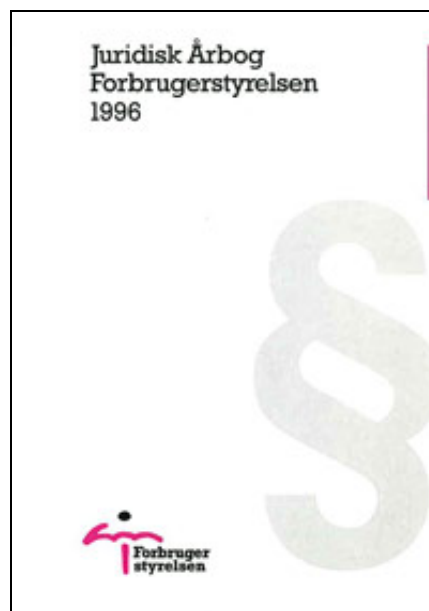


Juridisk Årbog 1996

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1 Oplysninger om udvalgte sagsområder

- 1.1. Aftalelovens §§ 36, og 38a, b, c og d
 - 1.1.1. Aftalelovens §§ 36 og 38c
 - 1.1.1.1. Delvis tilsidesættelse af en aftale
 - 1.1.1.1.1. Ansvarsfraskrivelses- og ansvarsbegrænsningsklausul
 - 1.1.1.1.2. Opsigelsesbestemmelser
 - 1.1.1.1.3. Fortsættelsesklausul
 - 1.1.1.1.4. Prisforhøjelsesklausul
 - 1.1.1.1.5. Konventionalbod og forfaldsklausul
 - 1.1.1.2. Aftalen tilsidesættes helt
 - 1.1.2. Aftalelovens § 38b
 - 1.1.3. Samspillet mellem aftalelovens §§ 36, 38b og 38c og markedsføringslovens § 1
- 1.2. Udskiftning af et modul som afhjælpning. Et særligt bevisproblem
- 1.3. Pyramideselskaber
- 1.4. Slagtilbud, der ikke er der
- 1.5. Sammenlignende reklamer. Priser
- 1.6. Forbruger aftaleloven. Investerings selskabers telefonsalg
- 1.7. Levende lys og stager
 - 1.7.1. Baggrund
 - 1.7.2. Problemstillinger: Produkttyper
 - 1.7.2.1. Levende lys
 - 1.7.2.1.1. Fyrfadslys
 - 1.7.2.1.2. Selvslukkende lys
 - 1.7.2.1.3. Metallys
 - 1.7.2.1.4. Figurlys
 - 1.7.2.1.5. Lys (forstøbt) i holder
 - 1.7.2.1.6. Bloklys
 - 1.7.2.1.7. Kuglelys
 - 1.7.2.1.8. Haveblus
 - 1.7.2.1.9. Havefakler af stearin
 - 1.7.2.2. Lysestager
 - 1.7.2.2.1. Delvist lukkede stager til fyrfadslys
 - 1.7.2.2.2. Lysestager af brændbart materiale
 - 1.7.3. Konklusioner
 - 1.7.3.1. Levende lys
 - 1.7.3.1.1. Lys, der i sig selv indebærer risici
 - 1.7.3.1.2. Lys, der under visse omstændigheder kan indehæve risici
 - 1.7.3.2. Stager
 - 1.7.3.2.1. Stager, der i sig selv indebærer risici
 - 1.7.3.2.2. Stager; der ved forkert brug kan indehæve risici
 - 1.7.4. Forbrugerstyrelsens forslag til sikkerhedsråd mv
 - 1.7.4.1. Levende lys
 - 1.7.4.2. Stager
 - 1.7.5. Sammenfatning



Kapitel 2 Markedsføringsloven

- 2.1. Lovens § 1.

- 2.1.1. Kontraktvilkår
 - 2.1.1.1. TV-selskabs abonnementsvilkår urimelige
 - 2.1.1.2. Omfattende lovbrud i pensionsselskabs lånedokumenter
 - 2.1.1.3. Også lovbrud i forsikringsselskabs lånedokumenter
- 2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger
 - 2.1.2.1. Duftmarketing
 - 2.1.2.2. Stort rykkergebyr, lille restance
- 2.1.3. Diskriminerende markedsføring
 - 2.1.3.1. Annonce "lavet med venstre hånd"
 - 2.1.3.2. Kreditansøger afkræves oplysning om statsborgerskab samt opholdstilladelse
- 2.1.4. Inkasso
 - 2.1.4.1. Pengeinstitutters inkasso. Uanmodede henvendelser
 - 2.1.4.2. Opkrævning af girogebyr i inkassoordning
- 2.1.5. Negativ aftalebinding
 - 2.1.5.1. Skolefotografering. Udl levering af billeder til børn
- 2.1.6. Alkohol
 - 2.1.6.1. Bryggeri fyldte 150 år
 - 2.1.6.2. Alkoholreklamer i et ungdomsblad
- 2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde
 - 2.1.7.1. Arrangement afholdt af almennyttig institution
 - 2.1.7.2. WWF Verdensnaturfondens aktiviteter vil kunne være omfattet af markedsføringsloven og dørsalgsloven
- 2.1.8. Andet
 - 2.1.8.1. DR 2
 - 2.1.8.2. Manglende mulighed for kontant betaling af licens til Danmarks Radio
 - 2.1.8.3. Skadesregister for forsikringsselskaberne
 - 2.1.8.4. Forsikringstagere skulle oplyse CPR-nummer til forsikringsselskab i forbindelse med ny tarifiering af bilforsikring
 - 2.1.8.5. Et privat rådgivningsfirmas behandling af en erstatningssag
 - 2.1.8.6. Forlags tilbud på abonnement på blade og bøger
 - 2.1.8.7. Hollandsk firma vedtager bøde på 100.000 kr.
 - 2.1.8.8. Renteberegning efter en metode, hvorefter det ikke er muligt at opfylde oplysningspligten efter kreditaftaleloven
 - 2.1.8.9. Kreditaftaleloven. Oprindeligt trepartsforhold. Eksterne kontoringe mv.
 - 2.1.8.10. Udformningen af et samtykke fra en forbruger efter dørsalgsloven
 - 2.1.8.11. Pengeinstitutters telefoniske henvendelser til kunder, som ønsker et engagement overført til et andet pengeinstitut
 - 2.1.8.12. Oprettelse af almindelig lønkonto. Kun mod fremvisning af slutopgørelse
- 2.2. Lovens § 2.
 - 2.2.1. Vildledende angivelser
 - 2.2.1.1. Vildledende markedsføring af nyt computerblad
 - 2.2.1.2. Bingoplade blev brugt i vildledende markedsføring
 - 2.2.1.3. Vildledende markedsføring i form af en pressemeddelelse
 - 2.2.1.4. Annoncering med rentefri køb og leje med forkøbsret
 - 2.2.2. Vildledende prisangivelser
 - 2.2.2.1. Markedsføringslovens § 2 samt prismærkningsloven. Finansieringsvirksomhed
 - 2.2.2.2. Lån til private. Mangelfulde oplysninger i annonce
 - 2.2.3. Vildledende angivelser om produkters egenskaber
 - 2.2.3.1. Advarsel mod brug af ikke-originale reservedele
 - 2.2.3.2. Brug af ordet "miljø" i firma- og produktbetegnelse
 - 2.2.3.3. Markedsføring af "miljøkiste". Miljøargument ikke dokumenteret
- 2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger
- 2.4. Lovens § 4. Garanti
- 2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn
 - 2.5.1. Forfalskning af mærkevarer. Forholdet mellem markedsføringslovens § 5 og varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. punktum
- 2.6. Lovens § 6. Tilgift
 - 2.6.1. Pålægning af gulvtæpper for et symbolsk beløb
 - 2.6.2. Konto med gratis ulykkesforsikring

- 2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning
- 2.8. Lovens § 8. Rabat
 - 2.8.1. Rabat ydet i forbindelse med køb. Ikke omfattet af markedsføringslovens § 8
 - 2.8.2. Medlemskort med indbygget rabat. Ulovligt efter § 8
 - 2.8.3. Forhåndsbesked om markedsføring med kuponhæfte der gav rabat på avis
 - 2.8.4. Salgskoncept med opsparing af elektroniske bonuspoint. Markedsføringslovens § 8, stk. 2, § 6, stk. 1, og § 7 samt prismærkningslovens § 1, stk. 1
- 2.9. Lovens § 9 - Præmiekonkurrencer
 - 2.9.1. Konkurrence udbudt via service 900 nummer
 - 2.9.2. Købesummen retur, hvis Danmark vinder EM i fodbold
 - 2.9.3. Få dit indkøb gratis, hvis du kan svare på et spørgsmål
 - 2.9.4. Handelsstandsforenings og distriktsblads afholdelse af et arrangement, hvor deltagelse i lodtrækning var købsbetinget. Overtrædelse af markedsføringslovens § 9
- 2.10. Retningslinier
 - 2.10.1. Retningslinier for omdeling af adresseløse forsendelser, herunder vareprøver
 - 2.10.2. Retningslinier for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende
 - 2.10.3. Retningslinier for etik i realkreditinstitutter
 - 2.10.4. Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af loyalitetsprogrammer i markedsføringen

Kapitel 3 Betalingskortloven

- 3.1. Principielle sager
 - 3.1.1. Hævekort og betalingskortloven
 - 3.1.2. Betalingskortloven. Dankort som legitimation ved udstedelsen af checks
 - 3.1.3. Dankortkvitteringer m.m.
 - 3.1.4. Indførelse af et notagebyr i Dankort-notasystemet
 - 3.1.5. Omkostninger ved driften af et betalingssystem må ikke pålægges betalingsmodtagerne
 - 3.1.6. Gebyr ved brug af Dankort på posthuse, betalingskortlovens § 20, stk. 2
 - 3.1.7. Overvågningssystem, hvorved der sker spærring af betalingskort, som bruges på en atypisk måde. Betalingskortlovens registerbestemmelser
- 3.2. Dispensationer
 - 3.2.1. Homebanking, dispensation, forlængelse
 - 3.2.2. Dispensation, telefonsystem uden kort, men med kode

Kapitel 4 Prismærkningsloven

- 4.1. Administrationen generelt
- 4.2. Ophævelse af bekendtgørelser om skiltpligt for frisørsaloner og restaurationer
- 4.3. EU-reguleringen af prismærkning/enhedsprismærkning
- 4.4. Annoncering med kredittilbud. "Rentefri" kredit

Kapitel 5 Produktsikkerhed

- 5.1. Produktsikkerhedsloven
 - 5.1.1. Administrationen generelt
 - 5.1.1.1. Notifikationer
 - 5.1.2. Produktsikkerhedslovens dækningsområde § 1, stk. 1
 - 5.1.3. Barnesenge. Produktændring
 - 5.1.4. Barnesengen "Babyseng". Tilbageatrækning
 - 5.1.5. Klatrestativ. Legetøjsstandard
 - 5.1.6. Etageseng. Påbud om produktændring
 - 5.1.7. Havestole af plast. Markedsundersøgelse
 - 5.1.8. Flyderinge. Sikkerhedstest
 - 5.1.9. Kombi-barnevogn med konstruktionsfejl
 - 5.1.10. Mærkning af gæstole
 - 5.1.11. Forlystelsesudvalget under Justitsministeriet
- 5.2. Administration af bekendtgørelsen om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, der på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler
 - 5.2.1. Administrationen generelt
 - 5.2.2. CE-mærkning
 - 5.2.3. Advarselsmærkning af legetøj, der ikke er egnet til børn under 36 måneder
 - 5.2.4. Gæstol med aktivitetsbræt. Tilbagekaldelse og tilbagekøb

- 5.2.5. Farvestoffer i bamser og tøjdyr
- 5.2.6. Hinkesten af glas
- 5.2.7. Levnedsmiddel med legetøj
- 5.2.8. Fortolkning af direktiv om sikkerhedskrav til legetøj
- 5.2.9. Sutteklæder
- 5.2.10. Markedsundersøgelse af levnedsmiddelefterligninger
- 5.2.11. Levnedsmiddelefterligning

Kapitel 6 Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

6.1. Husholdningsapparater og isenkram

- 6.1.1. Leje af vaskemaskine. Opsigelse i tre år kunne ikke gøres gældende, jf. aftalelovens § 38c sammenholdt med § 36
- 6.1.2. Køb af vaskemaskine, der ifølge markedsføringen kunne anbringes overalt uden installationsomkostninger. Sælgers oplysningspligt. Erstatning
- 6.1.3. "Penge-tilbage garanti" gjaldt også køb med gavekort. Uklart aftalevilkår fortolket til gunst for forbrugeren

6.2. Radio/tv mv.

- 6.2.1. Montering og tilslutning af et stereoanlæg. Forbrugerklagenævnets kompetence
- 6.2.2. Fortolkning af aftale om returret
- 6.2.3. Leje af fjernsyn. Tilsagn om ret til at købe apparatet for én kr. bindende for forretningen
- 6.2.4. En forbruger købte en CD-video, der i reklamematerialet blev betegnet som "fremtidens filmmedie". CD-videoen var forældet inden et år efter leveringen, hvilket producenten havde vidst allerede på leveringstidspunktet
- 6.2.5. Klager ikke erstatningsansvarlig for brud på videokamera, som først konstateredes to dage efter tilbagelevering

6.3. Computer mv.

- 6.3.1. Styresystem blev oplyst i forbindelse med pc-salg. Sælger ikke pligt til af egen drift at oplyse om begrænsede anvendelsesmuligheder som følge af det anvendte styresystem
- 6.3.2. Køb af computer med præinstalleret software. Efter mangelsafhjælpning af harddisken var køber berettiget til genopsætning af software
- 6.3.3. Klageren havde købt en pc med pentium processor og fået leveret en såkaldt "Pentium-klasse processor". Hæve på trods af mindre brugerfejl fra klagerens side. Erstatning. Modregning
- 6.3.4. Køb af laserprinter med prisgaranti. Prisgarantien fortolket imod affatteren. Forbrugeren havde krav på at få udbetalt en konstateret prisforskel
- 6.3.5. Køb af skrivemaskine med slettetast. Købet ophævet da slettefunktion kun vanskeligt kunne benyttes

6.4. Anden elektronik

- 6.4.1. Abonnement på tyverialarm. Vilkår i standardkontrakt fortolket til skade for affatteren

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

6.6. Tekstiler og skind

- 6.6.1. Gardinkøb. En forbruger afviste uberettiget sælgers tilbud om afhjælpning efter, at gardinerne var krympet i vask. Erstatning
- 6.6.2. Rensning af gardiner. Lim fra gardinbåndene trængte igennem stoffet. Erstatning
- 6.6.3. Manglende regntæthed ved skijakke, der var solgt med oplysning om at være 100% vind- og vandtæt
- 6.6.4. Afhjælpning af en mangel ved forbrugerens løbebukser tog for lang tid
- 6.6.5. Modstridende oplysninger om fortrydelsesret på kassebon
- 6.6.6. "Mink"pels solgt under forkert betegnelse
- 6.6.7. Bestilling af skræddersyet tøj hos et thailandsk firma. Aftalen blev indgået i en dansk frisørsalon, hvor forbrugeren blev kontaktet af repræsentanter fra firmaet. Betalingen skete ved brug af et internationalt betalingskort
- 6.6.8. Frakke, indleveret til rensning, falmet under langvarig opbevaring i renseriet. Erstatning. Egen skyld
- 6.6.9. Køb af vinterfrakke. Frakken blev misfarvet ved salt- og sjappåvirkning. Ophævelse af handlen
- 6.6.10. Fix-køb af jakkesæt. Forsinkelse. Erstatning
- 6.6.11. Gummijakke tålte ikke rensning
- 6.6.12. Lammeskind var værdiløse efter garvning, idet røde misfarvninger, stammende

fra opmærkning af dyrene, ikke forsvandt i forbindelse med garvningen

6.7. Fodtøj

6.7.1. Reklamationer over mangler ved en vare skal fremsættes over for sælgeren af varen og ikke over for fabrikanten

6.7.2. Reparation af et par Gore-tex vandrestøvler. Erstatningsansvar

6.7.3. Afbrydelse af købelovens et-års frist, jf. § 83

6.7.4. Sælgerens loyale oplysningspligt. "Vinterstøvlerne" var bundet således, at fugt trængte hurtigere ind end acceptabelt

6.8. Møbler

6.8.1. Finansiering af køb af en seng. Finansieringen var betegnet som en "månedskonto" men blev administreret som et fast lån med længerevarende kredit. Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at der reelt havde foreligget et køb på kredit i henhold til den dagældende kreditkøbslovs § 1, stk. 1, nr. 2, (idag kreditaftalelovens § 5, nr. 2)

6.8.2. Udskiftning af ledningerne i en ældre seks-armet lysekrone. Klageren fik ikke medhold i, at regningen for arbejdet var urimelig høj

6.8.3. Ombetrækning af sofa. Krav om erstatning. Klageren var berettiget til at afvise indklagedes tilbud om afhjælpning

6.8.4. Køb af hjørnesofa med møbelstof angiveligt af høj kvalitet. Mangler. Ophævelse af køb

6.8.5. En lænestol blev leveret med hårde knapper og ikke med bløde trendseknapper, som på den udstillede model

6.8.6. Bestilling af et møblement hvor leveringstiden var angivet upræcist. "8 dages returret" fortolkedes som gældende fra leveringen. Møblerne var ikke "specielt bestilt", da forretningen i det konkrete tilfælde alene var udgået for varen og derfor måtte bestille denne hjem

6.8.7. Rækkevidden og forståelsen af en mundtlig aftale om en prøvetid på to madrasser. Aftalelovens § 38b, stk. 1

6.9. Cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr

6.9.1. En motionscykel var fejlagtigt prissat til 999 kr. i stedet for 9.999 kr.

6.9.2. Køb af klapvogn. Afhjælpning tog for lang tid. Ophævelse af købet

6.9.3. Væsentlig falmning af barnevogn. Forbruger afskåret fra at hæve købet. Alene krav på forholdsmæssigt afslag i købesummen

6.9.4. Afkortning af et herregolfsæt til damestørrelse. Manglende behørig vejledning ved afkortningen

6.10. Foto, ure, optik, smykker

6.10.1. Købeaftale indgået på grundlag af pris i annonce. Prisen senere berigtiget. Den erhvervsdrivende bundet af prisaftalen

6.10.2. Fotoapparat nægtet solgt til den skilte pris. Aftalelovens § 32, stk. 1

6.11. Motorkøretøjer

6.11.1. Køb af brugt bil. Fejl påpeget af Bilinspektionen ikke rettet før leveringen. Bilinspektionen underrettet om sagen

6.11.2. Køb af brugt bil. Sikkerhedsmæssig fejl påpeget af Bilinspektionen ved syn ikke udbedret forsvarligt inden leveringen

6.11.3. Spørgsmålet om, hvilken garanti der gjaldt for købet af en brugt bil

6.11.4. Brugtvoynsgaranti kan ikke fratage forbrugeren de rettigheder, der tilkommer hende efter købelovens ufravigelige regler. Den erhvervsdrivende havde vildledt forbrugeren ved at fastholde, at reklamationen var omfattet af garantien

6.11.5. Køb af brugt bil. Købet hævet som følge af urigtige oplysninger. Købelovens § 77, stk. 1, 1. punktum

6.11.6. Køb af brugt bil. Mangler. Generelt forbehold. Købelovens § 77, stk. 1, 2. punktum. Købers mangelskrav afvist

6.11.7. Køb af brugt bil. Mangler. Finansiering

6.11.8. Køb/bytte. Tilbagelevering af ydelser ved købets ophævelse. Købelovens § 57

6.11.9. En bil, der var købt som et afhentningstilbud uden registrering til en pris, der lå ca. 10.000 kr under handelsprisen, blev ikke anset for mangelfuld efter købelovens § 77, skønt bilens motor på leveringstidspunktet havde været opslidt

6.11.10. Afhjælpning. De udskiftede dele bortkastet. Det påhvilede sælgeren at bevise, at fejlen ikke havde været til stede på leveringstidspunktet

6.11.11. Bilen viste sig at have kørt ca. 100.000 km mere, end km-tælleren viste

6.11.12. Påkrav om afhjælpning ikke opfyldt. Klager kunne hæve handlen

- 6.11.13. En forbruger havde købt en "EU-knallert", der var ulovlig på leveringstidspunktet. Sælgeren lovliggjorde knallerten, men da den ikke kørte så godt som på leveringstidspunktet, forelå der en mangel
- 6.11.14. Køb af ny motorcykel. Solgt "uden garanti". Almindelig mangelsvurdering
- 6.12. Transport og flytning
 - 6.12.1. En forbruger blev med urette nægtet befordring med Falck. Fortolkning af abonnementskontrakt
 - 6.12.2. Flytning med DSB Gods. Ansvarsbegrænsning lovlige, selv om den ikke var aftalt
 - 6.12.3. Krav om forholdsmæssigt afslag ved køb af månedskort hos DSB ved omfattende togforsinkelser
- 6.13. Musikinstrumenter, grammofonplader, koncerter
 - 6.13.1. Leje af klaver. Lejeaftalen betragtet som kreditkøb. Ikke gyldigt ejendomsforbehold
- 6.14. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger
- 6.15. Øvrige sager
 - 6.15.1. Tyveri af betalingskort. Hæftelse for misbrug
 - 6.15.2. Afbestilling af festlokaler. Kontraktsvilkår om betaling i forbindelse med afbestilling tilsidesat som urimeligt aftalevilkår
 - 6.15.3. Køb af hundehvalp. Sælgers levering af en ny hundehvalp efter den første hunds død blev anset som erstatning og ikke som en gave. Mangler ved hvalp nr. to. Ophævelse af handlen
 - 6.15.4. Køb af kosmetikprodukter ved homeparty. Forbrugeren kunne fortryde købet og kræve pengene tilbage

Kolofon

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

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

Kapitel 1 Oplysning om udvalgte sagsområder

1.1. Aftalelovens §§ 36 og 38a, b, c og d

Forbrugerklagenævnet har en righoldig praksis vedrørende aftalelovens § 36. Sagerne vedrører hovedsageligt tilsidesættelse af enkeltstående vilkår i en indgået aftale, men der er også en række afgørelser, hvor hele den indgåede aftale tilsidesættes.

Nævnet har endvidere truffet enkelte afgørelser efter de særlige regler om forbrugeraftaler i aftalelovens § 38 a-d. Disse bestemmelser er af relativ ny dato, og man må således forvente, at bestemmelserne vil blive brugt mere i fremtiden.

1.1.1. Aftalelovens §§ 36 og 38c

1.1.1.1. Delvis tilsidesættelse af en aftale

1.1.1.1.1. Ansvarsfraskrivelses- og ansvarsbegrænsningsklausul

Vilkår, hvorefter en erhvervsdrivende fraskriver sig ansvaret og således stiller forbrugeren ringere end efter de almindelige regler, vil ofte blive tilsidesat, idet de på urimelig måde ensidigt varetager den erhvervsdrivendes interesse. En erhvervsdrivende vil således normalt ikke gyldigt kunne fraskrive sig erstatningsansvaret for grov uagtsomhed. Som eksempel på ansvarsfraskrivelsesklausuler, som

nævnet har tilsidesat, kan nævnes krav om, at forbrugeren skal reklamere straks eller inden 8 dage, samt forbehold om at den erhvervsdrivende giver ydelse på forbrugerens "eget ansvar". En forbruger havde betalt 10 kr. for at få sit overtøj opbevaret i en restaurants garderobe. Tøjet blev stjålet, men den erhvervsdrivende nægtede at betale erstatning under henvisning til, at der blev skiltet med, at garderoben var på eget ansvar. Nævnet tilsidesatte ansvarsfraskrivelsen som åbenbar urimelig. (1990-53-37)

Ansvarsbegrænsninger i form af maksimering af erstatningens størrelse har nævnet ligeledes tilsidesat. I en sag havde en forbruger fået ødelagt madvarer for i alt 2.600 kr. som følge af mangler ved en dybfryser. Sælgeren tilbød erstatning på 1.000 kr. Han henviste til, at ifølge den ydede tryghedsgaranti, erstattes mad eller tøj, der ødelægges på grund af fabrikationsfejl, med op til 1.000 kr. Nævnet tilsidesatte ansvarsbegrænsningen, idet det måtte anses for urimeligt at påberåbe sig en ansvarsbegrænsning, der indeholdes i en standardtekst under betegnelsen "Tryghedsgaranti", hvilket udtryk må give forbrugeren indtryk af, at hans rettigheder forøges og ikke formindskes. (1983-100-25). Det skal i den forbindelse bemærkes, at efter produktansvarsloven, der trådte i kraft i 1989, kan den erhvervsdrivende ikke ved forudgående aftale begrænse sit produktansvar efter loven, jf. lovens § 12. Nævnet har endvidere tilsidesat en bestemmelse i Dansk Møbeltransport Forenings almindelige betingelser, hvorefter en eventuel erstatning i forbindelse med opbevaring af møbler maksimalt kunne udgøre et års leje. Nævnet udtalte, at en så vidtgående maksimering af ansvaret kun kunne ske ved en klar og individuel aftale med forbrugeren. (1989-52-153)

I visse lejeaftaler har nævnet tilsidesat aftalevilkår, hvorefter lejeren påtog sig et objektivt ansvar for skader på det lejede, idet nævnet fandt, at lejeren kun kunne være erstatningsansvarlig for beskadigelser af det lejede efter en almindelig culparegel. (1985-139-12, 1986-133-342)

Det er normalt standardvilkår, nævnet har tilsidesat. Men der er også eksempler på, at individuelle forbehold er blevet tilsidesat. Blandt andet kan nævnes en sag, hvor den erhvervsdrivende ikke kunne påberåbe sig et vilkår om, at den leverede protese ikke var fagmæssig korrekt fremstillet, selv om forbrugeren havde underskrevet dette vilkår. (1980-90000-265)

1.1.1.1.2. Opsigelsesbestemmelser

Nævnet har i visse tilfælde tilsidesat bestemmelser om uopsigelighed i en vis periode, idet nævnet samtidig har nedsat den periode, i hvilken forbrugeren var bundet af aftalen.

En forbruger havde indgået en aftale om leje af en vaskemaskine. Lejekontrakten var uopsigelig i 36 måneder. Nævnet udtalte, at det naturlige anvendelsesområde for forbrugeraftaler om leje af løsøre er de tilfælde, hvor en forbruger midlertidigt har behov for at benytte den lejede genstand. Nævnet fandt, at det var i strid med aftalelovens § 38c at gøre vilkåret gældende, og at vilkåret burde lempes, således at der i stedet blev fastsat en rimelig opsigelsesfrist. Opsigelsesvarslet blev herefter fastsat til 3 måneder. (1996-441/7-23)

En tilsvarende afgørelse foreligger vedrørende leje af et solarium, hvor et vilkår om 36 måneders uopsigeligt lejemål blev ændret til 3 måneders opsigelsesvarsel. (1995-7211/7-78)

1.1.1.1.3. Fortsættelsesklausul

En standardkontrakt vedrørende køb af seks bøger, der solgtes ved dørsalg, indeholdt et standardvilkår, hvorefter supplerende bind automatisk leveres, hvis abonnementet ikke siges op straks efter levering af de seks aftalte bind. Nævnet tilsidesatte fortsættelsesklausulen under henvisning til de omstændigheder, hvorunder aftalen var indgået, fortsættelsesklausulens placering på kontrakten, der fremtrådte som en aftale vedrørende et nærmere antal angivne bøger, og klausulens uklare og uoverskuelige forpligtelser for køberen.

1.1.1.1.4. Prisforhøjelsesklausul

Det er ikke ualmindeligt, at den erhvervsdrivende i kontraktsforhold af en vis varighed forbeholder sig ret til pristalsregulering. I

visse tilfælde har Forbrugerklagenævnet tilsidesat vilkår om pristalsregulering under henvisning til, at den angivne pris gav indtryk af at være fast, samt at pristalsklausulen var meget lidt iøjnefaldende. (1975-984-27 mfl., 78-10 000-020 og 79-10 00-026)

1.1.1.1.5. Konventionalbod og forfaldsklausul

Vilkår, hvorefter den erhvervsdrivende har ret til at forhøje prisen eller kræve restbeløbet forfaldent til betaling, såfremt forbrugeren misligholder aftalen, er ligeledes i flere tilfælde blevet tilsidesat som ugyldige. (79-91 300-511, 78-23 100-210)

Nævnet har endvidere i to sager vedrørende afbestilling af festlokaler tilsidesat et kontraktvilkår om fuld betaling ved afbestilling. Nævnet lagde blandt andet vægt på, at forbrugerne allerede få dage efter aftalens indgåelse havde afbestilt arrangementerne, samt at afbestillingerne var sket henholdsvis 3 måneder og mere end 1 år før arrangementernes afholdelse. Aftalen blev tilsidesat i medfør af aftalelovens § 38c, og forbrugerne blev fritaget for ethvert betalingskrav fra udlejerens side. (1996-7172/7-1, 1996-7172/7-2)

1.1.1.2. Aftalen tilsidesættes helt

Der findes eksempler på, at nævnet i sin helhed har tilsidesat en indgået aftale.

Nævnet har således i flere sager tilsidesat en abonnementsaftale på et tidsskrift. Et gennemgående træk i sagerne var, at forbrugerne ikke mente at have tegnet et abonnement, men troede at bestillingssedlen alene omfattede køb af nogle prøvenumre. Nævnet lagde ved afgørelserne vægt på, at den erhvervsdrivendes markedsføringsmateriale var udformet på en sådan måde, at det efterlod det indtryk, at forbrugeren ved at udfylde og indsende bestillingssedlen ville modtage prøvenumre til favørpris.

En anden sag vedrørte dørsalg af et bogværk til en meget svagtseende. På grund af forbrugerens alvorlige synshandicap fandt nævnet det stridende mod almindelig hæderlighed at fastholde forbrugeren på hele kontrakten. (1987-57-5)

En købsaftale vedrørende en bil blev tilsidesat, idet der var et betydeligt misforhold mellem vognens værdi og den aftalte købspris. (1983-80-38)

1.1.2. Aftalelovens § 38b

Der foreligger to sager, hvor aftalelovens § 38b er blevet anvendt. Efter denne bestemmelse skal et uklart standardvilkår fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren. Bestemmelsen må antages at ville blive anvendt blandt andet på tilsvarende standardvilkår som de omtalte under punkterne 1.1.1.1.3. (fortsættelsesklausul), 1.1.1.1.4. (prisforhøjelsesklausul) og 1.1.1.2. (bestilling, hvor det ikke klart fremgik, at der var tale om indgåelse af en abonnementsaftale).

I en sag havde en erhvervsdrivende nægtet at give penge tilbage for en termokande, idet den var købt med et gavekort. Den erhvervsdrivende reklamerede i sit gavekatalog med en "penge-tilbage garanti". Nævnet fandt under henvisning til aftalelovens § 38b, at garantien måtte forstås således, at den gælder alle kunder, herunder også kunder som har betalt med et gavekort. (1996-429/7-4)

Den anden sag vedrørte køb af to boxmadrasser og en topmadras, hvor der mundtligt var blevet aftalt en prøvetid. Parterne var imidlertid uenige om, hvad denne aftale nærmere gik ud på. Klageren mente, at han havde fået en måneds returret. Den erhvervsdrivende henviste derimod til sine sædvanlige vilkår, hvorefter man yder 14 dages ombytningsret, dog ikke på specielt bestilte varer, som der i den foreliggende sag var tale om, for så vidt angik topmadrassen. Nævnet udtalte, at når en erhvervsdrivende gør brug af standardvilkår, bør han sørge for, at vilkåret er udarbejdet på en klar og forståelig måde. Da den erhvervsdrivende ikke havde sørget for, at hans standardvilkår om ombytningsret var påført fakturaen eller et andet afaledokument på klar og forståelig måde, fandt nævnet, at klageren havde været berettiget til at forstå aftalen således, at der var indrømmet hende en måneds fuld returret i relation til det samlede køb, jf. aftalelovens § 38b, stk. 1. (1995-65/7-1240)

1.1.3. Samspillet mellem aftalelovens §§ 36, 38b og 38c og markedsføringslovens § 1

Såfremt et vilkår er ugyldigt i medfør af aftalelovens bestemmelser, vil det ligeledes være i strid med god markedsføringsskik at anvende et sådant kontraktvilkår. Forbrugerombudsmanden kan således med hjemmel i markedsføringslovens § 1 skride ind over for aftalevilkår, der er i strid med god markedsføringsskik enten ved forhandling eller ved anlæggelse af forbudssag. Endvidere kan Forbrugerombudsmanden efter markedsføringslovens § 2, stk. 1, gribe ind over for aftalevilkår, der er vildledende eller urimeligt mangelfulde. Endelig er der i § 3 forbud imod at anvende erklæring om ydelse af garanti, såfremt erklæringen ikke giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

Dette samspil mellem de offentligretlige og de civilretlige regler betyder en effektivisering af reglernes

gennemslagskraft. Ved at benytte muligheden for efter markedsføringsloven at forbyde en erhvervsdrivende at anvende samt at påberåbe sig et uklart eller et urimeligt aftalevilkår, kan man undgå en ressourcekrævende behandling af et betydeligt antal enkeltssager i forbrugerklagenævnets regi.

Som et eksempel på dette samspil mellem Forbrugerklagenævnet og Forbrugerombudsmanden kan nævnes en sag vedrørende et leksikon og en verdenshistorie, hvor prisen pr. bind i købsaftalen var angivet som "p.t. kr. xxx". Forbrugerklagenævnet gav en forbruger ret i, at prisangivelsen ikke gav forlaget tilstrækkelig hjemmel til at regulere prisen. Samtidig anlagde Forbrugerombudsmanden sag ved retten med påstand om, at det skulle forbydes forlaget at opkræve en højere pris. Retten gav Forbrugerombudsmanden medhold. (1991-4042/5-2)

1.2. Udskiftning af et modul som afhjælpning. Et særligt bevisproblem

Det bliver mere og mere almindeligt, at sælger afhjælper en mangel ved at udskifte et modul, fx en motor i en videobåndoptager eller en elektronisk styringsboks i en bil, frem for at reparere den egentlige fejl. Ofte vil fejlen i modulet kun blive konstateret som funktionssvigt af modulet og efterfølgende renoveret eller kasseret. I disse tilfælde vil forbrugeren, hvis fejlen på ny opstår, have svært ved at bevise, at det er nøjagtig samme fejl, sælgeren søgte at afhjælpe inden reklamationsfristens udløb.

De almindelige regler om forældelse af købers beføjelser efter købeloven

Det følger af købelovens § 83, at køberen mister sin ret til at påberåbe sig en mangel, dersom han ikke inden et år har givet sælgeren meddelelse om manglen.

Har køberen reklameret rettidigt, jf. købelovens § 83, bevarer han sine købelovsbeføjelser, indtil disse forældes efter de almindelige regler:

Har sælger afhjulpnet manglen ved reparation, kan køberen, for så vidt den samme fejl opstår igen, indtil 5 år efter første reklamation påberåbe sig samme mangel over for sælgeren (jf. 1908-loven). Det påhviler som udgangspunkt køberen at bevise, at det er samme fejl, som han reklamerede over inden udløbet af købelovens 1-års frist.

Har sælgeren afhjulpnet manglen ved at foretage omlevering af salgsgenstanden, løber der en ny et-års reklamationsfrist for samtlige mangler. Opstår den fejl, der var årsag til omleveringen, er reklamationen allerede foretaget inden omleveringen og fordringen forældes efter de almindelige forældelsesregler (1908-loven). Reklamationen skal følges op inden rimelig tid.

Ved vurderingen af, om fejlen kan siges at være opstået på ny, må man naturligvis tage i betragtning, hvor længe den pågældende genstand eller del under normale omstændigheder må antages at kunne holde.

Et særligt bevisproblem

Forbrugerklagenævnet fik i 1996 forelagt en sag, der kort kan refereres således: En forbruger, der havde købt en videobåndoptager, konstaterede 11 måneder efter købet, at motoren støjede kraftigt. Hun reklamerede straks til sælgeren, der afhjalp fejlen ved at udskifte videobåndoptagerens motor. 21Ž2 år senere konstaterede forbrugeren igen kraftig støj fra videobåndoptagerens motor. Sælgeren afviste at afhjælpe fejlen uden omkostninger for forbrugeren.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige udtalte, at der var tale om en fejl ved samme del (modul), men det var umuligt at sige, om det var samme fejl, da motoren var en lukket enhed. Klageren var således ikke i stand til at bevise, at det var præcis samme fejl, som første gang motoren holdt op med at virke.

Forbrugerstyrelsen udarbejdede herefter et notat til belysning af problemstillingen. Formandsskabet udtalte på baggrund af notatet følgende:

"Forbrugeren har ingen indflydelse på, om der foretages en egentlig reparation, om fejlen lokaliseres, eller om sælgeren udskifter et helt modul uden at bruge tid på at lokalisere fejlen.

Når sælger skal afhjælpe, vil det oftest være i sælgers interesse, når han udskifter et modul frem for at reparere, idet det er den billigste løsning for ham. Han vil ofte mangle instrumenter og ekspertise til at fejlfinde og reparere. Hvis det sker efterfølgende, sker det på specialværksteder.

Når der er tale om en del/et modul, der ikke kan skilles ad, kan det være umuligt at identificere den egentlige fejl.

I ovennævnte tilfælde, hvor forbrugeren ikke har indflydelse på, hvorledes afhjælpning foretages, hvor udskiftning af et modul er i sælgers interesse, eller hvor modulet ikke kan eller ikke bliver undersøgt, må det være tilstrækkeligt, at forbrugeren godtgør, at der igen er fejl ved samme del. Når dette er godtgjort, må det påhvile sælgeren at bevise, at der i det konkrete tilfælde er tale om to forskellige fejl.

Såfremt der igen opstår fejl i samme modul, men der er tale om et andet symptom, løber forældelsesfristen 1 år fra udskiftning af modulet."

1.3. Pyramideselskaber Multi-Level-Marketing, Network-marketing mv.

I Juridisk Årbog 1995 blev det omtalt, at Forbrugerombudsmanden havde gennemgået en lang række forretningskoncepter med en opbygning af et salgsnetværk med pyramidestruktur. De nærmere karakteristika ved disse systemer, der ofte benævner sig Multi-Level-Marketing eller Network-marketing er beskrevet i denne artikel.

Forbrugerombudsmanden har fortsat modtaget et meget stort antal telefoniske og skriftlige henvendelser fra forbrugere, der enten har følt sig snydt af sådanne selskaber eller er meget usikre overfor disse forretningskoncepter.

Forbrugerombudsmanden har i den forbindelse fastholdt sine synspunkter om, at sådanne forretningskoncepter kan indebære overtrædelser af markedsføringslovens bestemmelse om god markedsføringsskik og forbudene mod utilbørlige markedsføringsmetoder og vildledende oplysninger, såfremt de ingredienser/momententer i forretningskoncepterne, der er nævnt i Juridisk Årbog 1995, indgår i koncepterne.

"Lykkespil" (pyramidespil)

I Juridisk Årbog 1995 blev ligeledes omtalt tyske "lykkespil" (pyramidespil), hvor man mod indbetaling af et beløb på mellem 22.000-26.000 kr. får ret til at hverve nye medlemmer til et "spil". Disse spil har igen i 1996 floreret i Danmark. Lykkespillene/pyramidespillene er karakteriseret ved, at der ikke er varer eller kun varer af ganske underordnet betydning indblandet i systemet. Den primære ydelse er medlemshvervning, som udløser en bonus til den, der hverver. Især det tyske "lykkespil", Titan, har været genstand for en intens omtale i medierne, og Forbrugerombudsmanden har igen vedvarende og kraftigt advaret forbrugerne imod deltagelse i spillet.

Som tidligere omtalt oversendte Forbrugerombudsmanden i 1995 en lang række sager af denne type til politiet med anmodning om efterforskning med henblik på tiltalerejsning efter markedsføringsloven. Disse sager og andre tilsvarende sager afventede herefter, at Rigsadvokaten tog stilling til, om der var grundlag for tiltalerejsning, og i givet fald efter hvilken lov der skulle rejses tiltale. Før Rigsadvokatens stillingtagen forelå, kunne der ikke foretages yderligere.

Rigsadvokaten udsendte i maj 1997 en cirkulæreskrivelse, hvori han bl.a. har oplyst, at ingen af de ham forelagte sager vedrørende lykkespil/pyramidespil var egnede som prøvesager. Rigsadvokaten har i stedet anmodet Statsadvokaten for særlig økonomisk kriminalitet om at følge udviklingen på området nøje.

Endvidere har Rigsadvokaten oplyst, at Politimesteren i Odense i øjeblikket foretager en mere omfattende efterforskning omkring pyramidespillet "Nordic Future", som synes at være opbygget efter samme koncept som Titan-spillet. Efterforskningen er i skrivende stund ikke afsluttet. Det vides derfor ikke, om tiltale i givet fald vil blive rejst for overtrædelse af markedsføringsloven, indsamlingsloven eller straffeloven.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er der behov for særskilt speciallovsregulering af området, såfremt der skal kunne gribes ind overfor "lykke-spil", som omsættes ved hjælp af uacceptable markedsføringsmetoder. Lovhjemlen kunne skaffes i form af en ændring af indsamlingsloven. (1996-2049/5-8, 1996-2049/5-12 mfl.)

1.4. Slagtilbud i tilbudsaviser. Varerne ikke at finde i forretningen på det annoncerede tidspunkt

Forbrugerombudsmanden har i tidens løb modtaget adskillige klager fra forbrugere, som har reflekteret på tilbud i firmaers husstandsomdelte tilbudsaviser og har måttet konstatere, at den annoncerede vare ikke var at finde i forretningen på det angivne tidspunkt.

I slutningen af 1996 aktualiseredes problemet på ny, og Forbrugerombudsmanden overvejede at

indbringe et par sager for domstolene med påstand om straf for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1. Idet der imidlertid var tale om et generelt problem, og under hensyn til de knappe ressourcer, der er til Forbrugerombudsmandens rådighed, valgte han i stedet gennem en cirkulæreskrivelse til detailhandelens organisationer samt de to store detailhandelskæder, Dansk Supermarked og FDB at tilskynde detailhandelen til selv at finde en rimelig og acceptabel løsning på problemet.

Om baggrunden for problemet forklarede de erhvervsdrivende, at det navnlig opstod ved markedsføringen af non-food varer, hvor der går meget lang tid, fra tilbudsaviserne sættes i produktion, til de sendes ud. I denne periode kan der opstå mange uforudsete hindringer for rettidig levering, såsom transportforstyrrelser, strejke, leverandørens konkurs o.s.v. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse kan disse forklaringer ikke tilsløre det faktum, at tilbudsaviserne indeholder urigtige og vildledende angivelser om, hvilke varer der på et givet tidspunkt vil kunne findes i forretningen, og at disse angivelser er egnet til at påvirke efterspørgslen, idet de tiltrækker kunder, som ofte vil være tilbøjelige til at købe en erstatningsvare i stedet for den annoncerede og i øvrigt at foretage indkøb i forretningen.

Forbrugerombudsmanden finder det uacceptabelt, når det gang på gang viser sig, at forbrugere må køre forgæves efter de tilbud, som forretningerne søger at lokke kunder til med. Hvis hindringerne for at leve op til tilbudsavisernes løfter er så uoverstigelige, som nogle erhvervsdrivende hævder, på grund af disse avisers lange produktionstid, må denne annonceringsform opgives, og man må i stedet gå over til annoncering i dagspressen eller anden markedsføring, hvor der er kontrol over tingene, og hvor man har mulighed for at sikre sig at kunne leve op til, hvad man lover.

Forbrugerombudsmanden meddelte samtidig organisationerne og de to handelskæder, at findes der ikke en acceptabel løsning på problemet, og indkommer der fortsat klager over forholdet, risikerer de erhvervsdrivende, at Forbrugerombudsmanden uden yderligere varsel griber ind.

Forbrugerombudsmanden har i tidens løb modtaget adskillige klager fra forbrugere, som har reflekteret på tilbud i firmaers husstandsdelte tilbudsaviser og har måttet konstatere, at den annoncerede vare ikke var at finde i forretningen på det angivne tidspunkt.

I slutningen af 1996 aktualiseredes problemet på ny, og Forbrugerombudsmanden overvejede at indbringe et par sager for domstolene med påstand om straf for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1. Idet der imidlertid var tale om et generelt problem, og under hensyn til de knappe ressourcer, der er til Forbrugerombudsmandens rådighed, valgte han i stedet gennem en cirkulæreskrivelse til detailhandelens organisationer samt de to store detailhandelskæder, Dansk Supermarked og FDB at tilskynde detailhandelen til selv at finde en rimelig og acceptabel løsning på problemet.

Om baggrunden for problemet forklarede de erhvervsdrivende, at det navnlig opstod ved markedsføringen af non-food varer, hvor der går meget lang tid, fra tilbudsaviserne sættes i produktion, til de sendes ud. I denne periode kan der opstå mange uforudsete hindringer for rettidig levering, såsom transportforstyrrelser, strejke, leverandørens konkurs o.s.v. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse kan disse forklaringer ikke tilsløre det faktum, at tilbudsaviserne indeholder urigtige og vildledende angivelser om, hvilke varer der på et givet tidspunkt vil kunne findes i forretningen, og at disse angivelser er egnet til at påvirke efterspørgslen, idet de tiltrækker kunder, som ofte vil være tilbøjelige til at købe en erstatningsvare i stedet for den annoncerede og i øvrigt at foretage indkøb i forretningen.

Forbrugerombudsmanden finder det uacceptabelt, når det gang på gang viser sig, at forbrugere må køre forgæves efter de tilbud, som forretningerne søger at lokke kunder til med. Hvis hindringerne for at leve op til tilbudsavisernes løfter er så uoverstigelige, som nogle erhvervsdrivende hævder, på grund af disse avisers lange produktionstid, må denne annonceringsform opgives, og man må i stedet gå over til annoncering i dagspressen eller anden markedsføring, hvor der er kontrol over tingene, og hvor man har mulighed for at sikre sig at kunne leve op til, hvad man lover.

Forbrugerombudsmanden meddelte samtidig organisationerne og de to handelskæder, at findes der ikke en acceptabel løsning på problemet, og indkommer der fortsat klager over forholdet, risikerer de erhvervsdrivende, at Forbrugerombudsmanden uden yderligere varsel griber ind.

1.5. Sammenlignende reklame. Priser

Et selskab, der drev en varehuskæde, oplyste overfor Forbrugerombudsmanden, at kæden i

tilbudssaviser anvender udtrykket "markedsprisen" som udgangspunkt for beregningen af, hvor store besparelser forbrugeren opnår ved køb i kædens forretninger. På grund af lange produktionstider for tilbudssaviserne var man nødt til at basere oplysninger om markedsprisen på undersøgelser, der lå 4 til 6 uger før annonceringstidspunktet. For at kombinere hvad der er praktisk muligt og forbrugernes krav på aktuel information, foreslog den erhvervsdrivende, at det bag på hver tilbudsavis anføres: "De faktiske oplysninger, der er afgivet i nærværende avis, vedrører uge XX". Den erhvervsdrivende anmodede om Forbrugerombudsmandens syn på lovligheden heraf.

Indledningsvis bemærkede Forbrugerombudsmanden, at han ikke tidligere havde taget stilling til anvendelsen af udtrykket "markedspris" i sammenlignende prisannoncering. Udtryk som "markedspris", "normalværdi" og andre lignende udtryk signalerer imidlertid alle umiddelbart det samme til forbrugerne som "konkurrenternes normalpris". Det vil sige, at markedsprisen er udtryk for den pris, som anvendes på den del af markedet, det er rimeligt at sammenligne sig med. Anvendelse af udtrykket forudsætter også, at der eksisterer en rimeligt ensartet udsalgspris på den relevante del af markedet.

