmelse ⁹⁸133,147, ⁹⁹148, 149, ⁰³89, 91, 108, ⁰⁴61, 108, 137, ⁰⁵122, 136, 155, ⁰⁸77, 80, 91, 94, 95

- **Almindelig kendt** ⁹⁸167
- **Specielle forudsætninger**
- – **Kendelige** ⁹⁹202

Mangelsbeføjelser ⁹⁹149, ⁰⁵90

- **Overdragelse** ⁰¹123, ⁰⁸104
- **Afkald på rettigheder** ⁰¹166

Mangler

- **Afsmitning** ⁹⁸131, ⁹⁹178, 203
- **Bagatel** ⁹⁷108, ⁹⁸111, 145
- **Barnevogne**
- – **Trykknapper** ⁰⁶117
- – **Fugt/mug** ⁰⁶119
- **Briller** ⁰⁸94
- **Brugspåvirkning** ⁰²200, ⁰⁸77
- **Brugt** ⁰⁵110, ⁰⁶107
- **Computer** ⁹⁹35
- – **Batteri** ⁹⁹146, ⁰⁵88
- – **Driveropdatering** ⁰⁸68
- – **Kompatibilitet** ⁹⁷96, ⁹⁹150, ⁰⁵98
- – **Pixelfejl** ⁰³55
- – **Produkt nøgle** ⁰⁵96
- – **Ram** ⁰⁶78
- – **Software** ⁹⁸120, ⁹⁹145, 148
- – **Sikkerhedskopi** ⁰²168
- – **Støv** ⁰⁶80
- **Cykler**
- – **Eger** ⁰²209
- – **Gear** ⁰⁵134
- – **Manglende efterspænding** ⁰⁶115
- – **Rust** ⁰⁵134, ⁰⁸87
- **Falmning** ⁹⁸144, ⁰²206
- **Farlighed** ⁹⁸108
- **Forholdsmæssigt afslag** ⁹⁹201
- **Fugt** ⁰²173, ⁰³107, ⁰⁵111, ⁰⁶119, ⁰⁸95
- **Gardiner**
- **Gulvtæppe** ⁹⁹200

- **Hunde** ⁹⁷128, ⁹⁸174, ⁰³125
- **Køleskab** ⁹⁸105, 106, 107, 108
- **Limgennemslag** ⁹⁸132
- **Manglende egenskaber** ⁹⁷129, ⁹⁹178, 232, ⁰⁰117, ⁰³89, ⁰⁶117, ⁰⁸77
- **Manglende reservedele** ⁰⁵142
- **Motorkøretøjer** ⁹⁷113, 120, ⁰⁴108
- **Benzinøkonomi** ⁹⁷120
- **Én ejer** ⁰⁶132
- **Genopbygget** ⁰⁰128, ⁰⁸105
- **Ejerafgift** ⁰⁶138
- **Manglende klargøring** ⁹⁷113, ⁹⁸113, ⁰⁰127
- **Nysynet** ⁹⁸158, ⁹⁹214
- **Skade** ⁰⁶133
- **Stenslag** ⁰²218
- **Sædevarme** ⁰⁵155
- **Tandrem** ⁰⁰127, ⁰⁴104, ⁰⁶131, 132
- **Trækkrog** ⁰⁵161
- **Uindregistreret** ⁹⁷113
- **Årgang**
- **Nikkel** ⁰³109
- **Nuanceforskel** ⁹⁹201, 202, ⁰³95
- **Pilling** ⁰⁰124, ⁰³94, ⁰⁶104, 105
- **Sko**
- **Materialevalg** ⁰⁵122
- **Smykker**
- **Materialevalg** ⁹⁸148
- **Tilsmudsningstendens** ⁰⁰124
- **Tæpper** ⁹⁹189, 190, 201
- **Uhensigtsmæssig konstruktion** ⁰⁰120, ⁰²173, ⁰⁵90
- **Urigtige oplysninger om pris**, ⁰³46
- **Uvæsentlige** ⁹⁹187, ⁰²201, ⁰³91
- **Vareprøve** ⁹⁹200, ⁰³95
- **Ældre model** ⁹⁷92

