



MINISTERIET FOR FAMILIE-
OG FORBRUGERANLIGGENDER

Forbrugerstyrelsen

Forbrugerjura 2004



Forbrugerjura 2004
Maj 2004
Gratis e-publikation
Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S
Telefon: 32 66 90 00
Telefax: 32 66 91 00
E-post: forbrug@forbrug.dk
Hjemmesiden: www.forbrug.dk
ISBN nr. 87 7408 700 2

Indhold

Praksis fra Forbrugerombudsmanden, Forbrugerklagenævnet og Forbrugerstyrelsen

- 1. Ny lovgivning**
 - 1.1. Ændring af Rejsegarantifonden
 - 1.2. Ændring af prismærkningsloven
- 2. Markedsføringsloven**
 - 2.1. Lovens § 1
 - 2.1.1. Kontraktvilkår
 - 2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger
 - 2.1.3. Diskriminerende markedsføring
 - 2.1.4. Inkasso
 - 2.1.5. Negativ aftalebinding
 - 2.1.6. Alkohol
 - 2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde
 - 2.1.8. Samfundsmæssige hensyn
 - 2.1.9. Børn og unge
 - 2.1.10. Forbrugerombudsmandens internationale samarbejde
 - 2.1.11. Andet
 - 2.2. Lovens § 2
 - 2.2.2. Vildledende prisangivelser
 - 2.3. Lovens § 3. Brugervejledninger
 - 2.4. Lovens § 4. Garantier
 - 2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn
 - 2.6. Lovens § 6. Tilgift
 - 2.7. Lovens § 6a. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere
 - 2.8. Lovens § 7. Mængdebegrænsning
 - 2.9. Lovens § 8. Rabat
 - 2.10. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer
 - 2.11. Retningslinier/vejledninger
- 3. Betalingsmiddeloven**
 - 3.1. Principielle sager
 - 3.2. Dispensationer

4. **Prismærkningsloven**
5. **Tobaksloven**
 - 5.1. Lov om forbud mod tobaksreklame
 - 5.2. Tobaksreklamer i brancheblad. Dom afsagt af Østre Landsret
 - 5.3. Annoncer for tobaksvarer i reklametryksager og lokalaviser. To domme afsagt af byret
 - 5.4. Salg af cigarer, piber, pibetobak samt tilbehør på internettet
 - 5.5. Anmeldelser til politiet om overtrædelse af tobaksloven
6. **Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet**
 - 6.1. Husholdningsapparater og isenkram
 - 6.2. Radio/tv mv.
 - 6.3. Computere mv.
 - 6.4. Telefoner mv.
 - 6.5. Anden elektronik
 - 6.6. El, gas, vand og varme
 - 6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)
 - 6.8. Fodtøj
 - 6.9. Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)
 - 6.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sport og fritidsudstyr
 - 6.11. Foto, ure, optik, smykker
 - 6.12. Motorkøretøjer
 - 6.13. Transport og flytning
 - 6.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.
 - 6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger
 - 6.16. Øvrige sager
7. **Statistikker**

Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet

Stikordsregister til afsnit 1-5

Oversigt over den lovgivning Forbrugerstyrelsen administrerer

1. Ny lovgivning

1.1. Ændring af rejsegarantifondsloven

Den 1. april 2004 trådte nye regler for rejsegarantifonden i kraft.

Formålet med ændringerne har været at indføre et målrettet tilsyn med rejsebranchen, at justere skalaerne for garantistillelse og at omlægge finansieringen af fonden, så at fondens formue ikke længere automatisk får nye midler. Desuden skal fonden fremover finansierer driften af Rejse-Ankenævnet.

Det målrettede tilsyn består i, at rejsearrangørerne fremover skal indsende tre nøgletal om virksomhedens økonomiske grundlag til fonden. Nye rejsearrangører, som skal registreres i fonden, skal ligeledes oplyse om deres økonomiske fundament. Det skal sætte fonden i stand til at vurdere, om en rejsearrangøren driver/planlægger at drive sin virksomhed på et tilstrækkeligt økonomisk grundlag. Er det ikke tilfældet, kan fonden kræve, at rejsearrangøren stiller en forhøjet garanti, som skal modsvare den øgede risiko for, at rejsearrangøren går konkurs og påfører fonden et tab.