Forbrugerombudsmanden udtalte herefter, at når det i annoncemateriale oplyses, at en vare har en bestemt markedspris/normalpris, vil dette naturligt af forbrugerne blive opfattet som markedsprisen/normalprisen på annonceringstidspunktet. Hvis den faktiske markedspris på annonceringstidspunktet afviger fra den markedspris, den erhvervsdrivende via sine løbende prisundersøgelser har fundet frem til 4-6 uger før dette tidspunkt, vil der typisk være tale om en urigtig og vildledende oplysning af betydning for efterspørgslen og dermed en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Med hensyn til det foreslåede forbehold udtalte Forbrugerombudsmanden, at det, rent bortset fra at der ved denne formulering ikke udtrykkeligt refereres til oplysningerne om konkurrenternes priser, var hans erfaring, at et sådan generelt forbehold på bagsiden af en tilbudsavis i mange tilfælde vil blive overset af forbrugerne, jf. herved at en trykt reklame ifølge indledningen til ICC-kodeks for reklamepraksis 1986 skal bedømmes efter dens sandsynlige indvirkning på forbrugerne ved en hastig gennemlæsning.

Forbrugerombudsmanden udtalte endvidere, at vil en erhvervsdrivende anvende sammenligninger mellem egne og andres priser i reklameøjemed, må det i medfør af markedsføringsloven som minimum kræves, at de priser, der sammenlignes, er indsamlet samtidigt. Hvis man sammenligner egne "nu"-priser med de priser, andre erhvervsdrivende brugte uger tilbage i tiden, er sammenligningen uden relevans for forbrugerne og tillige illoyal i forhold til konkurrenterne, idet det vil være ganske tilfældigt, om den prisforskel i varehuskædens favør, sammenligningen viser, er gældende på annonceringstidspunktet. Forbrugers krav på aktuel information opfyldes imidlertid ikke ved, at kun priserne for så vidt angår den ene halvdel af sammenligningen er aktuelle.

Forbrugerombudsmanden konkluderede, at han fandt den erhvervsdrivendes fremgangsmåde i forbindelse med tilbudssavisernes prisundersøgelser uacceptabel og i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1. Endvidere vil anvendelsen i reklamer af prisundersøgelserne kunne anses for utilbørlig i forhold såvel til forbrugerne som til de konkurrenter, der sammenlignes med, jf. herved markedsføringslovens § 2, stk. 2 og stk. 3. Et forbehold det være sig aldrig så klart og tydeligt ville efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke kunne råde bod herpå. (1996-989/5-102)

1.6. Forbrugerftaleloven Investeringselskabers telefonsalg

I Forbrugerstyrelsens Juridiske Årbog 1995 er omtalt en række tilfælde, hvor pengeinstitutter og "forsikringsrådgivere" har anvendt en markedsføring, der indebar en overtrædelse af forbudet mod uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse til forbrugere i forbrugerftalelovens § 2. Bestemmelsen lyder sådan:

"Erhvervsdrivende må ikke uden forudgående anmodning herom rette personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger på dennes bopæl, arbejdsplads eller andet sted, hvortil der ikke er almindelig adgang, med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept på tilbud om indgåelse af aftale."

Bestemmelsen er strafsanktioneret, ligesom det i § 3 er fastsat, at aftaler indgået ved henvendelser i strid med § 2 ikke er bindende for forbrugeren.

I 1995 og 1996 modtog Forbrugerombudsmanden en række henvendelser vedrørende investeringselskaber, der ligeledes benyttede sig af markedsføringsmetoder, der rejste spørgsmål om, hvorvidt forbrugerftalelovens § 2 var overtrådt. Fælles for sagerne var, at investeringselskaberne uden forudgående aftale rettede telefonisk henvendelse til selvstændige erhvervsdrivende under påskud af, at henvendelsen vedrørte den erhvervsdrivendes virksomhed, men det var det generelle indtryk, at

formålet med henvendelsen var at indgå aftale enten med virksomheden eller med indehaveren eller direktøren personligt. Hvor "forsikringsrådgiverne" i de tidligere omtalte sager benyttede den lovmæssige adgang til telefon- og dørsalg af forsikringer som "visitkort" for salg af andre produkter, benyttede investeringsselskaberne i de her omtalte sager adgangen til at rette uanmodet henvendelse til erhvervsdrivende til samtidig at sælge sine produkter til indehaveren eller direktøren personligt. Den benyttede markedsføring blev af de fleste opfattet som særdeles aggressiv. Endvidere fremgik det af sagerne, at investorerne ikke var klar over den betydelige risiko, der er forbundet med handlen med optioner, og det kom derfor bag på dem, når det efter nogle få måneder viste sig, at optionerne var værdiløse.

Forbrugerombudsmanden udtalte bl.a.:

"... Hvorvidt en erhvervsdrivendes uanmodede henvendelse til direktøren af en virksomhed sker med henblik på indgåelse af en investeringsaftale med direktøren som privatperson hvilket er ulovligt eller i dennes egenskab af repræsentant for virksomheden hvilket er lovligt må bero på en konkret vurdering i det enkelte tilfælde.

Der er imidlertid i disse situationer en oplagt risiko for omgåelse af lovens forbud mod uanmodet henvendelse til forbrugere. Det er således nærliggende at antage, at hensigten med en erhvervsdrivendes uanmodede henvendelse til en direktør på dennes arbejdsplads er at markedsføre investeringsprodukter såvel over for direktørens virksomhed som over for direktøren personligt. Denne fremgangsmåde kan skyldes en på forhånd udtænkt strategi om ved en eventuel senere sag at kunne fremsætte den indsigelse, at henvendelsen alene var rettet til virksomheden og ikke til direktøren personligt. Det er vores opfattelse, at en sådan henvendelse på direktørens arbejdsplads som udgangspunkt vil være i strid med forbruger aftaleloven. For at undgå at en henvendelse bliver omfattet af forbudet i forbruger aftaleloven, må det kræves, at det klart fremgår, at den erhvervsdrivendes markedsføring alene er rettet mod erhvervsdrivende, der handler som led i deres erhverv. Endvidere må den erhvervsdrivende i forbindelse med indgåelse af en eventuel investeringsaftale sikre sig et klart og utvetydigt bevis for, at aftalen er indgået med direktørens virksomhed og ikke med direktøren privat. ..."Forbrugerombudsmanden afviste af ressourcemæssige årsager at gå nærmere ind i de enkelte sager og henviste investorerne til at anlægge en civil sag.

I to civile sager har henholdsvis retten i Århus, BS 9600202-7, og Østre Landsret, BS-0683-96, taget stilling til, hvorvidt en aftale om investering i optioner var en forbruger aftale og dermed omfattet af forbudet i dørsalgslovens § 2. I begge sager, som vedrørte det samme investeringsfirma, havde en investeringsrådgiver rettet uanmodet telefonisk henvendelse til en selvstændig erhvervsdrivende, der herefter personligt indgik en investeringsaftale om køb af optioner. Da optionerne ved udløbet viste sig at være værdiløse, krævede køberen sig fritaget for betaling bl.a. under henvisning til, at aftalen var ugyldig i henhold til dørsalgsloven.

I sagen ved civilretten i Århus forklarede køberen, der var medejer af en dyrlægepraksis, at han ved investeringsrådgiverens henvendelse havde gjort det klart, at virksomheden ikke havde kapital til at investere. Han var derimod selv blevet interesseret og fik materiale tilsendt. Investeringsrådgiveren rettede herefter på ny to gange telefonisk henvendelse til ham, og han indgik i den forbindelse personligt aftale om køb af optioner for i alt 70.000 kr. Investeringsrådgiveren forklarede derimod, at han først dagen efter den første aftales indgåelse blev klar over, at det var ejeren personligt og ikke virksomheden, der investerede. Retten der lagde køberens forklaring til grund fandt, at investeringsrådgiverens første telefoniske henvendelse, som blev fulgt op af to efterfølgende telefoniske henvendelser, var omfattet af forbudet i lov om visse forbruger aftaler § 2. De indgåede aftaler om køb af optioner var herefter ikke bindende.

I Østre Landsrets dom af 23. januar 1997 var henvendelsen sket til indehaveren af en el-installationsforretning. Indehaveren forklarede, at han ved investeringsrådgiverens telefoniske henvendelse havde svaret, at hans firma ikke havde så mange penge til at investere. Rådgiveren foreslog, at han kunne investere sine private midler, hvilket han accepterede. Investeringsrådgiveren bestred derimod, at han skulle have foreslået køberen at investere personligt, men kunne ikke i øvrigt huske telefonsamtalen. Landsretten lagde til grund, at investeringsrådgiverens første henvendelse var uanmodet og skete for straks eller senere at indgå en aftale om salg af optioner til indehaverens firma eller til indehaveren personligt. Retten fandt, at selv om aftalen angik spekulation i et finansielt aktiv med kort løbetid, måtte køberen anses som forbruger. Da den uanmodede henvendelse og den efterfølgende aftale med indehaveren som forbruger burde vurderes samlet, var forbudet i dørsalgslovens § 2, stk. 1, overtrådt,

I december 1995 trådte lov om værdipapirhandel mv. i kraft. Ifølge lovens § 3 skal enhver papirhandel udføres på en redelig måde og i overensstemmelse med god værdipapirhandelsskik. Det fremgår endvidere af loven, at investeringsselskaber, der bl.a. handler med optioner, skal have tilladelse af Finanstilsynet. Det må forventes, at antallet af investeringsselskaber, der fremover benytter sig af de her omtalte markedsføringsmetoder, vil blive formindsket.

1.7. Levende lys og stager. Problemstilling, afprøvningsresultater og løsningsforslag

1.7.1. Baggrund

Ulykker med levende lys har længe givet anledning til bekymring for forbrugere, der har henvendt sig med eksempler på, hvor galt det kan gå. Medierne har ligeledes omtalt konkrete tilfælde af uheld som følge af brugen af levende lys. Der findes ingen samlet oversigt over omfanget af ulykker, men ulykkesstatistikker kan give et vist indtryk.

Tal fra EHLASS viser en del uheld, som involverer stearinlys. I perioden 1989-1995 er der således registreret 198 ulykker af denne slags på de 5 EHLASS skadestuer, hvilket skønsmæssigt svarer til ca. 200 på landsplan årligt. Til disse tal skal dog knyttes den kommentar, at der ikke i ulykkesbeskrivelserne er noget, der tyder på, at ulykkerne skyldes andre egenskaber ved lysene, end at der er ild i. Umiddelbart ser ulykestallet rimeligt lavt ud ud fra en betragtning om, at vel nok de fleste er i om ikke daglig så i hvert fald hyppig kontakt med levende lys.

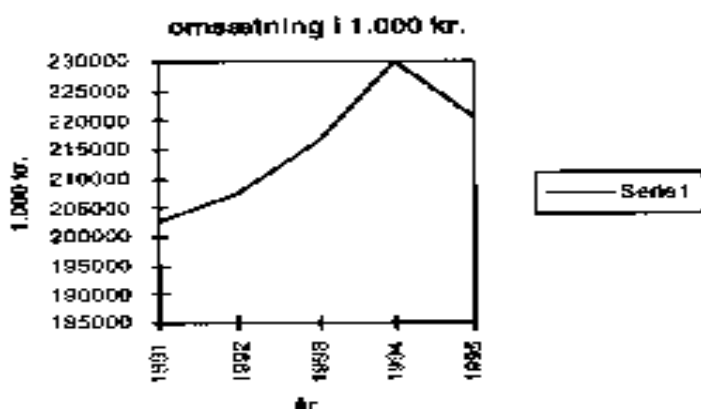
Det skal dog understreges, at EHLASS-tal ikke er særligt egnede til at be- eller afkræfte formodningen om den farlighed ved brug af levende lys, som Forbrugerstyrelsen har valgt at fokusere på. EHLASS viser typisk ikke den type uheld, hvor et stearinlys antænder en bordplade, idet en sådan brand, som slukkes i tide og på den korrekte måde, ikke behøver at indebære personskeade.

Der findes intet centralt register for brandårsager. Hverken de kommunale brandkorps eller Beredskabsstyrelsen fører et sådant register, og det nærmeste, man kommer, er en årlig oversigt fra Dansk Brandteknisk Institut, som dog hovedsageligt er baseret på avisartikler og ikke konsekvent på egentlige brandsyn. Beredskabsstyrelsen arbejder dog på et egentligt register, som skal føres centralt og rumme indrapporteringer fra de lokale brandmyndigheder.

Af oversigten for 1996 fra Dansk Brandteknisk Institut fremgår, at 7 brande forårsaget af levende lys kostede 8 menneskeliv i 1996. For 1995 var tallet 12 dødsbrande forårsaget af levende lys. Vi ved ikke meget om disse uheld og kan følgelig ikke konkludere noget om lysenes farlighed/forkert brug af lys.

Der anvendes en stor mængde stearinlys i Danmark hvert år. Tal fra Danmarks Statistiks forsyningsstatistik fortæller, at der i perioden 1991-1995 blev omsat for gennemsnitligt 215.392.800 kr. stearin-, paraffin- og vokslys i Danmark. Udviklingen fordeler sig således:

Forbrugerstyrelsen påbegyndte i efteråret 1995 en undersøgelse af levende lys og stager, som med den seneste rapport fra Dansk Brandteknisk Institut er foreløbigt afsluttet. Desuden foreligger nogle relevante rapporter fra Sverige og Norge.



1.7.2. Problemstillinger: Produkttyper

Der eksisterer forskellige risici inden for de forskellige produktgrupper, som undersøgelserne omfatter. Disse skal i korthed søges skitseret her.

1.7.2.1. Levende lys

Konklusionerne er baseret på 1995-rapporterne om fyrfadslys og selvslukkende lys samt den seneste undersøgelse fra DBI.

Dansk Brandteknisk Institut har i perioden september 1996 marts 1997 afprøvet 40 lysserier inden for forskellige typer. Der er foretaget afbrændinger med henblik på at konstatere eventuelle risici og unormale forbrændingsforløb. Der er afgivet en rapport i marts 1997, som alt i alt tyder på et tilfredsstillende marked for levende lys. Blot ville en øget mærkning kunne hæve informationsniveauet, som ikke er højt.

1.7.2.1.1. Fyrfadslys

Fyrfadslys anvendes i enorme mængder herhjemme.

Foranlediget af en række henvendelser opfordrede Forbrugerstyrelsen i 1995 læserne af Råd & Resultater til at skrive ind hvis de havde oplevet "overtænding" af fyrfadslys. Overtænding betyder, at hele paraffinoverfladen bryder i brand og brænder som een stor væge. Ca. 150 svarede, og historierne var stort set ens: når et lys havde været tændt i et par timer, gik lysene i overtænding. Overtændingen medfører en konstant flamme på 5-15 cm, som nærmest eksploderer, hvis man forsøger at slukke lyset med vand.

Under afprøvninger foretaget af Dansk Brandteknisk Institut, hvor man testede i alt 1175 fyrfadslys i 16 forskellige serier (produkter), gik der spontan overtænding i 9 lys (inden for 3 serier) eller 0.76% af de afprøvede lys.

Forklaringen på overtændingen kunne ikke (if. Dansk Teknologisk Instituts analyser) findes i paraffinsammensætningen, men skal søges i overvarme, som kan opstå på forskellig vis, fx ved dobbeltvæger, lukkede stager, se nedenfor, men altså også "uprovokeret". Overtænding sker ved en temperatur på ca. 200 grader if. norske undersøgelser, 225-250 if. svenske.

Forklaringen på "eksplosionerne" under slukning skal søges i, at vandet under fordampningen trækker paraffinpartikler med op, som antændes. Stikflammerne kan blive op til 75 cm høje.

Dansk Brandteknisk Institut har i 1997 testet fyrfadslys i vandbad med henblik på at konstatere, om denne løsning nedsætter risikoen for unormal forbrænding. Konklusionen er, at denne løsning ikke kan anbefales, idet kombinationen af vand og fyrfadslys øger risikoen for spontane stikflammer.

1.7.2.1.2. Selvslukkende lys

Markedskontrollen testede i 1995 909 selvslukkende lys fordelt på 16 serier (produkter). 28 (3.08%) af lysene brændte helt ned og var altså slet ikke selvslukkende. Disse 28 var fordelt inden for 4 serier.

Tilkendegivelser fra producenterne tyder på vanskeligheder med at sikre en ensartet imprægnering af selvsluk. Det vil næppe kunne garanteres, at selvslukkende lys altid slukker selv.

Farligheden ligger naturligvis i den tillid, forbrugeren lægger i produktet, som kan indebære en svækket opmærksomhed. Selvslukkende lys bruges hyppigt i adventskranse og stager af brændbart materiale.

1.7.2.1.3. Metallys

Udvikler en del sort røg umiddelbart efter antændelsen, er følsomme over for træk, løber meget og bør derfor altid placeres på et ikke brændbart underlag.

Forbrugerstyrelsen modtager løbende henvendelser fra forbrugere, som oplever, at møbler, stuer og hele hjem bliver sodet til ved brug af disse lys. Forsikringsselskaberne har vanskeligt ved at placere ansvaret, og bevisbyrdeproblematikken er svær. Der foreligger ingen kendte analyser af problemets årsag, men tilkendegivelser fra producenter tyder på, at det er vanskeligt at undgå.

1.7.2.1.4. Figurlys

Løber meget og bør derfor altid placeres på et ikke brændbart underlag. Denne virkning er særlig udtalt f.s.v. angår lys, der er placeret i et bæger til fyrfadslys.

I en af de i alt 8 afprøvede serier forekom unormal forbrænding i form af høje flammer.

1.7.2.1.5. Lys (forstøbt) i holder

Må betegnes som sikre. Afgiver ikke for meget varme fra bunden af holderen.

1.7.2.1.6. Bloklys

Er følsomme over for træk, løber meget og bør derfor altid placeres på et ikke brændbart underlag.

1.7.2.1.7. Kuglelys

Afgiver i visse tilfælde nogen røg. Løber i visse tilfælde meget og bør altid placeres på et ikke brændbart underlag.

1.7.2.1.8. Haveblus

I 5 ud af 7 afprøvede serier forekom unormal forbrænding i form af overtænding i mere end et tilfælde. Der er typisk tale om lys udformet efter samme principper som fyrfadslys, blot i større størrelser. Lysene er svære at slukke og afgiver høje stikflammer, når de slukkes med vand.

Der bør advares imod at placere lysene på brændbare overflader (træterrasser o.l.), ligesom det bør præciseres, at de ikke må anvendes indendøre. Bør være under konstant opsyn.

1.7.2.1.9. Havefakler af stearin

Brænder meget hurtigt. Kun en ud af 6 serier brændte pænt uden at knække og antænde underlaget.

Der bør advares imod placering på brændbare underlag. Bør holdes under konstant opsyn.

1.7.2.2. Lysestager

En parallel risikoforbundet produktgruppe er lysestager. Lysestager kan siges at være et biprodukt ved anvendelsen af levende lys, men der er dog visse faktorer, som knytter sig mere til stagerens egenskaber end til selve lyset.

1.7.2.2.1. Delvist lukkede stager til fyrfadslys

En velkendt produktgruppe, som indebærer visse risici, er delvist lukkede fyrfadslusestager. Allerede en svensk rapport fra 1990 påviste risiko for overtænding ved anvendelse af disse stager. Årsagen er, at varmeafgivelsen ikke sker uhindret, hvorfor lufttemperaturen i stagen stiger. I 5 ud af 7 testede stager forekom overtænding på denne måde. Stagerens ydre temperatur kan stige op imod 600 grader i så tilfælde. En senere norsk undersøgelse fra 1993 angav temperaturer helt op til 700 grader.

Henvendelser til Forbrugerstyrelsen fra forbrugere bekræfter undersøgelserne. Fænomenet er ikke ualmindeligt.

1.7.2.2.2. Lysestager af brændbart materiale

Varmepåvirkelige stager er ikke nogen nyhed, da såvel stager af træ som glas er almindeligt kendt. Problemet er størst ved stager, forbrugeren ikke ved kan brænde. Det kan give en falsk tryghed.

I december 1996 testede Dansk Brandteknisk Institut 12 stager for Forbrugerstyrelsen af forskelligt materiale, som havde det til fælles, at man ikke umiddelbart kunne se, at de kunne brænde. Afprøvningen viste, at selv stager, der udadtil fremstår som fremstillet i keramik e.l., kan antændes, når lyset får lov at brænde helt ned. Nogle af stagerne antændte ved provokerede tests, fx hvor man flyttede vægen helt ud til kanten eller fremprovokerede overtænding, men også uprovokeret antænding forekom.

En metallysestage fremstillet af en tinlegering smeltede endvidere delvist sammen da fyrfadsluset overtændte (provokeret).

1.7.3. Konklusioner

Det er det generelle indtryk, at markedet for levende lys synes at være acceptabelt, hvad sikkerhed angår, ud fra en samlet betragtning om antal uheld i forhold til omfanget af brugen af levende lys. Der findes dog en række risici, som det vil være relevant at imødegå. Disse risici skal ikke søges blandt enkelte produkter, men optræder mere som systemfejl [Systemfejl = kendte men uundgåelige fejl ved produktet (fx den sundhedsskadelige effekt af tobak)] gældende for hele produktgrupper som sådan.

Særlig fokus er der grund til at rette imod fyrfadslys, haveblus og havefakler, men også selvslukkende lys, blok-, kugle-, figur- og metallys bør tildeles opmærksomhed, for sidstnævntes vedkommende bl.a.

under hensyntagen til sodningsproblematikken.

Man kan opdele lystyperne i lys der i sig selv indebærer risici og lys, der under visse omstændigheder (forkert brug) kan indebære risici.

1.7.3.1 Levende lys

1.7.3.1.1. Lys, der i sig selv indebærer risici

Til denne gruppe hører *fyrfadslys* og *haveblus*, som vi ved kan overtænde spontant, og *havefakler*, som i de fleste undersøgte tilfælde knækkede og altså kunne antænde underlaget. Disse produktgrupper kræver særlig *påpasselighed*, fordi vi ved, at der er risici forbundet med at bruge dem.

1.7.3.1.2. Lys, der under visse omstændigheder kan indehæve risici

Denne gruppe rummer *selvslukkende lys*, som hvis de tillægges for meget tillid kan være usikre, og *blok-, kugle- og metallys*, som løber meget og under særlige omstændigheder kan være usikre, men ikke er det umiddelbart. Det er ikke nok, at stearinen løber ud på bordpladen, risiko for brand opstår først, hvis fx en del af vægen flyder med og brænder videre i den udflydende stearin [Der er ikke i undersøgelserne taget højde for eventuelle ødelæggelser af bordplader o.a. underlag som følge af løbende stearin/paraffin]. Disse produktgrupper bør anvendes med omtanke, og information er vigtig.

1.7.3.2. Stager

Også for stagerne er det muligt at lave en sondring som den, der gælder for lys.

1.7.3.2.1. Stager, der i sig selv indebærer risici

Her tænkes på de delvist lukkede stager til fyrfadslys, som kan forårsage overtænding og således skabe farlige situationer ved normal brug.

1.7.3.2.2. Stager; der ved forkert brug kan indehæve risici

Denne gruppe rummer brændbare lysestager, fx udformet som figurer eller andet, der anvendes, som om de var ikke-brændbare, enten af ubetænksomhed eller uvidenhed. For denne produktgruppe synes en mærkning at være den rigtige løsning.

1.7.4. Forbrugerstyrelsens forslag til sikkerhedsråd mv

Der er tale om generelle forslag, som skal læses med forbehold, for at konkrete produkter kan afvige sådan fra produktgruppernes definitioner, at sikkerhedsrådene ikke er relevante. Fx giver det ikke meget mening at mærke et juletræslis med, at underlaget skal være ikke-brændbart.

Forslagene har været drøftet med brancheforeningerne og Forbrugerrådet. Det blev drøftet, om området skulle reguleres ved en brancheaftale, ved bekendtgørelse eller for de generelle advarsler blot ved almindelig forbrugeroplysning. Forhandlingerne er ikke afsluttet, men der var generel tilslutning til, at problemerne er korrekt beskrevet under 1.7.4.1.

1.7.4.1. Levende lys

På *alle levende lys* bør være *advarsler* om:

- lad ikke levende lys brænde uden opsyn
- placér altid levende lys på ikke-brændbare underlag
- hold levende lys i god afstand fra letantændelige materialer (vær sikker på at lyset er helt slukket, før det forlades)

På *fyrfadslys* bør særligt være *advarsler* om:

- kan brænde med stor flamme, hold lyset under opsyn
- fjern eventuelle løse træstumper, vægerester eller lign.
- placer aldrig flere fyrfadslys tæt sammen.
- sluk aldrig et fyrfadslys med vand, brug en underkop e.l.

På *selvslukkende lys* bør særligt være *advarsler* om:

- hold lyset under opsyn, selvslukkende lys er ingen garanti for, at lyset ikke brænder helt ned

På *haveblus* bør særligt være advarsler om:

- kun til brug i haven
- kan brænde med stor flamme, hold lyset under opsyn
- sluk aldrig et haveblus med vand, brug en tallerken e.l.

På *havefakler* bør særligt være advarsler om:

- kun til brug i haven
- placér på et ikke-brændbart underlag, brændende stykker kan falde ned

På *blok-, kugle-, figur- og metallys* bør særligt være advarsler om:

- lyset kan løbe, pas på underlaget
- vær opmærksom på væger, der løsner sig

På *metallys* bør der *desuden* være advarsler om:

- metallys kan sode meget, vær opmærksom og sluk lyset, hvis du konstaterer meget røg

1.7.4.2. Stager

Delvist lukkede stager:

Stagerne bør være forsynet med advarsler om:

- placér altid stagen på et ikke-brændbart underlag
- vær opmærksom på, at lyset ikke brænder med en stor flamme, kvæl ilden med et fugtigt håndklæde, hvis det sker

Brændbare stager:

- Bør være forsynet med advarsler om: stagen er lavet af brændbart materiale, lad ikke lyset brænde helt ned

1.7.5. Sammenfatning

Handlen med levende lys er steget i perioden 1990-1994. Et fald forekom i 1995. Samtidigt kan der konstateres et ubehageligt stort antal dødsbrande forårsaget af levende lys. Forbrugerstyrelsen modtager endvidere løbende henvendelser, der tyder på, at uheld forekommer i større omfang uden dog at føre til katastrofer. Vi ved ikke, i hvilket omfang en produktsikkerhedsmæssig indsats vil mindske problemet, men afprøvningerne viser, at der findes områder, hvor det vil være muligt at sætte ind.

Afprøvninger, foretaget af Forbrugerstyrelsen og andre nordiske myndigheder af levende lys og stager de seneste 7 år, viser, at der er forskellige former for risici forbundet med brugen af levende lys. De usikre produkter kan ikke identificeres konkret, men findes overalt inden for forskellige produktgrupper. Imødegåelse af farerne ved brugen af levende lys må altså ske gennem en generel indsats på området.

Visse produktgrupper har i sig selv indbyggede risici, og disse bør minimeres mest muligt gennem oplysning og formulering af sikkerhedsspecifikationer. Andre produktgrupper er usikre ved forkert anvendelse, og der er behov for oplysning om den rigtige brug.

Kapitel 2 Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1.

2.1.1. Kontraktvilkår

2.1.1.1. TV-selskabs abonnementsvilkår urimelige

Forbrugerrådet rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden vedrørende et tv-selskabs

abonnementsbetingelser i forbindelse med programlevering via dekoder og/eller programkort.

Forbrugerrådet fandt, at betingelserne for abonnenternes opsigelse af abonnementet og firmaets procedure ved ombytning af dekoder var urimelige.

Forbrugerrådet henviste til en konkret sag, hvor en forbruger af tv-selskabet havde fået oplyst, at han ikke kunne blive frigjort for sit abonnement før dets udløb, uagtet forbrugeren på grund af en teknisk ændring hos tv-selskabet ikke kunne modtage programmer med den dekoder, firmaet havde leveret 4-5 måneder inden da. For fortsat at kunne modtage programmer inden for den allerede aftalte og betalte periode, stillede tv-selskabet krav om, at forbrugeren for egen regning skulle anskaffe en ny dekoder.

Hertil kom, at hvis selskabet modtog opsigelse af abonnementet inden udløb af den ordinære periode, lukkede selskabet for abonnementet samme dag, de modtog opsigelsen, men stillede krav om, at forbrugeren skulle betale op til 3 måneders abonnementsafgift.

Forbrugerombudsmanden forelagde sagen for tv-selskabet, og tilkendegav, at den omstændighed, at tv-selskabet på grund af tekniske forandringer skiftede dekoder i løbet af abonnementsperioden, var et forhold, som selskabet selv måtte bære risikoen for. Desuden fandt Forbrugerombudsmanden, at modsatrettede bestemmelser i abonnementsvilkårene måtte anses for urimelige og dermed i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden fandt endelig, at det manglende sammenfald mellem betaling af abonnementet og mulighed for at se programmerne indebar en tilsidesættelse af princippet om ydelser mod modydelser, og dermed ligeledes var i strid med markedsføringsloven.

Foranlediget af Forbrugerombudsmandens henvendelse udarbejdede tv-selskabet et sæt nye abonnementsbetingelser, som på en række væsentlige punkter var ændret i forhold til de hidtil gældende forretningsbetingelser, og som indeholdt en imødekommelse af de kritikpunkter, som Forbrugerombudsmanden havde rejst.

Da det ved udformningen af kontraktsbetingelser er rimeligt at varetage legitime forretningsmæssige hensyn fra udbyderens side, da vilkårene var ændret, og da de konkrete klager, som tv-selskabet havde fået i anledning af de hidtil gældende betingelser, var løst i mindelighed, fandt Forbrugerombudsmanden herefter ikke, at der var anledning til at rejse yderligere kritik i medfør af markedsføringsloven.(1996-4014/5-13)

2.1.1.2. Omfattende lovbrud i pensionsselskabs lånedokumenter

Forbrugerombudsmandens opmærksomhed blev i sommeren 1996 henledt på et af landets største pensionsselskabs markedsføring og udformning af lånedokumenter, som selskabet havde anvendt i forbindelse med udlån til personer med pensionsordninger i selskabet. En gennemgang af pensionsselskabets lånedokumenter viste, at disse var i strid med en række ufravigelige regler, som tjener til beskyttelse af forbrugerne. Af overtrædelser skal særligt fremhæves:

- Kreditaftaleloven idet pensionsselskabet ikke som påkrævet efter lovens ikrafttræden den 1.1.1991 havde oplyst kreditomkostningerne som et særskilt beløb i lånedokumenterne. Endvidere havde pensionsselskabet undladt at medregne stempelgebyr og et månedligt opkrævningsgebyr på 10 kr. i kreditomkostningerne. Endelig havde pensionsselskabet undladt at give oplysning om årlige omkostninger i procent (ÅOP), hvilket har været et lovkrav siden 1. januar 1993.
- Renteloven idet pensionsselskabet havde aftalt og opkrævet højere morarenter end tilladt.
- Retsplejeloven idet pensionsselskabet i strid med lovens ufravigelige regel om forbrugerværneting havde aftalt, at retssager om låneforhold skulle foregå ved Københavns byret, som er pensionsselskabets hjemting.

Overtrædelserne udgjorde tillige efter Forbrugerombudsmandens opfattelse overtrædelser af markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik samt markedsføringslovens § 2, stk. 1 om vildledning for så vidt angår overtrædelser af kreditaftaleloven. Den manglende efterlevelse af kreditaftalelovens bestemmelser slørede muligheden for at gennemskue de egentlige omkostninger forbundet med låneoptagelse samt muligheden for at sammenligne pensionsselskabets lån med øvrige lån på markedet.

Forbrugerombudsmanden fandt endvidere pensionsselskabets forbehold for opsigelse, såfremt låntagere måtte vælge en anden betalingsform end via PBS, eller i tilfælde af tilbagekøb af låntageres forsikringer i pensionsselskabet eller forsikringsophør i øvrigt, for at være i strid med markedsføringslovens § 1 om

god markedsføringsskik. Et krav om, at alle betalinger skal foregå via PBS, er uproportionelt og urimeligt, og retfærdiggør ikke de administrative lettelser, som selskabet opnår herved. Ved forbehold for opsigelse i tilfælde af tilbagekøb af forsikringer eller forsikringsophør udnytter selskabet sin situation som kreditgiver til at fastholde låntageres øvrige engagementer i selskabet.

Forbrugerombudsmandens gennemgang dannede baggrund for en forhandling med pensionsselskabet efter markedsføringslovens § 16 om udformningen af og retsvirkningen af pensionsselskabets markedsføringsmateriale og lånedokumenter.

Forhandlingerne resulterede i et forlig, jf. markedsføringslovens § 16, stk. 2, som økonomisk indebar, at pensionsselskabet over for ca. 18.400 låntagere enten skulle foretage tilbagebetaling eller nedskrivning af lån i størrelsesordenen 15-20 millioner kroner. Flere af pensionsselskabets kunder har haft eller har flere lån, hvorfor antallet af de faktiske låneforhold, der er omfattet af forliget, må antages at ligge i størrelsesordenen 30-35.000.

Pensionsselskabet indvilligede i at tilbagebetale opkrævede stempelafgifter, 15% af opkrævet stiftelsesprovision samt de månedlige opkrævningsgebyrer på 10 kr. Forliget betød også, at fremtidige opkrævningsgebyrer for allerede eksisterende låneaftaler ville bortfalde. Endvidere ville pensionsselskabet i de misligholdelsestilfælde, hvor der ikke forelå domstols-afgørelser eller indenretlige forlig, tilbagebetale ulovligt opkrævede morarenter.

Foruden de økonomiske konsekvenser indebar forliget, at pensionsselskabet i sin fremtidige praksis ville indrette såvel markedsføringsmateriale som lånedokumenter i overensstemmelse med kreditaftaleloven, retsplejeloven og markedsføringsloven.

Som led i offentliggørelsen af forliget gjorde Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at forliget ikke afskar den enkelte forbruger fra på egen hånd at indbringe spørgsmål vedrørende enkelte lånedokumenter for domstolene. Forliget var udtryk for det forhandlingsresultat, som Forbrugerombudsmanden kunne opnå på vegne af samtlige de låntagere, som med udgangspunkt i kreditaftaleloven kunne rejse et økonomisk krav mod pensionsselskabet.

Gennemgangen af pensionsselskabets lånedokumenter gav Forbrugerombudsmanden anledning til at fremhæve over for henholdsvis Advokatrådet og Dommerforeningen, at han fandt det uheldigt, at ufravigelige regler til beskyttelse af forbrugerne i kreditaftaleloven og renteloven i et betydeligt antal tilfælde var blevet overtrådt. Forbrugerombudsmanden fandt det særligt uheldigt i tilfælde, hvor advokater og domstole har haft sager vedrørende sådanne låneaftaler til behandling typisk ved misligholdelse eller skifteretsbehandling uden at det er påset, at lånedokumenterne opfylder lovgivningens krav, og at manglende overholdelse af lovgivningen får de (økonomiske) konsekvenser for kreditgiveren, som er foreskrevet i lovgivningen. Advokatrådet reagerede ved en rundsending af Forbrugerombudsmandens brev til samtlige landets advokater. (1996-2012/5-16).

2.1.1.3. Også lovbrud i forsikringsselskabs lånedokumenter

Foranlediget af den omtale, som oven for refererede forhandling med et af Danmarks største pensionsselskaber skabte, havde et større forsikringsselskab fundet anledning til at gennemgå sine låneaftaler og informerede Forbrugerombudsmanden herom i efteråret 1996.

Forbrugerombudsmandens gennemgang af lånedokumenterne viste, ligesom i førertalte sag, at en række ufravigelige forbrugerbeskyttelsesregler var tilsidesat.

Således var kreditaftalelovens regler vedrørende beregning af årlige omkostninger i procent (ÅOP) tilsidesat. Forsikringsselskabets vilkår om ændringer i kreditrenten for visse lånetyper var ikke tilstrækkeligt præciserede, ligesom udformningen af forsikringsselskabets kontoudtog var i strid med kreditaftalelovens regler herom.

En klausul om minimumsafdrag, som indebar, at et lån alene kunne tilbagebetales på én gang eller i afdrag på mindst 500 kr., var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med kreditaftalelovens § 26. Efter bestemmelsen kan en forbruger til enhver tid betale sin gæld helt eller delvist i henhold til en kreditaftale. Bestemmelsen kan ikke fraviges ved aftale til skade for forbrugeren. En begrænsning i form af minimumsafdrag på 500 kr. i forbrugers mulighed for at indfri sin gæld delvist, er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke i overensstemmelse med princippet i § 26.

Retsplejelovens ufravigelige regler om forbrugerværneting samt rentelovens regler om beregning af morarenter var tilsidesat.

Forbrugerombudsmanden fandt i lighed med tilkendegivelserne i oven for refererede sag mod pensionselskabet, at det var i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, at forsikringselskabet forbeholdt sig adgang til at opsiges lån, såfremt låntager framelde sine betalinger via PBS, eller såfremt låntagers pensionsordning enten blev genkøbt, overført til andet selskab eller omskrevet til en fripolice.

Foruden disse forbehold for opsigelse anså Forbrugerombudsmanden yderligere, at et forbehold for opsigelse, såfremt låntager tog fast ophold uden for Danmarks grænser, var i strid med god markedsføringsskik.

Endelig fandt Forbrugerombudsmanden det i strid med god markedsføringsskik, at forsikringselskabet havde en meget vidtgående ansvarsfraskrivelsesklausul, hvorefter selskabet ikke var ansvarlig for skade, som skyldes bl.a. strejker, lockout, boykots og blokade, uanset at selskabet selv var part i konflikten.

Forhandlinger med forsikringselskabet resulterede i et forlig, jf. markedsføringslovens § 16, stk. 2, som økonomisk indebar, at ca. 370 kunder fik tilbagebetalt ca. 200.000 kr.

Forsikringselskabet erklærede yderligere, at det i sin fremtidige praksis ville rette sine lånedokumenter ind i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens kritik, ligesom forsikringselskabet ville undlade at gøre nogle af de påtalte forhold gældende over for eksisterende låntagere. (1996-2019/5-3)

2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger

2.1.2.1. Duftmarketing

Forbrugerombudsmanden har tidligere, som refereret i Juridisk årbog 1995, afsn. 2.1.2.8 udtalt, at han finder anvendelsen af duftmarketing dvs. brug af dufte til at påvirke forbrugerens underbevidsthed med det formål at øge salget af en vare er betænkelig. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er det, i lighed med andre markedsføringsteknikker der påvirker forbrugernes underbevidsthed, i strid med god markedsføringsskik, såfremt forbrugerne ikke er klar over, at de udsættes for denne påvirkning.

Forbrugerombudsmanden har i den forbindelse lagt vægt på, at skjult reklame generelt anses for at være i strid med god markedsføringsskik, jf. princippet bag TV-reklamedirektivet og art. 11 i ICC-reklamekodeks.

Forbrugerombudsmanden modtog herefter en henvendelse fra et reklamebureau, der beskæftigede sig med duftmarketing. Bureauet udbad sig en forhåndsbesked vedrørende deres koncept.

Forbrugerombudsmanden svarede, at en forhåndsbesked, jf. markedsføringslovens § 18, forudsætter, at han udtaler sig om et konkret påtænkt markedsføringstiltag. Da det falder uden for rammerne af § 18 at tage stilling til et generelt markedsføringskoncept, blev anmodningen blev afslået.

Forbrugerombudsmanden fandt dog anledning til at fremkomme med nogle mere generelle betragtninger vedrørende duftmarketing. Heri fastholdt han den tidligere udtalelse, men præciserede, at brug af dufte, der understreger eller illustrerer et produkts egenskaber eksempelvis udsendelse af appelsinduft i frugtafdelingen ikke generelt kan siges at være i strid med god markedsføringsskik.

Anvendes duftpåvirkningerne til at vildlede forbrugerne, forholder det sig anderledes. Det vil således kunne indebære en overtrædelse, såfremt man ved dufte forleder forbrugerne til at tro, at en vare har egenskaber, den rent faktisk ikke har. Såfremt forretninger anvender udsendelse af dufte som led i markedsføringen, finder Forbrugerombudsmanden det rimeligt, at forbrugerne oplyses herom ved skiltning i forretningen. (1996-116/5-27)

2.1.2.2. En bank opkrævede 150 kr. i rykkergebyr. Restancen var af en ubetydelig størrelse

Forbrugerombudsmanden modtog en klage vedrørende en bank. Banken havde fremsendt rykkerskrivelser, hvor der var tillagt et ekspeditionsgebyr på 150 kr., selv om beløbene, der rykkedes for, var henholdsvis 4 kr. og 32 kr.

Forbrugerombudsmanden meddelte banken, at det var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at kræve et rykkergebyr af nævnte størrelse, hvor restancerne er så ubetydelige beløb. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er banken i en sådan situation højst berettiget til at beregne sig et beskedent beløb, der kan dække porto og et mindre ekspeditions honorar.

Banken meddelte Forbrugerombudsmanden, at der forelå en beklagelig fejl, og at klagerne havde fået refunderet rykkergebyret. (1996-2011/5-66)

2.1.3. Diskriminerende markedsføring

2.1.3.1. Annonce "lavet med venstre hånd"

Rådet for Større Færdselssikkerhed indrykkede i samarbejde med en udbyder af mobiltelefoner en dagbladsannonce.

Annoncen viste en bilist, der holdt en mobiltelefon i den ene hånd og styrede med den anden hånd. Under billedet var det med klodset skrift anført: "Denne annonce er lavet med venstre hånd. Den er tilegnet alle, som taler i telefon med kun én hånd på rattet."

Forbrugerombudsmanden modtog to klager over annonceringen, som blev opfattet som diskriminerende overfor venstrehåndede.

If. Politikens Nudansk Ordbog er venstrehåndsarbejde overfladisk arbejde, udført samtidig eller indimellem mere alvorlige arbejder.

Forbrugerombudsmanden fandt, at der var tale om brug af en almindelig sproglig vending, der hverken i relation til den citerede tekst alene eller i forhold til den samlede annoncering kunne anses for egnet til at virke stødende over for specielt venstrehåndede, hvilket da også blev bestyrket af formålet med annoncen.

Annonceringen blev ikke fundet i strid med markedsføringsloven.(1996-4051/5-109)

2.1.3.2. Kreditansøger afkræves oplysning om statsborgerskab samt opholdstilladelse

På baggrund af en henvendelse fra en advokat samt en afgørelse truffet af Pengeinstitutankenævnet rettede Forbrugerombudsmanden henvendelse til Finansrådet om to konkrete tilfælde om pengeinstitutters inkassovirkomhed.

I det ene tilfælde havde banken uden klagerens samtykke foranstaltet automatisk overførsel af børneydelser som afdrag på et lån, ligesom to pengeinstitutmedarbejdere opsøgte kunden på et tidspunkt, hvor vedkommende havde frabedt sig personlig henvendelse.

I det andet tilfælde havde banken rettet personlig henvendelse til en kunde på dennes bopæl og medbragt et forslag til et frivilligt forlig. Dette skete på trods af, at der mellem pengeinstituttet og kundens advokat var drøftelser i gang om gældsforholdet.

Finansrådet tilkendegav, at man fandt det utilstedeligt, at et pengeinstitut uden klagerens samtykke havde foranstaltet automatisk overførsel af børneydelser, og at det er i strid mod god pengeinstitutskik, at pengeinstitutmedarbejdere opsøgte en kunde på et tidspunkt, hvor vedkommende havde frabedt sig personlig henvendelse. Ligeledes tilkendegav Finansrådet, at det også fandtes stridende mod god pengeinstitutpraksis at rette personlig henvendelse til en kunde, når den fordring, der begrunder henvendelsen, er genstand for drøftelser mellem kundens advokat og pengeinstituttet.

Derimod fandt Finansrådet ikke generelt noget til hinder for, at pengeinstitutter kan rette personlig henvendelse til skyldnere på bopælen i forbindelse med misligholdte arrangementer, forudsat at henvendelsen sker med den fornødne diskretion og på en ordentlig måde med respekt for skyldnerens krav på beskyttelse af privatlivets fred.

På tilsvarende måde udtalte Forbrugerombudsmanden, at man fandt de pågældende pengeinstitutters handlemåde i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Finansrådet orienterede sine medlemmer om Forbrugerombudsmandens henvendelse og om Finansrådets besvarelse. (1996-2011/5-18)

2.1.4. Inkasso

2.1.4.1. Uanmodede henvendelser

På baggrund af en henvendelse fra en advokat samt en afgørelse truffet af Pengeinstitutankenævnet rettede Forbrugerombudsmanden henvendelse til Finansrådet om to konkrete tilfælde om pengeinstitutters inkassovirkomhed.

I det ene tilfælde havde banken uden klagerens samtykke foranstaltet automatisk overførsel af børneydelser som afdrag på et lån, ligesom to pengeinstitutmedarbejdere opsøgte kunden på et

tidspunkt, hvor vedkommende havde frabedt sig personlig henvendelse.

I det andet tilfælde havde banken rettet personlig henvendelse til en kunde på dennes bopæl og medbragt et forslag til et frivilligt forlig. Dette skete på trods af, at der mellem pengeinstituttet og kundens advokat var drøftelser i gang om gældsforholdet.

Finansrådet tilkendegav, at man fandt det utilstedeligt, at et pengeinstitut uden klagerens samtykke havde foranstaltet automatisk overførsel af børneydelser, og at det er i strid mod god pengeinstitutsik, at pengeinstitutmedarbejdere opsøgte en kunde på et tidspunkt, hvor vedkommende havde frabedt sig personlig henvendelse. Ligeledes tilkendegav Finansrådet, at det også fandtes stridende mod god pengeinstitutpraksis at rette personlig henvendelse til en kunde, når den fordring, der begrunder henvendelsen, er genstand for drøftelser mellem kundens advokat og pengeinstituttet.

Derimod fandt Finansrådet ikke generelt noget til hinder for, at pengeinstitutter kan rette personlig henvendelse til skyldnere på bopælen i forbindelse med misligholdte arrangementer, forudsat at henvendelsen sker med den fornødne diskretion og på en ordentlig måde med respekt for skyldnerens krav på beskyttelse af privatlivets fred.

På tilsvarende måde udtalte Forbrugerombudsmanden, at man fandt de pågældende pengeinstitutters handlemåde i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Finansrådet orienterede sine medlemmer om Forbrugerombudsmandens henvendelse og om Finansrådets besvarelse. (1996-2011/5-18)

2.1.4.2. Opkrævning af girogebyr i inkassoordning

En advokat, der varetog inkassovirksomhed for et større koncessioneret telefonselskab, opkrævede et girogebyr på 20 kr. pr. indbetaling. Der var mellem telefonselskabet og forbrugeren oprettet et frivilligt forlig om gældens betaling.

Advokaten oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at baggrunden for opkrævningen af girogebyret var, at når en afviklingsordning løber over så mange år, som det var tilfældet, og der månedligt udsendes opgørelse med girokort, så kan ordningen ikke administreres for et takstmæssigt inkassosalær. Ved betaling pr. check, pr. betalingsordning via pengeinstitut, eller hvis debitor selv udfylder girokort, opkræves ikke gebyr hos debitor.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at det er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at der i forbindelse med afvikling af et frivilligt forlig opkræves et gebyr ved fremsendelse af girokort til debitor, medmindre dette udtrykkeligt fremgår af den indgåede aftale. Medtagelsen af gebyret på en opgørelse vedrørende betalingen er således egnet til at give debitor det indtryk, at han er forpligtet til at betale gebyret, uagtet der ikke er noget retsligt krav herpå.

Da advokaten på trods heraf vedblev med at opkræve girogebyret, forelagde Forbrugerombudsmanden spørgsmålet for Advokatrådet.

Advokatrådet oplyste, at der ikke hersker specielle kutymer med hensyn til opkrævning af girogebyr i forbindelse med afdragsbetalinger på frivilligt forlig. Spørgsmålet om et sådant gebyrs retmæssighed henhører under domstolene.