Markedsføring

- **Vildledning** ⁹⁷104, ⁹⁹148, 224

Markedsføringsloven ⁹⁷113, ⁰⁸100

- **§ 4** ⁹⁸118, ⁰²52, 54, 55, ⁰³57
- **Negativ aftalebinding** ⁹⁷96

Markedspris ⁹⁹139

Materialefejl

- **Træ** ⁹⁹198

Mellemmand ⁰⁴65, 67

Misligholdelse

- **Købers** ⁹⁹228
- **Sælgers** ⁹⁷113, ⁰²170, ⁰³57
- **Misligholdelsesbeføjelser**
- **Undersøgelsesgebyr** ⁰²165

Modregning ⁰¹158**Moms**

- **Pris** ⁹⁷124
- **Refusion** ⁹⁹142

Morarenter**Mærkevarer** ⁰⁸94**Mærkning** ⁹⁹184

- **CE-mærkning** ⁹⁹155, ⁰⁰103
- **Forkert** ⁹⁸129, ⁰⁵118
- **Manglende** ⁹⁹182, 183, ⁰⁴93

N**Naturalopfyldelse** ⁹⁹140, ⁰²151, 170**Negativ kontraktsinteresse****Negativ aftalebinding** ⁹⁷96**Nytte** ⁹⁷22**Nødvendighedstjeneste** ⁹⁹171**O****Ombytning** ⁰⁵99, ⁰⁶64

- **Forventninger** ⁹⁹201
- **Garantiperiode** ⁹⁸118, ⁰⁰122
- **Bindende for sælger** ⁹⁹164, ⁰⁸95
- **Mangler** ⁹⁹161
- **Med brugt genstand** ⁰¹125, 126
- **Uforholdsmæssige omkostninger** ⁰²61, 62, 63, 174, 175, 200, 201, ⁰³59, ⁶¹, ⁰⁴102, ⁰⁵101
- **Umulig**, ⁰³96, 111, ⁰⁴77

Omkostninger ⁹⁷101

- **Afhjælpning** ⁹⁹192
-

Omkostningskrævende

- **Afhjælpning** ⁹⁷101, ⁹⁹193

Omlevering (se ombytning)**Omsorgspligt****Omvendt bevisbyrde****Ond tro****Opbevaring**

- **Bortkomst** ⁹⁷126, ⁹⁸110, ⁹⁹203
- **Bortsalg** ⁹⁷108, ⁹⁸20, ⁰⁰132
- **Bortskaffelse** ⁹⁸112
- **Rensning**
- **Reparation** ⁹⁷108, ⁹⁸143
- **Vederlag** ⁹⁸143, ⁹⁹220

Opfordring til at gøre tilbud ⁹⁸140**Ophævelse** ⁹⁹161, 212

- **Delvis** ⁹⁹195, ⁰¹161
- **Fradrag for brug** ⁹⁷22, ⁰⁶133
- **Lejtaftale** ⁰¹151
- **Samlet køb**, ⁰⁸85
- **Tilbagelevering** ⁹⁹216, ⁰¹157, ⁰³92
- **Tjenesteydelse** ⁰⁶84