Lovens skalaer for hvor stor en garanti, rejsearrangørerne skal stille, er også blevet justeret. Ændringerne betyder, at rejsearrangører med en omsætning under 250.000 kr. slet ikke skal stille garanti. Til gengæld er der blevet indskudt yderligere trin i bunden af skalaerne, så man hurtigere skal stille en højere garanti, hvis ens omsætning vokser. Endelig er overgrænserne i toppen af skalaerne blevet fjernet. Det betyder, at der fremover altid vil være et vist indbyrdes forhold mellem en rejsearrangørs omsætning og den garanti, som arrangøren skal stille over for

rejsegarantifonden. Hidtil har de største rejsearrangører maksimalt skulle stille en garanti på 30 mio. kr.

Fra 1. oktober 2004 er reglerne for betaling af bidrag til Rejsegarantifonden også blevet lagt om. Tidligere skulle rejsearrangørerne indbetale 5 kr. pr. solgt rejse til fonden. Pengene gik dels til fondens drift dels til fondens formue.

Efter de nye regler skal rejsearrangørerne fremover betale et årligt administrationsbidrag, som er sammensat af et grundbidrag og et bidrag fastsat i forhold til arrangørens omsætning. Bidraget skal dække fondens driftsudgifter og udgifterne til at drive Rejse-Ankenævnet. Derimod indbetales der ikke længere automatisk bidrag til fondens formue. Der er dog muligt at genindføre bidrag til fondens formue, hvis den ikke længere er så stor, at den svarer til summen af de to største tab, som fonden har lidt.

Forbrugerstyrelsen har efter, at lovændringerne er trådt i kraft, udstedt en nye bekendtgørelse om registrering, garantistillelse mv. (bekendtgørelse nr. 503 af 9. juni 2005), som bl.a. indeholder nærmere regler for indberetning af nøgletal mv. til fonden.

1.2. Ændring af prismærkningsloven

Med lov nr. 1383 af 20. december 2004 om ændring af lov om finansiel virksomhed mv., blev hjemlen i prismærkningslovens § 4 til at udstede bekendtgørelser om prisoplysning, fakturering og organiseret rabat for tjenesteydelser overført fra ministeren for familie- og forbrugeranliggender til økonomi- og erhvervsministeren for så vidt angår tjenesteydelser udbudt af finansielle virksomheder. Det følger herefter af lov om finansiel virksomhed, at økonomi- og erhvervsministeren fastsætter nærmere regler på dette område for finansielle ydelser.

De hidtidig gældende bekendtgørelser om skiltning for finansielle virksomheder finder dog anvendelse indtil økonomi- og erhvervsministeren har anvendt bemyndigelsen i lov om finansiel virksomhed.

2. Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1

2.1.1. Elektronisk adgang til fakturaer

En internetudbyder ønskede at gøre kundernes fakturaer tilgængelige elektronisk. Via en e-mail skulle kunden kunne klikke sig videre til en hjemmeside med adgang til kundens faktura. Internetudbyderen ønskede Forbrugerombudsmandens vurdering af denne fremgangsmåde.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at såvel forbrugere som erhvervsdrivende bør have adgang til at modtage fakturaer på en måde, så disse umiddelbart kan lagres og genfindes på en nem måde. En fremsendelse af en faktura i en e-mail synes at opfylde disse betingelser, idet en e-mail kan lagres og genfremkalde af modtageren.

Det var derimod Forbrugerombudsmandens opfattelse, at fakturaer ikke kun bør være tilgængelige på en hjemmeside, idet denne fremgangsmåde ikke på tilstrækkelig vis sikrer, at modtageren på en nem måde kan lagre fakturaen og senere genfremkalde den. I den forbindelse henviste Forbrugerombudsmanden til, at en hjemmeside heller ikke for tiden anses for et ”varigt medie” i forbrugerftalelovens forstand, jf. bemærkningerne til lovens § 11a (L 213 af 1. marts 2000). (2004-1100/5-240)

2.1.1. Kontraktvilkår

2.1.1.1. Nordic Media

Forbrugerombudsmanden nedlagde i oktober 2003 et foreløbigt forbud mod selskabet Nordic Medias udsendelse af regninger for telesex ydelser på grundlag af vis-nummer funktionen. Baggrunden for forbuddet var, at Forbrugerombudsmanden modtog over 100 klager fra forbrugere, der havde fået regninger fra Nordic Media for påstået brug af betalingssextjenester, som forbrugerne ikke havde bestilt. Samtidig hermed blev der i Sø- og Handelsretten anlagt retssag mod selskabet til stadfæstelse af dette forbud.