Advokaten havde i mellemtiden meddelt Forbrugerombudsmanden, at han havde overvejet sin inkassoafdelings virksomhed, og dette havde ført til, at han indstillede sin inkassovirksomhed for storkunder ved lange afviklingsaftaler, således at advokaten fandt at have imødekommet Forbrugerombudsmandens henstilling. (1996-4051/5-2)

2.1.5. Negativ aftalebinding

2.1.5.1. Skolefotografering

Forbrugerombudsmanden har med mellemrum modtaget klager fra forbrugere vedrørende betaling for skolefotografering. Utilfredsheden opstår, fordi der kan opnås en særlig rabatpris ved betaling inden 14 dage efter udlevering af fotografierne. Betales der efter denne frist, er prisen væsentlig højere.

Forud for fotograferingen får forældrene, i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens retningslinier for skolefotografering, en bestillingskupon udleveret, hvor de skal skrive under på, at de ønsker, at børnene bliver fotograferet på skolen.

På bestillingskuponen står der imidlertid intet om, hvornår fotograferingen finder sted, eller hvornår fotografierne vil blive udleveret. Når børnene er blevet fotograferet, og billederne fremkaldt, bliver disse udleveret til skolen, som herefter overdrager dem til børnene. Forældrene får ingen meddelelse om, at udleveringen har fundet sted, og hverken udleveringstidspunkt eller betalingsfrist er påtrykt regningen.

Som regel afleverer børnene straks fotografierne og regningen til deres forældre, men i enkelte tilfælde er forældrene ikke bekendt med, at fotografierne er udleveret til skolen/børnene, idet børnene undlader at aflevere billederne, er fraværende fra skolen, når billederne udleveres, eller i tilfælde, hvor der er tale om "delebørn", at barnet afleverer fotografierne til den af forældrene, der ikke har underskrevet begæringen om at få barnet fotograferet. I disse tilfælde når forældrene ofte ikke at overholde den fastsatte betalingsfrist.

Forbrugerombudsmanden har udtalt, at han ville finde det bedre stemmende med god markedsføringsskik, hvis de erhvervsdrivende, når de anvender den beskrevne fremgangsmåde ved salg af fotografier til deres kunder, orienterer kunderne om, hvornår varen bliver udleveret, således at kunderne ved, fra hvilket tidspunkt betalingsfristen skal regnes og hvornår betalingsfristen udløber. 1996-4025/5-2

2.1.6. Alkohol

2.1.6.1. Kampagne for et bryggeris ølprodukter i anledning af, at bryggeriet fylder 150 år i 1997

I anledning af et bryggeris 150 års jubilæum i 1997 startede bryggeriet en kampagne for sine ølprodukter. Kampagnen indebar, at bryggeriet i 1996 ville introducere 6 forskellige nye øl i handelen. I 1997 ville forbrugerne få lejlighed til at vælge hvilken øl, der skulle være jubilæumsøllen.

Forbrugerombudsmanden spurgte bryggeriet, hvilke overvejelser det havde haft omkring behovet for neddæmpning af kampagnen for at opnå overensstemmelse med punkt 2.6 i Forbrugerombudsmandens retningslinier vedrørende markedsføring af øl, vin, spiritus og andre alkoholholdige drikkevarer. Efter bestemmelsen i punkt 2.6 må markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ikke finde sted ved hjælp af særlige salgsfremmende kampagner, som præmietilbud, rabatmærker, uddeling af smagsprøver eller lignende.

Bryggeriet svarede, at kampagnen ikke adskilte sig fra bryggeriets andre aktiviteter, og at kampagnen efter bryggeriets mening ikke gav anledning til særlige overvejelser i forhold til retningslinierne.

Forbrugerombudsmanden fastholdt, at bryggeriets kampagne kunne indebære problemer i forhold til punkt 2.6 i alkoholretningslinierne. Imidlertid agtede Forbrugerombudsmanden ikke at foretage videre i sagen. (1996-7125/5-4)

2.1.6.2. Alkoholreklamer i et ungdomsblad

Forbrugerombudsmanden modtog en klage vedrørende et ungdomsblad, som bl.a. indeholdt alkoholreklamer. Ifølge punkt 2.3 i Forbrugerombudsmandens retningslinier vedrørende markedsføring af øl, vin, spiritus og andre alkoholholdige drikkevarer må markedsføring ikke finde sted ved annoncering i publikationer, som særlig henvender sig til børn og unge.

Forbrugerombudsmanden bemærkede bl.a. i sagen, at der ikke i punkt 2.3 er angivet nogen aldersgrænse. Ordet "unge" omfatter begrebsmæssigt også personer på over 18 år, og forståelsen af ordene "børn og unge" i bestemmelsen er derfor ikke som udgangspunkt begrænset til 18 år. Er målgruppen for et blad eksempelvis personer i alderen 15-24 år, vil det pågældende blad som udgangspunkt være omfattet af retningsliniernes punkt 2.3, hvorfor der ikke må bringes alkoholreklamer.

Fastlæggelsen af et blads målgruppe beror efter Forbrugerombudsmandens opfattelse på en konkret vurdering, som primært må foretages af den enkelte annoncør, evt. i samarbejde med bladproducenten. De kriterier, der bør indgå ved vurderingen af bladets målgruppe, er det redaktionelle stof og læserkredsens aldersfordeling. Endvidere kan det ved vurderingen indgå, hvilke andre produkter end alkohol, der navnlig reklameres for i det pågældende blad. Ved det redaktionelle stof tænkes på artikler, brevkasser, anmeldelser, annoncer mv.

Såfremt målgruppen afspejlet i bladets redaktionelle linie alene er unge over 18 år, og dette kan sandsynliggøres gennem sædvanlige, professionelle medieundersøgelser, er der ikke tale om en publikation, som særlig henvender sig til "børn og unge", som anført i retningsliniernes punkt 2.3.

Det er den enkelte bladproducent, der skal kunne sandsynliggøre, at den redaktionelle linie ikke primært er rettet mod eller er af interesse for børn og unge.

Forbrugerombudsmanden præciserede, at overholdelsen af retningslinierne bør ske via selvjustits først og fremmest af branchen, men også af fx udgiverne af aviser og blade. (1996-7125/5-6)

2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.1.7.1. Arrangement afholdt af almennyttig institution

En kommune forespurgte i egenskab af tilsynsførende for en institution, om lovligheden af en påtænkt lodtrækning i forbindelse med et arrangement, der omfattede en cykeltur samt en sejltur.

Det fremgik af fundatsen for institutionen, at denne havde til formål at drive sejlads på almennyttige vilkår.

Det fremgik endvidere, at midler til institutionen alene blev tilvejebragt ved gave, arv eller øvrige subsidier.

Det var derfor Forbrugerombudsmandens umiddelbare opfattelse, at de aktiviteter, som institutionen udfoldede, næppe var omfattet af markedsføringsloven.

Såfremt deltagelse i udflugten i øvrigt var gratis, ville lodtrækning og præmieuddeling under alle omstændigheder ikke være omfattet af markedsføringslovens § 9, der omhandler købsbetinget deltagelse i konkurrencer og lignende. (1996-116/5-32)

2.1.7.2. WWF Verdensnaturfondens aktiviteter vil kunne være omfattet af markedsføringsloven og dørsalgsloven

WWF Verdensnaturfonden rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden med henblik på at få en vurdering af lovligheden af medlemshvervning blandt private via telefonen.

I henvendelsen var det oplyst, at WWF var registreret som en erhvervsdrivende fond, der baserede sin almennyttige virksomhed på støtte dels fra sine støttemedlemmer og dels fra projektbevillinger. Ved at være registreret som erhvervsdrivende fond havde WWF mulighed for at generere indtægter via salg af varer og tjenesteydelser, og den er således ikke en forening i gængs forstand, selv om mange af støtterne opfatter sig som medlemmer.

WWF Verdensnaturfonden ønskede at styrke befolkningens opbakning til sit naturbevarende virke, og WWF ønskede til det formål i lighed med fx Danmarks Naturfredningsforening at benytte sig af "medlemshvervning" via telefonen.

Da lovbekendtgørelse nr. 886 af 23. december 1987 af lov om visse forbrugeraftaler (dørsalgsloven), som ændret ved lov nr. 262 af 6. maj 1993 og lov nr. 1098 af 21. december 1994, ikke entydigt giver svar på, om WWF er undtaget fra loven i relation til den påtænkte aktivitet, ønskede WWF Forbrugerombudsmandens vurdering af, om den påtænkte aktivitet var lovlig, da den vedrørte WWF's ikke-kommercielle virke.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at efter markedsføringsloven fører han tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsskik eller af lovens øvrige bestemmelser.

Markedsføringsloven gælder for privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, der kan sidestilles hermed.

Da WWF er registreret som en erhvervsdrivende fond, vurderede han, at WWF efter hans umiddelbare opfattelse var omfattet af markedsføringslovens bestemmelser, også i relation til ikke-kommercielle aktiviteter, uanset at disse aktiviteter kan have et præg, der nærmest må karakteriseres som foreningslignende virksomhed, som normalt ikke er omfattet af markedsføringsloven.

Efter § 1, stk. 2, i dørsalgsloven forstås der ved en forbrugeraftale, at der er tale om en aftale, som en erhvervsdrivende indgår som led i sit erhverv, når den anden part (forbrugeren) hovedsagelig handler uden for sit erhverv.

Ved vurderingen af, om der er tale om en erhvervsdrivende, vil der normalt bl.a. blive lagt vægt på, om virksomheden har et vist omfang og er af en vis varighed. Er virksomheden bogføringspligtig, momspligtig eller omfattet af selskabsskatteloven, vil virksomheden normalt være omfattet af dørsalgsloven. Det er uden betydning, om der tilstræbes økonomisk gevinst med virksomheden.

Derimod anses foreninger og sammenslutninger, hvis formål udelukkende er velgørende eller almennyttigt, politisk eller religiøst, i almindelighed ikke for erhvervsdrivende i relation til hovedformålet. Foreningernes egentlige kommercielle aktiviteter, fx forlagsvirksomhed, vil dog være omfattet af loven.

Erhvervsdrivende fonde er omfattet af fondsbeskatningsloven. På baggrund af de oven for nævnte lovmotiver til dørsalgsloven i relation til definitionen af erhvervsdrivende udtalte Forbrugerombudsmanden, at WWF efter hans umiddelbare opfattelse også i relation til dørsalgsloven vil blive anset for erhvervsdrivende, uagtet at WWF som fond for den påtænkte aktivitet næppe havde sædvanlige erhvervsmæssige karakteristika. Dette indebærer bl.a., at WWF ikke må rette uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse til private forbrugere med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af aftale. Overtrædelse af forbudet kan straffes med bøde.

Forbrugerombudsmanden anførte dog, at dørsalgsloven henhører under Justitsministeriet, som han henviste WWF til at rette henvendelse til med henblik på eventuelt at få en nærmere fortolkning af, om WWF som erhvervsdrivende fond er at anse for erhvervsdrivende efter dørsalgsloven i relation til den påtænkte aktivitet. Han understregede dog, at den endelige afgørelse heraf henhører under domstolene.

Forbrugerombudsmanden anførte afslutningsvis, at han fandt det betænkeligt at iværksætte den pågældende aktivitet, da aktiviteten efter hans foreløbige vurdering var i strid med dørsalgsloven og dermed også i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, ligesom det ikke kunne udelukkes, at aktiviteten kunne indebære en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 2 og/eller stk. 3.

Endelig anførte han, at hvis Justitsministeriet vurderede, at WWF ikke skønnes at være omfattet af dørsalgsloven for den pågældende aktivitet, ville han på en sådan baggrund ikke have indvendinger imod, at den påtænkte aktivitet blev iværksat. (1996-116/5-59)

2.1.8. Andet

2.1.8.1. DR 2

I beretningsperioden har Forbrugerombudsmanden modtaget adskillige henvendelser fra forbrugere, som var utilfredse med, at de ikke kunne modtage og se Danmarks Radios nye kanal DR2, uagtet de betalte fuld licens. DR2 gik i luften i løbet af eftersommeren 1996 og kunne kun modtages af forbrugere, som enten havde adgang til kabel-tv eller investerede i en parabolantenne.

Til de mange utilfredse forbrugere bemærkede Forbrugerombudsmanden, at fjernsynsvirksomhed er indgående lovreguleret, og at spørgsmålet om betaling af licens er særskilt reguleret i en bekendtgørelse om radio- og fjernsynslicens. Af bekendtgørelsen fremgår bl.a., at "betalingspligten indtræder uanset antenneforhold for modtagning af radio- og tv-udsendelser".

Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til en udtalelse fra kulturministeren, hvoraf bl.a. fremgår følgende:

"Licens er en afgift, som man betaler for at have et radio- eller tv-apparat. Seere/lyttere skal betale licens, uanset hvor meget eller hvor lidt de hører radio eller ser tv, og uanset hvilke programmer de i givet fald lytter til eller ser.

Licenssystemet har altid haft dette udgangspunkt, som er en væsentlig forudsætning for, at public service-institutionerne kan deltage i den teknologiske udvikling.

Det skal tilføjes, at licensbetalerne også tidligere har været med til at betale for ydelser, de ikke umiddelbart har haft adgang til. Det var tilfældet, da Danmarks Radio indførte P2 og senere P3 og TV Syd, og det er tilfældet i dag med tekst-tv."

Da spørgsmålet om licensbetaling således måtte anses for indgående lovreguleret, fandt Forbrugerombudsmanden ikke anledning til at gå ind i sagen og henviste derfor forbrugeren til evt. at rette henvendelse til Kulturministeriet. (1996-4014/5-24)

2.1.8.2. Manglende mulighed for kontant betaling af licens til Danmarks Radio

En forbruger henvendte sig som han altid havde gjort på Danmarks Radios licenskontor for at betale licensen kontant. Licenskontoret var imidlertid flyttet. Ved henvendelse på den nye adresse blev det oplyst, at licenskontorets ekspeditionskontor var nedlagt, og licensen ikke længere kunne betales

kontant. Da forbrugeren ikke ønskede at lade betalingen foregå automatisk over Pengeinstitutternes BetalingsSystem, og han fandt det urimeligt at foretage postindbetaling på grund af det høje gebyr på 6 kr. pr. indbetaling, klagede han til Forbrugerombudsmanden.

Forbrugerombudsmanden rettede henvendelse til Danmarks Radio og Kulturministeriet med anmodning om at overveje beslutningen om, at licensbetalere ikke kan indbetale licensen kontant på licenskontoret.

Forbrugerombudsmanden anførte, at selv om det efter gældende ret efter gældsbrevsloven er muligt for en kreditor at bestemme, at betaling skal ske ved betaling på posthuset (og ligestillet hermed i mange tilfælde et pengeinstitut, jf. kreditaftaleloven) med brug af giroindbetalingskort, var det hans opfattelse, at det offentlige ikke bør gå i spidsen for en udvikling, hvor borgerne afskæres fra at foretage kontante betalinger. Dette bør ses i lyset af, at pengeinstitutterne og GiroBank nu kræver gebyrer i stigende omfang for at ekspedere indbetalinger. Også selv om det på nuværende tidspunkt er omkostningsfrit at benytte sig af Pengeinstitutternes BetalingsService, kan det også på baggrund af erfaringer fra andre pengeinstitut tjenester ikke udelukkes, at der kommer gebyrer for brug af servicebetalingsystemer, eller at omkostningen hertil væltes over på indbetaleren i stedet for som i dag at betalingsmodtager typisk selv afholder omkostningerne til betalingserviceselskabet.

Det offentlige bør derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke afskære borgerne fra at kunne foretage kontante indbetalinger til det offentlige, således at borgerne har en reel mulighed for at fravælge betaling af gebyrer.

Danmarks Radio oplyste hertil, at man som led i rationaliseringen af licenskontorets drift og efter grundige overvejelser havde besluttet at lukke licenskontorets kundeekspedition, idet det i praksis kun er et mindretal af licensbetalere, der kunne benytte en eventuel mulighed for at møde op på licenskontoret og betale. Når der således ikke kunne være ens forhold for samtlige licensbetalere, agtede Danmarks Radio ikke at reetablere muligheden for kontant indbetaling, men anførte supplerende, at ud over betaling via bank, herunder betalingsservice, eller giro, havde enhver licensbetaler mulighed for at sende et almindeligt brev med en check på licensen, hvilket også er oplyst på giroindbetalingskortet.

Forbrugerombudsmanden fandt herefter ikke på det foreliggende grundlag anledning til at foretage yderligere. (1995-4014/5-197)

2.1.8.3. Skadesregister for forsikringsselskaberne

Registertilsynet fik i 1995 forelagt Assurandør-Societetets planer om oprettelse af et fælles skadesregister for forsikringsselskaberne. I registeret skulle samtlige skader indrapporteres, således at registeret ville komme til at indeholde et historisk skadesforløb for hver enkelt forsikringstager. Formålet var bekæmpelse og afsløring af forsikringsmisbrug.

I denne forbindelse fremkom Forbrugerombudsmanden med sine bemærkninger til spørgsmålet om oprettelsen af skadesregisteret. Der henvises til Juridisk Årbog 1995, side 31-32.

Registertilsynet bedømte det påtænkte register iht. lov om private registre.

Efter tilsynets opfattelse var det angivne formål med skaderegisteret, både et anerkendelsesværdigt formål og et naturligt led i normal forsikringsvirksomhed. Tilsynet fandt imidlertid ikke, at oprettelse af et register med et indhold og et omfang som det påtænkte var i overensstemmelse med lov om private registre § 3, stk. 1. (1995-212/5-1902)

2.1.8.4. Forsikringstagerne skulle oplyse CPR-nummer til forsikringsselskab i forbindelse med ny tarifiering af bilforsikring

Et forsikringsselskab ændrede forsikringsbetingelserne for bilforsikring ved bl.a. at indføre tariffer, der baseredes på forsikringstagers alder, bopæl samt bilfabrikat. I den forbindelse bad selskabet forsikringstagerne om at oplyse CPR-nummer. Flere forsikringstagerne ønskede ikke at oplyse dette og klagede til Forbrugerombudsmanden, idet manglende oplysning førte til betydelige præmieforhøjelser.

Forbrugerombudsmanden bad Registertilsynet bedømme sagen i medfør af registerlovgivningen.

Registertilsynet udtalte, at forsikringsselskabets registrering af personnummer i forbindelse med administrationen af motorkøretøjsforsikringer ikke er i strid med lov om private registre § 4a, stk. 1, jf. § 3, stk. 2.

Efter at have modtaget Registertilsynets udtalelse meddelte Forbrugerombudsmanden

forsikringsselskabet, at det efter hans opfattelse er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at manglende oplysning om CPR-nummer får så vidtgående økonomiske konsekvenser for forsikringstagerne, som det var tilfældet i den konkrete sag.

Forbrugerombudsmanden opfordrede forsikringsselskabet til at ændre sin praksis således, at de kunder, der ikke vil oplyse CPR-nummer, får mulighed for at tegne motorkøretøjsforsikring til normal præmie, forudsat at de oplyser deres alder. Forbrugerombudsmanden havde ingen indvendinger imod, at selskabet kræver dokumentation for forsikringstagers alder, samt at der i forsikringsbestemmelserne indføres hjemmel til at afkræve forsikringstageren de ekstra udgifter i forbindelse med manglende anmeldelse af adresseskift, som ordningen medfører.

Forsikringsselskabet bekræftede overfor Forbrugerombudsmanden, at det ville indrette markedsføringen efter anvisningerne, således at selskabet fremover ikke ville opkræve 100% ekstra præmie for manglende oplysning om CPR-nummer. (1994-203/5-220 og 1996-203/5-5)

2.1.8.5. Et privat rådgivningsfirmas behandling af en erstatningssag

En skadelidt henvendte sig til et rådgivningsfirma for at få hjælp til at opnå en større godtgørelse for varigt mén. Rådgivningsfirmaet påtog sig rådgivningen mod et honorar på 3.000 kr.

Rådgivningsfirmaet forelagde sagen for forsikringsselskabet, og der blev foretaget en speciallægeundersøgelse. På baggrund af den nye speciallægeerklæring fandt forsikringsselskabet, at méngraden var uændret.

Rådgivningsfirmaet foreslog skadelidte at indhente en udtalelse hos Arbejdsskadestyrelsen. Forelæggelsen ville koste et gebyr til styrelsen på 4.000 kr.

Skadelidte klagede til Forbrugerombudsmanden, idet han mente, at rådgivningsfirmaet havde overtrådt markedsføringsloven ved at påtage sig rådgivningen og ved at give mangelfulde oplysninger om, hvilke omkostninger der var forbundet med sagen.

Forbrugerombudsmanden henstillede, at rådgivningsfirmaet forinden det påtager sig en opgave og dermed opkræver et gebyr på 3.000 kr. skal sikre sig, at der er et tilstrækkeligt, objektivt grundlag for at starte sagen.

Forbrugerombudsmanden fandt endvidere, at rådgivningsfirmaets oplysning om honorar var vildledende og mangelfuld og dermed i strid med § 2, stk. 1 i markedsføringsloven. Firmaets skrivelser var egnet til at give klienten opfattelsen af, at der ikke kunne være andre omkostninger forbundet med sagen end honoraret på 3.000 kr. Derfor henstillede Forbrugerombudsmanden, at rådgivningsfirmaet i såvel den mundtlige som skriftlige vejledning (breve og markedsføringsmateriale) fremover oplyser om honorarets størrelse og om samtlige øvrige omkostninger, der kan opstå i den enkelte sag. Disse øvrige omkostninger bør i videst muligt omfang specificeres, således at det klart fremgår, hvilke ydelser klienten kan komme til at betale for, herunder prisen for ydelserne.

Forbrugerombudsmanden meddelte rådgivningsfirmaet, at firmaets bekræftelse af, at der skal være et tilstrækkeligt objektivt grundlag for at starte en sag, betragtes som tilsagn under henvisning til markedsføringslovens § 16. (1996-203/5-51)

Forbrugerklagenævnet har ved redaktionens slutning truffet afgørelse i fem sager. Disse vil blive refereret i Juridisk Årbog 1997. (1996-203/7-1, 2, 7, 9 og 11)

2.1.8.6. Forlags tilbud på abonnement på blade og bøger

I september 1995 blev et forlag idømt en bøde på 100.000 kr. for vildledende og urimeligt mangelfulde angivelser, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 1. Der henvises i denne forbindelse til Juridisk Årbog 1995, side 73-74.

Forlaget kører hvert år kampagner for forlagets produkter ved at udsende personligt adresserede breve til forbrugere. I forbindelse med kampagnerne får Forbrugerombudsmanden en del skriftlige og telefoniske henvendelser fra forbrugerne.

I markedsføringsmaterialet for forlagets bogklub tilbød forlaget "et gratis introduktionsbind" samt tilsendelse af bøger med 2 til 3 måneders mellemrum, hvis der ikke skete afbestilling. I praksis skabte markedsføringsmaterialet problemer, fordi ikke alle opfattede, at introduktionsbogen var starten på et abonnement. Det skyldtes, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at oplysningen om abonnement druknede i oplysninger om vinderchancer og præmier. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ville

det være bedre i overensstemmelse med god markedsføringsskik, om oplysningerne om abonnement fremhævedes på en klar og tydelig måde. Forbrugerombudsmanden opfordrede derfor forlaget til at ændre den fremtidige markedsføring, så forbrugerne ikke kunne være i tvivl om, hvad de bestiller, herunder at de bestiller et abonnement.

Bestilling af abonnement skulle ske ved at klistre et mærke på en kupon, der fra forlagets side var påført forbrugerens navn og adresse. Kuponen skulle herefter returneres til forlaget. Forbrugerombudsmanden meddelte, at et påklistret mærke på kuponen ikke er tilstrækkelig dokumentation for, at en person har foretaget bestilling. Såfremt en forbruger modtager forlagets blade eller bøger og efterfølgende oplyser, at der ikke er foretaget bestilling, bør forlaget efter omstændighederne straks ophøre med at sende flere blade/bøger og undlade at kræve betaling for det fremsendte, da der ikke foreligger behørig dokumentation for bestillingen.

Flere forbrugere har i tidens løb over for Forbrugerombudsmanden givet udtryk for, at de utallige gange forgæves har frabedt sig forlagets markedsføringsmateriale.

Forbrugerombudsmanden meddelte derfor forlaget, at det er i strid med god markedsføringsskik ikke at efterkomme forbrugerens anmodning om, at forlaget ikke skal fremsende yderligere markedsføringsmateriale. (1996-4042/5-3, 4, 10, 11.)

2.1.8.7. Hollandsk firma vedtager bøde på 100.000 kr.

Det hollandske postordrefirma Bakker, der igennem en årrække har været i Forbrugerombudsmandens søgelys for sin markedsføring i Danmark, har vedtaget en bøde på 100.000 kr. for overtrædelse af den danske markedsføringslov.

Sagen startede i 1992, da der efter forgæves forhandlinger med firmaet blev rejst tiltale for overtrædelse af markedsføringsloven. I sin markedsføring sendte firmaet blade og blomsterkataloger direkte til forbrugerne. I katalogerne var der lotterier, hvor gevinstbeviset på forhånd var udfyldt med forbrugerens navn, og som gav det indtryk, at forbrugeren havde vundet en stor præmie, selv om der var overvejende sandsynlighed for, at der kun var tale om en gevinst af ubetydelig værdi. Herudover blev der anvendt ulovlig tilgift. Forbrugerombudsmanden fandt markedsføringsmaterialet i strid med markedsføringslovens § 2, (om vildledende markedsføring), § 6 (om tilgift) og § 8 (om ulovlige præmiekonkurrencer).

Sagen var principiel, fordi det var første gang Forbrugerombudsmanden forsøgte at få et udenlandsk bosiddende firma dømt i Danmark for overtrædelse af den danske markedsføringslov. Denne problemstilling er nærmere beskrevet i Juridisk Årbog 1992 s. 11 f.f.

Firmaet har nu anerkendt tiltalepunkterne og har i Sø- og Handelsretten vedtaget en bøde på 100.000 kr. Forbrugerombudsmanden har endvidere henstillet, at firmaets fremtidige markedsføring lovgiggøres efter forhandling med Forbrugerombudsmanden. Således har firmaet oplyst, at det er indstillet på for fremtiden at indhente en forhåndsudtalelse efter markedsføringslovens § 18 vedrørende fremtidige markedsføringskampagner i Danmark

Sagen viser, at det ved retsforfølgning er muligt at få et udenlandsk firma som ikke er bosiddende i Danmark men som markedsfører sig i Danmark, til at anerkende at skulle indrette sig efter dansk lovgivning, og at udlændinge kan ifalde strafansvar. (1996-989/5-1).

2.1.8.8. Renteberegning efter en metode, hvorefter det ikke er muligt at opfylde oplysningspligten efter kreditaftaleloven

Ifølge betingelserne for et kontokort udgjorde renten 1,25% af saldoens størrelse på datoen for den månedlige opgørelse. Renten blev på denne måde beregnet af samtlige køb i perioden uden hensyn til tidspunktet for købene. For køb foretaget umiddelbart inden opgørelsen blev der således eksempelvis beregnet en rente på 1,25% for kun få dages kredit. En forbruger klagede over metoden og indsendte i denne forbindelse et kontoudtog til Forbrugerombudsmanden.

Efter bestemmelserne i kreditaftalelovens § 11 skal kontoudtog bl.a. indeholde oplysning om den nominelle årlige rente, hvis en periodisk rente anvendes. Hvis oplysningspligten efter denne bestemmelse ikke opfyldes, kan kreditgiver ikke kræve vederlag for kreditten.

Det indsendte kontoudtog indeholdt ikke oplysning om den nominelle årlige rente. Eftersom renten blev beregnet uden hensyn til kredittidens længde, var det imidlertid ikke muligt at udregne den årlige rente.

Kortudstederen ændrede herefter renteberegningsprincipperne til en købsrente, der står i forhold til den faktiske kredittid (dag-til-dag rente), og meddelte Forbrugerombudsmanden, at kontoudtog fremover vil indeholde oplysning om den nominelle årlige rente.(1996-529/5-1)

2.1.8.9. Kreditaftaleloven. Oprindeligt trepartsforhold. Eksterne kontoringe mv.

I Juridisk Årbog 1993/1994, side 89 ff., og i Juridisk Årbog 1995, side 22 ff., er omtalt sager og domme vedrørende afgrænsningen mellem fritstående lån og kreditformidlingsaftaler mellem detailhandlere og finansieringsselskaber.

Forbrugerombudsmanden rettede tillige henvendelse til en række kontoringe. Her forpligter en særlig kontoorganisation ved aftale med en række handlende sig til at finansiere de køb, som forbrugere, der er tilsluttet kontoorganisationen, foretager hos de handlende. Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at sådanne kontokøb er omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2, og at forbrugeren over for kontoorganisationen derfor kan fremsætte samme indsigelser og krav i anledning af købet som mod den handlende, jf. kreditaftalelovens § 33. Kontoorganisationerne blev anmodet om at bekræfte, at man accepterede dette.

Flere af kontoorganisationerne fik præciseret, at Forbrugerombudsmanden ønskede oplyst, hvilken praksis man følger, når en forbruger klager over køb foretaget hos en af de handlende, der er tilsluttet kontoorganisationens betalingssystem, og klagen allerede er afvist af den handlende. Hvis man ikke hidtil havde modtaget klager fra forbrugere, blev kontoorganisationen anmodet om at oplyse, hvilken praksis man agtede at følge i tilfælde af, at en forbruger klagede som nævnt.

Kontoorganisationerne oplyste, at man vil kreditere kundens køb mod at få varen udleveret for nogles vedkommende forudsat, at kunden forinden har klaget til den pågældende butik og er blevet afvist der. I flere af kontoorganisationerne er der tale om en gammel praksis, og forholdet er ofte løst i butikken, hvor købet er foretaget. En kontoorganisation oplyste, at man i de seneste 12 år har behandlet indsigelser fra kunder, som om varen er købt hos organisationen, og man har godskrevet kunderne beløbet og taget varen retur.(1996-211/8-87)

2.1.8.10. Udformningen af et samtykke fra en forbruger efter dørsalgsloven

Ifølge forbrugeraftalelovens § 2, stk. 1, må erhvervsdrivende ikke uden forudgående anmodning rette personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger på dennes bopæl, arbejdsplads eller andet sted, hvortil der ikke er almindelig adgang, for straks eller senere at indgå en aftale.

Det fremgår af lovens forarbejder, at en forbrugers anmodning om en personlig eller telefonisk henvendelse fra den erhvervsdrivende skal være udtrykkelig og utvetydig. En skriftlig meddelelse om, at den erhvervsdrivende vil aflægge forbrugeren et besøg, såfremt han ikke hører andet, eller en forbrugers anmodning om yderligere oplysninger, er således ikke tilstrækkelig.

Et pengeinstitut påbegyndte en ny og direkte markedsføring, og man gav i den anledning annoncelæsere mulighed for at indsende en svarkuvert. Man kunne ved udfyldelsen og indsendelsen af kuponen få fremsendt bankens servicediskette med pensionsprogram. På kuponen var der mulighed for at afkrydse ud for en tekst, der lød: "Ja tak, send mig venligst en gratis servicediskette med pensionsprogrammet. Jeg må gerne ringes op om fordelene ved nn bank."

Forbrugerombudsmanden udtalte, at den pågældende rubrik i annoncen var misvisende og vildledende. Man kunne således ikke umiddelbart acceptere at få fremsendt en gratis diskette, medmindre man samtidig gav banken tilladelse til at ringe en op "om fordelene ved nn bank".

Af samme grund kunne anmodningen ikke betegnes som udtrykkelig og utvetydig, ligesom den ved en naturlig sproglig fortolkning måtte forstås bredt og uden begrænsninger. Forbrugerombudsmanden gav samtidig udtryk for, at en aftale om telefonopringninger ikke kan have form af helt generelle og uspecificerede erklæringer, men skal angå nærmere afgrænsede emner.

Forbrugerombudsmanden fandt, at den pågældende annonces tekst var i strid med dørsalgslovens § 2, stk. 1, og derfor tillige i strid med god markedsføringskik, jf. markedsføringslovens § 1. (1995-2011/5-443)

2.1.8.11. Pengeinstitutters telefoniske henvendelser til kunder, som ønsker et engagement overført til et andet pengeinstitut

Pengeinstitutternes brancheorganisation, Finansrådet, udsendte i december 1995 en skrivelse til sine medlemmer vedrørende pengeinstitutternes telefoniske henvendelser til kunder, som ønsker et

engagement overført til et andet pengeinstitut. Det fremgik af skrivelsen, at det er Finansrådets opfattelse, at det som udgangspunkt bør ligge inden for dørsalgslovens rammer at foretage en telefonisk kontakt til en kunde for at afklare baggrunden for, at kunden har underskrevet en anmodning om overførsel af konti mv. til et andet pengeinstitut. Finansrådet tilkendegav ligeledes, at der i denne forbindelse ikke ville være noget til hinder for, at det afgivende institut søger at rette op på forhold, som kunden er utilfreds med, herunder er parat til at drøfte betingelserne for kundens hidtidige engagement. Henvendelsen kan således føre til, at kunden beslutter sig for ikke at skifte pengeinstitut. Finansrådet tilkendegav samtidig, at problemstillingen er uomtalt i dørsalgsloven og dens forarbejder, og at der ikke foreligger retsafgørelser om spørgsmålet.

Forbrugerombudsmanden meddelte Finansrådet, at en sådan telefonisk kontakt ikke er i overensstemmelse med lov om visse forbrugeraftaler. Finansrådets præcisering af, hvad den telefoniske kontakt til kunden kan gå ud på, lader således heller ingen tvivl tilbage om, at den telefoniske henvendelse til kunden klart har til hensigt at formå kunden til at indgå en ny aftale - eventuelt på ændrede vilkår.

Det samme spørgsmål var blevet rejst over for Folketingets Erhvervsudvalg. Justitsministeriet tilkendegav i denne anledning bl.a., at den beskrevne praksis i almindelighed næppe vil være i overensstemmelse med dørsalgslovens § 2, stk. 1, medmindre pengeinstituttet gennem kontoaftale med kunden eller lignende har betinget sig adgang til at rette henvendelse til kunden i de nævnte tilfælde.

Finansrådet fastholdt imidlertid sin tidligere tilkendegivne holdning med den bemærkning, at tolkningen af dørsalgsloven måtte fastholdes med den usikkerhed, som den manglende klarhed i lovtekst og forarbejder indebar. Man fandt, at spørgsmålet først ville kunne afklares endeligt ved en eventuel domstolsafgørelse.

Forbrugerombudsmanden meddelte Finansrådet, at man havde noteret sig uenigheden mellem parterne, men det blev samtidig fremhævet, at han fandt det uetisk og særdeles kritisabelt, at Finansrådet som brancheforening over for sine medlemmer gav udtryk for en anden retlig vurdering end den, som efter såvel Justitsministeriets som Forbrugerombudsmandens opfattelse er gældende ret. Såfremt Forbrugerombudsmanden bliver bekendt med konkrete sager af denne art, vil disse blive overgivet til politiet med henblik på tiltalerejsning. Det vil i denne anledning blive gjort gældende, at det bør være en skærpende omstændighed, at de relevante offentlige myndigheder har advaret pengeinstitutterne imod overtrædelse af lovgivningen. (1996-2011/5-21) Læs henvendelserne i detaljer, herunder Justitsministeriets svar til Folketingets Erhvervsudvalg.

2.1.8.12. Oprettelse af almindelig lønkonto. Kun mod fremvisning af slutopgørelse

En forbruger rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, da han ved henvendelse til en bank med anmodning om at få oprettet en almindelig anfordringskonto/lønkonto uden Dankort eller checks var blevet bedt om at fremvise sidste slutopgørelse fra skattevæsenet.

Forbrugeren ønskede ikke at efterkomme et sådant ønske, da han ikke kunne se formålet med at kontrollere kunders eventuelle kreditværdighed, når det drejede sig om en indlånskonto uden tilknyttet kredit.

Banken oplyste over for Forbrugerombudsmanden, at det er bankens overordnede holdning, at et kundeforhold bygger på fælles tillid og åbenhed. Når en person ønsker at være kunde i banken, vil man gerne have oplysninger om kunden, der sætter banken i stand til at orientere kunden om, hvilke betingelser der gælder. Bankens henviste endvidere til, at hvis man opretter en konto til en kunde, kan kunden hos en leverandør blive tilsluttet BetalingsService, og kender man intet til kunden, sletter banken den indgåede aftale. Har banken derimod modtaget oplysninger om kunden inden etableringen af en konto, kan man fortælle kunden, om han kan tilmeldes BetalingsService.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse nødvendiggør udviklingen i samfundet i dag, at langt de fleste mennesker kan få oprettet en almindelig anfordringskonto eller lønkonto, da tilværelsen ellers i høj grad vil blive besværliggjort. På dette område indebærer pengeinstitutternes særlige stilling i samfundet en klar forpligtelse til at medvirke hertil.

Et krav om fremvisning af slutopgørelse fra skattevæsenet som en betingelse for at få oprettet en almindelig anfordrings- eller lønkonto uden tilknyttet Dankort eller checks eller andre kreditfaciliteter er i strid med reglerne om god markedsføringsskik i markedsføringslovens § 1.

Pengeinstituttet meddelte herefter, at man ville følge Forbrugerombudsmandens henstilling. (1996-

2013/5-5)

2.2. Lovens § 2

2.2.1. Vildledende angivelser

2.2.1.1. Vildledende markedsføring af nyt computerblad

Forbrugerombudsmanden modtog et antal klager over et forlags kampagne for et nyt computerblad. Markedsføringsmaterialet var bl.a. karakteriseret ved, at der som overskrift på fremsendelsen, der var indpakket i gennemsigtig plastic, var anført følgende:

"Indeholder vindernummer! Følgende personer i (byens navn) er blevet tildelt et vindernummer:" Herefter fulgte navnene på tre personer, heraf modtagerens navn streget ind med gult. Endvidere var det anført: "nr. xxx godkendt". Dette nummer var det samme på alle forsendelser. Modtageren af forsendelsen blev tilbudt abonnement på det nye blad således, at introduktionsprisen for første nummer af bladet samt en CD-rom udgjorde i alt 19,50 kr. Forbrugerombudsmanden fandt, at anvendelse af personers navne i en reklamemæssig sammenhæng, uden samtykke fra disse, er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1. Forbrugerombudsmanden fandt endvidere, at materialet var udformet således, at modtageren kunne få indtryk af, at der kun var tre i det pågældende postdistrikt, der modtog markedsføringsmaterialet, og at der var tale om en præmiekonkurrence. Materialet blev imidlertid udsendt til et betydeligt antal personer, og forsendelsen indeholdt alene et tilbud om abonnementsbetaling. Der var ikke tale om en præmiekonkurrence. På denne baggrund var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at materialet var vildledende på en måde, som er egnet til at påvirke efterspørgslen, og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Under henvisning til, at forlaget havde anført, at markedsføringskampagnen ikke oftere ville blive anvendt, oplyste Forbrugerombudsmanden, at han opfattede dette som et tilsagn efter markedsføringslovens § 16, stk. 2, om at de nævnte fremgangsmåder ikke ville blive anvendt i fremtiden. På denne baggrund foretog Forbrugerombudsmanden ikke videre i sagen. (1996-4041/5-4)

2.2.1.2. Bingoplade blev brugt i vildledende markedsføring

En forbruger modtog en annonceavis, hvor der på forsiden var anført:

"Kom ind i forretningen og få en gratis bingoplade til "Super Chancen". Så længe lager haves. Maks. ét stk. pr. husholdning. Gælder for spilledagen den 16. november 1995. Se det på DR Super Chancen." Forbrugeren afhentede en bingoplade. Ved hjemkomsten konstaterede forbrugeren, at der ikke som forventet var tale om en ordinær "Super Chance"-bingoplade, men en spilleplade, som alene i tilfælde af bingo udløste et gavekort til forretningen med en værdi af 25 kr. Gavekortet kunne ikke indløses til kontanter.

En anden forbruger havde fået husholdningsdelt bingopladen, og havde ikke mulighed for at spille med på selve dagen. Forbrugeren kiggede derfor på tekst-tv næste dag og konstaterede, at alle med et bestemt løbenummer, uanset serienummer, havde vundet 1.000 kr. Dette troede forbrugeren også gjaldt hendes bingoplade, hvorfor hun sendte den anbefalet til "Super Chancen" med henblik på udbetaling af gevinsten. Bingopladen gav imidlertid ikke adgang til disse udtrækninger om kontantbeløb, og forbrugeren afholdt et unødigt beløb på 30,75 kr. til den anbefalede fremsendelse.

Ved bedømmelse af sagen blev der lagt vægt på, at forbrugerne ved annonceringen havde fået indtryk af, at der var tale om en ordinær bingoplade til "Super Chancen" med mulighed for kontante gevinster mv., og at forbrugerne, der havde fået omdelt bingopladen, fik da bingopladen også var påført serienummer og løbenummer et umiddelbart indtryk af, at der var tale om en bingoplade med mulighed for at deltage i "Super Chancen"s almindelige udtrækning på løbenumre. Forbrugerombudsmanden anså markedsføringen for at være vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Den erhvervsdrivende oplyste, at konkurrencen var arrangeret af "Super Chancen", som havde trykt bingopladerne, distribueret dem og i det hele taget stået for alt det praktiske.

"Super Chancen" bekræftede, at man ikke i fremtiden ville gentage den påtalte annoncering. (1996-573/5-2, 1996-573/5-3)

2.2.1.3. Vildledende markedsføring i form af en pressemeddelelse

En støvsugerfabrik udsendte en pressemeddelelse til dag- og distriktsblade. Pressemeddelelsen var udformet som en artikel med overskriften: "Piratposen kan ødelægge støvsugeren".

Ifølge "artiklen" havde fabrikken testet de forskellige piratkopiposer, efterhånden som de var kommet i handlen, og der var ikke tvivl om, at disse ikke levede op til fabrikkens kvalitetskrav. Artiklen indeholdt endvidere "interviews" med en jurist og en ingeniør fra Forbrugerstyrelsen.

En sådan pressemeddelelse er et markedsføringstiltag omfattet af markedsføringsloven.

Det viste sig, at udsagnet om fabrikantens undersøgelser af uoriginale poser byggede på en flere år gammel test af 2 uoriginale støvsugerposer. Undersøgelsen gav endvidere ikke belæg for at bedømme de 2 posers holdbarhed. Forbrugerombudsmanden meddelte derfor, at oplysningerne om fabrikkens test af uoriginale poser var urigtige og vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

For så vidt angår "interviewet" med Forbrugerstyrelsens to ansatte, meddelte Forbrugerombudsmanden, at han anså det for at være i strid med markedsføringslovens § 1 at referere til Forbrugerstyrelsen i markedsføringsmateriale, med mindre der forelå en udtrykkelig, skriftlig tilladelse hertil.

Forbrugerombudsmanden henviste samtidig til Det Internationale Handelskammers kodeks for reklamepraksis, artikel 8, hvorefter reklamer ikke må afbilde eller referere til personer, det være sig i disses private eller offentlige egenskab, medmindre forudgående tilladelse er opnået. Henvisningen til denne kodeks gjaldt i øvrigt som helhed markedsføringstiltagets form og indhold, idet fabrikken navnlig blev gjort opmærksom på artikel 5 om sammenlignende reklame og artikel 11 om identificering af reklame.

Fabrikken tog påtalen til efterretning og meddelte, at man fremover ville afholde sig fra tilsvarende eller lignende markedsføring. (1996-432/5-4)

2.2.1.4. Annoncering med rentefri køb og leje med forkøbsret

En annonce for hårde hvidevarer indeholdt et stærkt fremhævet tilbud om rentefri køb over 12 måneder. Langt mindre fremhævet kunne man læse, at de månedlige ydelser blev tillagt et administrationsgebyr på 20 kr. Priserne for de annoncerede varer var endvidere "afhentningspriser", hvorimod de månedlige ydelser ved et rentefrit køb var udregnet på baggrund af "leveret og tilsluttet" priser.

Forbrugerombudsmanden fandt denne form for annoncering vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1. Annoncøren blev samtidig gjort opmærksom på bestemmelserne i § 2, stk. 1, i lov om mærkning og skiltning med pris mv., hvorefter annoncer med oplysning om omkostningerne ved at erhverve de annoncerede varer på kredit skal indeholde oplysning om:

1. Kontantprisen.
2. Kreditomkostninger angivet som et beløb.
3. De årlige omkostninger i procent for kreditten.

Annoncen indeholdt også tilbud om leje med forkøbsret, hvorved kunden efter betaling af 48 måneders leje kunne erhverve produktet for 1 kr.

Det er nærliggende at antage, at sådanne lejekontrakter vil være omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, hvorefter en aftale, der betegnes som lejekontrakt, anses som køb med ejendomsforbehold, hvis det må antages at have været meningen, at modtageren af den lejede genstand skal blive ejer af den. Forbrugerombudsmanden fandt det derfor vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, at markedsføre sådanne tilbud som lejeaftaler.

Annoncøren blev samtidig orienteret om de civilretlige konsekvenser, hvis en lejeaftale bliver anset for at være kreditkøb med ejendomsforbehold. Forbrugeren vil således have ejendomsretten over den "lejede" genstand, idet der ikke er taget et behørigt ejendomsforbehold. Da kreditomkostningerne oplyst i overensstemmelse med kreditaftalelovens § 9, stk. 1, nr. 3, normalt ikke vil indgå i en sådan lejekontrakt, vil det endvidere indebære, at forbrugeren ved opgørelsen af kontrakten kun vil være forpligtet til at betale kontantprisen for varen med et meget begrænset tillæg af kreditomkostninger, jf. kreditaftalelovens § 23, stk. 1. (1996-4119/5-1)

2.2.2. Vildledende prisangivelser

2.2.2.1. Markedsføringslovens § 2 samt prismærkningsloven. Finansieringsvirksomhed

2.2.2.2. Lån til private. Mangelfulde oplysninger i annonce

Et vekselererfirma annoncerede i et kuponhæfte med tilbud om lån til private. I annoncen var der anført

eksempler på, hvad et lån ville koste i månedlige ydelser.

Af det informationsmateriale, som blev udsendt til interesserede, fremgik det imidlertid, at der udover de i annoncen angivne månedlige ydelser krævedes et administrationsgebyr på 37,50 kr. pr. måned, samt 300 kr. til dækning af udgifter i forbindelse med behandlingen af låneansøgningen. Endvidere afregnedes lån p.t. med en kurs på 70-90, men uden at betydningen heraf klart fremgik af materialet.

Forbrugerombudsmanden fandt, at læseren fik det indtryk, at de i annoncen anførte beløb udtømmende angiver, hvad der skal betales for lånene. Annoncen var vildledende og urimeligt mangelfuld og derfor i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet det ikke af annoncen fremgik, at der yderligere opkrævedes administrationsgebyr samt gebyr for lånetilbud, og da der ikke var oplysning om eventuel kursfradrag i låneudbetaling.

Forbrugerombudsmanden henledte herudover firmaets opmærksomhed på reglerne i Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse om oplysning til forbrugerne i ekspeditionslokaler, i annoncer mv. om renter og andre kreditomkostninger.

Ifølge bekendtgørelsens § 6 skal de årlige omkostninger i procent angives, når der ved annoncering, i brochurer eller på anden måde i reklame gives oplysning om kreditoplysninger. Oplysning om årlige omkostninger i procent skal gives på en lige så fremtrædende måde som de øvrige oplysninger om kreditomkostninger.

Ved beregningen af de årlige omkostninger i procent skal angives et eksempel udvalgt blandt de standardlånetyper, der er anført i bilag 1 til bekendtgørelsen, og det er reglerne i §§ 13 og 16 i lov om kreditaftaler, der skal lægges til grund for beregningen. Dette indebærer navnlig, at alle omkostninger, herunder stiftelsesomkostninger, renter, løbende provisioner, og alle andre omkostninger som forbrugeren skal betale for kreditten skal medregnes.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at annoncen indeholdt oplysninger om kreditomkostninger, hvorfor annoncen burde have indeholdt oplysninger om de årlige omkostninger i procent. Der var derfor tale om en overtrædelse af reglerne.