Ophævelsestidspunkt**Oplysningspligt** ⁰⁸93

- **Pris** ⁹⁹165, ⁰⁸110
- **Rensers** ⁹⁷102, ⁹⁸128, 132, ⁹⁹182, 183, ⁰⁴93
- **Sælgers** ⁰⁸95, ⁰⁸60
- **Barnevogne** ⁰⁶119, 121
- **Briller**, ⁰³109
- **Cykler** ⁰²209, ⁰⁵134
- **Gulvtæpper** ⁹⁹200, ⁰²206
- **Beklædningsgenstande** ⁹⁸131, ⁹⁸133, ⁹⁹176, ⁰¹157
- **Elektronik** ⁹⁷92, ⁹⁷93, ⁹⁸122, 123, 124, ⁹⁹150, ⁰¹124, ⁰²164, ⁰³55, ⁰⁵96, 98, 110, 142, ⁰⁸77
- **Hårde Hvidevarer** ⁹⁸106, 107, 108, ⁹⁹134, ⁰³44, ⁰⁵70, ⁰⁸60
- **Motorkøretøjer** ⁹⁷115, ⁹⁸149, ⁹⁹212, ⁰⁰128, 131, ⁰⁴104, 110, ⁰⁵136, 155, ⁰⁶131
- **Møbler** ⁹⁷104, ⁹⁷105, ⁹⁹195, ⁹⁹196, ⁰²208, ⁰⁶108, ⁰⁸82, 85
- **Sko** ⁹⁸133, ⁰³89, 92, 93
- **Smykker** ⁹⁸148
- **Stelnummer** ⁹⁹212
- **Støvsuger** ⁹⁷85
- **Telefon** ⁹⁸124, ⁰¹126

- – **Tæpper** ⁹⁹200
- – **Ure** ⁰⁸95

Oplysninger fra tidligere salgsled

Oprindeligt trepartsforhold ⁹⁸153, 155, ⁰⁰120, ⁰¹112

Opsigelse

- **Abonnement** ⁹⁷111, ⁹⁹140, ⁰⁰144, ⁰¹121, ⁰²152, 224, ⁰⁶125
- **Filmklub** ⁹⁸166
- **Fitnesscenter** ⁰⁴123, 128, 131, 133
- **Leje** ⁹⁷89, ⁹⁸109, ⁹⁹132
- **Levering efter** ⁰²177, 178, 179
- **Skriftlighedskrav** ⁰¹150
- **Telefonabonnement** ⁹⁹156, ⁰⁰107-⁰¹136, 137, 148

Originalemballage ⁹⁹161

Overdragelse ⁰²146

- **Garantibeføjelser** ⁹⁷108, ⁹⁹210
- **Mangelsbeføjelser** ⁰¹123, ⁰⁸104
- **Fordring på personbehandling** ⁰⁴116
- **Tilgodebevis** ⁰⁵158

P

Pakkerejser

Passivitet ⁹⁷102, ⁹⁸112, ⁹⁹220, ⁰⁰31, ⁰¹120

- **Købers** ⁹⁷106, ⁹⁸141, 169, ⁹⁹191, 204, ⁰⁰101, 146, ⁰²155, 156, ⁰⁵73, 77, ⁰⁶102, 104, 105
- **Sælgers** ⁹⁷88

Positiv opfyldelsesinteresse ⁹⁸171

Postordresalg

Postvæsen ⁹⁸164

Pris ⁹⁷112, ⁹⁸161, 162, ⁹⁹189, ⁰³46, ⁰⁸90

- **Annoncer** ⁰¹13
- **Nedsættelse** ⁰⁰125, ⁰³121
- **Skiltning** ⁰¹13, ⁰³63
- **Stigning** ⁰¹120, ⁰²220, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62, ⁰⁶70, 141
- **Tilbud** ⁰²219
- **Tjenesteydelse** ⁹⁹165, ⁰³70, 121
- **Urigtige oplysninger** ⁰³46
- **Urimelig** ⁹⁹139, ⁹⁹172, ⁰⁰144
- **Vand** ⁹⁹172