Forbuddet blev stadfæstet ved Sø- og Handelsrettens dom af 20. oktober 2004. Sø- og Handelsretten gav Forbrugerombudsmanden medhold i, at Nordic Media ikke måtte udsende regninger på baggrund af vis-nummer funktionen. Metoden sikrer nemlig ikke, at regningen bliver sendt til en myndig person, der rent faktisk har bestilt og benyttet firmaets tjenester. Hermed er en fast praksis ved Forbrugerklagenævnet blevet fulgt af Sø- og Handelsretten.

Af dommen fremgår bl.a.:

"Det er ubestridt, at Nordic Media har udsendt fakturaer alene på grundlag af vis-nummer funktionen. Vis-nummer funktionen giver imidlertid ikke mulighed for at sikre identiteten af og herunder alderen på brugerne af de udbudte tjenesteydelser, og informationsboksene er heller intet værd, når man blot kan klikke videre, selv om man er under 18 år. Der er ikke på forhånd indgået en aftale med de pågældende telefonabonnenter om brug af de udbudte tjenester, som Nordic Media fakturerer brugen af, og vilkårene herfor."

"Nordic Media har derfor handlet i strid med god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens § 1, ved uden retligt grundlag herfor at have sendt fakturaer til telefonabonnenter. Retten er enig i, at en faktura er vildledende, når den lader telefonabonnenten tro, at denne er forpligtet til at betale, selv om dette efter det ovenfor anførte ikke svarer til de virkelige forhold....Udsendelse af fakturaerne findes herefter tillige at indebære en overtrædelse af markedsføringslovens § 2."

Nordic Media ApS blev endvidere idømt en bøde på 50.000 kr. for at have udsendt 28 skrivelser i strid med det foreløbige forbud, efter at retten havde afsagt kendelse om opretholdelse af Forbrugerombudsmandens nedlagte foreløbige forbud.

Nordic Media ApS har anket dommen til Højesteret.

Læs hele [dommen](#) her. (2003-1120/5-131)

Også andre selskaber har anvendt tilsvarende opkrævningsmetoder som Nordic Media. Et af disse selskaber har - efter at Forbrugerombudsmanden havde varslet nedlæggelse af forbud over for selskabets opkrævningsmetoder – meddelt Forbrugerombudsmanden, at selskabet ville ophøre med at fakturere kunder på grundlag af vis-nummer funktionen. Selskabet vil i stedet alene benytte sig af Dankort-betalinger.

Se også Forbrugerstyrelsens [vejledning](#) om hvordan man skal forholde sig, hvis man modtager en telesexregning.

2.1.1.2 Dom om uopsiglighed på 12 måneder i lejekoncept

Sø- og Handelsretten har ved dom af 20. oktober 2004 accepteret, at et teleskab kan binde forbrugerne til et lejekoncept på 12 måneder.

Lejekonceptet gik ud på leje af mobiltelefoner og indeholdt et vilkår om uopsigelighed på 12 måneder.

Forbrugerombudsmanden, som havde anlagt sag mod selskabet, gjorde bl.a. gældende, at det var i strid med god markedsførings-skik, hvis forbrugere ikke efter 6 måneder kunne komme ud af lejeforholdet.

Retten fandt ikke, at det var i strid med god markedsførings-skik at binde forbrugerne i 12 måneder. Retten lagde i den forbindelse vægt på, at en bindingsperiode på 12 måneder - efter det materiale der er forelagt retten - er almindeligt for udlejning af løs-øre, navnlig ved udlejning af hårde hvidevarer, radio og tv samt efter det oplyste briller.

Derimod fik Forbrugerombudsmanden medhold i, at selskabet ikke må markedsføre udlejning af mobiltelefoner, som indeholder en bytteret for lejeren, når realiteten er, at lejeren ikke ved parternes aftale opnår nogen særlig fordel i forhold til udlejeren med hensyn til senere leje af en ny telefon. Endvidere fik Forbrugerombudsmanden medhold i, at selskabet ikke må foretage udlejning af mobiltelefoner, uden at forbrugeren på forhånd har haft mulighed for at gøre sig bekendt med lejeaftalens vilkår.