Forbrugerombudsmanden anmodede selskabet om at ændre sin fremtidige markedsføring i overensstemmelse med den nævnte tilkendegivelse. (1995-202/5-139)

2.2.3. Vildledende angivelser om produkters egenskaber

2.2.3.1. Advarsel mod brug af ikke-originale reservedele

En bilimportør indrykkede en annonce, der var udformet som en advarsel mod brug af ikke-originale reservedele. Annoncen havde overskriften "Vigtig meddelelse til alle ejere af XX Y-serien model '83-'90". I annoncen blev oplyst følgende:

"Det har vist sig, at et større antal biler kører rundt med kopier af originale XXbremseklodser. Kopierne er udført i et materiale, der ikke er beregnet til de ekstreme belastninger, som en XX er bygget til. Ved en katastrofeopbremsning kan det i værste fald betyde, at belægningen løsner sig, og bremserne svigter."

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var annoncen udformet på en måde, der umiddelbart giver forbrugeren det indtryk, at der er tale om tilbagekaldelse af et farligt produkt.

Forbrugerombudsmanden fandt, at annoncen var egnet til at give forbrugerne det indtryk, at alle bremsebelægninger, der ikke er originale XXbremsebelægninger, er behæftet med fejl, der kan føre til, at de udgør en sikkerhedsrisiko. Forbrugerombudsmanden henledte derfor importørens opmærksomhed på markedsføringslovens § 2, stk. 4, og bad importøren godtgøre disse meget generelle og bastante udsagn om ikke-originale bremsebelægninger.

Bilimportøren kunne ikke fremlægge dokumentation for, at samtlige ikke-originale bremsebelægninger ikke lever op til de specifikationer, bilfabrikken foreskriver, og Forbrugerombudsmanden fandt derfor, at annoncen var vildledende over for forbrugerne og samtidig utilbørlig over for virksomheder, der forhandler ikke-originale bremsebelægninger af tilsvarende kvalitet som de "originale". (1996-521/5-24)

2.2.3.2. Brug af ordet "miljø" i firma- og produktbetegnelse

En producent af frugt anførte som firmabetegnelse "XX Miljøfrugt". Endvidere havde virksomheden udgivet en brochure, hvor ordet "miljø" var anført med stor typografi på forsiden af brochuren. Af

oplysningerne fremgik det, at producenten fremavlede frugten ved brug af produktionsmetoden "integreret produktion".

I Juridisk Årbog 1995, side 82-84, er sagen om gartnerierhvervets markedsføringskampagne under betegnelserne "Dansk Miljøfrugt" og "Dansk Miljøgrønt" som led i integreret produktion omtalt. Integreret produktion indebærer en mindre miljøbelastning end traditionel dyrkning og fremstilling. I sagen udtalte Forbrugerombudsmanden, at der ikke forelå tilstrækkelig dokumentation fra gartnerierhvervets side til, at de kunne anvende ordet "miljø". Efter forhandlinger accepterede gartnerierhvervet at ophøre med brugen heraf.

Forbrugerombudsmanden anmodede den pågældende producent om nærmere at redegøre for brugen af det generelle ord "miljø" i markedsføringen, herunder at fremlægge livscyklusanalyse for produktionen. Producenten kunne ikke fremlægge sådan dokumentation, men oplyste, at produktionen i mellemtiden var ved at blive omlagt til økologisk jordbrugsproduktion, og virksomheden havde opnået autorisation fra Plantedirektoratet.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at der ikke var fremlagt nogen form for dokumentation for, at produkterne tidligere var blevet dyrket og fremavlet ved hjælp af produktionsmetoder, der kunne berettige til at bruge generelle miljøargumenter i markedsføringen. Produktionen var efter det oplyste baseret på den såkaldte integrerede produktion, hvor produktionsmetoden ikke baserer sig på livscyklusanalyser.

Under henvisning til, at producenten var i færd med at omlægge produktionen til økologisk drift og fremover ville basere sig på økologiske principper i henhold til den meddelte autorisation fra Plantedirektoratet, meddelte Forbrugerombudsmanden, at han ikke fandt anledning til at foretage yderligere i sagen. Autorisation som økologisk jordbrugsproducent og tilladelse til markedsføring med statskontrollerede økologiske produkter indebærer, at produkterne må anses for at være produceret på en mere miljøskånsom måde end ved traditionelle produktionsmetoder. Forbrugerombudsmanden udtalte, at forbrugerne i dag må antages generelt at opfatte de økologiske produkter som "miljøvenlige", og det er de økologisk mærkede produkter, som forbrugerne skal efterspørge, hvis de ønsker at tage miljøhensyn i forbindelse med forbrugsvalg. På denne baggrund fandt han, selv om han i sin vejledning kræver dokumenteret livscyklusanalyser for produkter, der markedsføres med generelle miljøanprisninger, at en producent på baggrund af de foreliggende regler om økologisk jordbrugsproduktion og om markedsføringen heraf kan anvende mere generelle miljøudsagn i markedsføringen. (1995-7121/5-15)

2.2.3.3. Markedsføring af "miljøkiste". Miljøargument ikke dokumenteret

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over en norsk produceret kiste af papirfiberblade, der blev betegnet som "... Miljøkiste". I henvendelsen var det oplyst, at den norske virksomhed ikke havde nogen form for miljøcertificering eller i øvrigt på betryggende vis kunne dokumentere miljøforhold.

I markedsføringsmaterialet, der var udsendt til bedemandsvirksomheder mv., blev det bl.a. oplyst, at:

"...er vor branches bidrag til miljøforbedring",
"der må produceres mere af recirkulerende materialer" og
"forbruges ca. ét træ for at producere en almindelig trækiste".

Den danske importør af kisten indsendte en række tekniske specifikationer, som den norske producent havde udarbejdet, og mente på denne baggrund, at den pågældende kiste måtte betegnes som "sædeles miljøvenlig".

Forbrugerombudsmanden henviste til sin vejledning om miljømarkedsføring, hvor det nærmere er beskrevet, hvilke krav, der skal være opfyldt, for brug af generelle, uspecificerede miljøargumenter og miljøsammenligninger. Han understregede, at brug af ordet "miljø" i markedsføringen eller som betegnelse for et produkt kun kan anvendes, hvis producenten efter markedsføringslovens § 2, stk. 4, kan dokumentere sin påstand om generel miljøvenlighed, og ikke blot for enkelte egenskaber. Det er Forbrugerombudsmandens faste holdning, at en sådan dokumentation kun kan ske ved at fremlægge en livscyklusanalyse (LCA), som dokumenterer, at produktet under hele sin livscyklus belaster miljøet væsentligt mindre end øvrige produkter i samme produktkategori.

Efter at have gennemgået produktoplysningerne fra såvel den danske importør som den norske producent udtalte Forbrugerombudsmanden, at der syntes at foreligge dokumentation for, at kisten på en række områder belaster miljøet mindre end andre kister på det danske marked, men at oplysningerne ikke kunne betegnes som en fuldstændig LCA. På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden derfor, at dokumentationskravet i markedsføringslovens § 2, stk. 4, ikke var opfyldt, og at markedsføringen derfor ikke var i overensstemmelse med markedsføringslovens § 2 ved

at gøre brug af det generelle, uspecificerede ord "miljø" i produktnavnet.

Forbrugerombudsmanden henstillede derfor, at den danske importør for fremtiden ophørte med at benytte ordet "... Miljøkiste" om produktet.

Han bemærkede afslutningsvis, at importøren kunne anvende miljøoplysninger i markedsføringen, men dette måtte så ske ved alene at fremhæve de punkter, hvor produktet havde en mindre miljøbelastning end sædvanlige kister på det danske marked.

Importøren bekræftede at ophøre med at bruge benævnelsen "miljøkisten".

Sagen gav i øvrigt anledning til at informere Bedemændenes Landsforening og Dansk Krematorieforening om vejledningen om brug af miljøargumenter i markedsføringen. (j.nr. 1996-289/5-4)

2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger

2.4. Lovens § 4. Garanti

2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn

2.5.1. Forfalskning af mærkevarer. Forholdet mellem markedsføringslovens § 5 og varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. punktum

Forbrugerombudsmanden modtager jævnligt henvendelser fra politiet med anmodning om en udtalelse vedrørende en anmeldelse for overtrædelse af markedsføringslovens § 5 og varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt. Det drejer sig typisk om forfalskede beklædningsgenstande, der udbydes til salg på markeder.

I en sag vedrørende salg af uægte Levis T-shirts og sweatshirts på et kræmmermarked stadfæstede Statsadvokaten for Sjælland Politimesterens afgørelse om at opgive påtale mod to sigtede for bedrageri efter straffeloven samt for overtrædelse af varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt. og markedsføringslovens § 5.

Statsadvokaten bemærkede vedrørende straffelovens bedrageribestemmelse, at købere af "mærketøj" på kræmmermarkeder og lignende steder må antages at være bekendt med, at tøjet, også henset til salgsprisen, ikke er ægte. Det kunne derfor ikke antages, at køberne bringes i en "vildfarelse" eller "skuffes", eller i hvert fald kunne det ikke bevises, at de mistænkte havde handlet med fortsæt til at vildlede eller skuffe.

Endvidere fandt Statsadvokaten ikke, at forholdet havde et omfang, der kunne begrunde, at det henføres under varemærkelovens § 42, stk. 1, 2. pkt., der vedrører særlig grove overtrædelser. Der blev herved navnlig lagt vægt på, at der var tale om begrænsede mængder tøj (henholdsvis 200 og 492 T-shirts samt 50 sweatshirts), at de mistænkte køb af uægte tøj ikke var systematisk, ligesom salget kun foregik lejlighedsvis og ikke fra et fast forretningssted. Forholdet var derimod omfattet af varemærkelovens § 42, stk. 1, 1. pkt., hvor overtrædelse er undergivet privat påtale.

Vedrørende markedsføringslovens § 5 bemærkede Statsadvokaten, at bestemmelsen først og fremmest tilsigter at beskytte forbrugere mod forvekslingsvaren. Endvidere må bestemmelsen antages at være subsidieret til varemærkelovens § 42, stk. 1, idet bestemmelsen omfatter alle forretningskendetegn og lignende og altså ikke kun mærker omfattet af varemærkeloven. Princippet om *lex specialis* fører herefter til, at varemærkeloven bør finde anvendelse i tilfælde, hvor mærket er omfattet af denne lov.

Samtidig bemærkede Statsadvokaten, at det måtte anses for tvivlsomt, om de mistænkte var erhvervsdrivende i markedsføringslovens forstand og dermed omfattet af loven.

Forbrugerombudsmanden udtalte i anledning af Statsadvokatens afgørelse, at han fandt det uheldigt at anvende *lex specialis* princippet i et tilfælde som det foreliggende, hvor specialbestemmelsen i varemærkelovens § 42, stk. 1, 1. pkt., ikke yder samme beskyttelse af forretningskendetegn som den generelle regel i markedsføringslovens § 5, idet varemærkelovens § 42, stk. 1, 1. pkt., i modsætning til markedsføringslovens § 5 er undergivet privat påtale. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er der ikke belæg for at antage, at markedsføringslovens § 5 ikke vil kunne anvendes, blot fordi forholdet er omfattet af varemærkeloven eller anden speciallovgivning. Samtidig henvises til, at man i retspraksis ofte anvender en kombination af varemærkeloven og markedsføringslovens § 5.

Endelig bemærkede Forbrugerombudsmanden, at markedsføringslovens § 5 fuldt ud kan påberåbes af en erhvervsdrivende over for en anden erhvervsdrivende. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skal der ikke meget til, før en person, der sælger varer/tjenesteydelser, bliver erhvervsdrivende i relation til markedsføringsloven, og det må i den forbindelse indgå i overvejelserne, om den pågældende, selv med en begrænset udøvelse af erhvervsvirksomhed, af andre erhvervsdrivende opfattes som en konkurrent.

Retten i Aalborg har i en sag, hvor der blandt andet var rejst tiltale for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1, og § 5 i forbindelse med besiddelse af uoriginalt Levis tøj, taget stilling til ovennævnte spørgsmål (SS nr. 9600674-8). Retten fandt ikke, at den omstændighed, at forholdet kunne være en overtrædelse af varemærkeloven, var til hinder for en tiltale efter markedsføringsloven. (1996-613/5-1)

2.6. Lovens § 6. Tilgift

2.6.1. Pålægning af gulvtæpper for et symbolsk beløb

En tæppeforretning annoncerede med pålægning af gulvtæpper for 5 øre ved køb af minimum 20 m² tæppe. Forbrugerombudsmanden orienterede forretningen om, at der ifølge markedsføringslovens § 6, stk. 1, var tale om ulovlig tilgift, og bad forretningen stoppe annonceringen. Forretningen fik samtidig tilsendt Forbrugerombudsmandens pjece om tilgift og konkurrencer. Indehaveren af forretningen forstod imidlertid ikke pjecen. Han var af den opfattelse, at der var tale om en rabat på prisen for pålægningen, hvilket ikke er tilgift. Forbrugerombudsmanden forklarede, at den billige pålægning var betinget af køb af et gulvtæppe, og at der derfor var tale om ulovlig tilgift.

Herefter annoncerede forretningen med tilbud om pålægning af gulvtæpper for kun 25 øre. Forbrugerombudsmanden meddelte nu forretningen, at den ændrede udformning af annoncen måtte forstås således, at pålægning til den symbolske pris kun blev ydet i forbindelse med køb af tæpper. Forretningen blev endvidere gjort opmærksom på, at en manglende forståelse af loven ikke fritog for straf. Da forretningen ikke bekræftede, at den ulovlige annoncering øjeblikkeligt ville blive stoppet, blev der rejst tiltale mod forretningen til straf for overtrædelse af markedsføringsloven § 6, stk. 1. Forretningen vedtog en bøde på 18.000 kr. (1994-661/5-30)

2.6.2. Konto med gratis ulykkesforsikring

Et selskab, der rådgav pengeinstitutter vedrørende deres markedsføring, rettede en forespørgsel til Forbrugerombudsmanden. Selskabet ønskede at vide, om det var lovligt, hvis et pengeinstitut gav sin kunde en ulykkesforsikring, og den var betalt af rådgivningsselskabet (og ikke kunden).

Det var tanken, at det enkelte pengeinstitut selv skriftligt ville kontakte en række af sine "gode kunder" med tilbud om tegning af ulykkesforsikringen. Ulykkesforsikringen ville blive tegnet for et år ad gangen, men automatisk blive forlænget hvert år, indtil den sikrede fyldte 70 år, eller så længe den sikrede var kunde i

Forbrugerombudsmanden tilkendegav, at den skitserede ordning må anses for tilgift og stridende mod markedsføringslovens § 6. Den gratis ulykkesforsikring er således afhængig af etableringen og bevarelsen af et fortsat kundeforhold. Det var uden betydning, at tilgiften ikke direkte blev betalt af pengeinstituttet, idet dette forhold måtte anses for at være uden betydning ved kundens bedømmelse af tilbudet. Betaling af forsikringspræmien måtte under alle omstændigheder tillige betragtes som hidrørende fra pengeinstituttet ved dennes betaling af honorar til sin markedsrådgiver. (1995-116/5-339)

2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning

2.8. Lovens § 8. Rabat

2.8.1. Rabat ydet i forbindelse med køb. Ikke omfattet af markedsføringslovens § 8

Et firma, der fremstiller nikotintyggegummi, rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden og bad om en forhåndsbesked, idet man ønskede at yde rabat ved køb af nikotintyggegummi og -plastre for mere end 5000 kr. Produkterne er omfattet af lægemiddelloven og må derfor ikke sælges direkte til forbrugerne, ligesom virksomheden ikke i forbindelse med salg af lægemidler kan give rabatten via apoteket. Man ønskede derfor at lade forbrugeren bestille hos fabrikken til efterfølgende levering gennem et apotek og så fremsende en check på 15% af det fulde regningsbeløb mod fremvisning af

gyldig kvittering fra apoteket.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at dette koncept hverken kunne betegnes som rabat ydet forud for køb, eller rabat der ydes efterfølgende, men snarest må betegnes som en rabat, der ydes i forbindelse med købet. Dette skyldtes den måde, hvorpå købet realiseres, idet bestillingen afgives til fabrikken, hvorimod betalingen skal ske til det apotek, hvorigennem produkterne leveres. Markedsføringstiltaget var derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke i strid med markedsføringslovens § 8. (1996-116/5-16)

2.8.2. Medlemskort med indbygget rabat. Ulovligt efter § 8

Medlemmer af en rabatordning var udstyret med et medlemskort, som blev fornyet hvert år. Medlemskortet gav bl.a. mulighed for på en række restaurationer at bestille to kuverter og mod forevisning af medlemskortet kun betale for en kuvert. I den tilhørende guide med en oversigt over de restauranter, som er omfattet af ordningen, blev det oplyst, at de rabatgivende restauranter en gang om året gav et tilbud med to menuer for én menus pris. Det var endvidere oplyst, at de enkelte restauranter førte kontrol ved, at restauranterne i de tomme felter på bagsiden af medlemskortet skrev restaurantens nummer i medlemsguiden.

Forbrugerombudsmanden gav over for udbyderen af rabatordningen udtryk for, at ordningen vedrørende restauranterne var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1. Da rabattilbudet på restauranterne kun kunne benyttes én gang i medlemsskabets gyldighedsperiode, og der blev ført kontrol hermed ved at notere brug af rabattilbud på dette, fungerede ordningen som en rabatordning, hvor der gives rabat ved brug af mærker, kuponer eller lignende, der er stillet til rådighed af erhvervsdrivende forud for køb af en vare eller ved udførelse af en arbejds- eller tjenesteydelse. Forbrugerombudsmanden henstillede derfor, at restauranterne ophørte med ordningen.

På baggrund af Forbrugerombudsmandens henstilling indledte selskabet bag rabatordningen forhandlinger med Forbrugerombudsmanden med henblik på at bringe konceptet i overensstemmelse med markedsføringslovens regler.

Forbrugerombudsmanden accepterede, at selskabet fik en rimelig frist til at bringe ordningen i overensstemmelse med markedsføringslovens § 8, stk. 1, samt til at underrette samtlige restauranter og medlemmer af rabatordningen om ændringen.

Forbrugerombudsmanden accepterede endvidere, at de enkelte restauranter til brug for regnskabskontrol med rabatordningen kunne anvende et mærke eller lignende med fx ordningens logo, som skulle afleveres til rabatgiver under den forudsætning, at medlemmerne i medlemskortets gyldighedsperiode problemfrit, hurtigt og ubegrænset kunne rekvirere yderligere ark med mærker. Dette vil være en betingelse for, at den kombinerede brug af logomærker sammen med medlemskortet ikke indebærer, at logomærket reelt bliver bærer af rabatten og dermed får karakter af en rabatkupon. (1995-7172/5-56 & 1996-7172/5-1)

2.8.3. Forhåndsbesked om markedsføring med kuponhæfte der gav rabat på avis

Et dagblad påtænkte at tilbyde forbrugerne et kuponhæfte, der skulle bruges i forbindelse med køb af avisen. Kuponhæftet skulle omfatte køb af 14, henholdsvis 28 aviser. Kuponhæftet skulle sælges gennem kiosker ved almindeligt salg til forbrugere, og prisen for hæftet skulle fastsættes således, at der ved køb af hæftet opnåedes en rabat i forhold til den samlede løssalgspris for 14, henholdsvis 28 aviser. Indehaveren af kuponhæftet kunne herefter afhente en avis i en kiosk eller et andet salgssted efter eget valg mod afrivning af en kupon, hver gang en avis udleveredes. Hensigten med hæftet var at tilbyde forbrugerne mængderabat ved køb af avisen.

Forbrugerombudsmanden oplyste, at der efter hans opfattelse var tale om et tvivlsomt afgrænsningstilfælde i forhold til markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Det drejede sig imidlertid om salg af identiske ydelser, nemlig salg af en avis i et nærmere forudbestemt antal, hvor der samtidig skete forudbetaling af aviserne. Der var tale om en ny abonnementsform. Forudbetalingen for de 14, henholdsvis 28 aviser var den fulde betaling for aviserne. Kunden kunne købe et ubegrænset antal kuponhæfter alt efter behov. Baggrunden for ordningen var et ønske om at yde mængderabat. Der var rent faktisk tale om køb af et abonnement, hvor abonnenten blot selv hentede avisen. Varen var et abonnement på en avis.

Under disse særlige forudsætninger forelå der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke en overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1. (1996-116/5-28)

2.8.4. Salgskoncept med opsparing af elektroniske bonuspoint.

Markedsføringslovens § 8, stk. 2, § 6, stk. 1, og § 7 samt prismærkningslovens § 1, stk. 1

En virksomhed forhørte sig om et påtænkt bonussystem. Systemet gik ud på, at kunderne i bestemte butikker kunne optjene elektroniske bonuspoint ved brug af et kundekort. De optjente bonuspoint kunne kun anvendes som hel eller delvis betaling ved senere køb i butikkerne. Det var tanken, at de optjente bonuspoint skulle kunne bruges som betaling for specielle "bonusvarer", der ville blive udbudt med angivelse af prisen i bonuspoint. Disse "bonusvarer" kunne alene "betales" med bonuspoint.

Forbrugerombudsmanden svarede, at elektroniske bonuspoint efter hans opfattelse er omfattet af markedsføringslovens § 8, stk. 2. En lovgivning af det påtænkte bonussystem ville derfor kræve radikale ændringer, idet konceptet ikke var i overensstemmelse med § 8, stk. 2.

For så vidt angår de særlige bonusvarer, der kun kunne erhverves af kunder med kort og de nødvendige bonuspoint, meddelte Forbrugerombudsmanden, at denne del af konceptet var i strid med markedsføringslovens § 7, 2. pkt., hvorefter der ikke må nægtes salg til bestemte kunder. Forbrugerombudsmanden henledte ligeledes opmærksomheden på prismærkningslovens § 1, stk. 1, hvorefter prisen for varerne indbereget moms og andre afgifter tydeligt skal fremgå ved mærkning, skiltning eller på anden måde. Forbrugerombudsmanden bemærkede i øvrigt, at en rabat, der alene består i en efterfølgende ret til andre ydelser, er i konflikt med markedsføringslovens § 6, stk. 1, om ulovlig tilgift. (1996-116/5-43)

2.9. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer

2.9.1. Konkurrence udbudt via service 900 numre

Efter bekendtgørelsen om service 900 numre vedrørende overtakserede numre, er det blevet muligt for blandt andre godtgørende institutioner at udbyde konkurrencer på disse numre. Overtakseringen tilfalder udbyder, mens den almindelige telefontakst tilkommer teleselskabet.

Forbrugerombudsmanden udtalte på forespørgsel, at i det omfang deltagelse i selve konkurrencen ikke er betinget af køb af anden vare, kan forholdet ikke anses som omfattet af markedsføringslovens § 9.

Såfremt teleselskabet selv foranstalter en konkurrence, kan det ikke udelukkes, at deltagelse i selve konkurrencen vil blive anset for at være betinget af samtidig aftagelse af teleydelsen, og at forholdet derved vil komme ind under § 9's anvendelsesområde. Dette vil dog bero på en konkret vurdering af konkurrencens udformning og markedsføring. (1996-4051/5-51)

2.9.2. Købesummen retur, hvis Danmark vinder EM i fodbold

En erhvervsdrivende påtænkte at iværksætte et koncept, hvorefter kunder, der i en kampagneperiode op til Europamesterskabet i fodbold købte produkter hos den erhvervsdrivende, ville få købesummen tilbagebetalt, såfremt Danmark vandt Europamesterskabet.

Den erhvervsdrivende bad Forbrugerombudsmanden om at udtale sig om sit syn på lovligheden af den pågældende foranstaltning, idet man gjorde gældende, at der ikke kunne være tale om en konkurrence efter markedsføringslovens § 9, da der ikke blev foretaget en lodtrækning mellem kunderne, ligesom der ikke var tale om en præmiekonkurrence.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at en konkurrence efter Ordbog over Det Danske Sprog også kan være en vædekamp. I den konkrete sag kunne konkurrencen være et væddemål mellem køberne på den ene side og forhandleren på den anden side. Forbrugerombudsmanden udtalte endvidere, at der nok næppe var tale om en lodtrækning eller en præmiekonkurrence, men at der var tale om "en anden form for foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet". Når det af ordlyden af § 9, stk. 1, fremgår, at der skal være tale om "en anden form for foranstaltning" og ikke en "lignende foranstaltning" må heri ligge, at foranstaltningen ikke skal have samme kendetegn som lodtrækning og præmiekonkurrencer, men at foranstaltningen dog, ligesom lodtrækning og præmiekonkurrencer, skal have et udfald, der beror helt eller delvis på tilfældet. Det var således efter Forbrugerombudsmandens opfattelse uden betydning, om nogle deltagere, ligesom i en lodtrækning, vinder frem for andre, blot det beror på tilfældet, om deltagerne vinder.

Da der ikke var tvivl om, at konkurrencen var afsætningsfremmende, købsbetinget, og dens udfald beroede helt eller delvis på tilfældet, udtalte Forbrugerombudsmanden, at konceptet var i strid med markedsføringslovens § 9, stk. 1. (1996-116/5-10)

2.9.3. Få dit indkøb gratis, hvis du kan svare på et spørgsmål

En dagligvarekæde blev i Sø- og Handelsretten dømt for overtrædelse af markedsføringslovens § 9, stk. 1, idet kæden den 1. april 1993 havde afholdt en konkurrence blandt kunder, der indfandt sig i forretningen for at købe varer. 1000 kunder, der tilfældigt blev udvalgt blandt de kunder, der blev ekspederet ved kassen, fik deres indkøb gratis, hvis de kunne besvare, hvad der ifølge dagbladsannoncernes tekst var et "hundesvært spørgsmål". Kunderne skulle kunne oplyse, hvad kædens kæledyr var.

Der blev fordelt gevinster til en samlet værdi af ca. 100.000 kr. Udgifterne til annoncering androg ca. 125.000 kr.

Kæden erkendte få dage før domsforhandlingens start, at udvælgelsen af deltagerne i konkurrencen beroede på tilfældet, hvorfor kæden ville erklære sig skyldig i overtrædelse af markedsføringslovens § 9, stk. 1, men påstod, at straffen skulle bortfalde, subsidiært nedsættes, i medfør af straffelovens § 84, stk. 1, nr. 3, jf. stk. 2, idet det var vanskeligt at indse, at den præliminære udvælgelse af kunderne var en del af konkurrencen.

Sø- og Handelsretten idømte efter en samlet vurdering af omstændighederne omkring arrangementet, herunder også de afholdte udgifter, kæden en bøde på 150.000 kr. (1996-7129/5-1)

2.9.4. Handelsstandsforenings og distriktsblads afholdelse af et arrangement, hvor deltagelse i lodtrækning var købsbetinget. Overtrædelse af markedsføringslovens § 9

En handelsstandsforening havde anmodet den lokale politimester om tilladelse til at afholde et arrangement med deltagelse af ca. 40 forretninger. Det planlagte arrangement foregik i forening med det lokale distriktsblad.

De deltagende forretninger ville på en bestemt dag udbyde to tilbudsvare på en værdi mellem 98 kr. og 1.000 kr. Ved køb af en af disse varer ville kunden få mulighed for at deltage i tre lodtrækninger i løbet af dagen, hvor gevinsten skulle være et gavekort svarende til det købtes værdi. Midlerne til gevinsterne skulle betales af distriktsbladet ud af de annonceindtægter, som bladet oppebar i forbindelse med forretningernes annoncering.

Politimesteren meddelte tre dage forinden arrangementets afholdelse, at aktiviteten ville være en overtrædelse af markedsføringslovens § 9. Efter markedsføringslovens § 9, stk. 1, må afsætning til forbrugere af formuegoder ikke søges fremmet af en mulighed for gevinst ved deltagelse i lodtrækning, præmiekonkurrence eller lignende, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet, såfremt deltagelsen er betinget af et køb. Handelsstandsforeningen svarede, at det ikke var muligt at stoppe aktiviteten.

Forbrugerombudsmanden var enig i politimesterens vurdering, idet det var en betingelse for deltagelse i lodtrækningen, at forbrugeren havde købt en af de varer, der var annonceret i tilbudsavisen.

Begge parter anerkendte overtrædelsen.

På baggrund af oplysningerne om størrelsen af de udloddede gevinster, markedsføringens omfang og annonceindtægterne contra skønnede udgifter, blev der indstillet til en bøde til hver af parterne på 5.000 kr. Bøderne blev vedtaget (1996-989/5-10)

2.10. Retningslinier

2.10.1. Revision af retningslinier for om deling af adresseløse forsendelser, herunder vareprøver

Efter forhandling udstedte Forbrugerombudsmanden den 13. januar 1993 retningslinier for omdeling af adresseløse forsendelser, herunder vareprøver. Post Danmark fremsendte efter forhandling med Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder et forslag til revision af retningslinierne, der inddrager annoncering på nye elektroniske medier i retningslinierne.

Efter en skriftlig høring af de virksomheder og erhvervs- og forbrugerorganisationer, der havde deltaget i forhandlingerne om retningslinierne, udarbejdede Forbrugerombudsmanden den 6. december 1995 et sæt nye retningslinier.

I den forbindelse anførte Forbrugerombudsmanden, at der er sket en fortsat udvikling inden for medieverdenen, således at reklamebudskaber i større omfang suppleres eller erstattes med andre

medier end de traditionelle tryksager, ligesom prisudviklingen har medført, at forbrugerne i større omfang har adgang til udstyr, hvor nye medier kan anvendes. Forbrugerombudsmanden var derfor enig i, at nogle af de nye medier med annonce- og informationsbudskaber (disketter, cd-rom og tilsvarende) bør kunne omdeles adresseløst på de medier, der volumenmæssigt ikke fylder så meget og ved en fornuftig og forsvarlig indpakning næppe vil udgøre nogen større risiko for opståen af ubehagelige situationer. Selv om de teoretisk kunne udgøre en risiko for skade på børn og husdyr, hvis de blot indkastes gennem en brevsprække, fandt Forbrugerombudsmanden, at disse medier bør tillades, når der er stillet krav om en fornuftig og forsvarlig indpakning. De reviderede retningslinier trådte i kraft den 1. januar 1996.

2.10.2. Revision af retningslinier for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende

Forbrugerombudsmanden har gennem årene modtaget en del forespørgsler om, i hvilket omfang foreninger, der ikke er erhvervsdrivende, som fx sportsklubber, spejderkorps mfl., kan afholde konkurrencer i samarbejde med erhvervsdrivende for at samle penge ind til fordel for foreninger.

Disse arrangementer omfatter undertiden afholdelse af bankospil i forbindelse med et reklameshow eller underholdning af forskellig art.

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

Da foreninger af den nævnte art ikke omfattes af markedsføringsloven, har de fri adgang til at afholde konkurrencer og lodtrækninger, hvor deltagelsen er betinget af køb, fx betaling af entré til et underholdningsshow eller køb af spilleplader eller lignende.

I det omfang det sker i samarbejde med en eller flere erhvervsdrivende og kombineres med reklame for de pågældende erhvervsvirksomheder, vil det, alt efter hvorledes arrangementet er tilrettelagt, indebære mulighed for, at de erhvervsdrivende kommer til at indtage en så fremtrædende placering i arrangementet, at det medfører, at markedsføringslovens § 9, stk. 1, bliver overtrådt.

For at søge at skabe klarhed over disse forhold udarbejdede Forbrugerombudsmanden i 1977 efter forhandling med repræsentanter for Dansk Idrætsforbund, F.D.F./F. P. F., De Danske Lions Klubber, Sct. Georgsgilderne i Danmark, The International Association of Young Men's Clubs, Det danske Spejderkorps, Det Frie Spejderkorps og K.F.U.M. og K.F.U.K. spejderne i Danmark vejledende retningslinier for tilrettelæggelse af sådanne arrangementer.

I forbindelse med den nye markedsføringslov, der trådte i kraft den 1. oktober 1994, blev reglerne om afholdelse af tilfældighedsprægede gevinstfordelinger ændret, således at det kun er de købsbetingede, tilfældighedsprægede gevinstfordelinger, der er forbudt.

Sponsorering af foreningers programmer i radio- og tv er undergivet særlige regler i en bekendtgørelse fra Kulturministeriet om sponsering af programmer i radio og fjernsyn, der supplerer nedenstående retningslinier.

Foreningers købsbetingede gevinstfordelinger kan i øvrigt være omfattet af lotterilovgivningen og kræver tilladelse fra politiet.

På denne baggrund reviderede Forbrugerombudsmanden efter høring af de nævnte organisationer de vejledende retningslinier fra 1977.

2.10.3. Retningslinier om etik i realkreditinstitutter

Forbrugerombudsmandens retningslinier om etik i realkreditinstitutter trådte i kraft den 1. juni 1996. Retningslinierne er omtalt i Juridisk Årbog 1995, side 104.

Ved brev af 28. maj 1996 meddelte Realkreditrådet, at realkreditinstitutterne havde implementeret retningslinierne med undtagelse af afsnittet om aftalevilkår. Realkreditrådet kunne ikke acceptere en begrænsning i institutternes ubegrænsede ret til at ændre beregningsgrundlaget eller satser for bidrag eller gebyrer. Realkreditinstitutterne ønskede at afvente udfaldet af en verserende retssag, der vedrører pengeinstitutternes ubegrænsede beføjelser til at ændre på vederlaget (renter, gebyrer, provision mv.) i bestående kontraktsforhold.

Forbrugerombudsmanden tog til efterretning, at realkreditinstitutterne ikke fuldt ud agter at følge

retningslinierne, men anførte samtidig, at han gik ud fra, at institutterne under alle omstændigheder overholder kravet i kreditaftalelovens § 9, stk. 3, som er sålydende:

"Har parterne aftalt, at kreditomkostningerne, ydelserne eller andre vilkår, der har betydning for størrelsen af de årlige omkostninger i procent, kan ændres under kreditaftalens forløb, skal kreditgiveren oplyse forbrugeren herom samt angive de betingelser, hvorunder omkostninger således kan ændres."

Forbrugerombudsmanden har i september 1996 anmodet realkreditinstitutterne om at oplyse, hvilke foranstaltninger man har iværksat for at imødekomme kravene i retningslinierne, samt hvorledes oplysningspligten i kreditaftalelovens § 9, stk. 3, opfyldes for så vidt angår bidraget.

Realkreditinstitutterne har indsendt et omfangsrigt materiale, som Forbrugerombudsmanden er ved at gennemgå.

For så vidt angår spørgsmålet om overholdelse af kreditaftalelovens § 9, stk. 3, har Realkreditrådet meddelt, at man er af den opfattelse, at det er tilstrækkeligt til opfyldelse af kreditaftaleloven, at der gives oplysning om, at bidrag mv. kan ændres.

Forbrugerombudsmanden er ikke enig med Realkreditrådet i, at § 9, stk. 3, hvorefter kreditgiver skal angive de betingelser, hvorunder omkostninger kan ændres ikke skulle have noget reelt indhold. Såvel ud fra en sproglig fortolkning som ud fra en formålsfortolkning af bestemmelsen må det kræves, at realkreditinstituttet foretager en vis konkretisering af, hvornår instituttet forbeholder sig ret til at ændre bidraget. (1996-202/5-8)

2.10.4. Forbrugerombudsmandens vejledning vedrørende brug af loyalitetsprogrammer i markedsføringen

Kundeklubber, flybonusprogrammer og andre lignende betegnelser for forbrugeres adgang til at opnå rabat ved køb af forskellige varer og ydelser er blevet et meget anvendt begreb i reklamen i dag.

Loyalitetsprogrammer giver til en vis grad den erhvervsdrivende adgang til at foretage registrering af forbrugers indkøbsadfærd, hvorefter markedsføringen kan individualiseres og dermed gøres billigere.

Ulempen ved kundebindingsprogrammer er, at fordelene for forbrugeren kan være vanskelige at gennemskue, hvorfor de kan have en prisslørende effekt. Registrering af personlige oplysninger indebærer samtidig en risiko for, at markedsføringen bliver mere aggressiv.

Bonussystemer, der er progressive, eller regler om at optjent bonus forældes løbende, medfører, at varens faktiske pris ikke fremgår ved købs indgåelse. Krav om, at optjent bonus alene må anvendes til køb af andre af den samme erhvervsdrivende udbudte varer, kan ligeledes påvirke forbrugsvalget i negativ retning.

Kundebindingsprogrammer reguleres typisk af flere regelsæt, herunder markedsføringsloven, prismærkningsloven, lov om private registre og betalingskortloven.

De nordiske forbrugerombudsmande har derfor udarbejdet en vejledning, der angiver de væsentligste krav til loyalitetsprogrammer i forbrugerforhold.

Kapitel 3 Betalingskortloven

3.1. Principielle sager

3.1.1. Hævekort og betalingskortloven

En forbruger henledte Forbrugerombudsmandens opmærksomhed på sikkerheden omkring et pengeinstituts kontanthævekort. Hævekortet var alene forsynet med kontohaverens underskrift på bagsiden af kortet og hverken udstyret med fotografi eller PIN-kode. Efter vilkårene for kortet kunne dette kun spærres telefonisk indtil kl. 18 på hverdage og på lørdage indtil kl. 13.

Pengeinstituttet oplyste, at der er tale om et kontanthævekort, som alene kan benyttes til kontant

udbetaling fra posthuse, og alene af kontoens positive indestående. Bl.a. på baggrund af den konkrete klage var der igangsat en revision af reglerne for kortet med henblik på at udvide telefontiden for en spærring af kortet. Ligeledes ville en revision komme til at omfatte selve kortet, således at dette ville blive forsynet med en PIN-kode.

Banken anførte yderligere, at det var tilladt posthuse at udbetale op til 2.000 kr. på baggrund af et hævekort, og da alene Hovedbanegårdens postkontor har åbent til kl. 22.00, vil et eventuelt misbrug sædvanligvis ikke kunne overstige 2.000 kr., og beløbet ville blive dækket af pengeinstituttet, hvor kontohaver forgæves havde forsøgt at spærre kortet.

Vilkårenes bestemmelser om, at kortindehaver selv hæfter for tab op til 2.000 kr. (selvrisiko), hvis kortet er blevet misbrugt af en anden, var ligeledes under revision, da banken agtede at forsyne hævekortet med PIN-kode.

Efter betalingskortlovens § 2, stk. 1, gælder for hævekort, der kun kan anvendes til at hæve penge hos kortudsteder, alene betalingskortlovens regler i kapitel 5 om ansvars- og tabsbegrænsning.

Forbrugerombudsmanden bemærkede over for pengeinstituttet, at det fremgår af betalingskortlovens § 21, stk. 5, at en kortudsteder er ansvarlig for uberettiget brug, der finder sted, efter at kortudsteder har fået underretning om, at kortet enten er bortkommet eller i besiddelse af en uberettiget.

Forbrugerombudsmanden fandt, at en kortudsteder er ansvarlig for uberettiget brug, der finder sted, efter at kontohaver forgæves har forsøgt at spærre kortet. Dette gælder også i tilfælde, hvor en kortudsteder har undladt at give kortindehaveren fornødne muligheder for at spærre kortet.

Forbrugerombudsmanden bemærkede tillige, at en benyttelse af selvrisikoreglen i § 21, stk. 1, forudsætter, at kortet er forsynet med en personlig, hemmelig kode. Selvrisikoreglen i pengeinstituttets hævekortvilkår, punkt 2.5, var i strid med betalingskortlovens regler.

Forbrugerombudsmanden bad pengeinstituttet om skriftligt at bekræfte, at man indrettede sin administration af samt ændrede sine ansvarsregler for hævekort i overensstemmelse hermed. Forbrugerombudsmanden anmodede tillige pengeinstituttet om at tage initiativ til at refundere hævekortindehavere beløb, der var opkrævet i strid med den pågældende bestemmelse.

Banken fremsendte efterfølgende de nye vilkår for bankens hævekort. Disse var gældende fra 13. maj 1996. Af de nye vilkår fremgik, at hævekortet findes med og uden tilknyttet PIN-kode, og at kortet kan benyttes til udbetaling af kontanter ikke blot ved kasser og automater i banken og på posthuse, men tillige fra pengeautomater, der tilhører sparekasser. Forbrugerombudsmanden henledte herefter bankens opmærksomhed på, at bankens hævekort således har et videre anvendelsesområde end nævnt i betalingskortlovens § 2, stk. 2, idet kortet også kan bruges til at hæve penge i andre pengeinstitutter. Dette indebar, at betalingskortlovens regler i sin helhed finder anvendelse på bankens hævekort.

Forbrugerombudsmanden anmodede derfor banken om snarest muligt at anmelde sit betalingssystem, jf. betalingskortlovens § 6.

Tilsvarende har Forbrugerombudsmanden anmodet andre pengeinstitutter, hvis hævekort har samme anvendelsesområde, om at anmelde disse. (1996-2013/5-3)

3.1.2. Betalingskortloven. Dankort som legitimation ved udstedelsen af checks

Et pengeinstitut ændrede sine regler for kontanthævninger og brug af checks og udarbejdede i denne forbindelse materiale vedrørende brugen af checks. Det fremgik heraf, at der krævedes legitimation ved brugen af checks, og af bestillingsformularen fremgik det, at Dankort var den eneste mulige legitimationsform. Af en forbrugers henvendelse til pengeinstituttet fremgik det imidlertid, at der kunne udstedes et specielt ID-kort, men mod et gebyr på 100 kr.

Efter betalingskortlovens § 19 må betalingskort ikke kræves anvendt som legitimationsmiddel i andre sammenhænge end betalingstransaktioner med betalingskort og som hævekort. Bestemmelsen skal hindre, at betalingskort direkte af kortudstederen eller indirekte tillægges andre funktioner end dem, som er knyttet til betalingskort og hævekort. Bestemmelsen er således en konkret udmøntning af frivillighedsprincippet i betalingskortloven.

Forbrugerombudsmanden fandt det ikke i overensstemmelse med betalingskortlovens § 19, såfremt pengeinstituttet ved udstedelsen af check kræver en samtidig udstedelse af et legitimationskort, og at

dette alene kan ske i form af et Dankort. Forbrugerombudsmanden henstillede derfor til pengeinstituttet om at ændre sine regler på dette punkt.

For så vidt angår et gebyr på 100 kr. for udstedelsen af et særligt legitimationskort, fandt Forbrugerombudsmanden ikke fornøden anledning til at iværksætte tiltag over for pengeinstituttet. Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig, at han bl.a. lagde vægt på beløbets begrænsede størrelse.

Pengeinstituttet erklærede efterfølgende, at man var enig i, at betalingskortlovens § 19 er til hinder for, at udstedelse af checks kan betinges af brug af Dankort som eneste legitimationsform. Pengeinstituttet ville ændre formularen. (1995-2013/5-116)

3.1.3. Dankortkvitteringer m.m.

En forbruger rejste spørgsmål om identifikation af bilag for Dankort-transaktioner. Problemet var, at tallene på kvitteringerne forsvandt efter kort tid. Dette vanskeliggjorde forbrugerens kontrol af den tilsendte kontoudskrift.

Forbrugerombudsmanden anbefaler, at man kontrollerer kontoudskrifter og retter henvendelse til sit pengeinstitut, hvis der ikke er overensstemmelse med kvitteringerne. Dette gælder alle Dankort-bilag, også notaer fra fluesmækkeren.

PBS oplyste, at leverandørerne fremover ville blive gjort opmærksom på, at der skal anvendes en ordentlig papirkvalitet til kvitteringerne, og at de trykte oplysninger skal være tydeligt læsbare i længere tid.

En anden forbruger havde haft problemer med en kvittering, der var trykt på thermopapir og var fra sidste del af rullen. Fire måneder efter købet var kvitteringen ulæselig, selv om den havde været opbevaret i en papirkuvert. Den købte vare var mangelfuld, og forbrugeren skulle derfor diskutere med forretningen, hvornår handelen havde fundet sted. Forbrugeren spurgte, om der er lovkrav om, at kvitteringer skal været skrevet med lysægte blæk.

Forbrugerombudsmanden oplyste, at den kvittering, der udleveres vedrørende Dankort-betalingen, alene er et bevis for, at betalingskorttransaktionen har fundet sted. Visse forretninger lader dog også Dankort-kvitteringen fungere som dokumentation for købet af varen.

Forbrugerombudsmanden anførte videre, at den bon, en forretning udleverer for et foretaget køb, skal sætte køberen i stand til at bevise, hvad der er købt, hvornår det er købt og til hvilken pris. I modsat fald er der risiko for, at køberen fratages sine muligheder for at gøre sin ret gældende efter købeloven. Noget sådant vil være i strid med god markedsføringskik, jf. markedsføringslovens § 1. (1995-211-405)

3.1.4. Indførelse af et notagebyr i Dankort-notasystemet

I Juridisk Årbog 1995, side 127-128, er omtalt, at pengeinstitutternes BetalingsSystemer A/S (PBS) pr. 1. april 1995 ville indføre et notagebyr, som skal betales af forretninger mv. (betalingsmodtagere), hvis de modtager Dankort, og Dankortet ikke aflæses elektronisk, men køres igennem den såkaldte "fluesmækker", hvorefter kunden skriver under på en papirnota. Det varslede gebyr på 1,50 kr. ville blive opkrævet for hver nota, som forretningen indleverer til indløsning.

Forbrugerombudsmanden fandt, at et sådant gebyr er omfattet af forbudet i betalingskortlovens § 20, stk. 1, der siger, at kortudsteders omkostninger til betalingssystemets drift ikke kan pålægges betalingsmodtager. PBS var ikke enig heri, og Forbrugerombudsmanden udstedte derfor et påbud om, at PBS skulle undlade at afkræve de tilsluttede betalingsmodtagere et gebyr på 1,50 kr. for hver papirnota-transaktion, der behandles i Dankort-systemet. Påbudet blev indbragt for Sø- og Handelsretten. Detailhandelens organisation indtrådte i sagen til støtte for Forbrugerombudsmanden.

Sø- og Handelsretten anførte, at det påtænkte gebyr havde til formål at regulere betalingsmodtagernes adfærd, således at antallet af papirnotaer blev reduceret og blev opkrævet ved afregningen af indleverede notaer. Retten bemærkede, at det er muligt, at det som antaget af Forbrugerombudsmanden ikke i sig selv er i strid med betalingskortlovens § 20, stk. 1, at betalingsmodtager betaler for notaer til anvendelse i betalingssystemet. Retten fandt endvidere, at det heller ikke kan udelukkes, at kortudsteder kan kræve betaling for visse andre, accessoriske ydelser. Efter sit formål måtte betalingskortlovens § 20, stk. 1, imidlertid forstås således, at betalingsmodtagere ikke kan afkræves gebyr, der er knyttet til håndteringen af indleverede notaer. Dette måtte efter

rettens opfattelse gælde, uanset om betalingen i et vist omfang beløbsmæssigt svarer til, hvad betalingsmodtagere kunne pålægges at betale for ydelser, som efter det i dag anvendte system stilles til rådighed for dem af kortudstederen, PBS, de såkaldte accessoriske ydelser. Retten anførte videre, at for at sikre overholdelsen af bestemmelsen i betalingskortlovens § 20, stk. 1, er det nødvendigt, at betaling fra betalingsmodtagere til kortudstedere for ydelser, der ikke er omfattet af eller del af systemets drift, finder sted særskilt og ikke som en samlet ydelse, der knyttes til anvendelsen af systemet, herunder håndteringen af indleverede notaer.

Sø- og Handelsretten stadfæstede Forbrugerombudsmandens påbud. Sagen er af PBS anket til Højesteret (1996-211/8-60)

3.1.5. Omkostninger ved driften af et betalingssystem må ikke pålægges betalingsmodtagerne

I Juridisk Årbog 1995, side 129-130, er refereret en sag, afgjort af Sø- og Handelsretten i slutningen af 1994, om en rabatgivende indkøbsforenings afregning med de butikker m.m., som foreningen har indgået samarbejdsaftale med. Retten fandt betalingskortlovens § 20, stk. 1, overtrådt. Efter § 20 kan kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet ikke pålægges betalingsmodtager.