Prisgaranti

- **Fortolkning** ^{9788, 90, 99133, 162, 205, 0582}

Prisoverslag ^{98160, 99190}

- **Berigtigelse** ⁹⁷¹²³
- **Vederlag** ⁹⁸¹⁴³

Producent ⁰³¹⁰²**Produktansvar** ^{98136, 0492}

- **Dyrelegetøj** ⁹⁹²³⁴
- **Hæftelse** ⁰²²²⁸
- **Legetøj** ⁰⁰¹⁴⁵
- **Lysetager** ^{00124, 02228}
- **Rengøringsmiddel** ⁹⁹²²⁹
- **Solidarisk ansvar** ⁹⁹²³⁴
- **Stearinlys** ^{97129, 98170}
- **Mellemhandleransvar** ^{02228, 0492, 06110}

Produktansvarsloven

- **§ 5** ^{99229, 234, 00124, 06110}
- **§ 10** ^{98170, 99229}
- **§ 13** ^{98170, 00124, 02228, 06110}

Præceptive regler ^{97116, 117, 98155, 9913}

- **Afkald på rettigheder** ⁰¹¹⁶⁶

Påkrav ⁰²²¹⁰

- **Frist** ^{99194, 00121}
- **Rente** ⁹⁸¹⁶⁰

På prøve ⁹⁸¹⁴⁶**R****Rabatkort** ⁰⁰¹³⁴**Redelig handlemåde** ⁹⁹¹³⁹**Reklamation** ⁹⁷¹⁰²

- **Garanti** ^{9792, 107, 98111}
- **Hotellophold** ⁹⁷¹²⁷
- **Inden rimelig tid** ^{97106, 98111, 130, 02167}
- **Neutral** ^{98169, 99199}
- **Opfølgning** ^{98141, 99204}
- **Teaterforestilling** ⁰⁰¹³⁸
- **Tjenesteydelse** ⁹⁷¹²⁷
- **Vilkår** ⁹⁹¹³

Reklamationsfrist ⁹⁹177, 181, 184, 197, ⁰²199, ⁰³45

- **Bevis** ⁹⁷115
- **Forlængelse** ⁹⁸118, ⁰⁰119
- **Vilkår** ⁰²221

Reklame ⁹⁸140, ⁰¹13

Rentefod

Renteloven ⁹⁸164, ⁹⁹13, 137

- **§ 3, stk. 1**

Renter ⁹⁹24, 194, ⁰²170, ⁰⁴86

Reparation

- **Ansvarsfraskrivelse**, ⁰³58
- **Betaling** ⁹⁹170
- **Bortkomst** ⁹⁹203
- **Bortsalg** ⁹⁷108
- **Erstatning** ⁹⁷103, ⁰²168
- **Prisoverslag** ⁹⁸143, ⁰⁰125
- **Sletning af data** ⁰²168
- **Tilbud** ⁹⁷93, ⁹⁹152
- **Uafhængede varer** ⁹⁷108
- **Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹152
- **Unødvendig reparation** ⁹⁷94

Reserve dele ⁰⁵142

Retsforfølgning

Retshjælp ⁰²226

Rettidig betaling ⁰⁰115

Rettidig reklamation ⁹⁹184, ⁰³45

- **Returret**
- **Rimelig pris** ⁹⁸160
- **Specielt bestilte varer**
- **Supportfunktion** ⁹⁹147
- **Teaterforestilling** ⁰⁰138

Returret ⁹⁹175, 176, 191, ⁰⁰114, ⁰⁵110

- **Stiltiende aftalt** ⁹⁹186

Risikoens overgang

- **Auktionskøb** ⁰⁰110
- **Køb på prøve** ⁰¹155
- **Tjenesteydelser** ⁰⁰135, 136

Rådgivning ⁹⁷18, ⁹⁸175, ⁰⁰149, ⁰²226

- **Vederlagets størrelse** ⁰⁴140
- **Ansvar** ⁰⁵167

S**Sagkyndig**

- **Habilitet** ⁹⁹230

Sagsomkostninger**Saldokvittering** ⁰⁰111**Salgsgenstanden utilbagegivelig****Salgs- og leveringsbetingelser****Samlet køb** ⁹⁹201, ⁰⁸85**Skadelige egenskaber****Skrivefejl****Smykker** ⁰⁸93**Solidarisk ansvar** ⁹⁷102, ⁹⁸163, ⁰⁸67, 86