Efterfølgende har indkøbsforeningen lagt sag an mod Forbrugerombudsmanden ved Sø- og Handelsretten. Foreningen ønsker Forbrugerombudsmanden tilpligtet at anerkende sin nye omkostningsstruktur.

Indkøbsforeningen videregiver den samlede rabat, der opnås hos leverandørerne (butikkerne mv.), til sine medlemmer. Samtidig opkræver foreningen et årligt kortgebyr på 60 kr. incl. moms hos de medlemmer, der har benyttet betalingskortet, ligesom man opkræver en fakturarente på 1,45% af månedens køb.

Sagen verserer for Sø- og Handelsretten, idet Forbrugerombudsmanden ikke er enig i, at indkøbsforeningen med denne ordning har opfyldt Sø- og Handelsrettens dom fra 1994. (1996-110/1-2)

3.1.6. Gebyr ved brug af Dankort på posthuse, betalingskortlovens § 20, stk. 2

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse om gebyr for brug af Dankort på posthuse. Det blev oplyst, at kortindehavers eget pengeinstitut opkrævede kortindehaveren et gebyr, hvis Dankortet var anvendt til visse betalinger på posthuse. Forbrugerombudsmanden forelagde sagen for Finansrådet, postinstitutionerne og tilsynsmyndigheden samt Forbrugerrådet.

Under behandlingen af sagen blev det præciseret, at gebyr kun blev opkrævet ved brug af Dankort på en bestemt type posthuse (PTS-posthuse dvs. posthuse med posthus-terminalsystemer). Om en kortindehaver blev opkrævet gebyr afhang således alene af, hvilken posthustype, kortindehaver benyttede, samt om kortindehaverens pengeinstitut havde fastsat gebyr for transaktionen.

Efter betalingskortlovens regler kan en kortudsteder forlange gebyr for brugen af betalingskortet. Men et sådant gebyr skal fastsættes uafhængigt af betalingsmodtagerens (butikker mv.) forhold, jf. betalingskortlovens § 20, stk. 2. Hensigten med bestemmelsen er at undgå, at enkelte butikker favoriseres på bekostning af andre.

Post Danmark (nu BG Bank A/S) kan på vegne af et pengeinstitut udføre finansielle serviceydelser via posthusene. Men dette betyder efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke, at posthusene helt falder uden for reguleringen i § 20, stk. 2. Fx anses posthusene for betalingsmodtagere i § 20's forstand ved salg af frimærker og kontorartikler. Hvis et pengeinstitut herefter opkræver gebyr for eksempelvis køb af kontorartikler på posthuset, men ikke ved køb af samme varer hos en boghandel, finder Forbrugerombudsmanden, at § 20, stk. 2, er overtrådt. Det er endvidere Forbrugerombudsmandens opfattelse, at postale, finansielle ydelser, som fx giroindbetalinger, der traditionelt har været henlagt til postvæsenet, må anses for postydelser erhvervet hos Post Danmark som betalingsmodtager.

På den baggrund anmodede Forbrugerombudsmanden Finansrådet om at foranledige, at pengeinstitutterne fremover bortset fra rene hævetransaktioner alene opkræver gebyr af kortindehaver for brug af Dankort på posthusene i samme omfang, som det enkelte pengeinstitut kræver gebyr af kortindehaver, når Dankortet bruges hos andre betalingsmodtagere.

Post Danmark meddelte, at man ville etablere en teknisk løsning på posthusene, således at egentlige betalingstransaktioner på posthusene vil blive behandlet på samme måde som andre betalingstransaktioner, der i dag er gebyrfrie.

Herefter vil en transaktion, hvor kortindehaver alene benytter sit Dankort ved køb af postydelser, eksempelvis ved betaling for køb af frimærker eller postforsendelser, blive sidestillet med en almindelig betalingstransaktion. Benytter en kortindehaver derimod sit Dankort som betaling for pengeinstitutydelser, herunder betaling af regninger eller hævning af kontanter, og hvor posthuset fungerer som bankfilial, kan transaktionen være forbundet med betaling af gebyr. Om kortindehaver skal betale et sådant gebyr, og i givet fald størrelsen af dette, er op til det pengeinstitut, der har udstedt Dankortet, og som opkræver gebyret. Opkræves gebyret, sker det, fordi brugen af Dankortet anses for sket i et fremmed pengeinstitut.

Finansrådet tilsluttede sig Post Danmarks opfattelse og anså ikke § 20, stk. 2, for overtrådt.

Da Forbrugerombudsmanden ikke ved forhandlinger kunne nå til enighed med pengeinstitutterne og Post Danmark, anbefalede Forbrugerombudsmanden Erhvervsministeriet, at der blev gennemført en ændring af betalingskortlovens § 20, således at § 20 fuldt ud gælder for pengeinstitutter og systemer uden betalingskort, men med kode eller andet lignende legitimationsmiddel, jf. lovens § 2. (1996-211/8-53)

3.1.7. Overvågningssystem, hvorved der sker spærring af betalingskort, som bruges på en atypisk måde. Betalingskortlovens registerbestemmelser

Et benzinselskab forhørte sig om et system til spærring af betalingskort.

Det var tanken, at man ville udvikle et system, der spærrede kortene, hvis brugen afveg væsentligt fra en "gennemsnits-forbrugerprofil", som man ville danne ud fra selskabets generelle salgsdata. Næste skridt ville være, at man på samme måde dannede og brugte individuelle forbrugerprofiler.

Efter registerbestemmelserne i betalingskortlovens § 24, stk. 1, må der kun registreres oplysninger om kortindehavers brug af kortet til betalingsfunktioner, som er nødvendige til gennemførelse af betalingstransaktioner og for at hindre misbrug.

Hvad der kan anses for at være nødvendigt for at hindre et misbrug må bero på en konkret vurdering. Baggrunden for registerbestemmelserne er som udgangspunkt, at betalingskort ikke må anvendes til at udarbejde forbrugerprofiler. På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden, at det beskrevne system, der byggede på individuelle forbrugerprofiler, gik videre end tilladeligt. (1995-211-399)

3.2. Dispensationer

3.2.1. Homebanking, dispensation, forlængelse

Den Danske Bank fik af Erhvervsministeriet den 6. oktober 1994 meddelt dispensation indtil udgangen af 1995 fra betalingskortlovens kapitel 2 og § 26b for Danske Bank Teleservice. Dispensationen blev givet på betingelse af, at der ikke blev tilsluttet nye privatkunder til systemet.

Der var tale om et homebanking-system, som var blevet udbudt inden ændringerne i betalingskortloven og primært til erhvervskunder. Banken havde ved dispensationsansøgningen oplyst, at det pågældende system ikke længere ville blive udbudt til privatkunder. Banken var derimod ved at udvikle et særligt privatkundesystem, som forventedes færdigudviklet ultimo 1995. Banken tilkendegav samtidig, at man var indforstået med at lade de privatkunder, som allerede var tilsluttet systemet, have en retsstilling i overensstemmelse med reglerne i betalingskortlovens § 26e (erstatnings- og ansvarsreglerne).

Betalingskortloven sonderer for så vidt angår betalingssystemer uden kort, men med kode mellem rene privatsystemer, systemer, der anvendes såvel erhvervsmæssigt som ikke-erhvervsmæssigt og systemer, der udelukkende udbydes med henblik på erhvervsmæssig anvendelse. Som udgangspunkt er rene erhvervsmæssige homebanking-systemer ikke omfattet af lovens regulering. En systemudbyder fastsætter således selv, hvilken anvendelse et system skal have, men er et erhvervssystem udbudt som et sådant, må systemudbyderen imidlertid sikre sig, at brugere ikke anvender det ikke-erhvervsmæssigt, da systemet ellers bliver omfattet af lovens regulering, jf. betalingskortlovens § 1, stk. 3.

Forbrugerstyrelsen meddelte Den Danske Bank en forlængelse af den givne dispensation indtil udgangen af 1996. Dispensationen forlængedes på samme vilkår. Det blev samtidig tilkendegivet, at man herefter forventede, at Danske Bank Teleservice alene ville finde erhvervsmæssig anvendelse.

Banken spurgte ved samme lejlighed, om reglerne for erhvervstransaktioner og privattransaktioner i et

blandet system til mindre selvstændige erhvervsdrivende kunne være forskellige, idet der i et sådant system ville være en klar distinktion mellem privatkonti og erhvervskonti, og derved mellem erhvervstransaktioner og private betalinger. I aftalegrundlaget ville banken klart beskrive forskellen mellem transaktionstyperne, således at reglerne for privatkundetransaktioner ville opfylde bestemmelserne i betalingskortloven. Kunden ville udtrykkelig skulle forpligte sig til ikke at foretage private transaktioner på sine erhvervskonti.

Forbrugerstyrelsen udtalte, at betalingskortlovens § 1, stk. 3, ikke sonderer mellem "erhvervstransaktioner" og "privattransaktioner". Det afgørende efter § 1, stk. 3 er, om det pågældende system anvendes erhvervsmæssigt (eller på erhvervslignende måde) eller ikke-erhvervsmæssigt. Det beskrevne system ville derfor efter Forbrugerstyrelsens opfattelse være et ikke-erhvervsmæssigt system. (1996-2051/9-162)

3.2.2. Dispensation, telefonsystem uden kort, men med kode

Eurocard Danmark A/S søgte Erhvervsministeriet om dispensation fra betalingskortlovens bestemmelser, bortset fra ansvarsbestemmelserne i §§ 22 og 26e, for selskabets system, Eurocard Phone Service.

Eurocard Phone Service er et system, hvor en bruger ved hjælp af et tildelt brugernummer og adgangskode kan foretage telefonopkald fra et stort antal lande og få regningen herfra opkrævet af Eurocard.

Systemet fungerer på den måde, at brugeren skal foretage opkald til et frikaldsnummer, indtale eller via telefonens trykknapper indtaste sit brugernummer og koden, hvorefter der sker viderestilling til det telefonnummer, som brugeren ønsker at ringe til. Systemets fordel er bl.a., at brugeren kan undgå den overtaksering af telefonsamtaler, der er sædvanlig, når der foretages opkald fra et hotel.

I lovbemærkningerne til betalingskortlovens dispensationsbestemmelse, § 1, stk. 5, er det bl.a. anført, "at det vil være hensigtsmæssigt og naturligt i en forsøgsperiode at dispensere helt eller delvist fra loven for så vidt angår elektroniske systemer, hvor der sker en registrering og opsamling af fordringer på brugeren, men hvor betalingselementet alene er afregning for brug af det elektroniske systems primære funktion. Adgangen til at dispensere helt eller delvist fra loven forudsættes således først og fremmest udnyttet til at undtage nye elektroniske telekommunikationer, fx kontokald-systemer.

En undtagelse fra loven vil kunne meddeles generelt og vil kunne tidsbegrænses og betinges som led i en forsøgsordning. Det forudsættes, at der sædvanligvis ikke dispenseres fra lovens ansvars- og tabsbegrænsningsregler."

Forbrugerombudsmanden oplyste til sagen, at han ikke havde foretaget nogen gennemgang af systemet og brugerreglerne, men at systemet, som det forelå beskrevet, næppe umiddelbart opfyldte betingelserne i lovens § 26c for, at kvittering kan undlades. Forbrugerombudsmanden meddelte dog samtidig, at han ville se velvilligt på en anmodning om fritagelse fra lovens kvitteringskrav, jf. § 26c, stk. 2.

Erhvervsministeriet tilkendegav, at man fandt det vigtigt, at kodebaserede telefonsystemer også kan udbydes i Danmark, og at der bør meddeles dispensation fra de bestemmelser i betalingskortloven, som kan hindre sådanne systemers udbud her i landet. Ministeriet fandt på den anden side ikke anledning til at dispensere fra bestemmelser, som fx oplysningsreglerne, som selskabet kan opfylde uden uforholdsmæssige ulemper eller omkostninger.

Ved vurderingen af ansøgningen lagde ministeriet afgørende vægt på betydningen af, at risikoen for misbrug er betydelig, særlig på grund af de mange muligheder, der består for at aflure koden, uden at kodeindehaver får kendskab hertil. Af samme grund fandt man også, at udviklingen kunne skabe et behov for, at Forbrugerombudsmanden griber ind, således at Eurocard Danmark A/S' ønske om en generel fritagelse, bortset fra ansvarsbestemmelserne, ikke kunne imødekommes.

Der blev givet dispensation fra den af lovens § 19a, stk. 2 omhandlede pligt til separat udbud af telefoni-ydelser uden for systemet, fra bestemmelsen i § 16 for så vidt betalingsmodtagers opsigelse, samt fra bestemmelsen i § 20. Dispensationen er gældende indtil 1. september 2000. (1996-123/1-9)

Kapitel 4 Prismærkningsloven

4.1. Administrationen generelt

Forbrugerstyrelsens beføjelser i henhold til lov om mærkning og skiltning med pris mv. består alene i udstedelse af bekendtgørelser på forskellige områder. Derimod påhviler der ikke Forbrugerstyrelsen en forpligtelse til at føre tilsyn med, at loven overholdes. Tilsynsbestemmelsen i lovens § 10 blev ophævet i 1990, da administrationen af loven blev overført fra Monopoltilsynet (Konkurrencerådet) til Forbrugerstyrelsen. Henvendelser vedrørende konkrete sager besvares derfor typisk med en orientering om, at overtrædelser af lovens bestemmelser og de bekendtgørelser, der er udstedt i medfør af loven, kan straffes med bøde, og at enhver kan anmelde overtrædelser til politiet.

Forbrugerstyrelsens opgaver i relation til prismærkningsloven er således af mere overordnet karakter og har navnlig bestået i arbejde i forbindelse med regeludstedelse og deltagelse i arbejdet i EU med et nyt prismærkningsdirektiv.

4.2. Ophævelse af bekendtgørelser om skiltningspligt for frisørsaloner og restaurationer

Som led i regeringens ønske om regelforenkling og lettelse af de administrative byrder for erhvervslivet har Forbrugerstyrelsen efter forhandling med organisationerne ophævet Monopoltilsynets bekendtgørelse fra 1980 om prisskiltning i frisørsaloner og Monopoltilsynets bekendtgørelse fra 1983 om skiltning med pris for visse restaurationsvarer. Ophævelsen skete med virkning fra 1. august 1996.

Baggrunden for ophævelsen af de to bekendtgørelser var bl. a., at branchernes repræsentanter gav udtryk for, at de erhvervsdrivende af konkurrencemæssige årsager selv var interesseret i at opretholde prisskiltning i fornødent omfang.

4.3. EU-reguleringen af prismærkning/enhedsprismærkning

Arbejdet i EU med forenkling af reglerne om enhedsprismærkning er fortsat. Se nærmere om Kommissionens direktivforslag i Juridisk Årbog 1995.

På et rådsmøde den 23. april 1996 nåede Rådet til politisk enighed om en direktivtekst på området, og på et rådsmøde den 27. september 1996 blev der vedtaget en fælles holdning til denne tekst.

Direktivet udstedes med hjemmel i EU-traktatens artikel 129A, hvilket indebærer vedtagelse med kvalificeret flertal i Ministerrådet og beslutningstagen af Rådet og Europa-Parlamentet i fællesskab. Parlamentet har fremsat en række ændringsforslag til den vedtagne tekst. Ikke alle ændringsforslagene kan accepteres af Kommissionen og af Rådet, hvorfor sagen nu behandles i Forligsudvalget, hvor man skal søge at opnå enighed om et kompromis. Når direktivet er endeligt vedtaget, vil implementeringen af det nødvendiggøre en lovændring.

4.4. Annoncering med kredittilbud. "Rentefri" kredit

I efteråret 1996 fandt Forbrugerstyrelsen anledning til over for en bredere kreds af erhvervsdrivende og deres organisationer at henlede opmærksomheden på de regler, der gælder for annoncering med kredittilbud.

Baggrunden var, at man i dagspressen havde kunnet læse adskillige annoncer, hvori erhvervsdrivende udbød "rentefri kredit". Når man undersøgte nærmere, hvad der lå i tilbudet, viste det sig, at kreditten måske nok var rentefri, men på ingen måde omkostningsfri.

I henvendelsen henviste styrelsen dels til lov om mærkning og skiltning med pris mv., § 5, stk. 1, jf. § 2, og dels til Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse om oplysning til forbrugere i ekspeditionslokaler, i annoncer mv. om renter og andre kreditomkostninger, § 6.

Ifølge disse regler er det således, at så snart der i en annonce gives en oplysning om størrelsen af en kreditomkostning fx at kreditten er rentefri og rentesatsen dermed 0 skal der tillige gives oplysning om de årlige omkostninger i procent. Når der er tale om en kredit i relation til en bestemt vare (genstandsbestemt kredit), skal også de samlede kreditomkostninger anføres, jf. lovens § 2. Når det drejer sig om kredit uden tilknytning til bestemte varer (fx kontokort), skal de årlige omkostninger i procent udregnes på basis af en af de standardlånetyper, som er angivet i et bilag til Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse. Oplysning om de årlige omkostninger i procent skal gives tydeligt,

dvs. på en lige så fremtrædende måde som de øvrige kreditoplysninger.

Formålet med reglerne er at skabe gennemsigtighed og sammenlignelighed på kreditmarkedet til gavn for forbrugerne og konkurrencen. Forbrugerstyrelsen indskærpede over for de erhvervsdrivende, at reglerne skulle overholdes.

Kapitel 5 Produktsikkerhed

5.1. Produktsikkerhedsloven

5.1.1. Administrationen generelt

Forvaltningen af produktsikkerhedsloven, lov nr. 364 af 18. maj 1994, er henlagt til Forbrugerstyrelsen i samarbejde med en række andre kontrolmyndigheder. Forbrugerstyrelsen har det overordnede ansvar for administrationens fordeling mellem de forskellige myndigheder, jf. lovens § 17, stk. 2 og bekendtgørelse nr. 891 af 26. oktober 1994 om koordination af administrationen af produktsikkerhedsloven.

Koordinationsopgaven indebærer, at Forbrugerstyrelsen oversender henvendelser, som i medfør af lovgivningen hører under andre myndigheder samt efter forhandling med disse overfører kompetencen efter loven, hvor en sådan formel overdragelse findes nødvendig.

Forbrugerstyrelsens egen administration omfatter alle produktgrupper eller tjenesteydelser, som ikke henhører under andre forvaltningsmyndigheder, eller naturligt kan henføres herunder, jf. lovens § 18. Administrationen omfatter således en stor restgruppe af produkter og tjenesteydelser af højst forskellig karakter.

Lovens hovedkrav er, at der ikke må bringes produkter i omsætning eller udføres tjenesteydelser i forbindelse med produkter, som ikke er sikre, jf. lovens § 8. Lovens generelle formulering fordrer, at der for hvert enkelt produkt foretages en konkret afvejning af sikkerheden, herunder spiller tekniske standarder en stor rolle i risikovurderingen. Et indgreb over for et farligt produkt vil oftest have baggrund i en laboratorieafprøvning, som dokumenterer farligheden, typisk ved at sikkerhedskravene i en given standard ikke overholdes.

Prioriteringen af Forbrugerstyrelsens indsats baserer sig i høj grad på henvendelser udefra. Styrelsen er således meget afhængig af henvendelser fra forbrugere om potentielt farlige eller usikre produkter. I 1996 oprettede styrelsen en gratis telefonlinie, hvor en båndoptager døgnet rundt er åben for at modtage meldinger fra forbrugere om sådanne produkter. Telefonlinien bliver i 1997 markedsført på en ny måde i et forsøg på at synliggøre produktsikkerhedsspørgsmål over for såvel forbrugere som erhvervsliv. I forbindelse med at Forbrugerstyrelsen har fået sin egen hjemmeside på Internettet, er det blevet muligt via e-post at underrette om farlige produkter o.l. Styrelsen har desuden gennemført et pilotprojekt med uddeling af foldere til oplysning om skader, der bliver behandlet på landets skadestuer. Projektet er blevet til i et samarbejde med amter og hospitaler, og resultatet heraf evalueres med henblik på, om dette pilotprojekt skal fortsætte.

En anden informationskilde er underretninger fra andre lande. Produktsikkerhedsdirektivet, som ligger til grund for den danske lov, indeholder en særlig procedure, efter hvilken EU-landene skal orientere hinanden om indgreb over for farlige produkter. Disse underretninger (notifikationer) kan danne grundlag for tilsvarende indsats fra dansk side.

Den markedskontrol, som Forbrugerstyrelsen udfører, sker med udgangspunkt i en ny samarbejdsaftale med Markedskontrollen, som blev indgået i 1996 med Elektricitetsrådets Sekretariat. Denne aftale giver Forbrugerstyrelsen mulighed for at få foretaget markedsanalyser og udtagning af produkter mv. hos Markedskontrollen. En markedskontrol omfatter desuden ofte en test hos et afprøvningsinstitut.

Produktsikkerhedsloven hjemler en række beføjelser for tilsynsmyndighederne varierende fra at kunne kræve sig meddelt relevante oplysninger til at kunne forbyde produkter og/eller forlange allerede solgte produkter tilbagekaldt, jf. §§ 11-13 og 21. I langt de fleste tilfælde er påbud ikke nødvendige, idet producenterne og importørerne frivilligt trækker produktet tilbage og ændrer det i overensstemmelse

med lovens sikkerhedskrav.

Produktsikkerhedsloven har på den måde i en række tilfælde været medvirkende til, at der er sket en egentlig produktudvikling.

5.1.1.1. Notifikationer

Europa-Kommissionen udsendte i 1996 i alt 101 notifikationer om farlige produkter, heraf 53 om produkter, hvormed der var forbundet alvorlig og umiddelbar risiko, 7 blev fremsendt som informationer, fordi de ikke blev fundet omfattet af notifikationsprocedurerne. Endelig blev der udsendt 41 legetøjsnotifikationer.

Af de 53 notifikationer om særligt farlige produkter, var de 24 danske, heraf 22 om suttekæder, jf. afsnittet herom. Salgsstoppet for suttekæder omfattede i alt 27 suttekæder, men da nogle af importørerne havde flere suttekæder, blev de notificeret under ét.

De to øvrige danske notifikationer vedrørte en barneseng og en gåstol med farligt aktivitetsbræt (legetøj). Sidstnævnte blev tillige notificeret efter legetøjsreglerne og indgik derfor også i nedennævnte danske legetøjsnotifikationer.

Af de 41 legetøjsnotifikationer var de 28 fra Danmark. En væsentlig del af disse vedrørte forskellige former for trælegetøj, som på en række områder ikke opfyldte kravene i standarden.

Som eksempler på de øvrige danske legetøjsnotifikationer kan nævnes en trehjulet "motorcykel" med telefon med en 173 cm lang spiralsnor (kvælningsrisiko), en klapvogn med metalrør, som ragede ud over legetøjets overflade (risiko for sår, skrammer og klemning), strygebræt og puslebord pakket i plasticpose (kvælningsrisiko), klapvogn og dukke (smådele kvælningsrisiko), cowboy-vest og cowboy-skedesæt (skarpe kanter) og plysdyr (smådele kvælningsrisiko).

Endelig har Forbrugerstyrelsen fremsendt to notifikationer til Europa-Kommissionen om produkter, som ikke var omfattet af proceduren for produkter med alvorlig og umiddelbar risiko. Det drejede sig om en kombinationsbarnevogn og om vinduessikringer. Disse notifikationer er endnu ikke udsendt fra Europa-Kommissionen til de øvrige EU-lande.

Blandt de udenlandske notifikationer, som blev udsendt fra Europa-Kommissionen i 1996, kan nævnes én fra England om glas-pynt, udformet som farvestrålende bolcher, fx til at hænge på juletræet.

En henvendelse til branchen gav i første omgang det indtryk, at produkterne ikke fandtes på det danske marked. Heller ikke Markedskontrollen fandt produkterne.

Kort før jul fik Forbrugerstyrelsen imidlertid oplysning om, at produkterne havde været forhandlet gennem en periode op til jul. Forhandleren indvilgede i at standse salget, og en medarbejder fra produktsikkerhedskontoret, som deltog i en morgen-tv udsendelse umiddelbart før jul, medbragte produkterne og advarede forbrugerne mod at forveksle dem med slik. (1996-989/6-34)

5.1.2. Produktsikkerhedslovens dækningsområde § 1, stk. 1

På en forespørgsel fra Glasbranche Foreningen om produktsikkerhedslovens indflydelse på foreningens medlemmers ansvarsbyrde og dermed lovens anvendelse på bygningsarbejder svarede Forbrugerstyrelsen bl.a.:

"Produktsikkerhedsloven gælder som udgangspunkt for alle produkter herunder fast ejendom og tilhører hertil, jf. lovens § 1, stk. 1, jf. § 3. Glas er således omfattet af loven. Derudover gælder det, at loven tillige gælder for de tjenesteydelser, der har tilknytning til produktet, altså monteringsarbejdet, jf. § 1, stk. 1. Loven er imidlertid en opsamlingslov (en såkaldt residuallov), som kun finder anvendelse i det omfang, der ikke allerede eksisterer dækkende specialregler, som stiller sikkerhedskrav til pågældende produkt. In casu betyder det, at i det omfang byggelovgivningen, herunder bygningsreglementet, opstiller dækkende sikkerhedskrav, vil produktsikkerhedsloven ikke finde anvendelse.

Der kan dog tænkes tilfælde, hvor det konstateres, at byggelovgivningen ikke dækker et eller flere sikkerhedsaspekter, hvorfor produktsikkerhedsloven vil finde udfyldende anvendelse. Men som altovervejende hovedregel er alene byggelovgivningen relevant. I det omfang produktsikkerhedsloven efter ovenstående betragtninger alligevel måtte finde anvendelse, er kommunerne kontrolmyndigheder med Bygge- og Boligstyrelsen som den overordnede myndighed. I det omfang produktsikkerhedsloven gælder, indebærer den en

forpligtelse til ikke at bringe usikre produkter i omsætning samt til at afstå fra at udføre usikre tjenesteydelser, jf. § 8. Lovens ansvarsbyrde består altså i en forpligtelse til at sikre, at de produkter, der bringes i omsætning, er sikre, samt at også tjenesteydelser, der vedrører et produkt, er sikre.

Desuden kan kontrolmyndigheden efter bestemmelserne i §§ 11-12 udstede konkrete forbud og påbud, som pålægger den erhvervsdrivende forskellige forpligtelser. Disse indgreb er tillige underlagt bødeansvar. Om et strafferetligt ansvar kan komme på tale vil bero på en konkret vurdering, men noget sådant vil normalt alene kunne tænkes i særligt grove tilfælde.

Loven omhandler ikke det erstatningsretlige ansvar. Her gælder produktansvarsloven (lov nr. 371 af 7. juni 1989) samt det produktansvar, der følger af dansk rets almindelige erstatningsregler. Det kan dog ikke udelukkes, at produktsikkerhedsloven kan have en vis afsmittende effekt på disse reglers anvendelse. Noget sådant har endnu ikke kunnet konstateres.(1996-123/1-38)"

5.1.3. Barnesenge. Produktændring

Forbrugerstyrelsen afprøvede i maj/juni 1996 11 såkaldte tremmesenge til små børn. Der fandtes at være sikkerhedsmæssige mangler ved alle sengene heraf en så alvorlig, at importøren på Forbrugerstyrelsens foranledning besluttede at trække sengen tilbage fra markedet, jf. nedenfor. Sengene blev testet af Forbrugerstyrelsens laboratorium, som sammenholdt sengene med den fælleseuropæiske standard for barnesenge EN 716-1 og 2.

Manglerne varierede fra mindre sprækker, der kunne medføre klemmeskader, over til mere alvorlige afvigelser med for store afstande mellem tremmerne, som i værste fald kunne medføre kvælningsulykker. Desuden var enkelte af sengene fejlkonstrueret således, at småbørn i kravlealderen kunne falde ud. Forbrugerstyrelsen tog kontakt til producenterne og importørerne og fik deres tilkendegivelser af, at forholdene ville blive rettet op. Desuden orienterede styrelsen offentligheden gennem Råd & Resultater og pressemeddelelser. (1996-65/6-16)

5.1.4. Barnesengen "Babyseng". Tilbagetrækning

Af de nævnte barnesenge omfattet af Forbrugerstyrelsens afprøvning var en enkelt seng, "Babyseng" fra Trævarefabrikernes Udsalg, behæftet med en så alvorlig mangel, at sengen straks måtte tilbagekaldes fra markedet. Problemet var, at afstanden mellem bunden og gavlen var 95 mm mod standardens krav om maks. 25 mm. Da småbørns hoveder er forholdsmæssigt større end kroppen, indebar dette en risiko for, at et barn kunne komme i klemme med hovedet.

Forbrugerstyrelsen udsendte en pressemeddelelse med oplysninger om sengens farlighed, og at eventuelle købere kunne aflevere sengen til forhandleren og få pengene retur. (1996-65/6-13)

5.1.5. Klatrestativ. Legetøjsstandard

En importør af et 9 meter højt klatrestativ (klatrenet) modtog i efteråret 1996 fra det lokale politi et påbud om overvågning og afspærring af stativet som ibrugtagningsvilkår. Vilkåret blev udstedt i medfør af politivedtægtens bestemmelser om offentlige forlystelser, jf. normalpolitivedtægtens § 48 og det hertil hørende forlystelsescirkulære, nr. 16 af 4. februar 1988. Kommunen havde meddelt byggetilladelse efter byggelovens bygningsreglement, og importøren mente, at dette, i tillæg til at stativet opfyldte en tysk legepladsstandard, var tilstrækkeligt til, at det kunne tages i anvendelse. Importøren henvendte sig til Forbrugerstyrelsen med spørgsmålet om, hvorvidt politiet med sit påbud gik ud over grænserne for sin myndighedsudøvelse, særligt i relation til produktsikkerhedsloven, som importøren mente indeholdt et princip om anerkendelse af udenlandske standarder.

Forbrugerstyrelsen, som ikke havde nogen direkte myndighedsrolle i spørgsmålet, tilkendegav dog som koordinerende myndighed sin mening, som findes af betydning for tilsvarende sager: Det er styrelsens holdning, at overholdelse af standarder, hvad enten der er tale om danske, udenlandske eller internationale, ikke afskærer danske myndigheder fra i overensstemmelse med Romtraktatens art. 36, hvis princip også ligger til grund for produktsikkerhedsloven at stille yderligere krav til produktet, såfremt de nævnte standarder ikke tager højde for alle sikkerhedsmæssige aspekter.

Produktsikkerhedsloven bygger på formodningen om, at produkter, der overholder relevante standarder er sikre, men udelukker ikke, at nationale myndigheder anlægger en konkret vurdering, der afviger herfra. Produktsikkerhedsloven har endvidere ikke større retskraft end anden lovgivning og må således respektere speciallovgivning. (1996-562/6-5)

5.1.6. Etageseng. Påbud om produktændring

Manglende overholdelse af en aftale om ændring af konstruktionen på en etageseng i tillæg til rapportering om endnu et ulykkestilfælde førte i 1996 til udstedelse af et påbud om produktændring ved fremtidig produktion, udbedring af manglen på allerede fremstillede senge samt underretning af forhandlere og købere af sengen. Problemet, som allerede er beskrevet i Juridisk Årbog 1995, s. 142 var, at sengens konstruktion indebar risiko for kvælningsulykker, idet børn kunne hænge fast med hovedet fra den øverste køje, som gabte mindst 8 cm fra væggen (afhængig af panelbredden). Den aftale, Forbrugerstyrelsen indgik i 1995 med producenten, blev ikke overholdt, og styrelsen så sig derfor nødsaget til at udstede et påbud. (1996-65/6-1)

5.1.7. Havestole af plast. Markedsundersøgelse

Som led i Forbrugerstyrelsens markedskontrol blev havestole af plast undersøgt for sikkerhed og holdbarhed i en to-delt undersøgelse. Dansk Teknologisk Institut foretog undersøgelsen. Markedskontrollen udtog et repræsentativt udvalg af stole fra den billige del af markedet.

Første del af undersøgelsen viste, at 6 af de 10 undersøgte stoletyper kollapsede, når de blev belastet med en solid vægt og udsat for varme i 4 timer. Denne test skulle simulere en brugssituation, hvor stolene anvendes udendørs på varme sommerdage af velvoksne mennesker. På nogle af stolene bukkede de bagerste ben sammen og ind under stolen, på andre af stolene knækkede benene helt af.

Undersøgelsens anden del viste, at vejr og vind påvirker stolenes slagstyrke. Halvdelen af stolene havde en relativ lav slagstyrke, der blev yderligere reduceret efter vejr/vind/sol-påvirkningen, med dårlige ældningsegenskaber til følge. Den påvirkning, stolene var udsat for hos Dansk Teknologisk Institut, svarer til, at de står ude hele året i to år. Stolene blev matte i overfladen og derfor mere modtagelige for snavs og vanskelige at rengøre. Stolene blev også mere skrøbelige med tiden.

For begge undersøgelser gælder, at pris og kvalitet hænger sammen. Ofre man fra omkring 100 kr. pr. stol, er man mere på den sikre side. Det er de meget billige stole, der giver problemer.

Undersøgelsens resultater gav ikke grundlag for at foretage et indgreb efter lov om produktsikkerhed over for importører og forhandlere af stolene, men Forbrugerstyrelsen udsender i den kommende sæson informationer til forbrugerne om plasthavestoles særlige brugsegenskaber og oplyser om, hvad man skal passe på ved plaststole sammenlignet med havestole af træ. (1996-60/6-1)

5.1.8. Flyderinge. Sikkerhedstest

I beretningsperioden afsluttedes en sag, som blev påbegyndt i 1995, hvor Forbrugerstyrelsen fik oplysning om, at der var fundet sikkerhedsmangler ved U-formede flyderinge beregnet til lystfiskeri.

Forbrugerstyrelsen anmodede Force Institut om at teste flyderingene, som var af mærket Caddis Pro 1000, og resultatet har vist, at flyderingenes design og konstruktion opfylder anvendelsesformålet, at materialevalg og styrke er tilstrækkelig til formålet, at lunger/ventiler er tætte og sikre med tilstrækkelig opdrift til anvendelsesformålet, at flyderingene har en udmærket funktion og god stabilitet, og at komforten er god både med og uden redningsvest.

Det blev anbefalet, at flyderingene anvendes i smult vand og sammen med redningsvest. Der må ikke være risiko for at drive med vind og/eller strøm.

Testen viste således ikke tegn på sikkerhedsmangler. Derimod manglede den nødvendige mærkning og brugsvejledning på dansk. Forbrugerstyrelsen planlægger derfor at foretage efterkontrol, for så vidt angår dette spørgsmål. (1996-549/6-1)

5.1.9. Kombi-barnevogn med konstruktionsfejl

En forbruger rettede henvendelse i Forbrugerstyrelsen med en kombivogn/barnevogn, hvor liften flere gange gled ud og faldt ned på vejen, mens det lille barn lå eller sad i liften. En af gangene faldt barnet ud af liften og ud på vejen.

Forbrugerstyrelsens laboratorium foretog en besigtigelse af vognen og kunne herved konstatere, at konstruktionen ved kombivognens fodstøtte var usikker. Fodstøttens stilling kan reguleres ved hjælp af en stålbøjle, som har to tapper, der holder fodstøtten vandret. Årsagen til, at liften ikke kunne holdes på plads, når vognen blev anvendt, måtte tilskrives fodstøttens manglende evne til at blive i vandret stilling, idet stålbøjlen, der understøttede fodstøtten, savnede en låsemekanisme. Samtidig kunne det konstateres, at vognen ikke opfyldte relevante krav til konstruktionen, jf. BS 7409:1991.

På denne baggrund måtte produktet anses for at være behæftet med en væsentlig sikkerhedsmæssig mangel.

Fabrikanten indvilgede derfor i at levere en låsemekanisme i form af en plastklemme som fast tilhører på alle vogne, der produceres fremover. Plastklemmen distribueres tillige gennem forhandlernet til udlevering for dem, der allerede har købt vognen. (1996-525/6-10)

5.1.10. Mærkning af gåstole

Gåstole til børn er årsag til flere ulykker end andre børneprodukter, når man tager produktets udbredelse i betragtning, viser tal fra både udlandet og fra det danske skadesregister EHLASS, som fra 1989 til 1995 registrerede 35 uheld. Ganger man tallet med syv, viser statistikken det sandsynlige landsdækkende skadestål.

Langt den største del af ulykkerne er fald ned ad trapper. Disse styrt er ofte alvorlige, da barnet bl.a. ikke er i stand til at tage fra med hænderne.

Andre ulykker opstår i forbindelse med trin og ujævne overflader samt åben ild og varme apparater. Man skal altså ikke parkere sit barn i stolen uden opsyn.

På den baggrund kontaktede Forbrugerstyrelsen importørerne af gåstole til små børn, så disse virksomheder kunne medvirke til en sikker brug af gåstolene.

Initiativet er blevet godt modtaget blandt virksomhederne, der er enige i Forbrugerstyrelsens anbefaling, og dialogen med importørerne er forløbet godt. Allerede nu findes der gåstole, som er forsynet med advarslerne. Antallet vil stige, efterhånden som virksomhederne får nye sendinger hjem.

For at komme ulykkerne i forkøbet har Forbrugerstyrelsen anbefalet virksomhederne at forsyne gåstolene med en advarselsmærkning på dansk. Advarslen bør anbringes på selve gåstolen, så den er synlig, læselig, og den bør ikke kunne fjernes.

Forbrugerstyrelsen anbefaler en advarsel med følgende ordlyd:

Advarsel:

Deres barn kan bevæge sig hurtigt og langt omkring i gåstolen. Pas særligt på trapper, trin og ujævne overflader samt åben ild og varme apparater.

Advarsel:

Gåstolen bør kun bruges i en begrænset periode af maks. 20 minutter.

Advarsel:

Gåstolen er kun beregnet til børn, som kan sidde op af sig selv, men som ikke kan gå. (1996-722/6-19)

5.1.11. Forlystelsesudvalget under Justitsministeriet

Forbrugerstyrelsen har deltaget i departementets følgegruppe til forlystelsesudvalget, som blev nedsat i foråret 1996 af Justitsministeriet. Udvalgets opgave er at foretage en gennemgang af de gældende regler for de under Justitsministeriet hørende forlystelser og overveje, om der er behov for at skabe et nyt lovgrundlag herfor. Reglerne, der regulerer spil og forlystelser som tivoliparker og omrejsende forlystelser, udspringer af en førkonstitutionel praksis. I dag reguleres området i det væsentlige med hjemmel i politilovene fra 1863 og 1871, nu politivedtægtens §§ 48 og 49.

Det er særlig de sikkerhedsmæssige aspekter i forbindelse med drift af og tilsyn med forlystelsesapparater, der har haft Forbrugerstyrelsens opmærksomhed, da styrelsen efter lov om produktsikkerhed forestår koordinationen af kontrolmyndighedernes arbejde.

Udvalgets arbejde forventes færdiggjort i 1997. (1996-122/1-63)

5.2. Administration af bekendtgørelsen om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, der på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler

5.2.1. Administrationen generelt

Bestemmelserne om sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger findes i bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995, som afløser bekendtgørelse nr. 125 af 6. marts 1991. Reglerne, der implementerer EU Direktiv 88/378, har hjemmel i lov om produktsikkerhed, lov nr. 364 af 18. maj 1994. Reglerne omfatter "produkter, der klart er konstrueret eller bestemt til legeformål for børn under 14 år".

Bekendtgørelsens administration varetages af Forbrugerstyrelsen bortset fra kontrol med legetøjets kemiske eller elektriske egenskaber, som forvaltes af hhv. Miljøstyrelsen og Elektricitetsrådet.

Til brug for Forbrugerstyrelsens markedskontrol har styrelsen i 1996 indgået en samarbejdsaftale med Elektricitetsrådet, Markedskontrollen, hvorefter styrelsen overdrager de løbende markedsundersøgelser og stikprøveudtagninger til Markedskontrollen. Desuden har styrelsen indgået en aftale med Dansk Teknologisk Institut om afprøvning af legetøj.

Kontrollen retter sig hovedsageligt imod legetøj, idet en rapport udfærdiget af Markedskontrollen viser, at overtrædelse af sikkerhedskravene for så vidt angår levedsmiddelefterligninger forekommer forholdsvist sjældent, jf. nedenfor.

Markedskontrollen omfattede omkring hundrede produkter på årsplan, hvoraf der konstateredes fejl ved ca. 1/3.

Forbrugerstyrelsen modtager en del henvendelser fra forbrugere, pædagoger og andre beskæftiget med børneomsorg samt fra erhvervslivet om indholdet af kravene. Ikke mindst bekendtgørelsens krav om CE-mærkning af legetøj er en kilde til tvivl hos mange, jf. nedenfor.

5.2.2. CE-mærkning

CE-mærkning er påkrævet f.s.v. angår legetøj, der er omfattet af bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995. Reglerne foreskriver, at alt legetøj skal mærkes med bogstaverne CE, før det markedsføres. CE-mærket er producentens eller hvor en sådan ikke findes inden for EU den europæiske importørs erklæring om, at varen overholder sikkerhedskravene. Det er ikke en forbrugermærkning som fx det økologiske mærke, men alene en tilkendegivelse over for kontrolmyndighederne om, at produktet opfylder alle relevante krav. Forbrugerstyrelsen modtog i oktober 1996 en forespørgsel om styrelsens syn på uretmæssig brug af CE-mærket. Svaret afhænger af, på hvilken måde mærket bruges. Misbrug inden for legetøjsområdet behandles efter ovennævnte bekendtgørelse. Denne form for misbrug består i, at mærket påføres legetøjet, uden at sikkerhedskravene rent faktisk er opfyldt.

I tilfælde, hvor en erhvervsdrivende mærker et produkt med CE-mærket, uanset at det ikke er underlagt lovgivning, der opstiller sikkerhedskrav til produktet (som fx for legetøj og elektriske apparater), vil mærkningen kunne antages at være i strid med god markedsføringsskik og dermed markedsføringslovens § 1. Handlinger i strid med god markedsføringsskik kan forbydes, jf. markedsføringslovens § 13.

I visse tilfælde vil der tillige foreligge en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk.1. Denne bestemmelse forbyder anvendelse af urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser i markedsføringen. Anvendelse af § 2, stk. 1 forudsætter, at CE-mærkningen enten har været anvendt i den erhvervsdrivendes annoncering, eller at forbrugeren har kunnet se CE-mærket på varen før og/eller ved købet. Dette skyldes, at den vildledende angivelse skal have betydning for omsætningen. Ser forbrugeren derimod først CE-mærket efter at have købt varen, kan den uretmæssige mærkning ikke antages at have haft indflydelse på forbrugers valg af produkt og dermed heller ikke betydning for omsætningen. Overtrædelser af markedsføringslovens § 2, stk. 1 er strafbelagte, ligesom der også her vil kunne nedlægges et forbud. (1996-124/1-74)

5.2.3. Advarselsmærkning af legetøj, der ikke er egnet til børn under 36 måneder

Forbrugerstyrelsen får jævnligt forespørgsler fra erhvervsdrivende om, hvad korrekt mærkning er, ligesom legetøj med forkert mærkning opfanges i styrelsens stikprøvekontrol med legetøj.

Det kan undertiden være vanskeligt at afgøre, hvorvidt et produkt er beregnet til børn under 36 måneder eller ej. For at udvikle et bredere beslutningsgrundlag har styrelsen i 1996 indledt et samarbejde med en legetøjsforsker med en pædagogisk baggrund, som anvendes som sagkyndig i visse sager.

Legetøjsbekendtgørelsen og de dertil knyttede harmoniserede standarder angiver, at legetøj, der kan være farligt for børn under 36 måneder, skal bære en advarsel herom med angivelse af de særlige risici, der betinger advarslen, fx smådele. Det grafiske symbol, der er angivet i standarden EN 71-6, skal tillige anvendes.

En erhvervsdrivende markedsførte en svømmevest beregnet til 2-4 årige børn. Pakningen indeholdt små klips til ved behov at regulere vestens størrelse med. Klipsen kunne indeholdes i legetøjstesteren, som er en harmoniseret størrelse i EU. Da man ikke lovligt kan bringe legetøj i omsætning, hvis

legetøjet klart er beregnet til børn under 36 måneder og samtidig indeholder fx smådele, der kan indeholdes i legetøjstesteren, kunne den erhvervsdrivende ikke mærke sig ud af problemet ved at oplyse, at produktet ikke egner sig til børn under 36 måneder. Styrelsen oplyste, at klipsene skulle fjernes fra fremtidige produkter, da vesten kan anvendes uden klips. Eksisterende pakninger påklæbes en tydelig advarsel til køberen om straks at kassere klipsene ved pakkens åbning. (1996-543/6-3)

Ved en stikprøvekontrol opstod der under den efterfølgende laboratoriekontrol tvivl om, hvorvidt en kugleramme i den klassiske udformning med 10 rækker kugler á 10 kugler var beregnet til børn over eller under 36 måneder. Importøren af produktet havde forsynet produktet med mærkningen: "ikke egnet til børn under 3 år". Forbrugerstyrelsen meddelte, at produktet var korrekt mærket, da dette regneredskab ikke henvendte sig til børn under 36 måneder. (1996-561/6-18)

En erhvervsdrivende ønskede at mærke sit produkt som: "ikke egnet til børn under 5 år". Forbrugerstyrelsen oplyste, at hvis man af pædagogiske årsager ønsker at angive en højere alder end 3 år som vejledning for, hvilken alder produktet egner sig til, løser man ikke problemet ved at sammenskrive den foreskrevne og en frivillig mærkning. Man kan i stedet supplere den obligatoriske mærkning med en tekst om, hvad man anbefaler. Samtidig skal man være opmærksom på, at mærkningsbestemmelserne for børn under 36 måneder ikke finder anvendelse på legetøj, der på grund af dets funktion, størrelse, særpræg, egenskaber eller andre afgørende forhold klart ikke kan være bestemt for børn under 36 måneder. (1996-561/6-39)

5.2.4. Gåstol med aktivitetsbræt. Tilbagekaldelse og tilbagekøb

Forbrugerstyrelsen modtog en forbrugerhenvendelse om en gåstol med et aktivitetsbræt med forskellige tryk- og drejeknapper, urskive og telefon. Siddende i stolen legede en 6 måneders baby med delene på aktivitetsbrættet og sad kort efter med en metalskrue i hånden, som babyen var ved at putte ind i munden, da moderen opdagede problemet og fjernede skruen fra barnet. Skruen havde løsnet sig fra legebrættet, der var løst monteret på gåstolen.

En laboratorieundersøgelse af legebrættet afslørede, at dette på flere punkter ikke levede op til legetøjsstandarden EN 71-1 om sikkerhedskrav til legetøj, mekaniske og fysiske egenskaber. Forbrugerstyrelsen fandt på denne baggrund, at produktet måtte anses for at være farligt og tilbagekaldte produktet fra markedet. Forbrugerstyrelsen oplyste i en pressemeddelelse offentligheden om faren ved produktet og om tilbagekaldelsen. Dette foregik i samarbejde med forhandleren, der desuden etablerede en tilbagekøbsordning over for de forbrugere, der allerede havde købt produktet.

Der blev samtidig sendt to notifikationer, dvs. meddelelser om et farligt produkt, til Europa-Kommissionen, jf. henholdsvis (92/59/EEC) artikel 8 og legetøjsdirektivets artikel 7 (88/378/EØF).

Efterfølgende blev en anden forhandler af en lignende gåstol med et identisk aktivitetsbræt opmærksom på sikkerhedsproblemet og indstillede selv salget af aktivitetsbrættet. Efter aftale med Forbrugerstyrelsen blev der etableret en tilbagekøbsordning for de forbrugere, der ønskede at få tilbagebetalt et beløb mod udlevering af aktivitetsbrættet.

Produktet blev tillige fundet i Norge, hvor det blev tilbagekaldt af produktsikkerhedsmyndighederne på baggrund af notifikationen fra Europa-Kommissionen. (1996-722/6-36)

5.2.5. Farvestoffer i bamser og tøjdyr

Efter en medieomtale i sommeren 1996 af en udenlandsk undersøgelse af tøjdyr med et højt indhold af kemiske stoffer, aftalte Forbrugerstyrelsen og Miljøstyrelsen en fælles undersøgelse af udvalgte bamser og tøjdyr på det danske marked. Miljøstyrelsen stod for at undersøge indholdet af kemiske stoffer, som kan være kræftfremkaldende, mens Forbrugerstyrelsen lod produkterne undersøge for fysiske og mekaniske egenskaber samt brændbarhed. Produkterne levede op til alle kravene i de harmoniserede legetøjsstandarder. Miljøstyrelsen konkluderede, at de fundne koncentrationer af farlige stoffer ikke udgjorde nogen risiko for børns kontakt med de pågældende bamser og tøjdyr. (1996-561/6-148 mfl.)

5.2.6. Hinkesten af glas

Forbrugerstyrelsen modtog en generel forespørgsel fra en borger, der undrede sig over, at han i en legetøjsforretning havde fået at vide, at man ikke kunne købe hinkesten af glas. Borgeren ville vide, om disse hinkesten var ulovlige at sælge.

Forbrugerstyrelsen kunne oplyse, at salg af legetøj er reguleret i legetøjsbekendtgørelsen (nr. 329 af 23. maj 1995).

Reglerne angiver, at legetøj kun må sælges, hvis det enten er konstrueret og fremstillet i overensstemmelse med de harmoniserede standarder om sikkerhedskrav til legetøj EN 71-1 eller konstrueret og fremstillet i overensstemmelse med en prototype, der er typegodkendt af et godkendt laboratorium. Borgeren rettede også henvendelse til Europa-Kommissionen, som udtalte sig om sagen.

Da ansvaret for kun at bringe sikre produkter i omsætning ligger hos den erhvervsdrivende, og da ingen tilsyneladende ønskede at producere eller importere hinkesten af glas, der levede op til sikkerhedskravene i legetøjsbekendtgørelsen, var dette årsagen til, at produktet ikke kunne købes. Omtalen i pressen gav indtryk af, at der var udstedt et forbud mod salg af hinkesten. Efter en del omtale i medierne blev det slået fast, at hinkesten kan sælges, såfremt de enten opfylder ovennævnte standard eller er typegodkendt og i begge situationer er CE-mærkede. (1996-561/6-81)

5.2.7. Levnedsmiddel med legetøj

Et bæger med et sødet mælkeprodukt til børn indeholdt tillige en plastbeholder med et legetøjsprodukt som samlesæt. Produktet var ikke korrekt mærket efter legetøjsbekendtgørelsen, idet advarselmærkningen om, at legetøjet ikke var beregnet til børn under 36 måneder, samt at det indeholdt små dele, ikke var på dansk. Det påførte CE-mærke var for lille.

Importørens reaktion på Forbrugerstyrelsens henvendelse var straks at foranledige, at korrekt mærkning blev klæbet på produkterne. Senere blev produktet fjernet fra varesortimentet, fordi den udenlandske producent ikke var i stand til at levere dokumentation for overholdelse af de relevante krav, jf. legetøjsbekendtgørelsens § 13, jf. bilag 5, svarende til bestemmelsen i Rådets direktiv 88/378/EØF, artikel 8. (1996-7123/6-1)

5.2.8. Fortolkning af direktiv om sikkerhedskrav til legetøj

Forbrugerstyrelsen blev anmodet om at vurdere, om forskellige typer baby-pynteting var omfattet af direktiv 88/378/EEC om sikkerhedskrav til legetøj, såsom små dukker forarbejdet af filt eller strikstof med forskellige smådele.

Producenten var af den opfattelse, at der var tale om pynteting til barneværelset, og oplyste, at de typisk blev brugt som barselsgaver og ikke til legetøj for barnet.

Styrelsen vurderede imidlertid i første række produkterne som grænsende til legetøjsprodukter, idet de ville tiltrække børns eventuelt søskendes opmærksomhed og appellere til leg.

Styrelsen anmodede dog samtidig Europa-Kommissionen om en udtalelse i sagen.

Kommissionen vurderede, at produkterne uden tvivl var beregnet til dekoration, men at de var designet på en sådan måde, at de var tiltrækkende for børn, og man fandt det derfor sandsynligt, at de ville blive brugt af børn som legetøj og derfor også burde betragtes som legetøj og dermed opfylde kravene i direktiv 88/378.

Efter Europa-Kommissionens udtalelse besluttede producenten at standse produktionen af baby-pyntetingene. (1996-561/6-56)

5.2.9. Suttekæder

Forbrugerstyrelsens laboratorium foretog på produktsikkerhedskontorets foranledning test af 13 tilfældigt udvalgte suttekæder. Man testede i henhold til den harmoniserede legetøjsstandard og et standardforslag på området, og ingen af de 13 suttekæder bestod testen.

Produktsikkerhedskontoret påbød salgsstop overfor importørerne af de 13 suttekæder, og laboratoriet gik derefter i gang med at teste de øvrige suttekæder på markedet.

I anden test indgik 16 suttekæder, hvoraf kun to bestod testen, hvorfor produktsikkerhedskontoret også påbød salgsstop over for importørerne af de 14 suttekæder.

Mens første test pågik, fik produktsikkerhedskontoret kendskab til en meget alvorlig ulykke, hvor en 5½ måned gammel pige var tæt på at blive kvalt i en del af metalklipsen til sin suttekæde.

Denne oplysning, samt oplysning om de to tests, som medførte salgsstop for så vidt angik i alt 27 af 29 suttekæder på det danske marked, blev meddelt offentligheden i tre pressemeddelelser, som Forbrugerstyrelsen udsendte i foråret og sommeren 1996.

Endvidere sendte Forbrugerstyrelsen notifikationer til Europa-Kommissionen om samtlige suttekæder, omfattet af salgsstoppet.

Forbrugerstyrelsens markedskontrol foretog i slutningen af 1996 efterkontrol af markedet, hvorved man fortsat fandt et par af de kæder, der var omfattet af salgsstoppet, ligesom der dukkede 6 hidtil ukendte suttekæder op.

Disse vil indgå i en tredje test, som foretages af Forbrugerstyrelsens laboratorium på produksikkerhedskontorets vegne. (1996-722/6-55 mfl.)

5.2.10. Markedsundersøgelse af levnedsmiddelefterligninger

Forbrugerstyrelsen har fået foretaget en mindre undersøgelse af tilstedeværelsen af levnedsmiddelefterligninger på det danske detailmarked.

Der er et betydeligt antal produkter på markedet, som kan forveksles med levnedsmidler, men for langt de fleste af produkterne gælder, at ligheden med levnedsmidler ikke indebærer nogen risiko for brugerens sikkerhed og sundhed.

Der blev ikke fundet levnedsmiddelefterligninger, der indebærer risiko for perforering eller anden fysisk beskadigelse af mund, svælg eller spiserør. (1996-560/6-3)

5.2.11. Levnedsmiddelefterligning

Et legetøjsplastkogesæt med plastgrønsager indeholdt bl.a. en lille majscolbe og en lille gulerod. Selvom produktet var i fuld overensstemmelse med de harmoniserede legetøjsstandarder, var de særlige regler om levnedsmiddelefterligninger i legetøjsbekendtgørelsens § 26 ikke iagttaget. De to små slanke grøntsager havde form, farve, udseende og størrelse, der kunne medføre, at børn under leg kan finde på at putte dem i munden og derved udsætte sig for kvælning. Den erhvervsdrivende erstattede de to plastgrøntsager med nogle, der var tykkere og længere, og derved var problemet løst. (1996-561/6-64)

Kapitel 6 Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

6.1. Husholdningsapparater og isenkram

6.1.1. Leje af vaskemaskine. Opsigelse i tre år kunne ikke gøres gældende, jf. aftalelovens § 38c sammenholdt med § 36

En forbruger indgik aftale om leje af en vaskemaskine. 11 måneder senere ønskede han at opsiges aftalen, fordi han skulle flytte. Han blev da gjort opmærksom på et vilkår i kontrakten, der bandt ham i minimum tre år.

Forbrugerklagenævnet fandt, at det på baggrund af lejevilkårene umiddelbart var nærliggende at antage, at der reelt forelå et kreditkøb med ejendomsforbehold, jf. kreditaftalelovens § 6, stk. 2. Klageren, som flyttede relativt kort tid efter aftalens indgåelse, syntes dog ikke at have indgået kontrakten med henblik på en varig anskaffelse af vaskemaskinen, og nævnet bedømte derfor kontrakten som en almindelig lejeaftale.

Nævnet bemærkede herefter følgende: Mens køb på kredit, herunder køb med ejendomsforbehold, er udførligt reguleret i kreditaftaleloven, som afløste lov om køb på kredit, har aftale om leje af løsøre ikke hidtil givet anledning til en særlig regulering med henblik på at beskytte forbrugerne.

Kreditkøbsudvalget overvejede i slutningen af 1970'erne, om der var behov for en sådan regulering, jf. Kreditkøbsudvalgets tillægsbetænkning nr. 876/79 om udlejning af løsøre. Udvalgets konklusion var, at der ikke på daværende tidspunkt var tilstrækkelig grundlag for at stille forslag herom, da omfanget af udlejning af løsøre til forbrugere på tidspunktet for betænkningens afgivelse var meget begrænset.

Udvalget gjorde dog samtidig opmærksom på, at disse forudsætninger ville kunne ændre sig, hvis lovreguleringen af kreditkøbsområdet skulle medføre en vis "overstrømning" fra salg på kredit til udleje af løsøre.

Nævnet udtalte herefter, at det naturlige anvendelsesområde for forbrugeraftaler om leje af løsøre efter nævnets opfattelse er tilfældet, hvor en forbruger midlertidigt har behov for at benytte den lejede genstand. Et vilkår som det foreliggende, hvorefter den indgåede aftale er opsigelig i tre år, kan således være særdeles byrdefuldt for forbrugeren, samtidig med, at det ensidigt varetager den erhvervsdrivendes finansielle interesser. Skal anskaffelsen af et varigt forbrugsgode finansieres ved midler hidrørende fra forbrugeren, bør dette imidlertid ske under overholdelse af kreditaftalelovens regler, hvorfor det er vanskeligt at se, at en udlejer i forbrugerforhold kan have nogen loyal interesse i at betinge sig længere tids uopsigelighed.

På denne baggrund var det nævnets opfattelse, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om tre års uopsigelighed gældende, jf. herved aftalelovens § 38c sammenholdt med § 36. Nævnet fandt derfor, at det burde lempes til en rimelig opsigelsesfrist, som tilgodeså hensynet til begge parter. Efter en samlet vurdering fandt nævnet ikke, at et rimeligt opsigelsesvarsel i den foreliggende sag kunne overstige tre måneder. Klageren var herefter frigjort fra aftalen tre måneder efter opsigelsen. (J.nr. 1996-441/7-23)

Juridiske stikord:

kontrakt, fortolkning af aftalevilkår, aftalelovens § 36, § 38a, b, c og d, leje

6.1.2. Køb af vaskemaskine, der ifølge markedsføringen kunne anbringes overalt uden installationsomkostninger. Sælgers oplysningspligt. Erstatning

En forbruger købte en vaskemaskine, der ifølge annonceringen kunne anbringes overalt i enhver bolig med en stikkontakt og en vandhane, og som derfor ikke krævede dyre installationsomkostninger.

Vaskemaskinen blev leveret til forbrugerens lejlighed i København og tilsluttet blandingsbatteriet i en brusekabine. Efter leveringen viste det sig, at Københavns Vandforsyning stillede krav om montering af kontraventiler ved en sådan tilslutning. Forbrugeren reklamerede herover til sælgeren, der svarede, at branchen tidligere havde diskuteret dette spørgsmål med Københavns Vandforsyning, der efter branchens opfattelse ikke havde hjemmel til at stille dette krav, der i øvrigt efter branchens opfattelse var unødvendigt.

Forelagt sagen oplyste Københavns Vandforsyning, at baggrunden for kravet om kontraventiler er en nærliggende risiko for fejlbetjening. Erfaringsmæssigt får en bruger af vaskemaskine på et tidspunkt den idé, at en vask vil gå hurtigere, når der skrues op for det varme vand, hvorved der er risiko for oversvømming.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at forbrugeren købte vaskemaskinen med henblik på kobling til blandingsbatteriet i brusekabinen. Vaskemaskinen blev bestilt til levering på en adresse i København.

I betragtning af markedsføringen af den pågældende vaskemaskine fandt nævnet, at køberen havde været berettiget til at gå ud fra, at han kunne tilslutte maskinen uden omkostninger. Da forretningen havde forsømt at informere køberen om Københavns Vandforsynings krav, fandt nævnet, at vaskemaskinen var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 2. Efter bestemmelserne i købelovens § 80, stk. 2, var køberen herefter berettiget til at få omkostningerne til montering af de nævnte ventiler erstattet af forretningen. (J.nr. 1995-441/7-5)

6.1.3. "Penge-tilbage garanti" gjaldt også køb med gavekort. Uklart aftalevilkår fortolket til gunst for forbrugeren

En forbruger havde et gavekort til en butik, der var tilknyttet en kæde af isenkræmmerbutikker. I butikskædens kataloger reklameredes med en række regler om returret og gavekort, og bl.a. følgende garanti:

"Penge-tilbage Garanti, i samme butik inden for 14 dage mod kvittering og original emballage."

Forbrugeren benyttede gavekortet som betaling ved køb af en termokande, der blev givet væk som gave. Da gavemodtageren ikke ønskede at beholde kanden, henvendte forbrugeren sig i butikken for at gøre "penge-tilbage garantien" gældende, idet hun medbragte varen i original emballage og den kvittering, der var udstedt ved købet. Forretningen nægtede imidlertid at udbetale købesummen i kontanter, fordi man anførte, at "penge-tilbage garantien" ikke gjaldt køb med gavekort. Man var i stedet parat til at udstede et nyt gavekort. Dette tilbud var klageren ikke tilfreds med og sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnet fandt, at salgsvilkårene i kataloget måtte betegnes som standardvilkår, der er

ensidigt udformet af sælger. Efter aftalelovens § 38b, stk. 1, skal sådanne aftalevilkår fortolkes på den for forbrugeren gunstigste måde, såfremt der opstår tvivl om vilkårets forståelse.

Nævnet fandt, at indholdet i "penge-tilbage garantien" var uklart, idet det ikke fremgik, om den gjaldt for køb med gavekort. Ved anvendelse af aftalelovens § 38b fandt nævnet herefter, at garantien måtte forstås således, at alle kunder, herunder også kunder, der køber med gavekort, er omfattet af denne. I modsat fald burde dette være fremgået af garantiens ordlyd.

Da forbrugeren i øvrigt opfyldte kravene i garantien, var hun derfor berettiget til at få tilbagebetalt købesummen mod udlevering af termokanden i original emballage og kvitteringen. (J.nr. 1996-429/7-4)

6.2. Radio/tv mv.

6.2.1. Montering og tilslutning af et stereoanlæg. Forbrugerklagenævnets kompetence

En forbruger bestilte tilslutning og montage af et stereoanlæg med højttalere, antenneledning og kabler, der skulle skjules i kabelbakker, således at de var så lidt synlige som muligt. Kabelbakkerne skulle limes op på væggen, og kablet skulle føres gennem en bjælke i loftet.

Der opstod herefter en tvist mellem parterne om betaling for det udførte arbejde.

Efter nævnets opfattelse var der tale om et arbejde, som havde en sådan sammenhæng med en fast ejendoms bestanddele og tilbehør, at nævnet ikke havde kompetence til at behandle klager over arbejdet, jf. herved § 3, stk. 2, nr. 3, i bekendtgørelse nr. 871 af 14. oktober 1994 om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde. (J.nr. 1995-4011/7-237)

6.2.2. Fortolkning af aftale om returret

En forbruger købte et tv-apparat til sin sejlbåd. Da det ikke var teknisk muligt at afprøve tv-apparatet i forretningen, fik forbrugeren lov til at returnere apparatet, såfremt det ikke virkede tilfredsstillende.

Forbrugeren forsøgte i knap to måneder at få tv-apparatet til at fungere, idet han bl.a. stabiliserede strømforsyningen samt foretog rigning af antenneforstærker. Da forbrugeren stadig var utilfreds med tv-apparatet, tilbageleverede han det i henhold til returretten.

Sælgeren afviste at tage tv-apparatet tilbage, idet en sådan tilbagelevering måtte ske inden for en rimelig tid, hvilket efter sælgerens faste praksis var 14 dage.

Nævnet udtalte, at sælgeren havde givet forbrugeren mulighed for at returnere apparatet inden rimelig tid. Når det ikke uden videre var klart, hvad der skulle forstås ved "rimelig tid", måtte det komme sælgeren til skade, at han ikke havde fastsat en sådan frist.

Henset til, at de syv uger var gået til at afprøve apparatet, og da syv uger ikke åbenbart oversteg, hvad der måtte forstås som rimelig tid, fandt nævnet, at forbrugeren havde udnyttet returretten rettidigt. (J.nr. 1996-4012/7-75)

6.2.3. Leje af fjernsyn. Tilsagn om ret til at købe apparatet for én kr. bindende for forretningen

En forbruger indgik den 4. oktober 1989 aftale med firma A om leje af et tv-apparat. Firma A blev to år senere overtaget af firma B, hvilket blev meddelt kunderne.

I november 1992 modtog forbrugeren et brev adresseret til hende personligt, hvoraf fremgik, at firma B havde forbedret lejebetingelserne, således at det lejede udstyr fremover til enhver tid kunne købes til en fast og fordelagtig pris. Efter fem års leje på uændret lejekontrakt kunne apparatet købes for kun én kr. Nederst på brevet var et "certifikat", der bar kunde-nr., navn, lejekontrakts-nr. og oprettelsesdatoen for kontrakten. Denne sidste dato var imidlertid ikke den dato, hvor forbrugeren havde underskrevet lejekontrakten, men derimod datoen for firma B's overtagelse af forretningen.

Da forbrugeren i begyndelsen af 1995 indfandt sig hos firma B for at købe fjernsynet for én kr., gjorde man i firmaet gældende, at da det ekstraordinære tilbud var afgivet halvandet år efter, at forbrugeren var informeret om firma B's overtagelse af kontrakten, var det overtagelsesdagen, der var udgangspunkt for beregningen af de fem år. Forbrugeren ville derfor først få ret til at købe apparatet for én kr. fem år efter overtagelsen.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at firma B ved brev fremsendt i november 1992 og adresseret til forbrugeren personligt havde fremsat et bindende tilbud om, at forbrugeren måtte købe det lejede apparat for én kr. på betingelse af, at lejeforholdet havde bestået gennem fem år på uændret lejekontrakt.

Forbrugerens lejekontrakt med firma A var oprettet den 4. oktober 1989 og havde således den 4. oktober 1994 bestået uændret i fem år.

I "certifikatet" nederst på brevet med tilbud om at købe apparatet for én kr. havde firma B anført, at lejekontrakten var oprettet den 1. april 1991. Forbrugeren havde imidlertid ikke på denne dato indgået nogen lejekontrakt.

Over for brevets i øvrigt klare tilbud om at kunne købe apparatet for én kr., når lejeforholdet havde bestået uændret gennem fem år, kunne firma B's ensidige ændring af kontraktens oprettelsesdato, hvilket forhold ikke specielt var fremhævet i brevets tekst, ikke tillægges betydning. Forbrugerens krav om at få ejendomsretten over tv-apparatet mod betaling af én kr. havde derfor været berettiget, og forbrugeren var berettiget til at få tilbagebetalt de lejebeløb, hun havde betalt fra kravets fremsættelse. (J.nr. 1995-4012/7-614)

6.2.4. En forbruger købte en CD-video, der i reklamematerialet blev betegnet som "fremtidens film medie". CD-videoen var forældet inden et år efter leveringen, hvilket producenten havde vidst allerede på leveringstidspunktet

En forbruger læste i en reklameavis fra en producent/importør, at man kunne købe en cd-video, der blev betegnet som "fremtidens film medie". Forbrugeren undersøgte, om det var muligt at få film på cd'ere til den omtalte cd-video. Forbrugeren fandt en forretning, der havde et større udvalg i film på cd og købte her den omhandlede cd-video.

Få måneder efter købet blev forbrugeren opmærksom på, at der ikke blev udgivet nye film på cd, tværtimod blev flere af cd'erne trukket tilbage fra forhandlerne.

Forbrugeren rettede henvendelse til producenten/importøren, der oplyste, at udviklingsafdelingen faktisk allerede på det tidspunkt, hvor cd-videoen blev lanceret, var igang med at udvikle et nyt system, der meget snart ville blive markedsført.

Nævnet fandt, at producenten/importøren ved at kalde cd-videoen "fremtidens film medie" havde givet forbrugeren en forventning om, at cd-videoafspilleren kunne bruges mange år frem i tiden. Da det imidlertid måtte lægges til grund, at cd-videoen allerede nu var forældet, fandt nævnet, at cd-videoen var mangelfuld efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 2, jf. nr. 1. Nævnet fandt endvidere, at cd-videoen var mangelfuld efter nr. 4, idet den var forældet indenfor et år efter leveringen, hvorfor den var af anden eller ringere beskaffenhed eller brugbarhed, end den ifølge aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være. Forbrugeren fik således medhold i, at handlen kunne ophæves. (J.nr. 1996-4012/7-135)

6.2.5. Klager ikke erstatningsansvarlig for brud på videokamera, som først konstateredes to dage efter tilbagelevering

En forbruger lejede et videokamera for en 14-dages periode i en radio/tv-forretning. Da perioden var udløbet og forbrugeren ville tilbagelevere kameraet, så han det efter og konstaterede, at det var i orden og afleverede herefter kameraet i radio/tv-forretningen. En ekspedient modtog kameraet og efterså det.

To dage senere blev forbrugeren ringet op af indklagede, som oplyste, at kameraet var ødelagt, og han fandt, at forbrugeren var forpligtet til at betale reparationen. Klageren afviste kravet.

Knap en måned senere blev klageren mødt med et skriftligt erstatningskrav på reparationsbeløbet og indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under sagens behandling oplyste indklagede, at videotasken ved indlevering på slutdatoen af lejemålet kun blev åbnet, og det blev konstateret, at kamera og tilbehør var i tasken.

Derefter blev videotasken sat på indklagedes værksted for klargøring. Da klargøringen skulle finde sted to dage senere, blev det konstateret, at en del af kameraet var flækket med skade på elektronikken til følge. Dette kunne ikke ses ved den blotte konstatering af, at kameraet fysisk lå i kameratasken.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at nævnet på baggrund af klagerens og indklagedes modstridende oplysninger ikke havde mulighed for at afgøre, om skaden på kameraet var indtrådt før eller efter, at

dette blev tilbageleveret i indklagedes varetægt.

Nævnet fandt imidlertid, at indklagede straks ved kameraets modtagelse burde have undersøgt det for eventuelle skader, såfremt indklagede i den anledning ville gøre erstatningskrav gældende og i bekræftende fald med det samme have gjort klageren opmærksom herpå.

Da dette ikke skete, og da indklagede i øvrigt ikke havde løftet bevisbyrden for, at det var klageren, der havde ødelagt kameraet, fandt Forbrugerklagenævnet, at klageren burde fritages for det af indklagede fremsatte krav.

6.3. Computere mv.

6.3.1. Styresystem blev oplyst i forbindelse med pc-salg. Sælger ikke pligt til af egen drift at oplyse om begrænsede anvendelsesmuligheder som følge af det anvendte styresystem

En forbruger købte efter en annonce en multimedie-pc. Af annoncen fremgik, at pc'en blev leveret med styresystemet OS/2 WARP.

Efter købet blev forbrugeren klar over, at han kun i meget begrænset omfang kunne anvende pc'ens multimedie-funktioner, så som afspilning af lyd og billedsekvenser fra cd-rom plader, idet der kun er fremstillet meget få spil og programmer, der understøttes af styresystemet OS/2. Desuden opstod der tillige tekniske problemer med pc'en, ligesom den ikke kunne anvendes sammen med klagerens printer. Da sælgeren efter et længere reklamlationsforløb ikke ville efterkomme forbrugerens krav om ophævelse af købet, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Under sagens behandling afviste sælgeren forbrugerens krav under henvisning til, at det i annoncen var oplyst, at computeren blev leveret med OS/2, og at dette blev diskuteret ved køkets indgåelse. Klageren kan herefter ikke berettiget forvente, at han kan benytte spil og programmer, der anvender et andet styresystem.

Sælgeren bestred endvidere, at man i forbindelse med købet havde lovet forbrugeren, at hans gamle printer ville være fuldt ud anvendelig sammen med den indkøbte pc.

Forbrugerklagenævnet lagde vægt på, at det ved køkets indgåelse var oplyst, at pc'en benyttede styresystemet OS/2. Man fandt på den baggrund ikke, at sælger af egen drift burde have oplyst forbrugeren om, hvilke fordele og ulemper der er ved anvendelse dette styresystem.

Derfor kunne forbrugeren ikke påberåbe sig, at købet hvilede på bristende forudsætninger, fordi det ikke ved køkets indgåelse havde stået ham klart, at der er et begrænset udbud af spil og programmer til OS/2. Da det heller ikke kunne godtgøres, at hans gamle printer fuldt ud kunne anvendes i forbindelse med den nye computer, fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at der kunne gives forbrugeren medhold. (J.nr. 1996-4031/7-136)

6.3.2. Køb af computer med præinstalleret software. Efter mangelsafhjælpning af harddisken var køber berettiget til genopsætning af software

En forbruger købte i maj 1995 en computer med præinstalleret software. Der var 12 måneders garanti på hardware. Efter et halvt år blev computeren indleveret til reparation, fordi harddisken larmede.

Sælger foretog ombytning af harddisken uden omkostninger for køber, men krævede, at køber selv betalte for genopsætning af software, da "der ikke var garanti herpå, ligesom man skriftligt som mundtligt anbefalede, at der blev taget back up."

Nævnet fandt, at da der alene forelå mangler ved hardwaren, var klageren ved ombytning berettiget til at blive stillet som på købstidspunktet, dvs. med installeret software. Nævnet fandt endvidere, at det ikke kunne tillægges betydning, at klageren ikke havde foretaget back up, da dette i salgsmaterialet alene var formuleret som en henstilling.

Nævnet traf derfor afgørelse om, at køberen var berettiget til enten at få foretaget gratis genopsætning af software eller modtage 1.000 kr. i erstatning. (J.nr. 1996-4031/7-264)

6.3.3. Klageren havde købt en pc med pentium processor og fået leveret en såkaldt "Pentium-klasse processor". Hæve på trods af mindre brugerfejl fra klagerens side. Erstatning. Modregning

En forbruger købte på baggrund af en annonce en computer til godt 10.000 kr., der angiveligt var en Pentium 586. Ved anvendelse af software, der kræver Pentium, viste det sig imidlertid, at computeren selv angav at være en 386'er.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at den installerede processor var af fabrikatet NexGen model Nx586-P90 og ikke som anført i markedsføringsmaterialet en Pentium Processor. Da en NexGen-processor har væsentligt ringere anvendelsesmuligheder end en typisk 586-Pentium, fandt nævnet, at der var annonceret med urigtige og vildledende oplysninger, som har haft betydning for klagerens bedømmelse af computeren ved købet. Nævnet fandt, at computeren var behæftet med en væsentlig mangel, hvorfor køberen var berettiget til at hæve købet, jf. købelovens §§ 76, stk. 1 og 78, stk. 1.

Det fremgik dernæst af den sagkyndiges erklæring, at der som følge af en brugerfejl fra klagerens side var sket en mindre skade på computeren. Nævnet fandt dog, at computeren fortsat kunne tilbagegives i væsentligt samme stand, hvorfor klageren ikke som følge af skaden var afskåret fra at hæve købet, jf. købelovens § 57.

Klageren måtte dog erstatte skaden, som modregnedes i klagerens krav på købesummens tilbagebetaling med 450 kr. (J.nr. 1996-4031/7-209)

6.3.4. Køb af laserprinter med prisgaranti. Prisgarantien fortolket imod affatteren. Forbrugeren havde krav på at få udbetalt en konstateret prisforskel

En forbruger købte en farveprinter, der efter sælgerens oplysninger var et kampagnetilbud i forbindelse med en afholdt messe. Samtidig oplyste sælgeren, at forretningen ydede en prisgaranti, der gik ud på, at hvis printeren kunne findes til en lavere pris andre steder, ville prisforskellen blive refunderet inden for en måned efter købet.

Inden for en måned efter købet konstaterede forbrugeren i nogle computerblade, at den pågældende laserprinter kunne købes billigere hos andre forhandlere end hos indklagede. Forbrugeren henvendte sig derfor hos sælgeren for at kræve prisforskellen udbetalt. Sælgeren afviste dog dette, da der ikke var tale om et fuldt identisk tilbud.

Sælgeren oplyste, at prisgarantien ikke gælder, hvis varen kan købes billigere hos andre i forbindelse med fx lagerudsalg, parallelimport eller hvis der er tale om salg under specielle vilkår samt for varer under 1.000 kr. Da de tilbud, som forbrugeren henviste til, enten var printere, der var parallelimporteret, eller hvor prisen var blevet manipuleret, afviste sælgeren, at prisgarantien var gældende.

Nævnet lagde til grund, at forbrugeren havde købt en farveprinter, at hun i forbindelse med købet mundtligt havde fået oplyst, at sælgeren havde en prisgaranti, der var gældende i en måned. Nævnet lagde endvidere til grund, at annoncerne for tre andre forhandlere i et datatidsskrift vedrørte samme type og model printer, hvorfor forbrugeren havde sandsynliggjort, at hun hos disse forhandlere kunne købe printeren til en lavere pris. Nævnet fandt det efter det oplyste ikke med tilstrækkelig sikkerhed sandsynliggjort, at det af forhandleren i sagen fremlagte salgsblad med det nærmere indhold af prisgarantien, var blevet udleveret til klageren ved købet. Efter nævnets opfattelse påhviler det en erhvervsdrivende, der har ydet en prisgaranti, at godtgøre, når forbrugeren ønsker at gøre prisgarantien gældende, at den billigere pris for sammenligningsvaren er forårsaget af forhold, som ikke er omfattet af prisgarantien. Under hensyn til, at nævnet ikke fandt det godtgjort, at forbrugeren havde været gjort bekendt med undtagelserne i prisgarantien og til, at sælgeren ikke med tilstrækkelig sikkerhed havde sandsynliggjort, at de printere, som forbrugeren havde foretaget sammenligning med, skulle være undtaget fra prisgarantien, fx på grund af parallelimport, fandt nævnet derfor, at forbrugeren havde krav på at få udbetalt prisforskellen i henhold til den ydede prisgaranti. (J.nr. 1996-4031/7-31)

6.3.5. Køb af skrivemaskine med slettetast. Købet ophævet da slettefunktion kun vanskeligt kunne benyttes

En forbruger købte en elektrisk skrivemaskine med slettetast. Efter købet konstaterede hun, at det var meget vanskeligt at benytte tasten, idet man ikke kunne se, hvad man skrev, før man skiftede linie, og da det efter et lineskift næsten var umuligt at gå tilbage til fejlen. Forbrugeren reklamerede til sælgeren og bad om at få købet ophævet. Da sælgeren nægtede dette, indgav forbrugeren klage til Forbrugerklagenævnet.

Til nævnet oplyste sælgeren, at man ikke fandt, at der var en fejl ved maskinen, der i øvrigt var solgt i

over 20.000 eksemplarer. Forbrugerens problemer måtte tilskrives manglende erfaring og vilje til at lære maskinen at kende.

En sagkyndig, der fik maskinen til undersøgelse, oplyste, at maskinens slettefunktion kunne benyttes, men at maskinen efter hans opfattelse var konstrueret uhensigtsmæssigt, såfremt man ikke straks opdagede skrivefejlen og rettede den.

Forbrugerklagenævnet fandt på baggrund af den sagkyndige undersøgelse og en besigtigelse af maskinen, at det som anført af forbrugeren er særdeles vanskeligt at anvende slettefunktionen i overensstemmelse med hensigten. Nævnet fandt, at dette udgjorde en væsentlig mangel ved maskinen, hvorfor forbrugeren var berettiget til at kræve købet ophævet. (J.nr. 1994-4032/7-32)

6.4. Anden elektronik

6.4.1. Abonnement på tyverialarm. Vilkår i standardkontrakt fortolket til skade for affatteren

En forbruger havde i slutningen af 1989 indgået aftale med et alarmselskab om installation af en tyverialarm med 24 timers døgnservice inkl. udrykning, vedligeholdelse af sikringssystemet, fejlretning samt udskiftning af slidte eller defekte dele. Forbrugeren betalte 4.882 kr. for oprettelsen samt en kvartalsvis abonnementsafgift på 627,15 kr.

I september 1994 forlod forbrugeren sit hjem for at tage på en uges ferie. Da han kom tilbage fra ferien, fandt han en seddel fra alarmselskabet, hvoraf det fremgik, at en montør i ferieperioden havde aflagt hjemmet besøg en aften kl. 23.30. Montøren havde slået HFI-relæet til. Det var antageligt slået fra på grund af tordenvejr. Huset var opført i 1977, hvorfor der ikke var tale om gamle installationer.

Forbrugeren modtog en regning på 1.645,24 kr. for montørbesøget og indgav herefter klage til Forbrugerklagenævnet, idet han fandt regningen uacceptabel, specielt da alarmselskabets ydelse alene havde bestået i at slå et HFI-relæ til.

Alarmselskabet henviste til abonnementsbetingelserne i standardkontrakten.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at ingen af de dokumenter, heller ikke indklagedes almindelige abonnementsbetingelser, som lå til grund for kontraktsforholdet, indeholdt bestemmelser, som klart og utvetydigt havde taget stilling til den situation, der havde foreligget i sagen, nemlig at strømforsyningen til alarmsystemet havde svigtet, fordi et HFI-relæ slog fra. Specielt var der ingen af bestemmelserne vedrørende vedligeholdelse af alarmsystemet, der var dækkende for situationen. Under disse omstændigheder havde selskabet, som havde affattet standardvilkårene og derfor måtte bære risikoen for uklarheder i dem, ikke været berettiget til at afkræve forbrugeren vederlag for montørbesøget og måtte derfor tilbagebetale dette til forbrugeren. (J.nr. 1996-361/7-1)

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

6.6. Tekstiler og skind

6.6.1. Gardinkøb. En forbruger afviste uberettiget sælgers tilbud om afhjælpning efter, at gardinerne var krympet i vask. Erstatning

En forbrugers gardiner var krympet 3% i forbindelse med en vaskebehandling.

I henhold til de normer, der er almindeligvis lægges til grund, accepteres en krympning på gardiner på 1%. Større krympninger skal der gives oplysning om i forbindelse med købet, eller der skal tages højde for disse ved syningen, normalt ved, at der laves et krympelæg. Da forbrugeren havde bestridt, at hun ved købet havde fået oplysning om en krympning på 2-3%, måtte det påhvile sælgeren at godtgøre, at han ved købet havde oplyst forbrugeren om den større krympning. Da påstand stod mod påstand, havde sælgeren ikke løftet denne bevisbyrde, og nævnet lagde derfor til grund, at gardinerne ved købet var behæftet med en mangel.

Parterne var enige om, at sælgeren ved forbrugerens reklamation havde tilbudt afhjælpning i form af en nedlægning uden beregning, og at forbrugeren havde afvist denne afhjælpning. Da sælgeren efter købelovens § 79 havde ret til at forsøge afhjælpning, og da det fremgik af den sagkyndiges erklæring, at afhjælpning kunne være sket med tilfredsstillende resultat, fandt nævnet, at forbrugeren uberettiget havde afvist sælgerens tilbud om afhjælpning. Forbrugeren havde som følge heraf, i medfør af købelovens § 79, mistet adgangen til at hæve købet, kræve forholdsmæssigt afslag eller omlevering.

Forbrugeren havde imidlertid fortsat et krav om erstatning, såfremt der kunne fastslås et ansvarsgrundlag for sælgeren, og forbrugeren kunne godtgøre et tab, som kunne kræves erstattet. Nævnet bemærkede i forbindelse hermed, at forbrugeren havde haft pligt til at medvirke til at begrænse sælgerens tab mest muligt.

Det måtte antages, at sælgeren ved gardinkøbet havde kunne vælge, fra hvilke stofruller stoffet til gardinerne skulle tages, og der forelå derfor et artsbestemt køb. Der var som følge heraf et ansvarsgrundlag for sælgeren, jf. købelovens § 80, stk. 2, jf. § 43, stk. 3.

Forbrugeren havde endvidere lidt et tab som følge af gardinernes krympning. Ved opgørelsen af tabet fandt nævnet imidlertid, at der måtte henses til, at forbrugeren ikke havde tilladt sælgeren at forsøge afhjælpning, og at forbrugeren derfor havde tilsidesat sin pligt til at medvirke til at begrænse tabet i anledning af manglen. Nævnet fandt på den baggrund, at erstatningen til forbrugeren burde begrænses til, hvad sælgeren sparede ved ikke at skulle foretage afhjælpning. Erstatningen blev herefter skønsmæssigt fastsat til 500 kr. (J.nr. 1996-662/7-5)

6.6.2. Rensning af gardiner. Lim fra gardinbåndene trængte igennem stoffet. Erstatning

En forbruger havde indleveret tre fag foldegardiner til rensning. Ved rensningen var lim fra gardinbåndene trængt gennem stoffet, hvilket havde givet misfarvninger.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at limen var slået igennem flere steder, således at der var fremkommet gullige striber på gardinets retside. Årsagen hertil var efter den sagkyndiges opfattelse, at limen var gået i opløsning under rensbehandlingen. Presningen efter rensningen var muligvis en medvirkende årsag til skaden.

De sagkyndige udtalte, at det først i de senere år er blevet almindeligt at foretage limning af gardiner. Det var derfor de sagkyndiges opfattelse, at en renser ikke burde være opmærksom på, at en sådan skade kunne indtræde.

Fire nævnsmedlemmer fandt på baggrund af den sagkyndiges udtalelse ikke, at renseriet kunne bebrejdes, at det ikke var opmærksomt på, at gardinerne kunne lide skade.

Et nævnsmedlem fandt, at renseren burde have været opmærksom på, at gardinerne var limet og at en skade kunne ske ved en rensproces. Dette nævnsmedlem stemte derfor for at tilkende klageren en erstatning for de ødelagte gardiner. (J.nr. 1995-662/7-114)

6.6.3. Manglende regntæthed ved skijakke, der var solgt med oplysning om at være 100% vind- og vandtæt

En forbruger købte den 24. marts 1994 en skijakke, og af salgsmaterialet fremgik det, at jakken var 100% vind- og vandtæt. Ca. en måned efter blev jakken byttet, idet skulder- og remsømme ikke var vandtætte. Jakken kostede 2.799 kr.

Den ombyttede jakke kunne heller ikke leve op til de lovede egenskaber, idet brystlommer og for blev vådt, når jakken blev brugt i regnvejr og i modvind. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, der sendte jakken til fabrikanten, der dog afviste reklamationen. Sælgeren tilbød herefter at sy en skade ved lynlåsen, men afviste ombytning eller dekort.

Jakken blev undersøgt på Dansk Teknologisk Institut.

Instituttet foretog et forsøg, hvor jakken blev udsat for simuleret regnpåvirkning. Det kunne konstateres, at jakken blev våd indvendig i foret dels ved underkanten af begge brystlommer, dels på forstykket ved venstre ærmegab, dels øverst midt på ryggen og dels på den nederste del på både forstykker og ryg. Instituttet fandt på baggrund af forsøget, at jakken ikke var regntæt, og bemærkede afslutningsvis, at det var tænkeligt, at der under samtidig regn- og vindpåvirkning i praksis kunne være vejrforhold der medførte, at jakken kunne blive våd andre steder end konstateret ved det orienterende forsøg.

Forbrugerklagenævnet fandt, at sportsjakken ikke kunne betegnes som regntæt, og da denne egenskab, der var tilsikret i henhold til salgsmaterialet, og som lovet klageren ved købet, ikke kunne anses at være til stede, var jakken behæftet med en væsentlig mangel, der berettigede klageren til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. (J.nr. 1996-615/7-8)

6.6.4. Afhjælpning af en mangel ved forbrugers løbebukser tog for lang tid

En forbruger købte en løbedragt på udsalg i december måned 1994. I marts måned 1995 gik sømmen op på det ene bukseben, og umiddelbart efter indleverede forbrugeren bukserne til reparation hos sælgeren. Sælgeren modtog reklamationen og forbrugeren fik at vide, at hun kunne afhente bukserne en uge efter. Bukserne var imidlertid ikke færdige og i perioden fra 18. marts til 18. april 1995 henvendte forbrugeren sig til sælgeren et par gange ugentligt.

Forbrugeren gav herefter sælgeren en frist på syv dage til at aflevere bukserne, det ville sige, at bukserne skulle være til afhentning den 2. maj 1995. Det var de ikke, men den 5. maj 1995 meddelte sælgeren, at nu var bukserne færdige.

Nævnet fandt, at sælgeren, der efter reglerne i købeloven § 79 har en afhjælpningsret, forudsat at afhjælpning sker inden rimelig tid og uden væsentlig ulempe for forbrugeren, ikke havde opfyldt betingelserne, og at forbrugeren herefter var berettiget til at hæve købet for løbedragten, jf. princippet i købelovens § 78, stk. 3. (J.nr. 1996-612/7-7)

6.6.5. Modstridende oplysninger om fortrydelsesret på kassebon

En forbruger havde købt en habit i den tro, at der var tale om 100% uld, idet han ved købet havde spurgt efter en habit i 100% uld. Da det viste sig, at habitten bestod af 63% rayon, henvendte forbrugeren sig tre dage senere i forretningen for at få pengene tilbage.

Den ved købet udstedte kvittering havde følgende fortrykte tekst: "Alle reklamationer og ombytninger bedes meddelt inden fem dage fra salgsdato". Kvitteringen var samtidig påstemplet "Varer byttes ikke og tages ikke retur".

Sælgeren forklarede, at kunden i forbindelse med prøvning af en habit havde spurgt, om den var i 100% uld, hvilket blev bekræftet. Kunden ønskede imidlertid ikke denne habit og fik derfor forevist en anden habit, som kunden købte. Der blev ikke i forbindelse med denne habit spurgt, om den var i 100% uld.

Efter parternes modstridende oplysninger fandt nævnet det ikke muligt at bevise, om klageren havde haft en berettiget forventning om, at habitten var i 100% uld, og spørgsmålet fandtes derfor uegnet til behandling i nævnet.

Nævnet udtalte endvidere, at kasseprinterens tekst fremstod som det specielle vilkår, der gjaldt under ophørsudsalget, og derved gik forud for den tekst, der var fortrykt på bonen. Klageren fik herefter ikke medhold i det fremsatte krav. (J.nr. 1996-612/7-64)

6.6.6. "Mink"pels solgt under forkert betegnelse

En forbruger købte under udsalg en brugt pels til 2.000 kr. Kort tid efter blev hun klar over, at pelsen ikke som anført på kvitteringen var mink, men derimod gråværk.

Sælgeren afviste at tage pelsen tilbage under henvisning til, at kunden burde have været klar over, at der ikke var tale om ægte mink.

Nævnet udtalte, at da pelsen er solgt som værende en minkpels, forelå der i medfør af købelovens § 76, stk. 1, nr. 1, en mangel. Da manglen måtte anses for væsentlig, var klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. (J.nr. 1996-634/7-3)

6.6.7. Bestilling af skræddersyet tøj hos et thailandsk firma. Aftalen blev indgået i en dansk frisørsalon, hvor forbrugeren blev kontaktet af repræsentanter fra firmaet. Betalingen skete ved brug af et internationalt betalingskort

Under et besøg hos sin frisør bestilte en forbruger noget tøj, der skulle syes efter mål. Frisøren havde arrangeret et møde med to repræsentanter fra et thailandsk firma, som tog imod bestillingen. Betalingen skete ved brug af forbrugers internationale betalingskort.

Få dage senere afbestilte forbrugeren ordren, idet hun havde fortrudt købet. Hun ringede samtidig til den danske kortudsteder for at stoppe betalingstransaktionen. Efter en undersøgelse af sagen havde betalingskortudstederen imidlertid overført beløbet til forretningen.

Som aftalen var indgået, kunne forbrugeren efter retsplejelovens bestemmelser anlægge sag om tvisten i Danmark, og Forbrugerklagenævnet var derfor kompetent til at behandle en klage mod den thailandske sælger. Spørgsmålet var, om der forelå et kreditkøb med kortudstederen som kreditgiver,

jf. kreditaftalelovens § 5, nr. 2. Efter bestemmelserne i kreditaftalelovens § 33, stk. 1 og 2, kan forbrugeren i de tilfælde, der er nævnt i § 5, nr. 2, gøre de samme indsigelser og pengekrav på grundlag af købet gældende overfor kreditgiveren som overfor sælgeren. Der var derfor endvidere grundlag for at medindklage den danske kortudsteder i sagen.

Da aftalen var indgået udenfor sælgerens faste forretningssted (i frisørsalonen), havde forbrugeren efter bestemmelserne i lov om visse forbrugeraftaler haft ret til at fortryde aftalen. Aftalen var i øvrigt slet ikke bindende for forbrugeren, fordi sælgeren ikke havde opfyldt sin pligt til at give skriftlig oplysning om fortrydelsesretten.

Under behandlingen af klagesagen i Forbrugerklagenævnet tilbageførte kortudstederen det omstridte beløb, og sagen fik derfor en forligsmæssig afslutning.

Det bemærkes, at udstederne af de internationale betalingskort ikke mener, at disse kort kan anses for at være egentlige kreditkort og dermed omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2.

Forbrugerombudsmanden har forgæves forhandlet med de internationale kortudstedere om dette spørgsmål, der endnu ikke er endeligt afklaret. (J.nr. 1995-211/8-106 og J.nr. 1995-612/7-73)

Spørgsmålet er behandlet i Juridisk Årbog 1993/94, side 89.

6.6.8. Frakke, indleveret til rensning, falmet under langvarig opbevaring i renseriet. Erstatning. Egen skyld

En forbruger indleverede en uldfrakke til rensning. Frakkens nypris var oplyst til 2.995 kr. Fire en halv måned senere mødte forbrugeren op på renseriet for at afhente frakken. Frakken var på dette tidspunkt falmet i hele højre side, og forbrugeren mente, at falmningen var opstået ved, at frakken havde hængt i direkte sollys.

Rensriet afviste ikke dette, men henviste til, at man ingen muligheder havde for at opbevare garderobe i så lang tid på forsvarlig vis.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige konstaterede ved en besigtigelse af frakken, at de falmede områders udseende er typiske for falmninger opstået ved lyspåvirkning, mens tøjet har hængt. Frakken bar i øvrigt ikke præg af brugsfalmning. Nævnet lagde dette til grund for afgørelsen.

Nævnet fandt ikke, at tidsforløbet på fire en halv måned fra indleveringen til afhentningen af frakken medførte, at renseriets forpligtelse til at opbevare frakken på forsvarlig vis var bortfaldet. Nævnet fandt derfor, at renseriet havde handlet ansvarspådragende ved at opbevare frakken under omstændigheder, hvor den konstaterede falmning havde kunnet indtræde.

Imidlertid fandt nævnet, at forbrugeren havde udvist egen skyld ved først at afhente frakken efter fire en halv måned. Nævnet lagde derved vægt på, at forbrugeren, som ikke havde nogen aftale med renseriet om, at dette skulle opbevare frakken i længere tid, måtte have været klar over risikoen for, at frakken kunne blive opbevaret under forhold, som ikke tog sigte på en langstidsopbevaring.

Under hensyn til frakkens alder, som på tidspunktet for indleveringen var ni måneder, og den af forbrugeren udviste egen skyld, fastsatte nævnet skønsmæssigt den erstatning, som renseriet skulle betale, til 1.000 kr. (J.nr. 1996-615/7-64).

6.6.9. Køb af vinterfrakke. Frakken blev misfarvet ved salt- og sjappåvirkning. Ophævelse af handlen

En forbruger købte i november 1995 en vinterfrakke. Efter et par måneders brug konstaterede forbrugeren, at der var kommet flere affarvede områder på frakken, hvorfor der blev reklameret til sælgeren.