- **Produktansvar** ⁹⁹234

Species ⁰³96, 111, ⁰⁴77, ⁰⁶94, ⁰⁸108

- **Ansvar**

Standard

- **Dansk Standard** ⁹⁸129

Standardvilkår

- **Gebyr** ⁹⁹76
- **Vedtagelse** ⁹⁷118
- **Fortolkning** ⁹⁸146, ⁹⁹228
- **Reklamationsfrist** ⁰²221

Stiltiende aftale ⁰²185**Stærkstrømsloven** ⁹⁸128

Støvsuger ⁹⁷85, 86

Svig

Sædvane

Sælgers misligholdelsesbeføjelser ⁹⁹137

Særligt tilvirkede varer ⁹⁸137, ⁹⁹176, ⁰⁵104

Søloven

– § 421 ⁰⁵165

T

Tab

Tabsbegrænsning ⁹⁸171, ⁰³83, ⁰⁵120, ⁰⁸78

Taletidskort ⁹⁸124

Tidligere salgsled

– **Oplysninger** ⁹⁷120

Tilbagebetaling

– **Bevis for** ⁰⁵123

– **Garanti for** ⁰²146

– **Honorar** ⁹⁷18

– **Købesummen** ⁰⁶86

– **Rabatkort**

Tilbagegivelse

– **Sted** ⁹⁹212

Tilbagegivelse af salgsgenstanden ⁹⁸122, 145, 152, ⁹⁹175, 195, 197, 216, ⁰³115

– **Efterkrav** ⁹⁸176

– **Fjernsalg** ⁹⁸169, ⁹⁹226, ⁰⁴67, 85, ⁰⁸61

Tilbageholdelse

– **Købesum** ⁹⁹214

– **Ydelse** ⁰³80

Tilbageholdsret ⁹⁸156, ⁰⁰126

– **Købers** ⁹⁹214

Tilbagesøgning

Tilbagebetaling

- af flyttegods⁰²²⁰
- af salgsgenstand^{99195, 216, 02214}

Tilbud⁰⁸⁶⁹

- Accept^{97101, 112}
- Bindende^{01159, 02151, 220, 0363, 97, 0883}
- Fast pris^{98161, 99219}
- Forbehold^{02160, 0662}
- Fortolkning^{0363, 0883}
- Opfordring^{98140, 00127, 0113, 0397}
- Svigtende forudsætninger⁰²²¹⁹

Tilgodebevis^{98134, 99191, 232, 01158}

- Bortkommet⁰³⁸⁵
- Gyldighed^{99174, 01160}
- Overdragelse⁰⁵¹⁵⁸
- Urimeligt aftalevilkår⁰¹¹⁶⁰

Tilsikring

- Specialist⁹⁸¹³⁷

Tilvirkningskøb^{98114, 99176, 05104}

- Gardiner⁹⁷⁹⁹
- Gulvtæpper^{97100, 99199}

Tjenesteydelser (se i øvrigt Reparationer)

- Bortsalg⁰⁰¹¹⁸
- Fjernvarme⁹⁹¹⁷³
- Forsinkelse^{98165, 171}
- Ingen værdi for forbrugeren⁰⁸¹⁰⁹
- Kombineret med køb⁹⁷¹¹¹
- Kontaktbureau^{99228, 02237, 03123}
- Kroophold⁹⁸¹⁶⁸
- Mangelfuld^{99234, 00138, 01169, 03119, 04137, 138, 05172, 0893}
- Personlig pleje^{99230, 232, 08109-110}
- Påsætning af hår⁹⁹²³⁴
- Retshjælp⁹⁷¹⁸
- Vederlagsrisiko^{00135, 136}
- Vilkår i takstblad⁹⁹¹⁷²
- Ændring af aftale^{00137, 138, 01169, 0366}

Togtransport

- Betaling^{97122, 00133}

Transport

- **CMR-lov** ⁰⁴111
- **DSB** ⁹⁷122, ⁰⁰133
- **Emballering** ⁹⁸162, ⁹⁹151
- **Fortoldning** ⁰⁵163
- **Færge** ⁹⁹222, ⁰⁶141
- **Gods** ⁹⁷124, ⁹⁸159, 162, ⁰⁵163
- **Storebæltsbroen** ⁹⁹221
- **Taxa** ⁹⁸165

Transportdokumenter ⁹⁷124, ⁹⁸162**Trepartsforhold**

- **Efterfølgende**
- **Oprindeligt** ⁰⁸98

Typeforudsætning ⁹⁸106**U****Uagtsomhed****Unmodet henvendelse** ⁰²236, ⁰⁵73, 77, ⁰⁶68**Udenlandsk ret** ⁹⁸159**Uden ugrundet ophold****Uforholdsmæssige omkostninger** ⁹⁷110, ⁰²174, 175, 200, 201, ⁰³59, ⁰⁴77, 99, 102, ⁰⁵101, 156**Ufravigelige regler,** ⁰²210**Ugyldighed** ⁹⁸114, ⁰⁰98, ⁰²236, ⁰⁴58, ⁰⁵73, 77, ⁰⁶102**Umulighed****Umyndige (se værgemålsloven)****Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹35, 152, 153, ⁰²149, 165**Undersøgelsespligt** ⁹⁷96, ⁹⁸136, ⁹⁹209, ⁰⁰116, ⁰⁸72**Undersøgelsesvederlag** ⁹⁹131, ⁰⁵91, 143, ⁰⁸69**Uopfordret fremsendelse af varer**

Urigtige oplysninger ^{97105, 0662, 0891}

- **Kilometerangivelse**
- **Kopiprodukt** ⁹⁸¹³⁸
- **Modelbetegnelse** ⁰⁴⁶¹
- **Motorkøretøjer** ⁹⁷¹¹⁵
- **Motorstørrelse** ⁹⁷¹¹⁵
- **Reparationsbehov** ⁰⁰¹²⁸
- **Årgang**

Urimelige aftalevilkår ^{9798, 118, 98109, 110, 173, 175, 9913, 132, 146, 166, 179, 220, 00136}

Urimelige kontraktvilkår ^{99166, 206, 02183}

Uvæsentlig

V

Vandforsyning

- **Efterregulering** ^{01153, 0689}

Vanhjæmmel ⁰⁶¹¹⁴

Vareprøve ^{99200, 202}

Varigt medium ^{0370, 0486, 0566}

Vederlagsrisiko ^{00135, 136}

Vedtagelse af standardvilkår ^{97118, 00136, 0481}

Vedvarende kontraktforhold ⁹⁷¹¹¹

Vejledningspligt ^{9799, 102, 98122, 123, 147, 99134, 150, 152, 176, 190, 195, 02187, 189, 0377}

- **Sælgers** ^{99234, 0598}

Veksler ⁹⁷¹¹⁶

Vildledende oplysninger ^{97105, 0891}

- **Forkert betegnelse** ^{98141, 99145}
- **Garanti** ⁹⁷¹¹⁶
- **Pris** ^{98141, 01159}
- **Reklamationsaftale** ⁹⁷¹¹⁷
- **Vedligeholdelsesansvisning** ^{97102, 98129, 99181, 184, 05118}

Vinkelskriverloven ^{9718, 98175, 03119}

Værdiforringelse ⁹⁷²²

Værgemålsloven

- § 1, stk. 2 ^{0031, 140, 0372, 80}
- § 42 ^{0099, 140}
- § 45 ^{02180, 0380}
- § 46 ^{98122, 02180}
- Pengereglen ⁰⁰⁹⁸