Sælgeren oplyste, at det kunne være, at luven havde lagt sig og tilbød at dampe frakken op. Dampningen hjalp imidlertid ikke, og reklamationen blev herefter afvist med henvisning til, at pletterne måtte være opstået ved brugspåvirkning.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, og den sagkyndige kunne konstatere, at der skete en farveændring i stoffet, når stoffet blev gjort fugtigt med vand og pådryset lidt salt. Farveændringen svarede i nuance til de misfarvninger, der reklameredes over. Den sagkyndige oplyste endvidere, at denne type skade erfaringsmæssigt ses på bomuld eller bomuld/polyesterfrakker, men også undertiden for visse uldfrakker i visse indfarvninger.

På baggrund heraf fandt nævnet, at farveændringen kunne henføres til saltpåvirkning fra sne eller sjap. Nævnet fandt, at en vinterfrakke almindeligvis bør kunne tåle en vis salt- eller sjappåvirkning. Frakken var behæftet med en væsentlig mangel, der berettigede klageren til at hæve købet (J.nr. 1996-615/7-76)

6.6.10. Fix-køb af jakkesæt. Forsinkelse. Erstatning

En forbruger bestilte den 26. august 1995 et jakkesæt i en herreekviperingsforretning og gjorde ved bestillingen opmærksom på, at det skulle bruges ved hans bryllup den 16. september. Prisen for sættet var 3.700 kr. Jakkesættet ville være klar den 5. september. Den 6. september var jakkesættet endnu ikke hjemkommet, men forbrugeren blev forsikret om, at det ville være der senest den 12. september. Forbrugeren gjorde igen opmærksom på, at jakkesættet skulle bruges til hans bryllup den 16. Den 13. september fik forbrugeren at vide, at det først ville være muligt at levere jakkesættet den 21. september. Da forbrugeren igen gjorde opmærksom på, at han skulle bruge jakkesættet til sit bryllup, undersøgte den erhvervsdrivende, hvor man kunne få et tilsvarende sæt, og oplyste forbrugeren om navn og adresse på denne forretning.

Det pågældende jakkesæt viste sig at koste 5.999 kr. Efter at have orienteret den erhvervsdrivende herom, købte forbrugeren dette jakkesæt og krævede, at den erhvervsdrivende dækkede prisdifferencen mellem de to sæt.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugers krav, idet han bestred, at et køb var aftalt.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at der den 26. august var indgået aftale om køb med aftalt levering og betaling den 5. september. Nævnet lagde videre til grund, at forbrugeren havde betinget sig levering nøjagtig til det aftalte tidspunkt, og at han ved købet oplyste, at han skulle benytte jakkesættet ved sit bryllup, hvilket blev gentaget ved to senere lejligheder. Nævnet fandt på denne baggrund, at klagerens ophævelse af købe-kontrakten på baggrund af den indtrådte forsinkelse med leveringen havde været berettiget. Den erhvervsdrivende fandtes endvidere forpligtet til at betale en erstatning, som skønsmæssigt blev fastsat til 1.300 kr. (J.nr. 1996-612/7-38).

6.6.11. Gummijakke tålte ikke rensning

En forbruger klagede over, at en gummijakke var blevet stiv og var krympet efter rensning på møntrenseri. Jakken havde ingen isyet behandlingsanvisning.

Sælgeren afviste reklamationen under henvisning til, at enhver ved, at gummi ikke kan renses.

Efter en besigtigelse af jakken udtalte nævnets sagkyndige, at jakkens plastbelagte ydermateriale ikke havde tålt en almindelige rensbehandling.

Nævnet fandt, at klageren med rette kunne gå ud fra, at jakken tålte en almindelig rensbehandling, når en sådan behandling ikke specielt var frarådet. Klageren var derfor berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. (J.nr. 1996-634/7-14)

6.6.12. Lammeskind var værdiløse efter garvning, idet røde misfarvninger, stammende fra opmærkning af dyrene, ikke forsvandt i forbindelse med garvningen

En forbruger havde sendt to lammeskind til garvning. Skindene havde røde mærker stammende fra opmærkning af dyrene. Forbrugeren havde troet, at mærkerne ville forsvinde ved garvningen, hvilket imidlertid viste sig ikke at være tilfældet. Da lammeskindene, som skulle bruges til dekorationsformål, var værdiløse, krævede forbrugeren det betalte vederlag for garvningen på 781,25 kr. tilbage.

Den erhvervsdrivende oplyste, at man anbefaler kunderne, at de ikke bruger transparente farver eller lignende, idet farverne ikke kan fjernes bagefter.

Nævnet lagde til grund, at det af varemodtagelsesordren fremgik, at indklagede ved modtagelsen havde bemærket, at skindene var mærket med rød farve. Da indklagede var bekendt med, at farven ikke ville gå af i forbindelse med garvningen, fandt nævnet, at han burde have undladt at foretage garvning og samtidig frarådet klageren at lade skindene garve. Indklagede havde herefter ikke krav på vederlag for den udførte garvning. (J.nr. 1996-631/7-2)

6.7. Fodtøj

6.7.1. Reklamationer over mangler ved en vare skal fremsættes over for sælgeren af varen og ikke over for fabrikanten

En forbruger fra Jylland købte et par Ecco track Gore-tex støvler på Sjælland. Et par måneder efter købet faldt der en hægte af den ene støvle, og på grund af den geografiske afstand rettede forbrugeren henvendelse til fabrikanten af støvlerne. Fabrikanten henviste forbrugeren til en forhandler, der var nærmest forbrugers bopæl.

Forbrugeren henvendte sig til den pågældende forretning og fremsatte reklamationen, men blev dog afvist, idet støvlerne ikke var købt i forretningen. Da forbrugeren herefter henviste til samtalen med fabrikanten, lovede forretningen at støvlerne vil blive sendt til en skomager, der ville vurdere om hæften kunne fæstnes, eller om støvlerne skulle sendes til fabrikanten. Forbrugeren modtog støvlerne i repareret stand og opdagede, at reparationen havde forårsaget, at støvlerne ikke mere var 100% vandtætte, idet Gore-tex membranen var gennemsyret og dermed ødelagt.

Klageren reklamerede til den forretning, der havde foranlediget reparationen, men reklamationen blev afvist med den begrundelse, at støvlerne ikke var købt der.

Støvlerne var blevet forsynet med en hægte, der var fastsyet således, at Gore-tex membranen var gennembrudt, hvilket indebar, at støvlen ikke mere var vandtæt. Det var dog under ingen omstændigheder muligt at forsyne støvlerne med en ny hægte.

Nævnet fandt, at det forhold, at hæften var faldet af, måtte tilskrives en fabrikationsfejl, der ikke lod sig afhjælpe. Som følge heraf havde reparationen ikke påført støvlen en yderligere værdiforringelse. Reklamation over mangler ved støvlerne burde have været fremsat overfor sælgeren i medfør af købelovens § 78, stk. 1, og kravet skulle være gjort gældende inden rimelig tid og inden et år efter leveringen jf. købelovens §§ 81 og 83, hvilket ikke var sket.

Nævnet fandt ikke, at der er et aftalegrundlag mellem forbrugeren og fabrikanten, og kun såfremt forbrugeren kan godtgøre, at fabrikanten havde påtaget sig særlige forpligtelser over for forbrugeren eller har handlet ansvarspådragende, kan han gøre krav gældende mod fabrikanten.

Nævnet kunne ikke give forbrugeren medhold i klagen mod den forretning, der foranledigede støvlerne repareret, da det ikke er godtgjort, at forretningen har begået en fejl, der har påført klageren et tab. (J.nr. 1995-62/7-403)

6.7.2. Reparation af et par Gore-tex vandrestøvler. Erstatningsansvar

En forbruger købte i juni måned 1994 et par gore-tex vandrestøvler i Norge. Gore-tex membranen sikrer, at støvlerne er vind- og vandtætte.

I juli måned 1995 opdagede forbrugeren, at en tråd havde løsnet sig fem-seks sting øverst på støvleskaftet. En skomager vurderede, at støvlerne kunne repareres.

Midt i august måned 1995 opdagede forbrugeren, at støvlerne ikke længere var vandtætte, idet Gore-tex membranen var perforeret på grund af skomagerens gennemsyning. Forbrugeren reklamerede til skomageren, der afviste reklamationen med den begrundelse, at en gennemsyning af membranen så højt oppe på støvlen ikke kunne forringe støvlernes vandtæthed, ligesom man ikke kunne forvente at skomagere kendte til materialet Gore-tex.

Støvlerne var købt for mere end et år siden. Forbrugeren kunne derfor ikke reklamere til sælgeren. Forbrugeren havde derfor henvendt sig til en skomager for at få en reparationsvurdering. Forbrugeren er senere blevet opmærksom på, at en sådan reparation skulle have været udført ved en klæbning.

Sagen blev overgivet til Forbrugerklagenævnet og nævnet foretog et orienterende forsøg med støvlerne, hvor disse i en halv time blev sat i vand til midt på støvlen. Det viste sig, at den reparerede støvle i modsætning til den ikke reparerede støvle blev fugtig indvendig. Samtidig oplyste nævnets sagkyndige, at støvlen kunne være repareret tilfredsstillende ved en klæbning. Nævnet fandt på denne baggrund, at støvlens vandtætte evne var blevet beskadiget i forbindelse med reparationen.

Nævnet bemærkede, at det forhold, at syningen var gået op, enten måtte tilskrives en fabrikationsfejl eller en uheldig brugspåvirkning, men nævnet fandt, at skomageren havde begået en fagmæssig fejl ved at sy i en støvle med Gore-tex membran og dermed var erstatningsansvarlig over for forbrugeren. Erstatningen blev fastsat til 300 kr., idet der blev taget hensyn til, at støvlerne var beskadiget i forvejen og at støvlernes brugsegenskaber kun var forringet i mindre omfang. (J.nr. 1996-62/7-11)

6.7.3. Afbrydelse af købelovens et-års frist, jf. § 83

En forbruger købte i oktober måned 1993 et par støvler. Støvlerne blev markedsført som vandtætte.

Det viste sig imidlertid, at støvlerne ikke var vandtætte, og i november måned 1993 blev støvlerne ombyttet.

Et år efter købet blev støvlerne ombyttet på grund af en defekt hægte, men de sidst udleverede støvler viste sig at være utætte og forbrugeren reklamerede herover til sælgeren den 23. februar 1995. Sælgeren videresendte reklamationen til importøren, der den 1. marts 1995 afviste sagen med den begrundelse, at garantiperioden på et år var udløbet.

Nævnet bemærkede, at den første reklamation over støvlernes manglende vandtæthed fandt sted inden et år efter købet i oktober 1993. Reklamationen i februar 1995 vedrørte samme mangel. Nævnet fandt herefter ikke, at købelovens § 83 var til hinder for, at klageren senere kunne gøre mangelskrav gældende vedrørende samme mangel. (J.nr. 1995-62/7-426)

6.7.4. Sælgerens loyale oplysningspligt. "Vinterstøvlerne" var bundet således, at fugt trængte hurtigere ind end acceptabelt

En forbruger købte i januar måned 1996 et par sorte ruskindsstøvler med gummisåler. En uge efter købet blev forbrugeren dog klar over, at støvlerne blev fugtige indvendig, da de tog vand ind ved almindeligt fugtigt vejr.

Forbrugeren reklamerede til sælgeren, der afviste reklamationen og oplyste, at støvlerne var produceret med en "stich out" konstruktion. Støvlerne var ikke beregnet til brug i vådt vinterføre.

Forbrugeren havde grundigt imprægneret støvlerne inden ibrugtagning, men alligevel løb vandet ind i støvlerne. Forbrugeren fandt, at man havde en berettiget forventning om, at en støvle kan bruges udendørs. I modsat fald burde sælgeren have orienteret om støvlernes begrænsede brug.

Ved den sagkyndige besigtigelse i Forbrugerstyrelsen konstateredes det, at der var tale om en enkelt fremstillet støvle med lidt grovere look, og med en bundingsmetode man kender fra "ørkenstøvlerne". Denne bundingsmetode fungerer således, at kanterne er vendt ud, dvs. at både kanten af overlæderet, foret og bindsålen ligger åbent og dermed kan suge fugtighed. På grund af bundingen er denne type støvler lidt mere modtagelig for fugt end andre støvler.

Forbrugerklagenævnet fandt, at støvlerne fremtrådte som et par robuste vinterstøvler, og at forbrugeren ikke kunne forventes at forudse, at støvlerne havde en begrænset brugsegenskab på grund af bundingen. Forbrugerklagenævnet fandt det ikke tilstrækkeligt godtgjort, at sælgeren havde oplyst forbrugeren om de begrænsede egenskaber og nævnet fandt herefter, at støvlerne var behæftet med en væsentlig mangel, der berettigede forbrugeren til at hæve købet. (J.nr. 1996-62/7-5)

6.8. Møbler

6.8.1. Finansiering af køb af en seng. Finansieringen var betegnet som en "månedskonto" men blev administreret som et fast lån med længerevarende kredit. Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at der reelt havde foreligget et køb på kredit i henhold til den dagældende kreditkøbslovs § 1, stk. 1, nr. 2, (idag kreditaftalelovens § 5, nr. 2)

I juni måned 1990 købte forbrugeren en seng til 4.000 kr. Da hun ikke havde råd til at betale sengen kontant, ordnede forretningen en finansiering gennem et finansieringsselskab. Låneansøgningen angik en "månedskonto", der ifølge selskabets betingelser skal betales helt ud hver måned. Der var ansøgt om et "kreditbeløb" på 4.000 kr. Forretningen havde stemplet ansøgningen med angivelse af butiksnummer.

Aftalen om månedskontoen blev imidlertid administreret som et fast lån med længerevarende kredit. Da forbrugeren efter næsten tre år havde betalt op mod 5.000 kr. og stadig skyldte godt 3.000 kr., ophørte hun med at betale yderligere.

Under sagens behandling oplyste finansieringsselskabet, at forbrugerens ansøgning blev bevilget som en "månedskonto". Nogle dage senere fik hun kontoen overført til et lån, således at gælden kunne afvikles med 200 kr. pr. måned. Selskabet indsendte en fortrykt begæring om overførsel af en månedskonto til et lån, som forbrugeren havde underskrevet.

Forbrugeren oplyste, at hun ved købet af sengen ikke havde økonomisk mulighed for at betale mere end 200 kr. om måneden, hvilket blev aftalt med sælgeren i forretningen. Kort tid efter blev hun kontaktet af forretningen, der oplyste, at papirerne skulle laves om. Hun vidste ikke, hvad der var galt.

På denne baggrund lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at låneaftalen alene blev indgået med henblik på at finansiere købet af sengen, og der ikke var tale om et kontokøb, men et såkaldt lånekøb med et fast lånebeløb. Nævnet lagde endvidere til grund, at låneaftalen reelt blev indgået for længere tid, selv om den oprindelige aftale vedrørte en "månedskonto". Nævnet bemærkede i denne forbindelse, at det havde formodningen imod sig, at forbrugeren, der i den oprindelige låneansøgning havde oplyst, at hun var pensionist med en årsindtægt før skat på mellem 45.000 og 90.000 kr., skulle være i stand til at indfri hele lånet allerede efter en måned.

Da der således reelt var tale om et lånekøb med en længerevarende kredittid, havde sælgeren ved aftalens indgåelse haft pligt til at give klageren de oplysninger, som fremgår af kreditkøbslovens § 8 (idag kreditaftalelovens § 9). Da forbrugeren ikke havde modtaget disse oplysninger, skulle hun højst betale kontantprisen samt en årlige rente af den til enhver tid værende restgæld, der svarer til Nationalbankens diskonto med tillæg på 5%, jf. herved kreditkøbslovens § 38, stk. 1 (idag kreditaftalelovens § 23, 1).

Selskabets krav opgjort efter kreditkøbslovens § 38, stk. 1, lå så tæt på forbrugers betaling, at sagen blev afgjort således, at forbrugeren blev fritaget for at betale yderligere til finansieringsselskabet. (J.nr. 1996-2012/7-1)

6.8.2. Udskiftning af ledningerne i en ældre seks-armet lysekrone. Klageren fik ikke medhold i, at regningen for arbejdet var urimelig høj

En forbruger bestilte udskiftning af ledningerne i en seks-armet lysekrone fra omkring 1930. Ved bestillingen blev prisen for arbejdet ikke diskuteret. Efter udskiftning modtog forbrugeren en regning på 2.298 kr., som han fandt urimelig. Forbrugeren mente ikke, at elektrikerens uden en forudgående aftale kunne belaste lampen, hvis værdi var ca. 200 kr., med et reparationsvederlag af denne størrelse. Forbrugeren gik endvidere ud fra, at en fagmand kunne udføre arbejdet på en time.

Ifølge en sagkyndig erklæring kunne de beregnede timer for udskiftning af ledningerne meget vel være korrekt. Glider arbejdet smertefrit, ville det kunne gøres på fire svendetimer; men der kan ofte være problemer med at få de gamle ledninger ud og de nye ind i armene. Ældre tiders ledninger kan sidde så fast, at ledningstrådene knækker, således at isolationen bliver siddende i armene som en prop. Den sagkyndige oplyste, at tilsvarende lamper kan findes billigt på et loppemarked (4-500 kr.) eller dyrere (1-2.000 kr.) i en antikvitetsforretning. De gamle ledninger i disse lamper vil imidlertid sandsynligvis ikke være udskiftet. De billige lamper er ofte defekte, idet den tidligere ejer forgæves har forsøgt at skifte ledningerne.

Nævnet fandt ikke anledning til at nedsætte vederlaget for det udførte arbejde. Nævnet lagde vægt på, at arbejdet var bestilt som et regningsarbejde uden anmodning om prisoverslag eller maksimumpris. Nævnet lagde endvidere vægt på, at en ældre lampes værdi for ejeren ofte ikke alene er af økonomisk betydning, samt at arbejdet under alle omstændigheder havde tilført lampen merværdi. Nævnet fandt dog, at regningen, der var belastet med en times arbejde for to mænd til udbringning og ophængning, skulle nedsættes på dette punkt, fordi elektrikerens ikke havde givet forbrugeren lejlighed til selv at hente lampen efter reparationen. (J.nr. 1994-67/7-44)

6.8.3. Ombetrækning af sofa. Krav om erstatning. Klageren var berettiget til at afvise indklagedes tilbud om afhjælpning

En forbruger indgik aftale med en erhvervsdrivende om ompolstring af en sofa. Da forbrugeren modtog sofaen retur fandt hun imidlertid ikke, at arbejdet var fagmæssigt korrekt udført, og der blev reklameret.

Ompolsteren tilbød afhjælpning, men forbrugeren fandt, at det arbejde, der allerede var udført, var af en så dårlig kvalitet, at hun ikke kunne være forpligtet til at lade den erhvervsdrivende foretage afhjælpning, da hun frygtede, at sofaen ville blive yderligere ødelagt ved en eventuel afhjælpning.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at der var en række mangler ved arbejdet, idet ompolstringen ikke var udført fagligt korrekt og med tilstrækkelig akkuratess. En tilfredsstillende afhjælpning kunne kun opnås ved en total omgørelse af arbejdet. Den sagkyndige fandt endvidere ikke, at arbejdet bar præg af, at det var udført af en faglært person, og den sagkyndige mente ikke, at ompolsteren kunne omgøre arbejdet på en fagmæssig korrekt og tilfredsstillende måde.

Forbrugerklagenævnet fandt på baggrund heraf, at klageren havde været berettiget til at afvise indklagedes tilbud om afhjælpning. Det udførte arbejde var værdiløst for forbrugeren, og hun var

berettiget til at hæve aftalen og kræve vederlaget tilbagebetalt. Endvidere var forbrugeren berettiget til at kræve erstatning for det tab, der var lidt ved, at aftalen ikke var blevet opfyldt. Det vederlag, klageren havde betalt, svarede til ca. 1/3 af den pris, den sagkyndige anslog for en omgørelse af arbejdet. På baggrund heraf fastsatte nævnet en skønsmæssig erstatning under hensyntagen til, at prisen for ombetrækningsarbejdet havde været sat meget lavt. (J.nr. 1996-65/7-8)

6.8.4. Køb af hjørnesofa med møbelstof angiveligt af høj kvalitet. Mangler. Ophævelse af køb

En forbruger købte i februar 1994 en hjørnesofa med stof af typen "New Look Micro Velour".

Forbrugeren fik i forbindelse med købet udleveret en stofdeklaration, hvoraf det fremgik, at der var tale om et møbelstof af høj kvalitet, som udmærkede sig ved robusthed og en lang levetid.

Ca. ni måneder efter købet konstaterede forbrugeren, at stoffet "fnulrede" og virkede snavset, og der blev reklameret overfor sælgeren, der imidlertid afviste reklamationen.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige besigtigede sofaen og oplyste i den forbindelse, at "New Look Micro Velour" er et stof, hvor velouren ved brug trykkes sammen og herved får et udseende som om, stoffet er brugt og slidt.

Nævnet fandt, at der henset til den markante markedsføring af stoffets gode egenskaber ikke var overensstemmelse mellem sofaens udseende samt den sagkyndiges oplysninger omkring stoffet. Således forelå der en væsentlig mangel ved sofaen, der berettigede klageren til at hæve købet. (J.nr. 1996-65/7-45).

6.8.5. En lænestol blev leveret med hårde knapper og ikke med bløde trendseknapper, som på den udstillede model

En forbruger bestilte en lænestol med uldstof til 9.340 kr. Ved bestillingen havde hun afprøvet en stol i samme model men i læder. Denne stol havde trendseknapper i læder. Den bestilte stol blev derimod leveret med hårde stofknapper i såvel sæde som ryg, som forbrugeren fandt meget generende.

Da den erhvervsdrivende alene tilbød at fjerne knapperne i ryghynden og ikke i sædet, lod klageren et andet firma fjerne knapperne, ligesom hun fik syet en flad pude til ryghynden for at dække over sorte pletter og huller efter knapperne. Klageren krævede erstatning svarende til de afholdte afhjælpningsudgifter på 2.235 kr.

Indklagede oplyste, at den bestilte model i stof har runde knapper, idet de trendseknapper, der leveres i læder, ikke kan holde i stof.

Nævnet lagde til grund, at købet blev indgået efter, at klageren havde fået forevist en stol af læder og med bløde trendseknapper, men som bortset herfra svarede til den bestilte model. Da klageren ikke ved bestillingen blev gjort opmærksom på, at den bestilte model i stedet for bløde trendseknapper havde hårde metalknapper betrukket med stof, og da denne forskel i knappernes udformning havde betydning for siddekomforten, fandt nævnet, at den leverede stol var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Da indklagede ikke havde efterkommet klagerens opfordringer til afhjælpning af manglen, havde klageren med rette ladet manglerne afhjælpes for sælgerens regning, jf. købelovens § 78, stk. 3, og klageren havde derfor krav på erstatning svarende til afhjælpningsudgifterne. (J.nr. 1996-65/7-233)

6.8.6. Bestilling af et møblement hvor leveringstiden var angivet upræcist. "8 dages returret" fortolkedes som gældende fra leveringen. Møblerne var ikke "specielt bestilt", da forretningen i det konkrete tilfælde alene var udgået for varen og derfor måtte bestille denne hjem

Klageren havde bestilt et møblement bestående af en stol, en to-personers sofa og en tre-personers sofa. Sofaerne var udstillet i forretningen, men stolen var ikke på lager. Ekspedienten foreslog, at der blev bestilt et helt nyt møblement hjem fra fabrikken, således at farverne i møblerne var ens. Dette accepterede klageren. På fakturaen blev der noteret "levering ved fremkomst".

Forretningen reklamerede med otte dages returret, idet returretten i en folder er beskrevet således: "Hos x er der heller ingen risiko for at gøre et forkert køb. Vi giver nemlig 8 dages returret, når blot du har gemt kvitteringen, og møblerne er i samme stand, som vi leverer dem i. Returretten gælder dog ikke for specielt bestilte nedsatte varer."

Efter ca. fire ugers forløb kontaktede klageren forretningen for at høre, hvornår møblerne blev leveret. Det blev oplyst, at leveringsfristen ville være fire til otte uger.

Da der yderligere var gået ca. fire uger besluttede klageren at afbestille møblerne. Dette ville den erhvervsdrivende imidlertid ikke acceptere, idet møblerne var bestilt hjem specielt til kunden. Den erhvervsdrivende henviste endvidere til påtegningen på fakturaen.

Ugen efter meddelte forretningen, at møblerne var klar til levering.

Klageren fastholdt afbestillingen. Han var dog indstillet på at betale et rimeligt beløb for administration og ulejlighed.

Nævnet udtalte, at udtrykket i folderen "specielt bestilte" varer er upræcist, og en eventuel fortolkningstvivil må i givet fald komme indklagede til skade. Varer som indklagede sædvanligvis har på lager kan efter nævnets opfattelse normalt ikke anses for "specielt bestilte", heller ikke selv om indklagede i det konkrete tilfælde er udgået for varen og derfor har måttet bestille varen hjem for at opfylde en bestilling. Dette var tilfældet i den foreliggende sag, og det var derfor nævnets opfattelse, at klageren med rette måtte gå ud fra at have den returret, som han blev stillet i udsigt i forbindelse med købs indgåelse.

Nævnet fandt endvidere, at det ikke i vilkåret var præciseret, om returretten skal regnes fra aftalens indgåelse eller fra leveringen af det solgte. En sproglig fortolkning støtter, at fristen skal regnes fra leveringen, det vil tillige svare til indholdet af den lovbestemte fortrydelsesret ved køb af varer efter lov om visse forbrugeraftaler. Under hensyn hertil samt til at indklagede er nærmest til at bære risikoen for den opståede fortolkningstvivil, lagde nævnet til grund, at klageren har været berettiget til at påberåbe sig returretten indtil otte dage efter leveringen af det solgte. På denne baggrund var det nævnets opfattelse, at klageren var trådt rettidigt tilbage fra købet. (J.nr. 1995-65/7-1146)

6.8.7. Rækkevidden og forståelsen af en mundtlig aftale om en prøvetid på to madrasser. Aftalelovens § 38b, stk. 1

I sagen var der mellem parterne enighed om, at der i forbindelse med køb af to madrasser mundtligt blev aftalt en prøvetid, men parterne var uenige om, hvad aftalen herom nærmere gik ud på.

Klageren var af den opfattelse, at hun var indrømmet ret til at returnere såvel madrasser som overmadrass indenfor en måned.

Indklagede henviste derimod til sine sædvanlig vilkår, hvorefter indklagede ydede 14 dages ombytningsret på alle varer, således at kunden ved ombytningen skulle købe for et tilsvarende beløb. Indklagede ydede dog ikke ombytningsret på specielt bestilte varer, hvorfor topmadrassen, som var specielt bestilt af klageren, ikke efter indklagedes opfattelse kunne kræves ombyttet.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at en erhvervsdrivende ved anvendelse af standardvilkår bør sørge for, at vilkåret er udarbejdet på en klar og forståelig måde, jf. aftalelovens § 38b, stk. 1, hvorefter et standardvilkår skal fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren, såfremt der opstår tvivl om forståelsen af vilkåret.

Nævnet udtalte endvidere, at indklagede kunne have undgået den i sagen opståede tvivl om, hvad der blev aftalt, såfremt han havde sørget for, at hans standardvilkår om ombytningsret var påført fakturaen eller et andet aftaledokument på klar og forståelig måde. Med henvisning hertil samt til princippet i aftalelovens § 38b, stk. 1, fandt nævnet, at klageren havde været berettiget til at forstå aftalen således, at der var indrømmet hende en måneds fuld returret i relation til det samlede køb, medmindre indklagede godtgjorde, at klageren ikke havde haft grundlag for at forstå aftalen på denne måde.

Da indklagede ikke har løftet denne bevisbyrde, fandt nævnet, at klageren med rette påberåbte sig returret, hvorfor klageren havde krav på at få købesummen tilbagebetalt mod udlevering af de købte madrasser. (J.nr. 1995-65/7-1240 og 1996-65/7-44)

6.9. Cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr

6.9.1. En motionscykel var fejlagtigt prissat til 999 kr. i stedet for 9.999 kr.

En forbruger klagede over, at en forretning nægtede at sælge en motionscykel til den pris på 999 kr., som cyklen var prismærket til.

Forretningen henviste til, at der var tale om en fejlskiltning, og at cyklens pris var 9.999 kr.

Forretningen gjorde under sagen gældende, at forbrugeren var i ond tro, idet der er stor forskel på såvel udseende og ydeevne på motionscykler i prisklassen omkring 1.000 kr. og den omhandlede motionscykel.

Nævnet udtalte, at efter retspraksis anses den handlendes prismærkning af en udstillet vare for et bindende tilbud om at ville sælge varen til den angivne pris. Dette gælder dog ikke, hvis køberen har eller burde have indset, at varen var fejlagtigt prissat, jf. herved aftalelovens § 32, stk. 1, og Højesterets afgørelse gengivet i UfR årgang 1985, side 877 ff. Ved afgørelsen af, om klageren havde eller burde have indset, at den udstillede motionscykel var fejlagtigt prissat, ville der blandt andet skulle foretages en vurdering af klagerens berettigede forventninger til den udstillede vares egenskaber og pris. Efter nævnets opfattelse forudsatte en sådan vurdering i den konkrete sag, at der blev foretaget en afhøring af sagens parter og eventuelle vidner under strafansvar. Da en sådan bevisførelse ikke kan ske ved Forbrugerklagenævnet, afviste nævnet sagen som uegnet til behandling. (J.nr. 1996-542/7-10)

6.9.2. Køb af klapvogn. Afhjælpning tog for lang tid. Ophævelse af købet

En forbruger købte en børneudstyrsforretnings sidste eksemplar af en klapvogn med tilhørende parasol.

Omkring fem måneder efter købet reklamerede klageren over flere forhold, bl.a. sank klapvognen sammen og kunne ikke slås op eller sammen. Reklamationen blev afvist under henvisning til, at der skulle være tale om hærværk. Forbrugeren henvendte sig flere gange til den erhvervsdrivende, og fik den 15. august 1995 oplyst, at hun ville få et nyt stel fra Tyskland. Den 22. august var stellet endnu ikke kommet. Klageren gav herefter den erhvervsdrivende en frist til den 29. august 1995. Var sagen ikke ordnet da, ville klageren ophæve handlen. Den 29. august var stellet endnu ikke kommet, hvorfor forbrugeren oplyste den erhvervsdrivende om, at hun ønskede at ophæve købet.

Under sagens behandling i Forbrugerstyrelsen oplyste den erhvervsdrivende, at forbrugeren havde fået at vide, at klagen var uberettiget, og at hvis der undtagelsesvis kunne skaffes et nyt stel, ville det først kunne komme med den næste sending, hvilket forbrugeren var indforstået med.

Det oprindelige stel blev besigtiget i Forbrugerstyrelsen. Klapvognens konstruktion blev betegnet som uhensigtsmæssig.

Forbrugerklagenævnet fandt, at den erhvervsdrivende ved at tage klapvognen ind til undersøgelse og reparation og i denne forbindelse love forbrugeren et nyt stel havde anerkendt, at der var mangler ved klapvognen og accepteret at afhjælpe disse. Det følger herefter af købelovens § 78, stk. 1, at den erhvervsdrivende havde pligt til at afhjælpe manglerne inden rimelig tid. Vurderingen af, hvad der kan anses for en rimelig afhjælpningsfrist, afhænger af omstændighederne, navnlig køberens behov for en mangelfri genstand og sælgerens mulighed for afhjælpning. I den foreliggende sag var det af væsentlig betydning for forbrugeren igen at kunne benytte det købte i løbet af kort tid, hvilket den erhvervsdrivende under hensyn til salgsgenstandens karakter samt den omstændighed, at forbrugeren rykkede flere gange, må have været klar over. Den erhvervsdrivende havde derfor haft en særlig anledning til at fremskynde afhjælpningen eller til at afværge forbrugers ulemper ved at tilbyde hende en erstatningsklapvogn i reparationsperioden.

Ved forbrugers ophævelse af købet var der gået fire en halv uge siden klapvognens indlevering til reparation, uden at den erhvervsdrivende ifølge det oplyste kunne love, at afhjælpningen ville være foretaget i løbet af nogle få dage. Den erhvervsdrivende fandtes på denne baggrund ikke at have opfyldt sin pligt til at foretage afhjælpning inden rimelig tid, hvorfor klagerens ophævelse af købet fandtes at have været berettiget, jf. købelovens § 78, stk. 3. Klapvognen og parasollen ansås for et samlet køb, således at ophævelsen også omfattede købet af parasollen. (J.nr. 1996-525/7-15)

6.9.3. Væsentlig falmning af barnevogn. Forbruger afskåret fra at hæv e købet. Alene krav på forholdsmæssigt afslag i købesummen

En forbruger fik i august 1995 leveret en tvilling-combi barnevogn til 5.200 kr.

Efter kort tids brug begyndte barnevognens kaleche at falme. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, som tilbød forbrugeren en ny kaleche. Forbrugeren meddelte sælgeren, at denne ikke ønskede en ny kaleche, da farven på den nye kaleche ikke ville passe til resten af farven på barnevognen. Forbrugeren ville have sine penge retur og indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet.

Nævnets sagkyndige besigtigede herefter barnevognen og konstaterede en tydelig falmning på barnevognens kaleche. Den sagkyndige konstaterede også en vis falmning på barnevognens sider. Ifølge den sagkyndige oversteg falmningen, hvad man normalt måtte forvente brugsperioden taget i

betragtning. Nævnets sagkyndige konstaterede foruden falmningen en tydelig hvidslidning og visse steder gennemslidning af stofgarnerne i bunden på begge lifter og på siden af barnevognen. Ifølge den sagkyndige måtte forholdet tilskrives en kombination af uhensigtsmæssig konstruktion og stoffets egen slidstyrke.

Nævnet besigtigede barnevognen og fandt, at der dels på grund af falmningen og dels på grund af hvidslidningen/gennemslidningen forelå en væsentlig mangel ved barnevognen. Nævnet fandt også, at forbrugeren havde været berettiget til at afvise sælgerens tilbud om afhjælpning i form af en ny kaleche, da stoffet havde en for stor falmningstendens og for ringe slidstyrke.

Nævnet bemærkede, at en forudsætning for at forbrugeren kan hæve købet og få købesummen retur er, at forbrugeren kan tilbagelevere varen til sælgeren i væsentlig samme stand, som den var i ved leveringen, jf. købelovens § 57. Nævnet lagde vægt på, at forbrugeren efter at have opdaget manglen fortsatte med at bruge barnevognen i over et år derefter. Barnevognen bar ved nævnets besigtigelse tydeligt præg af denne brug. På denne baggrund var det nævnets opfattelse, at forbrugeren ikke var i stand til at tilbagelevere barnevognen i væsentlig samme stand, uden at dette skyldes omstændigheder som nævnt i købelovens § 58. Nævnet fandt derfor, at forbrugeren var afskåret fra at hæve købet.

Da der var tale om en værdiforringende mangel, var forbrugeren i stedet for berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1. Afslaget i købesummen blev skønsmæssigt fastsat til 2.500 kr. under hensyn til barnevognens pris og manglens væsentlige karakter. (J.nr. 1996-525/7-34)

Forbrugerklagenævnet traf lignende afgørelse i to tilsvarende sager, hvor forbrugerne, efter at have opdaget manglerne efter henholdsvis to og tre til fire måneder efter leveringen, havde fortsat med at bruge barnevognene i over et år derefter. (J.nr. 1996-525/7-39 og 1996-525/7-21)

6.9.4. Afkortning af et herregolfsæt til damestørrelse. Manglende behørig vejledning ved afkortningen

En kvinde, der ville begynde at spille golf, havde købt et golfsæt til 3.900 kr. Efter at have spillet i næsten et år på større hold, begyndte kvinden at tage enetimer. Kvindens træner blev opmærksom på, at kvindens golfsæt var et herresæt, som var uegnet til kvinden. Kvinden reklamerede herefter til den forretning, hvor hun havde købt golfsættet. Forretningen oplyste, at det ikke var dette firma, som havde solgt golfsættet til hende. Ikke desto mindre oplyste indklagede, at det ikke havde nogen betydning for kvinden, at der var tale om et herresæt, eftersom kvinden var begynder. Ikke desto mindre tilbød indklagede at forkorte golfsættet til en damestørrelse. Dette blev kvindens træner overrasket over at høre, idet al bøjelighed i jern og køller mistes ved en afkortning. Indklagede var uenig med kvindens træner herom.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige foretog herefter en undersøgelse af golfsættet og konstaterede, at der var tale om et herresæt, og at indklagede havde afkortet golfkøllerne med ca. tre cm. Ifølge den sagkyndige havde afkortningen ændret golfkøllernes standard, idet de var blevet for stive og for tunge til klageren. Ifølge den sagkyndige var en tilpasning af et sæt golfkøller til den individuelle spiller en kompliceret sag, som krævede oplysning om spillerens højde, bygning og spillestandard, hvorfor klageren i stedet for burde være blevet rådet til at få sættet ombyttet til et passende damesæt.

Forbrugerklagenævnet havde ikke mulighed for at tage stilling til, hvorvidt klageren havde købt golfsættet hos indklagede, da der forelå modstridende oplysninger. Nævnet fandt dog, at indklagede havde en pligt til at yde klageren en forsvarlig rådgivning og præstere en faglig forsvarlig ydelse. Indklagede havde begået en faglig fejl, ved uden at have vejledt klageren behørigt at have afkortet golfsættet, hvorved indklagede havde pådraget sig et erstatningsansvar overfor klageren. Nævnet fastsatte erstatningen til 3.900 kr., svarende til golfsættets købspris. (J.nr. 1996-542/7-19)

6.10. Foto, ure, optik, smykker

6.10.1. Købeaftale indgået på grundlag af pris i annonce. Prisen senere berigtiget. Den erhvervsdrivende bundet af prisaftalen

En forbruger modtog et farvekatalog, der indeholdt en annonce, hvori var beskrevet nogle kikkerter af mærket "Diamond". Det fremgik, at kikkerterne leveredes inkl. taske i følgende modeller: 8x40, 7x50, 10x50 og 8-20x50. Det oplystes, at den sidstnævnte var en zoom-kikkert. Under annonceteksten stod med fed skrift: "kr. 765". Forbrugeren var interesseret i den sidstnævnte kikkert med zoom, og han henvendte sig derfor i sælgerens forretning, hvor en ekspeditrice fortalte, at man ikke havde taget

denne type kikkert hjem, fordi man syntes den var for kraftig, men at man kunne bestille én hjem til forbrugeren. Ekspeditricen skrev navnet på kikkerten, størrelsen, prisen, 765 kr., forbrugers navn samt datoen.

To dage senere ringede sælgeren og oplyste, at kikkerten nu var hjemkommet, men at den desværre kostede lidt mere. Prisen var dobbelt så høj som aftalt, nemlig 1.450 kr. Til den pris ønskede forbrugeren ikke at købe kikkerten. Han indgav klage til Forbrugerklagenævnet med krav om at få kikkerten leveret til den aftalte pris på 765 kr.

Sælgeren oplyste over for nævnet, at der var en fejl i annoncen, idet ordet "fra" var udeladt foran prisangivelsen.

Nævnet udtalte, at der mellem forbrugeren og den erhvervsdrivende var indgået en aftale om køb af en Diamond 8-20x50 kikkert med zoom for en pris af 765 kr. Sælgeren var som udgangspunkt bundet af den således indgåede aftale. Dette gjaldt dog ikke, hvis forbrugeren burde have indset, at der forelå en fejltagelse, jf. aftalelovens § 32, stk. 1.

Efter nævnets opfattelse var der imidlertid ikke godtgjort omstændigheder, som burde have fået forbrugeren til at indse, at der forelå en fejltagelse. Da nævnet heller ikke fandt reglen i aftalelovens § 39, andet punktum, anvendelig i en situation som den foreliggende, havde indklagede ikke været berettiget til efterfølgende at korrigere prisen som sket, men måtte være bundet af den indgåede købeaftale og levere forbrugeren kikkerten til den aftalte pris. (J.nr. 1996-4023/7-1)

6.10.2. Fotoapparat nægtet solgt til den skilte pris. Aftalelovens § 32, stk. 1

En forbruger så i en fotohandlers vindue et kamera, der var forsynet med et lille mærke med prisen 2.495 kr. Forbrugeren henvendte sig i forretningen for at købe kameraet til den anførte pris. I forretningen var man i færd med at forberede udsalg og oplyste, at kameraet var forkert prismærket. Den rigtige pris skulle være 3.995 kr., idet kameraet under udsalget var nedsat fra 6.495 kr.

Den erhvervsdrivende oplyste senere over for Forbrugerklagenævnet, at fotografiapparatet ikke havde været udstyret med et sædvanligt prisskilt, men blot med et såkaldt "Manilla-mærke", hvilket var en intern prismarkering. Prisen havde ikke fremtrådt som et særligt slagtilbud eller en speciel udsalgspris. Det havde stået forbrugeren klart, at man forberedte et udsalg, men at udsalget ikke var startet. Endvidere måtte det have stået forbrugeren klart, at prisen på "Manilla-mærket" var urigtig.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at kameraet i en periode havde været udstillet i den erhvervsdrivendes forretningsvindue forsynet med et mærke, hvorpå prisen kunne læses. Det bemærkedes i den forbindelse, at ifølge lov om mærkning og skiltning med pris mv., § 1, skal den, der erhvervsmæssigt udbyder varer i detailsalg, ved mærkning, skiltning eller på anden måde tydeligt give oplysninger om pris iberegnet moms og andre afgifter for den udbudte vare eller vareenhed.

Videre udtalte nævnet, at efter retspraksis ansås en handlendes prismærkning af en udstillet vare for et bindende tilbud om at ville sælge varen til den angivne pris. Dette gjaldt dog ikke, hvis køberen havde eller burde have indset, at varen var fejlagtigt prissat, jf. herved aftalelovens § 32, stk. 1, og Højesterets afgørelse gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen, årgang 1985, side 877 ff.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at der var godtgjort omstændigheder, der kunne føre til at antage, at forbrugeren i den konkrete sag havde eller burde have indset, at kameraet var fejlagtigt prissat. Nævnet lagde herved bl.a. vægt på, at der var tale om en branche, hvor prisforholdene kunne være vanskeligt gennemskuelige for forbrugere. Nævnet fandt herefter, at den erhvervsdrivende var forpligtet til at sælge det omhandlede kamera til forbrugeren for en pris af 2.495 kr. (J.nr. 1996-4021/7-7)

6.11. Motorkøretøjer

6.11.1. Køb af brugt bil. Fejl påpeget af Bilinspektionen ikke rettet før leveringen. Bilinspektionen underrettet om sagen

En bilsælger havde i forbindelse med salget fremstillet bilen til syn. Statens Bilinspektion havde påpeget en fejl ved et stik til anhængertrækket, og bilen var herefter blevet godkendt med bemærkning om, at fejlen snarest skulle rettes. Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet viste det sig, at fejlen ikke var blevet rettet inden leveringen. Fejlen berettigede forbrugeren til et forholdsmæssigt afslag. Forbrugerklagenævnet henstillede til Forbrugerstyrelsen, at det pågældende synssted blev underrettet om forholdet, hvilket skete. (J.nr. 1996-521/7-90)

6.11.2. Køb af brugt bil. Sikkerhedsmæssig fejl påpeget af Bilinspektionen ved syn ikke udbedret forsvarligt inden leveringen

En forbruger købte i efteråret 1995 en Mazda 929 for 43.000 kr. Kort efter leveringen reklamerede forbrugeren over bl.a. fejl ved styretøjet. En bærekugle blev nødtørftigt repareret, og sælgeren sagde, at forbrugeren kunne komme og få kuglen udskiftet på et senere tidspunkt. I april måned brød bilen sammen, og klageren krævede købet hævet.

I sagen forelå en synsrapport fra Statens Bilinspektion, hvoraf fremgik, at bilen første gang havde været fremstillet til syn den 14. december 1995, hvor der var givet anmærkning om, at bærekuglen i venstre forhjulsophæng var defekt. Ved anden fremstilling den 19. december 1995 blev bilen godkendt.

Bilen blev under sagens behandling i Forbrugerstyrelsen undersøgt af en bilsagkyndig, som kunne konstatere, at bærekuglen ikke var blevet skiftet, men at der var foretaget en uforsvarlig og ufagmæssig reparation af den, hvorefter den havde kunnet passere synet ved anden fremstilling.

Forbrugerklagenævnet lagde herefter til grund, at sælgeren, da han leverede bilen til forbrugeren, havde været fuldt bevidst om, at bilen havde en sikkerhedsmæssig fejl ved forhjulsophænget. Sælgeren havde samtidig ikke godtgjort, at han ved forbrugerens reklamationer over styretøjet effektivt havde taget skridt til at foretage afhjælpning af fejlen ved bærekuglen, hvorfor han havde fortabt sin afhjælpningsret efter købelovens § 79.

Også i øvrigt var bilen behæftet med sikkerhedsmæssige fejl, og under henvisning hertil, og til det af sælgeren udviste svigagtige forhold i forbindelse med reparation af bærekuglen, var forbrugeren berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1, jf. § 42, stk. 1.

Forbrugerklagenævnet orienterede Statens Bilinspektion i den pågældende synskreds om sagen. (J.nr. 1996-521/7-167)

6.11.3. Spørgsmålet om, hvilken garanti der gjaldt for købet af en brugt bil

En forbruger købte den 24. november 1995 en brugt Citroën BX 1,4 for 52.600 kr.

Slutsedlen blev ved købet påført bemærkning om, at der ydedes en "12 måneders Dangananti", uden at der blev talt om, hvad garantien nærmere gik ud på.

Efter aftalens indgåelse så forbrugeren en brochure vedrørende "Dangananti", som lå fremme i salgslokalet. Han tog en brochure med hjem for at sætte sig ind i, hvad garantien gik ud på. Ifølge brochuren dækkede garantien "kort og godt alle mekaniske og elektriske dele i bilen. Den dækker i alle tilfælde af mekanisk svigt, brud, sammenbrænding og større olielækager".

Samtidig fremgik det imidlertid af brochuren, at betingelsen for, at der kunne udstedes en "Dangananti" var, at bilen ikke var ældre end seks år, regnet fra den første indregistreringsdag. Den bil, forbrugeren havde købt, var ved aftalens indgåelse syv et halvt år gammel.

Bilen blev afhentet den 28. november 1995. Ved denne lejlighed blev der udfærdiget en faktura, hvorpå bl.a. anførtes: "DANGAR. 12 mdr. 1.650,00". Samtidig udleveredes et garantihæfte vedrørende en "firestjernet dækning for brugte biler". Forbrugeren underskrev en erklæring om at have gjort sig bekendt med og accepteret forsikringsvilkårene i hæftet. Den "firestjernede" garantis dækningsområde var mere snævert end Danganantiens.

Forbrugeren krævede, at sælgeren anerkendte, at købet var omfattet af den egentlige "Dangananti", og ikke kun af den "firestjernede" garanti.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at klageren ved køkets indgåelse havde fået løfte om en "12 måneders Dangananti", uden at det samtidig blev nærmere præciseret for ham, hvad garantitilsagnet indebar. Efter købeaftalens indgåelse havde klageren medtaget en folder vedrørende "Danganantien", som lå fremme på salgsstedet, for at sætte sig ind i garantivilkårene.

Ifølge oplysningerne i denne folder dækkede "Danganantien" alle mekaniske og elektriske dele på bilen. Det fremgik dog samtidig af folderen, at der var tale om en forsikringsordning, og at forsikringen kun kunne tegnes, hvis bilen på salgstidspunktet ikke var mere end seks år gammel. Klagerens bil opfyldte ikke denne betingelse.