Værneting ^{99225, 05139}**Væsentlighedsbedømmelse** ^{98134, 99197, 0497, 0590, 122, 134}**Væsentlig omkostning og ulempe****Væsentlig samme stand** ^{98137, 176, 00117, 120, 02162, 0392, 93, 104, 0485, 0566, 0682}**Æ****Ægthedsgaranti****Ø****Økonomisk tab**

- Manglende ^{99154, 0664}

Å

- Årsagssammenhæng ^{0365, 0664}

Stikordsregister til afsnit 1-6

A

Abonnement 10, 23
Abonnementsbetingelser 11, 38
Adresseløse forsendelser 44
Aftaleloven 9
Aftalevilkår 9, 10, 39, 43
Aftaleændring 10
Alkohol 14
Annonce 19, 21, 25, 36
Automatisk opkaldssystem 28

B

Betalingsgebyr 48
Betalingskort 49
Bindingsperiode 10, 11, 12, 23
Bøde 25, 52, 53
Bødevedtagelse 22, 24, 28, 30
Børn og unge 15, 31, 32

E

Ekspeditionsgebyr 34
Elektronisk post 26, 27, 29
EU-direktiv 40

F

Fagforening 15
Fitnesscenter 10
Fjernsalg 47, 51, 52, 53, 54, 56, 57
Forhåndsbesked 8, 33, 34, 35, 36, 48, 57
Fortrydelsesret 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57
Forældresamtykke 31
Frit valgs-ordning 16
Frygt 18

G

Garanti 17, 20
Gavekort 33
Gebyr 7, 9, 10, 35, 36, 38, 43
Gebyrændring 39, 43
God markedsføringsskik 7, 8, 10, 13, 14, 31, 39, 40, 44, 48

I

Internetauktion 55
Internethastigheder 37, 43

K

Kommune 16
Konkurrence 27
Kontaktformular 59
Kontaktoplysninger 59
Kreditkort 48
Kreditkøb 38
Købeloven 20
Købsopfordring 34, 40
Kønsdiskriminerende reklame 14

L

Lejelovent 11
Ligestilling 13
Løbende kontraktforhold 11, 43

M

Markedsføringslovens anvendelsesområde 15
Medlemskab 35
Møntlovent 8

O

Offentlig myndighed 13
Offentlig virksomhed 15
Oplysningskrav 37
Opsigelse 10, 11

P

Pengeinstitut 47
Prisgaranti 22
Prismarkedsføring 22
Prisoplysninger 22, 24, 34, 35, 37, 43

R

Rabatkuponer 33
Rabatordning 33
Reklamationsret 8, 20
Reklame 5, 13, 15, 25, 44
Renteloven 48
Reparation 17
Retningslinjer, adresseløse forsendelser 44
Retningslinjer, fjernsalg og betalingskort 47
Retningslinjer, teleområdet 37, 42
Robinson-listen 29, 30

S

Samtykke 27, 28, 29, 39, 53
Serviceloven 16
Skiltning 6, 8, 20

T

Teleområdet 42
Teleretningslinjer 37, 43
Teleselskab 21, 38, 45, 54
Tilbageføre betaling 47
Tip en ven-funktion 18
Tobak 5, 50
Transport 6, 7

U

Uanmodet henvendelse 30
Urigtige oplysninger 18
Urimelig handelspraksis 40

V

Varsel 10, 38
Vejledning, gebyrer 39, 43
Vejledning, prismarkedsføring 22
Vejledningspligt 43
Vejledning, urimelig handelspraksis 40
Vennehvervning 31, 32
Vildledning 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Vildledningsforbud 40

Æ

Ændring af markedsføringsloven 40

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S
www.forbrug.dk

Økonomi- og
Erhvervsministeriet