På det tidspunkt, da aftalen blev indgået, kunne klageren under de foreliggende omstændigheder ikke have haft nogen berettiget forventning om omfanget af den garanti, der blev lovet ham. Da hans bil

endvidere ikke opfyldte aldersbetingelsen i den af ham medtagne brochure, havde han ikke uden videre kunnet gå ud fra, at han havde erhvervet en forsikring som beskrevet i folderen.

Yderligere modtog klageren på leveringsdagen forsikringsbetingelserne vedrørende den "firestjernede" dækning. Klageren måtte herved anses for at have accepteret, at det var vilkårene i denne forsikringsordning, der var gældende for købet. Forbrugerklagenævnet kunne derfor ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.

Samtidig bemærkede Forbrugerklagenævnet dog, at man fandt det yderst kritisabelt, at firmaet i sit markedsføringsmateriale anvendte betegnelsen "garanti" for de forsikringsordninger, man tilbød. Nævnet havde derfor samtidig med afgørelsen henstillet til Forbrugerombudsmanden, at han optog denne problemstilling til behandling efter markedsføringsloven. (J.nr. 1996-521/7-161)

6.11.4. Brugt vognsgaranti kan ikke fratage forbrugeren de rettigheder, der tilkommer hende efter købelovens ufravigelige regler. Den erhvervsdrivende havde vildledt forbrugeren ved at fastholde, at reklamationen var omfattet af garantien

En forbruger købte en 12 år gammel Ford Escort for 35.000 kr. Ifølge slutsedlen var der brugt vognsgaranti første måned 50%. Kort tid efter leveringen reklamerede forbrugeren over bilens manglende trækraft. Gaskablet blev strammet og smurt, hvilket var gratis. To måneder senere reklamerede forbrugeren påny, idet det bankede i hele bilen i koldt vejr. Bilen kunne næsten ikke trække i fjerde gear. Sælgeren foretog olieskift og smøring og sendte forbrugeren en regning på 543 kr. En måned senere gik bilen i stå i et vejkryds og måtte trækkes hjem. Sælgeren reparerede tændingen og justerede motoren, ligesom benzintanken blev rensat. Forbrugeren modtog en regning på 949 kr. Få dage senere reklamerede forbrugeren påny, og det viste sig, at motoren var brændt sammen.

Sælgeren afviste at lade handlen gå tilbage, men reparerede motoren og afkrævede forbrugeren halvdelen af reparationsbeløbet, 4.375 kr.

Nævnets sagkyndige udtalte, at der, henset til at klageren reklamerede over banken i bilen allerede efter få hundrede km's kørsel, og at motoren brød sammen efter blot 4.000 km's kørsel, med stor sandsynlighed har været fejl i motoren på leveringstidspunktet.

Nævnet udtalte, at en brugt vognsgaranti ikke kan fratage en forbruger de rettigheder, der tilkommer hende efter købelovens §§ 78 og 79. Da den erhvervsdrivende gennem det anførte vilkår samt ved at fastholde, at forbrugeren kun havde én måneds reklamationsret, har vildledt hende, fandt nævnet ikke, at det skulle tillægges betydning, at forbrugeren havde underskrevet og betalt fakturaen vedrørende reparation af bilens motor. På den baggrund blev forbrugeren fritaget for betaling af de ovennævnte fakturaer. (J.nr. 1996-521/7-119)

6.11.5. Køb af brugt bil. Købet hævet som følge af urigtige oplysninger. Købelovens § 77, stk. 1, 1. punktum

En forbruger havde købt en knap 11 år gammel Honda Accord 1,6 EX for 27.800 kr. på grundlag af en annonce, hvori det bl.a. hed: "Særdeles flot, let at syne". På slutsedlen anførte sælgeren: "Bilen er købt engros uden syn uden garanti".

Under sagens behandling i Forbrugerklagenævnet oplyste klageren, at sælgeren ved køkets indgåelse gentagne gange havde forsikret, at det ville være en let sag at gøre bilen i stand til syn, og at han skønnede, at omkostningerne hertil ville andrage ca. 5.000 kr.

Efter leveringen måtte forbrugeren konstatere, at det ikke ville blive let at istandsætte bilen til syn. Fagfolk anslog omkostningerne til godt 40.000 kr.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede ved en undersøgelse af bilen, at det var korrekt, som af klageren oplyst, at de nødvendige reparationer for at få bilen igennem et syn ville andrage over 40.000 kr. Forbrugeren havde først reklameret til sælgeren syv måneder efter leveringen, men den sagkyndige oplyste, at i betragtning af, at køretøjet ikke havde været anvendt siden leveringstidspunktet, og at flere af de omfattende gennemtæring tidligere havde været forsøgt repareret, måtte køretøjets tilstand på besigtigelsestidspunktet antages stort set at være den samme, som ved leveringen. Tidsfaktoren ville således ikke påvirke reparationsprisen i nævneværdig grad.

Nævnet lagde efter oplysningerne i den sagkyndiges erklæring til grund, at bilen ved leveringen havde haft en lang række fejl ved de mekaniske dele, ligesom der havde været omfattende tæring i

karosseriet. Omkostningerne ved en istandsættelse af bilen til syn ville være så store, at en sådan istandsættelse måtte anses for ganske urentabel.

Bilen var ifølge annoncens ordlyd solgt med oplysning om, at den var "let at syne". Forbrugerklagenævnet fandt det på denne baggrund godtgjort, at sælgeren ved købet havde givet en urigtig oplysning, der havde været af betydning for klagerens bedømmelse af bilen og salgsvilkårene.

Bilen var solgt uden garanti og "engros". Det fremgik af indklagedes oplysninger, at han hermed havde ment at tage et generelt forbehold. Selvom man ville lægge sælgerens forståelse til grund på dette punkt, kunne køberen i det foreliggende tilfælde, hvor der var givet ham urigtige oplysninger, gøre mangelskrav gældende over for sælgeren, jf. købelovens § 77, stk. 1, 1. punktum, jf. § 76, stk. 1, nr. 1.

Forbrugerklagenævnet fandt, at manglerne ved bilen var så væsentlige, at de berettigede køberen til at hæve købet.

Sælgeren havde gjort gældende, at han ikke modtog køberens første reklamation før syv måneder efter købet, og forbrugeren havde ikke kunnet godtgøre, at han havde reklameret før det nævnte tidspunkt. Nævnet fandt imidlertid, at denne reklamation under de foreliggende forhold, hvor sælgeren havde givet en oplysning, der var så klart i modstrid med kendsgerningerne, måtte anses for rettidigt fremsat.

Forbrugeren havde desuden fremsat krav om erstatning. Han havde imidlertid ikke fremlagt dokumentation for at have lidt noget tab. Allerede som følge heraf kunne hans erstatningskrav ikke imødekommes. Det blev pålagt sælgeren at refundere forbrugeren gebyret for sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet, 480 kr., jf. forbrugerklagenævnslovens § 9, stk. 3. (J.nr. 1995-521/7-26)

6.11.6. Køb af brugt bil. Mangler. Generelt forbehold. Købelovens § 77, stk. 1, 2. punktum. Købers mangelskrav afvist

En forbruger havde købt en ni år gammel Citroën stationcar, der ved leveringen havde kørt 226.000 km. Prisen var 49.000 kr.

Slutsedlen indeholdt følgende forbehold: "Købt som beset og afprøvet uden nogen form for reklamationsret." Forbrugeren skulle selv omregistrere bilen.

Tre måneder efter købet reklamerede forbrugeren til sælgeren over diverse mekaniske fejl. Han anslog udgifterne til reparation af fejlene til et sted mellem 14.000 og 42.000 kr.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet blev bilen undersøgt af en sagkyndig, som konstaterede ti fejl, som måtte antages at have været til stede på købstidspunktet. Kun en af fejlene var af sikkerhedsmæssig karakter, og den ville kunne udbedres for godt 900 kr. Den sagkyndige oplyste videre, at vognen fremtrådte i absolut god stand, hvad angik karrosseri, interiør og undervogn. Hvis den ikke havde været behæftet med de konstaterede fejl, ville en rimelig og sædvanlig pris for den have været ca. 52.000 kr.

Forbrugerklagenævnet lagde vægt på forbeholdet i kontrakten og på, at klageren selv havde foretaget omregistrering af bilen og ikke havde betalt leveringsomkostninger.

Det generelle forbehold i kontrakten indebar, at forbrugeren kun var berettiget til at gøre mangelskrav gældende mod indklagede, såfremt det kunne godtgøres, at bilen var i væsentlig ringere stand ved leveringen, end forbrugeren under hensyn til prisen og omstændighederne i øvrigt havde haft grund til at regne med, jf. købelovens § 77, stk. 1, 2. punktum. Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at dette var tilfældet i den foreliggende sag, og forbrugeren var således ikke berettiget til at gøre krav gældende mod sælgeren. (J.nr. 1995-521/7-560)

6.11.7. Køb af brugt bil. Mangler. Finansiering

En forbruger købte den 5. september 1995 en Citroën AX GT 1,4 fra november 1994 for i alt 59.000 kr. inkl. leveringsomkostninger. 23.600 kr. blev betalt kontant, restkøbesummen, 35.400 kr., blev fremskaffet ved finansiering. Lånebeløbet med tillæg af stiftelsesomkostninger var i alt 39.445 kr.

Allerede efter fire dage blev bilen indleveret til reparation hos sælgeren. Køberen rettede henvendelse til FDM, der udover at konstatere, at sælgeren havde fjernet pæren i kontrollampen, tillige fandt andre fejl, herunder funktionssvigt ved visse lygter, olispild fra motor, og at blæseren ikke fungerede.

Efter flere afhjælpningsforsøg var der fortsat fejl, og Forbrugerklagenævnets sagkyndige karakteriserede en del af disse som sikkerhedsmæssige fejl, andre var fejl, som skønnedes at være ud

over det forventelige henset til bilens alder og km-stand. Udbedring vurderedes at ville koste ca. 4.500 kr. inkl. moms.

Forbrugerklagenævnet fandt herefter, at køberen var berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen på 4.500 kr.

Da købekontrakten var tiltransporteret et finansieringsselskab, følger det af kreditaftalelovens § 33, stk. 1, at klageren er berettiget til at gøre samme indsigelser gældende over for dette som over for sælger. Klageren er derfor også i forhold til finansieren berettiget til at afkorte det forholdsmæssige afslag på 4.500 kr. i de sidste ydelser, som han skal betale efter købekontrakten, medmindre sælger forinden har fyldtsgjort ham for kravet.

Der har herefter ikke været anledning for nævnet til at tage stilling til, hvorvidt der i sagen har foreligget et sådant samvirke mellem sælger og finansier, at købet er omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2, og kreditaftalelovens § 33, stk. 2, om de såkaldte oprindelige trepartsforhold, hvor långiveren tillige kan komme til at hæfte for forbrugerens uopfyldte pengekrav mod sælgeren. Det oplyste vedrørende omstændighederne omkring låneoptagelsen, herunder at købekontrakten er oprettet på en formular, som er fortrykt finansierens logo, gjorde det efter nævnets opfattelse nærliggende at antage, at der har foreligget et oprindeligt trepartsforhold. (J.nr. 1996-521/7-74)

6.11.8. Køb/bytte. Tilbagelevering af ydelser ved køkets ophævelse. Købelovens § 57

En forbruger købte i april 1995 en Mitsubishi Pajero for 59.500 kr. Bilen blev solgt som besat med en km-garanti på 150.000. Købesummen blev betalt ved indbytning af en Citroën BX 16 Selektion til en pris af 115.000 kr. Forbrugeren fik samtidig 55.500 kr. udbetalt. Det viste sig kort tid efter, at Pajeroens motor var slidt i en sådan grad, at renovering ikke var mulig, hvilket den ifølge den sagkyndige også havde været på leveringstidspunktet.

Nævnet, der behandlede sagen knapt et år efter købstidspunktet, fandt, at Pajeroen måtte anses for mangelfuld efter købelovens § 77, og forbrugeren fik medhold i, at han kunne få købesummen for pajeroen tilbagebetalt mod udlevering af bilen.

Da forbrugeren efterfølgende rettede henvendelse til sælgeren for at få efterlevet afgørelsen, oplyste sælgeren, at han stadig havde den indbyttede Citroën i behold. Sælgeren krævede, at aftalen blev ophævet i sin helhed, således at forbrugeren udleverede Pajeroen samt en check på forskelsbeløbet, 55.500 kr. Forbrugeren bad herefter Forbrugerklagenævnet om at genoptage sagen.

Nævnet, der under den første behandling af sagen, ikke havde været bekendt med, at sælgeren fortsat var i besiddelse af den indbyttede Citroën, udtalte, at det følger af købelovens § 57, at parterne ved en aftales ophævelse hver især må tilbagelevere, hvad de har modtaget.

Nævnets sagkyndige oplyste under mødet, at den indbyttede Citroën i det forløbne år havde tabt ca. 25.000 kr. i værdi. Nævnet fandt, at der burde ske fradrag for denne værdiforringelse. Nævnet fandt derimod ikke, at der burde ske fradrag for værdiforringelsen af Pajeroen. Nævnet henviste herved til, at handlens ophævelse skyldtes sælgers forhold, at det ikke skal komme køberen til skade, at der går så lang tid, førend handlen kan ophæves, samt at forbrugeren havde ofret 9.371,25 kr. på at reparere bilen.

På den baggrund fandt nævnet, at handlen skulle ophæves, således at forbrugeren skulle aflevere Pajeroen samt 30.500 kr. mod udlevering Citroënen. (J.nr. 1996-521/7-45)

6.11.9. En bil, der var købt som et afhentningstilbud uden registrering til en pris, der lå ca. 10.000 kr under handelsprisen, blev ikke anset for mangelfuld efter købelovens § 77, skønt bilens motor på leveringstidspunktet havde været opslidt

En forbruger havde købt en 11 år gammel Fiat Panorama til en pris, der ifølge slutsedlen var oplyst til 14.000 kr. Bilen blev solgt som en afhentningsbil uden registrering, uden klargøring og med de skjulte fejl og mangler, den måtte have.

Forbrugeren oplyste, at han ved prøvekørslen havde kunnet konstatere en lettere bankelyd fra motoren. Forbrugeren, der var uden teknisk indsigt, havde spurgt sælgeren om dette, og sælgeren havde oplyst, at lyden var ganske normal. Sælgeren oplyste over for nævnet, at han på intet tidspunkt havde nævnt, at bilen var fejlfri, tværtimod havde han oplyst, at han intet kendskab havde til den, hvorfor den blev solgt så billigt.

Nævnet lagde efter den sagkyndiges erklæring til grund, at motoren allerede på leveringstidspunktet var tjenlig til udskiftning, idet plejstangslejer og hovedlejer var totalt opslidt. En sådan reparation ville andrage 6.500-7.500 kr. Købesummen for en tilsvarende bil uden fejl og i normalt vedligeholdet stand var ifølge den sagkyndige mellem 20-25.000 kr. Under henvisning hertil udtalte nævnet, at bilen ikke var væsentlig ringere, end køberen under hensyn til prisen og omstændighederne i øvrigt havde grund til at regne med. Nævnet bemærkede samtidig, at forbrugeren ved købet var klar over, at motoren havde en mislyd. (J.nr. 1996-521/7-68)

6.11.10. Afhjælpning. De udskiftede dele bortkastet. Det påhvilede sælgeren at bevise, at fejlen ikke havde været til stede på leveringstidspunktet

En forbruger købte den 18. juli 1995 en VW Passat til en pris af 25.700 kr.

Tre uger efter købet meddelte forbrugeren sælgeren, at udstødning, gearkasse og drivaksler var defekte. Sælgeren, der reparerede gearkassen, oplyste, at fejlen skyldtes, at en tand fra et gearhjul, kronehjul eller spidshjul var knækket af og havde sat sig i klemme inde i gearkassen. Dette bevirkede, at gearkassen låste sig fast og blokerede forhjulene, hvorved trækakslerne også blev ødelagt. Sælgeren reparerede bilen og krævede, at forbrugeren betalte en del af regningen, 7.084,70 kr.

Nævnets sagkyndige oplyste, at den afbrækkede tand i gearkassen kunne skyldes et træthedsbrud, der har udviklet sig over en længere kørestrækning, eller en momentan hårdhændet behandling af gearkassen. Nævnet udtalte, at det, henset til at sammenbruddet var sket tre uger efter leveringen, og at sælgeren havde bortkastet de udskiftede dele, måtte påhvile sælgeren at bevise, at fejlen var opstået på anden måde end ved et træthedsbrud. Sælgeren kunne ikke løfte denne bevisbyrde.

Da det endvidere efter den sagkyndiges erklæring måtte lægges til grund, at det uanset bilens alder ikke er forventeligt, at der sker træthedsbrud, og da fejlen kan have alvorlige sikkerhedsmæssige konsekvenser, fandt nævnet, at bilen var mangelfuld efter købelovens § 77.

Da mangler skal afhjælpes uden omkostninger for køberen, jf. købelovens § 79, bestemte nævnet, at klageren skulle fritages for betaling af reparationsomkostningerne. (J.nr. 1996-521/7-79)

6.11.11. Bilen viste sig at have kørt ca. 100.000 km mere, end km-tælleren viste

En forbruger købte i september 1995 en bil. Der var hverken mundtligt eller skriftligt givet en km-garanti, men bilens km-tæller viste 126.000 km. Flere måneder senere opdagede forbrugeren, at der på indersiden af bilens solskærm var påklisteret en smøreseddel, hvoraf det fremgik, at bilen ved olieskift i maj 1995 havde kørt 212.000 km.

Nævnet udtalte, at km-tællerens udvisende er en omstændighed, der indgår i køberens vurdering af bilen. Bilen måtte antages at være mere slidt og mindre værd end køberen efter omstændighederne havde grund til at regne med, hvorfor bilen blev anset for mangelfuld. Forbrugeren fik medhold i sit krav om et forholdsmæssigt afslag, der blev sat til 10.000 kr. (J.nr. 1996-521/7-144)

6.11.12. Påkrav om afhjælpning ikke opfyldt. Klager kunne hæve handlen

En klager købte en knapt 20 år gammel VW campingbus til en pris af 75.000 kr. Det blev i forbindelse med købet oplyst, at motoren var hovedrepareret.

Kort tid efter købet konstaterede klageren, at der var noget i vejen med motoren og reklamerede over for sælgeren. Klageren gav udtryk for, at hvis afhjælpning ikke fandt sted tilfredsstillende, ville han hæve købet.

En uges tid efter, at bilen var indleveret på indklagedes værksted, indrømmede indklagede, at der var noget i vejen med motoren, hvorfor topstykket blev sendt til reparation. Da reparationen havde fundet sted og klageren afhentede bilen, forsøgte han igen at få handlen ophævet, men indklagede oplyste, at bilen nu var i orden.

Motoren gik imidlertid stadigvæk utilfredsstillende, og da klageren herefter adskillige gange havde reklameret over diverse fejl, afsendte han et anbefalet påkrav, hvori han krævede en række nærmere angivne mangler udbedret inden 14 dage. Indklagede reagerede ikke herpå.

Klageren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om, at købet blev hævet.

Indklagede oplyste under behandlingen, at der ikke var givet nogen form for garanti på bilen, og at klagerens ibyttetagne bil viste sig at være i væsentlig dårligere stand, end klageren havde givet

oplysning om.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige afgav efter en besigtigelse af bilen erklæring om, at der var adskillige fejl på denne, og at motoren var utæt, og at det i det hele forekom usandsynligt, at motoren som anført af parterne var blevet hovedrepareret.

Forbrugerklagenævnet lagde på baggrund heraf til grund, at bilen var behæftet med mangler, som berettigede klageren til at gøre misligholdelsesbeføjelser gældende over for indklagede. Da klageren ved anbefalet skrivelse havde fremsat påkrav om afhjælpning, uden at indklagede har opfyldt sin pligt til efter købelovens § 78, stk. 1, at afhjælpe manglerne inden rimelig tid, fandt nævnet, at klageren var berettiget til i medfør af købelovens § 78, stk. 3, at hæve købet.

(Hvis indklagede ikke kunne tilbagegive den ibyttetagne Morris Minor i væsentlig samme stand som den var ved handlens indgåelse, skulle indklagede betale købesummen tilbage til klageren mod at få den i sagen omhandlede campingbus stillet til disposition.) (J.nr. 1996-521/7-32)

6.11.13. En forbruger havde købt en "EU-knallert", der var ulovlig på leveringstidspunktet. Sælgeren lovliggjorde knallerten, men da den ikke kørte så godt som på leveringstidspunktet, forelå der en mangel

En forbruger ønskede at købe en "EU-knallert" af den type, der skal registreres, og som ikke må køre mere end 45 km/t. Forbrugeren prøvekørte flere forskellige mærker og fandt en "EU-knallert" af mrk. Suzuki særdeles velkørende, hvorfor den blev købt for 16.120 kr.

Knap et halvt år senere blev knallerten af politimesteren indkaldt til eftersyn på grund af en tvivlsom typegodkendelse. Sælgeren, der over for nævnet hævdede, at han ved handlens indgåelse havde oplyst køberen om, at knallerten var ulovlig, idet den var boret i udstødningen, tilbød køberen at afhjælpe denne ulovlighed.

Køberen, der hævdede, at han intet vidste om denne ulovlighed, lod knallerten lovliggøre og kunne efterfølgende konstatere, at den kørte langt dårligere end før.

Nævnet udtalte, at en forbruger, der hos en erhvervsmæssig sælger køber et indregistreret køretøj, er berettiget til at forvente, at køretøjet opfylder færdselslovens krav. På den baggrund fandt nævnet, at sælgeren måtte bevise, at han havde gjort køberen bekendt med, at knallerten var ulovlig. Sælgeren kunne ikke løfte denne bevisbyrde. Da nævnet endvidere fandt det sandsynligt, at knallerten efter lovliggørelsen kørte dårligere, end da den var boret i udstødningen, fandt nævnet, at knallerten var mangelfuld og gav køberen medhold i, at handlen kunne hæves. (J.nr. 1996-522/7-17, -14 og -19)

6.11.14. Køb af ny motorcykel. Solgt "uden garanti". Almindelig mangelsvurdering

Ved salg af en ny motorcykel til en forbruger for 21.145 kr. havde sælgeren påført såvel slutsedlen som salgsfakturaen vilkåret: "Cyklen er solgt uden garanti".

Allerede et par måneder efter leveringen reklamerede klageren over, at motorcyklen kun kørte på én cylinder. Sælgeren henviste til, at cyklen var solgt uden nogen form for garanti, og klageren måtte betale for at få tænding og karburator rensat og justeret.

Et par dage senere reklamerede forbrugeren igen over, at cyklen kun kørte på én cylinder, og over, at karburatoren var faldet af. Denne gang måtte klageren betale 339,60 kr. for reparationen.

Yderligere knap to måneder senere reklamerede forbrugeren igen, denne gang over, at cyklen var stram i styretøjet, at den ikke kunne holde strøm, og at den stadig somme tider kun gik på én cylinder. Desuden dryppede det i perioder fra karburatoren. Sælgeren henviste påny til, at cyklen var solgt uden garanti, og forbrugeren modtog en regning på knap 1.400 kr., som han betalte under protest.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet henholdt sælgeren sig til, at cyklen var solgt uden nogen form for garanti og reklamationsret, da det var en speciel tilbudsmodel.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte cyklen og kunne ikke konstatere nogle af de fejl, klageren nu reklamerede over, bortset fra, at der var monteret et tænderør med et forkert glødetal. Om de fakturaer, som klageren havde betalt, oplyste den sagkyndige, at der for en dels vedkommende var tale om forventede omkostninger. For så vidt angik reparation af defekten ved styretøjet, havde sælgeren over for den sagkyndige oplyst, at udskiftning af styretøjets lejer sandsynligvis skyldtes mangelfuld smøring af delene ved samleprocessen under motorcyclens fremstilling.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at et vilkår i en købekontrakt, om, at der ikke ydes garanti, normalt må forstås således, at køberen ikke kan forvente en bedre retstilling end den, han har efter lovgivningen, jf. herved markedsføringslovens § 4, hvorimod vilkåret ikke i sig selv var egnet til at give køberen en forventning om, at han med hensyn til det købtes standard måtte tåle en vis fravigelse fra, hvad han ellers var berettiget til at forvente.

Uanset sælgerens forbehold i slutsedlen om, at cyklen var "solgt uden garanti", var det derfor nævnets opfattelse, at der skulle anlægges en sædvanlig mangelsvurdering efter købelovens § 76.

Det var endvidere uden betydning, at cyklen ifølge sælgerens oplysninger var solgt uden reklamationsret, da et sådant vilkår var i strid med købelovens ufravigelige bestemmelser og derfor uforbindende for klageren, jf. herved købelovens § 81 sammenholdt med § 1, stk. 2.

Defekten ved styretøjet havde ifølge sælgerens oplysninger til den sagkyndige været forårsaget af mangelfuld smøring af delene ved samleprocessen under motorcyklens fremstilling. Motorcyklen havde således ved leveringen været behæftet med en mangel, og forbrugeren havde derfor i medfør af købelovens § 78, stk. 1, jf. § 76, stk. 1, nr. 4, været berettiget til at kræve vederlagsfri udskiftning af styretøjets lejer. Forbrugeren var derfor berettiget til at kræve det erlagte vederlag for denne reparation tilbagebetalt.

Som følge af, at klageren kun fik medhold i en mindre del af sine klagepunkter, blev det kun pålagt sælgeren at refundere ham halvdelen af gebyret for sagens behandling, 240 kr. (J.nr. 1996-522/7-6)

6.12. Transport og flytning

6.12.1. En forbruger blev med urette nægtet befordring med Falck. Fortolkning af abonnementskontrakt

En forbruger, der havde bopæl i Nordsjælland, havde tegnet et Falck abonnement på patientbefordring. Forbrugeren skulle i januar 1996 have foretaget en knæleds-artroskopi på en privat klinik i Charlottenlund. Da forbrugeren efter indgrebet ikke selv var i stand til at køre bil hjem og var plejekrævende, skulle hun bo hos familien i København. Da hun efter indgrebet ringede til Falck, nægtede Falck at udføre transporten, idet man oplyste, at abonnementet kun omfattede befordring hjem og retur, hvorimod det ikke omfattede befordring til besøgsadresse. Forbrugeren var herefter nødt til at befordre sig med taxa til besøgsadressen.

Abonnementsbetingelserne vedrørende patientbefordring havde følgende ordlyd: "Der ydes patientbefordring i Danmark af husstandens folkeregistertilmeldte medlemmer fra/til fast bopæl, besøgsadresse, i forbindelse med behandling hos læge, på sygehus, klinik eller andet behandlingssted. Patientbefordring udføres, hvis patienten er syg og kun vanskeligt kan køre i tog/bus."

Nævnet fandt, at betingelserne for at yde patientbefordring var opfyldt. Falck blev pålagt, at godtgøre forbrugeren udgiften til taxa. (J.nr. 1996-362/7-5)

6.12.2. Flytning med DSB Gods. Ansvarsbegrænsning lovlig, selv om den ikke var aftalt

En forbruger flyttede fra Jylland til Bornholm og indleverede i den forbindelse sit flyttegods til DSB. Det blev aftalt, at flyttegodset fire dage senere skulle leveres på Bornholm, og fragtpriisen udgjorde 760 kr. inkl. moms. Da forbrugeren modtog flyttegodset, manglede der fire flyttekasser, og forbrugeren reklamerede straks. Forbrugeren opgjorde sit krav til ca. 15.000 kr.

DSB erkendte, at flyttegodset var bortkommet i DSB's varetægt og tilbød erstatning i henhold til DSB's forretningsbetingelser, hvorefter erstatningen ydes med 135 kr. pr. bortkommet kg, og da vægten af det bortkomne gods skønnedes til 40 kg, blev klageren tilbudt en erstatning på kr. 5.400.

Det var ubestridt, at forbrugeren ikke var bekendt med DSB's forretningsbetingelser og ansvarsbegrænsninger, men på trods af dette fik forbrugeren ikke medhold i sit krav om en højere erstatning, end tilbudt af DSB.

Efter § 3 i lov om DSB (lovbekendtgørelse nr. 285 af 2. maj 1995) fastsætter DSB nærmere regler for befordring efter loven i befordringsreglementer og tariffer. Udgivelsen af befordringsreglementer mv. bekendtgøres i Statstidende og skal kunne købes gennem DSB's stationer. I medfør af DSB-lovens § 33 fastsættes erstatning for tab af gods som udgangspunkt efter markedsprisen. Erstatningen kan dog ikke overstige det beløb, der er fastsat i befordringsreglementet. Ifølge det aktuelle befordringsreglement

udgør den maksimale erstatning 135 kr. pr. kg. beskadiget eller manglende bruttovægt + fragt og andre omkostninger i forbindelse med transporten. Denne maksimalerstatning er en følge af Danmarks tiltrædelse af Den Internationale Jernbanekonvention og var oprindeligt fastsat i selve DSB-loven, men blev ved ændringen af loven i 1984 overført til befordringsreglementet, således at man kunne foretage en løbende, administrativ ajourføring af maksimalerstatningerne til samme niveau som i international trafik og ikke måtte foretage en lovændring hver gang, maksimalerstatningsbeløbet blev ændret.

Under disse omstændigheder fandt nævnet, at DSB var berettiget til at udbetale erstatning med 135 kr. pr. bortkommet kg. eller i alt 5.400 kr. samt en forholdsmæssig andel af fragttudgiften, 174 kr., således at den samlede erstatning udgjorde 5.574 kr.

Nævnet fandt dog anledning til at bemærke, at DSB efter nævnets opfattelse burde overveje at informere kunderne om bestemmelser om maksimalerstatninger ved gengivelse af sådanne bestemmelser på fragtbrevsformularerne eller ved henvisning til de på transporttidspunktet gældende relevante bestemmelser. (J.nr. 1996-512/7-90)

6.12.3. Krav om forholdsmæssigt afslag ved køb af månedskort hos DSB ved omfattende togforsinkelser

De meget omfattende forsinkelser og uregelmæssigheder i DSBs togdrift i perioden juni til oktober 1994 og Forbrugerombudsmandens synspunkter i den anledning i forhold til markedsføringslovens krav om overholdelse af god markedsføringsskik er tidligere omtalt i Juridisk Årbog 1995 side 54.

En forbruger havde i hele 1994 benyttet DSB ved transport mellem sit hjem og arbejde på strækningen Sorø-København. Denne jernbanestrækning var ramt af store forsinkelser og uregelmæssigheder i det nævnte tidsrum. Forbrugeren krævede et forholdsmæssigt afslag i transportvederlaget, månedskort købt for hele 1994.

Forbrugeren anførte, at det bl.a. som følge af den uregelmæssige togdrift havde været umuligt at planlægge møder mv. efter togtiderne. Forbrugeren kunne ikke nøjagtigt redegøre for sin forsinkelse den enkelte dag, og han havde ikke anvendt alternativ transport.

Ved Forbrugerklagenævnets afgørelse af sagen lagdes oplysninger modtaget fra DSB om forsinkelserne til grund for afgørelsen.

DSB henholdt sig til, at det af § 10 i DSB-loven følger, at forsinkelse af tog ikke begrunder erstatningskrav mod DSB, hvorfor der efter DSBs opfattelse ej heller kan kræves et forholdsmæssigt afslag. DSB henviste endvidere til, at betingelserne for at yde et forholdsmæssigt afslag ikke var opfyldt.

Indledningsvis fastslog nævnet, at DSB-lovens § 10 efter sin ordlyd alene afskærer passagerer fra at få erstatning for tab, som måtte være lidt ved forsinkelsen. Derimod tager bestemmelsen ikke stilling til, om forsinkelse af tog kan begrunde, at passagererne kan kræve transportvederlaget helt eller delvist tilbagebetalt. Nævnet fandt endvidere ikke, at forarbejderne til den nævnte bestemmelse i DSB-loven gav grundlag for at antage, at bestemmelsen skulle forstås på en anden måde, end ordlyden tilsiger. Det var derfor nævnets opfattelse, at passagerer hos DSB ikke er afskåret fra at kræve transportvederlaget helt eller delvis tilbagebetalt, hvis et krav herom kan støttes på dansk rets almindelige regler om retsvirkningerne af forsinkelse.

Nævnet udtalte, at det af almindelige regler følger, at retten til at få et forholdsmæssigt afslag i vederlaget er betinget af, at den modtagne ydelses værdi er forringet på en måde, som lader sig udregne forholdsmæssigt, og, at denne betingelse normalt ikke vil være opfyldt, hvor misligholdelsen alene består i forsinkelse. Endvidere, at de forsinkelser, klageren havde været udsat for, havde været til ulempe for denne, men at det derimod ikke kunne antages, at forsinkelserne havde medført en forringelse af transportydelsens værdi, som det er muligt at værdiansætte. Forbrugers krav om tildeling af et forholdsmæssigt afslag blev derfor ikke taget til følge. (J.nr. 1996-511/7-1)

6.13. Musikinstrumenter, grammofonplader, koncerter

6.13.1. Leje af klaver. Lejeaftalen betragtet som kreditkøb. Ikke gyldigt ejendomsforbehold

En forbruger indgik den 19. december 1990 aftale om leje af et klaver. Aftalen blev udfærdiget på en fortrykt slutseddelformular. Klaveret blev i aftalen prissat til 13.900 kr., idet der samtidig anførtes en minimumslejeperiode på 18 måneder, en månedlig leje på 270 kr. samt "fuld godtgørelse af lejebeløbet

ved køb af instrumentet".

Da forbrugeren ved sine månedlige indbetalinger havde erlagt beløbet på 13.900 kr., ophørte hun med at betale og krævede ejendomsretten til klaveret.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at forbrugeren havde lejet klaveret på vilkår, at hun ville få lejebeløbet godtgjort ved køb af instrumentet. Det måtte herefter antages at have været meningen ved aftalens indgåelse, at forbrugeren skulle blive ejer af klaveret. Det fulgte derfor af den dagældende kreditkøbslovs § 2, stk. 2, jf. i dag kreditaftalelovens § 6, stk. 2, at aftalen uanset at den var betegnet som en lejeaftale skulle anses for et kreditkøb med ejendomsforbehold.

Der forelå samtidig et forbrugerkøb, hvor der kun kunne tages et gyldigt ejendomsforbehold, hvis der ved leveringen var erlagt en mindsteudbetaling, som i december 1995 udgjorde 30% af kontantprisen, jf. lov om køb på kredit § 18. Da forbrugeren fik klaveret overgivet uden at præstere en sådan udbetaling, har der ikke foreligget noget gyldigt ejendomsforbehold, og den fulde ejendomsret til klaveret var derfor overgået til forbrugeren allerede ved leveringen den 22. december 1990. Prisen for instrumentet var i kontrakten angivet til 13.900 kr., hvilket beløb forbrugeren havde erlagt. Den erhvervsdrivende var herefter ikke berettiget til at afkræve forbrugeren yderligere betaling eller forlange klaveret tilbageleveret. (J.nr. 1996-571/7-80)

6.14. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

Ingen sager.

6.15. Øvrige sager

6.15.1. Tyveri af betalingskort. Hæftelse for misbrug

En forbruger havde under en ferie parkeret sin bil på en parkeringsplads ved Skudehavnen i Ebeltoft, hvortil han havde udsyn fra den sejlbåd, han opholdt sig i. Bilen stod endvidere parkeret ca. 20 m fra havnefogedens kontor. Efter de foreliggende oplysninger i sagen lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at forbrugerens benzinkort var blevet opbevaret sammen med koden i hans aflåste bil.

Efter betalingskortlovens § 21, stk. 3, nr. 2, hæfter en kortindehaver med op til 8.000 kr. for tab som følge af andres uberettigede brug af betalingskortet, hvis kortudsteder godtgør, at kortindehaver ved groft uforsvarlig adfærd har muliggjort den uberettigede brug.

Det var nævnets opfattelse, at forbrugeren havde handlet uhensigtsmæssigt ved at opbevare koden sammen med kortet i sin bil, der var parkeret på en parkeringsplads. Men selv om denne omstændighed kunne bebrejdes forbrugeren, fandt nævnet ikke efter en samlet vurdering, at forbrugeren havde udvist en groft uforsvarlig adfærd, som omhandlet i betalingskortlovens § 21, stk. 3, nr. 2. Nævnet lagde herved også vægt på, at efter lovens forarbejder forudsættes bestemmelsen om groft uforsvarlig adfærd kun at kunne gøres gældende i et fåtal af tilfælde.

Nævnet fandt herefter, at benzinselskabet ikke havde været berettiget til at afkræve forbrugeren 8.000 kr. af det konstaterede tab i forbindelse med misbruget af forbrugerens kort, og benzinselskabet var derfor pligtig at tilbagebetale beløbet til forbrugeren. Benzinselskabet skulle endvidere betale renter af de 8.000 kr. efter rentelovens regler, med diskonto + 5% fra tidspunktet for modtagelsen af beløbet den 1. september 1995.

Forbrugerombudsmanden havde, med ikrafttræden den 5. maj 1995, udstedt et påbud i henhold til betalingskortloven til benzinselskabet om ikke at afkræve indehavere af selskabets betalingskort erstatning for tab som følge af andres uberettigede brug af kortene efter reglen i betalingskortlovens § 21, stk. 1, 1. punktum, og stk. 2. Benzinselskabet kunne derfor heller ikke i anledning af misbruget af forbrugerens kort kræve 1.200 kr. fra forbrugeren i medfør af betalingskortlovens § 21, stk. 1, 1. punktum. (J.nr. 1996-989/7-2)

6.15.2. Afbestilling af festlokaler. Kontraktsvilkår om betaling i forbindelse med afbestilling tilsidesat som urimeligt aftalevilkår

Nogle forbrugere havde med en erhvervsdrivende indgået aftale om at leje festlokaler i forbindelse med afholdelse af konfirmationer. I den ene sag blev aftalen indgået ca. halvandet år før afholdelse af festen, og i den anden sag ca. et halvt år før. I begge sager havde forbrugerne underskrevet en kontrakt, der indeholdt følgende vilkår:

"Afbestilling/manglende betaling: Ved afbestilling og betalingsmisligholdelse er køber forpligtet til straks og omgående at betale den fulde lokaleleje uden fradrag af eventuel senere tilbagebetalinger ved genudlejning med tillæg af evt. prisstigninger. Det samme er gældende såfremt xxx hæver aftalen grundet manglende rettidig indbetalinger. Forudsat genudlejning finder sted tilbagebetaler xxx til køber ca. 8 søgnedage efter selskabsdato, 25% af den nye lokaleleje, dog max. 25% af den jf. nærværende aftale anførte lokaleleje, idet restbeløbet da dækker xxx udgifter til bl.a. markedsføringsudgifter og genudlejningsvederlag mv. Køber kan desuden indtil 21. dage før selskabsdato ved rekommanderet skrivelse annullere alt det øvrige bestilte excl. lokale helt eller delvist mv. uden at betale xxx bruttoavance (avance erstatning). Ved afbestilling senere end 21 dage før selskabsdato skal køber betale det fulde beløb."

I begge sager blev forbrugerne ved modtagelse af ordrebekræftelse på det bestilte betænkelige ved omkostningerne ved arrangementet. Forbrugerne afbestilte derfor skriftligt den indgåede aftale om leje af festlokalerne.

Det indklagede firma meddelte forbrugerne, at man accepterede afbestillingen, men at man krævede vederlag i henhold til kontraktens bestemmelse herom, i den ene sag 5.250 kr. og i den anden sag 3.380 kr. Forbrugerne protesterede mod at skulle betale fuldt lejebeløb, når der var afbestilt i god tid.

Det indklagede firma anførte, at man henholdt sig til kontraktens bestemmelse, hvor vilkåret om afbestilling efter firmaets opfattelse var fremhævet med særlig typografi. Firmaet mente derfor, at klagerne hverken ifølge aftalen eller dansk rets almindelige regler havde ret til at afbestille, hvorfor man fastholdt de krævede vederlag.

HO-RES-TA, (Hotel-, Restaurant- og Turisterhvervets Arbejdsgiverforening) oplyste, at der i branchen er udarbejdet retningslinier for afholdelse af blandt andet selskabsarrangementer. Ifølge branchens regler kan en kunde afbestille et selskabsarrangement på over 12 personer skriftligt inden fire uger før arrangementets afholdelse, uden at afbestillingen udløser noget vederlagskrav. Afbestilles der senere end fire uger før arrangementet, men inden seks døgn, kan der kræves en godtgørelse svarende til 50% af prisen for de bestilte kuverter. Ved senere afbestilling kan kræves en godtgørelse svarende til 75% af samtlige ydelser, mens der ved "no show" skal betales fuld pris.

Nævnet lagde i sin afgørelse til grund, at forbrugerne på aftaletidspunktet primært var interesseret i at reservere selskabslokaler i god tid til planlagte konfirmationer. Dette kunne kun lade sig gøre, såfremt forbrugerne underskrev en standardaftale vedrørende et familiefestarrangement, hvis vilkår ensidigt tilgodeså udlejerens interesser uden at forbrugerne havde mulighed for at påvirke indholdet af aftalen. Det fremgik endvidere af sagerne, at forbrugerne allerede henholdsvis to og seks dage efter aftalens indgåelse afbestilte arrangementerne efter at have sat sig nærmere ind i udlejerens arrangementsbetingelser, og at afbestillingerne skete henholdsvis tre måneder og mere end et år før arrangementernes planlagte afholdelse.

Udlejerens fortrykte afbestillingsvilkår anså nævnet for langt mere byrdefulde end, hvad der er sædvanligt ved selskabsarrangementer mv. inden for hotel- og restaurationsbranchen, jf. HO-RES-TA's standardvilkår, og er tillige langt mere byrdefulde end, hvad der ville følge af dansk rets almindelige regler, hvorefter en kontraktspart kun kan kræve erstatning for kontraktsbrud, hvis han kan godtgøre at have lidt et tab, som ikke kunne have været undgået ved rimelige bestræbelser på at kontrahere til anden side. Under hensyn til forholdene ved aftalernes indgåelse og aftalernes indhold fandt nævnet herefter, at det ville være urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre aftalerne gældende, hvorfor aftalerne blev tilsidesat i medfør af aftalelovens § 38c sammenholdt med § 36. Forbrugerne blev derfor fritaget for at betale ethvert betalingskrav fra udlejerens side. (J.nr. 1996-7172/7-1 og 2)

6.15.3. Køb af hundehvalp. Sælgers levering af en ny hundehvalp efter den første hunds død blev anset som erstatning og ikke som en gave. Mangler ved hvalp nr. to. Ophævelse af handlen

En forbruger købte en sommer en Airedale Terrier hvalp for 4.000 kr. I oktober året efter døde hunden pludseligt. Forbrugeren rettede henvendelse til sælgeren, der efter at have haft hvalpens dødsattest til gennemsyn indvilgede i uden vederlag at levere klageren en ny hvalp.

Ca. halvanden måned efter, at forbrugeren havde modtaget denne hvalp, begyndte den at halte, og ca. tre måneder herefter blev hunden aflivet på grund af en uheldbredelig hofteledssygdom. Forbrugeren rettede henvendelse til sælgeren, der henviste til, at den som nr. to leverede hvalp, var leveret som en gave og ikke som erstatning for den første hvalp, som var død af en ikke-arvelig sygdom og i øvrigt mere end et år efter levering.

Nævnet fandt, at forbrugeren havde været berettiget til at forvente, at den ny hvalp blev leveret af sælgeren som erstatning for den første hvalp og ikke som en gave. Sælgeren kunne ikke godtgøre at have taget et forbehold over for forbrugeren. På baggrund af en erklæring fra Det Veterinære Sundhedsråd lagde nævnet endvidere til grund, at hvalpens hofteledssygdom skyldtes egenskaber, der var til stede ved hvalpens overgivelse til forbrugeren, og som måtte anses som en væsentlig mangel, der berettigede forbrugeren til at hæve købet.

Nævnet fandt ikke, at forbrugeren var berettiget til erstatning for udgifter afholdt i forbindelse med hvalpens sygdom, idet det ikke var godtgjort, at sælgeren inden hvalpens overdragelse til forbrugeren havde haft grund til at formode, at hvalpen var syg. (J.nr. 1996-590/7-3)

6.15.4. Køb af kosmetikprodukter ved homeparty. Forbrugeren kunne fortryde købet og kræve pengene tilbage

En forbruger havde to gange været til demonstration af kosmetikprodukter og havde yderligere en gang selv afholdt en demonstration. I forbindelse med disse demonstrationer havde hun bestilt forskellige kosmetikprodukter. Under demonstrationerne blev der udleveret en pjece, hvor der blandt andet var angivet følgende:

"Garanti. XXX står for kvalitet. Hvis du ikke er tilfreds med produktet, så kontakt din hudplejekonsulent for at bytte eller få pengene tilbage."

Da forbrugeren efterfølgende ikke fandt varerne tilfredsstillende, rettede hun henvendelse til hudplejekonsulenten for at tilbagelevere varerne og få pengene tilbage. Hudplejekonsulenten henviste hende dog til firmaets hovedkontor, som ikke var afvisende over for at tilbagebetale pengene, men forlangte, at hun aflagde personligt besøg på hovedkontoret, inden tilbagebetalingen kunne ske.

Firmaet anførte, at egentlig reklamation over produkterne først fremkom fra klageren ti uger efter det første køb under en demonstration. Til trods herfor var man ikke afvisende over for at tilbagebetale beløbet, men man ønskede en personlig henvendelse for at få klarlagt utilfredsheden med produktet nærmere.

Nævnet lagde efter det oplyste til grund, at forbrugeren havde købt adskillige kosmetikprodukter i forbindelse med, at hun ved flere lejligheder havde deltaget i "homeparties" arrangeret af firmaet. Nævnet lagde endvidere til grund, at der i forbindelse med demonstrationerne og leveringen af bestilte varer var udleveret en pjece, som firmaet havde udfærdiget. Ifølge pjecen yder firmaet en garanti, der ubetinget og tidsubegrænset tilsikrer, at forbrugerne i tilfælde af utilfredshed med produkterne kan få disse byttet eller få pengene tilbage ved at rette henvendelse til hudplejekonsulenten. Det måtte herefter påhvile firmaet at godtgøre, at forbrugeren mundtligt havde fået oplyst, at garantien var betinget af en fire ugers reklamationsfrist, hvilket firmaet mod forbrugers benægtelse ikke havde godtgjort. Da forbrugeren efter det oplyste havde fremført sin utilfredshed med produkterne til hudplejekonsulenten og tilbageleveret produkter, havde klageren efter nævnets opfattelse krav på at få tilbagebetalt beløbet, uden at firmaet kunne stille som betingelse, at forbrugeren mødte personligt op på firmaets hovedadresse. Nævnet bemærkede i øvrigt, at de af sagen omhandlede køb var omfattet af reglerne om fortrydelsesret i kapitel 3 i lov om visse forbrugerftaler, da produkterne var solgt til en forbruger under en selskabelig sammenkomst uden for firmaets faste forretningssted. Firmaet havde derfor haft pligt til at sørge for, at forbrugeren ved leveringen af det købte fik skriftlig oplysning om lovens fortrydelsesret på den måde, der er foreskrevet i § 2 i bekendtgørelse nr. 599 af 12. juli 1993 vedrørende oplysning om fortrydelsesret i henhold til lov om visse forbrugerftaler og bilag 1 til bekendtgørelsen. Hvis oplysningen om lovens fortrydelsesret ikke er givet i overensstemmelse hermed, følger det af lovens § 7, stk. 2, at aftalen ikke er bindende for forbrugeren. (J.nr. 1996-7211/7-3)

Kolofon

Titel:

Juridisk Årbog 1996

Udgiver:

Forbrugerstyrelsen

Ansvarlig institution:

Forbrugerstyrelsen

Copyright:

Forbrugerstyrelsen

Forfatter:

Forbrugerstyrelsen

Anden bidragyder:

Forbrugerstyrelsen Kommunikationscentret

Sprog:

dan

URL:<http://www.forbrug.dk/>**ISBN nr.:**

87-7408-5778

Version:

1.0

[| Top |](#)

Denne side er hele publikationen i HTML til publikationen "Forbrugerjura 1996".

Version nr. 1.0 af 10-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009