Efter at have drøftet sagen med Kammeradvokaten besluttede Forbrugerombudsmanden ikke at anke dommen til Højesteret. Beslutningen blev bl.a. truffet i lyset af de politiske tilkendegivelser i dagspressen om behovet for ændringer af lovgivningen om binding af telekunder. (2004-11101/5-32)

2.1.1.3. Fremgangsmåden ved udstedelse af kontrolafgift ved togtransport

En togtransportør havde et vilkår i sine almindelige forretningsbetingelser, som sagde, at en passagerer som træffes uden gyldig billet eller kort skal betale en kontrolafgift på 500 kr. enten på stedet eller ved en opkrævning. Dette gjaldt også i tilfælde, hvor passageren ikke havde været i stand til at løse billet, eksempelvis på en selvbetjent station. Passageren kunne herefter i disse situationer søge om at få kontrolafgiften eftergivet.

Forbrugerombudsmanden fandt umiddelbart dette vilkår urimeligt og forelagde spørgsmålet for togtransportøren.

Togtransportøren henviste til, at Trafikministeriet har godkendt betingelserne og fremsendte en kopi af ministeriets godkendelse.

Forbrugerombudsmanden tog herefter kontakt til Trafikministeriet, der bekræftede godkendelsen og fastholdt, at der ikke er problemer med vilkåret, idet togtransportøren er forpligtet til at holde passagererne godt informerede om reglerne for kontrolafgifter.

Forbrugerombudsmanden valgte herefter ikke at foretage sig yderligere på dette tidspunkt. (2003-511/5-2)

2.1.2. Påtrængende markedsføring

2.1.2.1. Bøder for ulovlig telefonsalg

Et tv-distributionsselskab accepterede at betale et bødeforlæg fra politiet på 210.000 kr. En bøde selskabet fik for at have forsøgt at sælge abonnementer over telefonen til forbrugere, der ikke havde bedt om at blive kontaktet.

Forbrugerombudsmanden meldte i august 2002 selskabet til politiet efter at have modtaget klager over telefonsalget. Samtidig modtog Forbrugerombudsmanden sælgernes manuskript og

materiale, der viste, at sælgerne skulle ringe til gamle kunder og til kunder med analogt udstyr for at give dem tilbud på digitalt udstyr.

Selskabet som stod for opkaldene blev også meldt til politiet sammen med et andet selskab, som sammen med tv-distributionsselskabet solgte og installerede satellitudstyret. Selskaberne har lige som tv-distributionsselskabet modtaget et bødeforlæg fra politiet og accepteret at betale en bøde på hver 170.000 kr.

Efter Forbrugerftalelovens § 6 er det med få undtagelser strafbart at ringe forbrugere op uden deres forudgående samtykke. (2003-1169/5-41)

2.1.2.2. Reklameidentifikation

Igennem de senere år har Forbrugerombudsmanden løbende taget sager op om skjult reklame - reklame, der ikke umiddelbart kan opfattes som reklame. Der henvises til Forbrugerombudsmandens redegørelse "Reklameidentifikation - Skjult Reklame" i Forbrugerstyrelsens Juridiske Årbog 2001 og til Forbrugerjura 2003 (afsnittet "Reklamer skal kunne identificeres").

Forbrugerombudsmanden har i 2004 fortsat fokuseret på skjult reklame og har bl.a. behandlet sager om skjult reklame i de skrevne medier, i tv, på internettet og i kunstværker. Spørgsmålet om duftmarkedsføring har også været taget op.

Skjult reklame er som udgangspunkt i strid med markedsføringslovens generalklausul om god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1, og kan efter omstændighederne fremstå som vildledende og utilbørlig og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1 og 3.

2.1.2.3. Skjult reklame i ugeblade og magasiner

Forbrugerombudsmanden behandlede en sag om en annonce for L'Oréal – hårfarve i bladet Eurowoman. Annoncen, der fyldte 4 sider med tekst og billeder, fremstod efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i opsætning og indhold som redaktionel tekst og kunne blive forvekslet med bladets modekommentar eller modeanmeldelse, også selvom der øverst i annoncen var anført "Eurowoman Promotion.

Det viste sig, at annoncen var et eksempel på såkaldt "promotion" eller "advertorial", dvs. en annonce, der er udarbejdet af bladet for annoncøren.

Da reklamen ikke umiddelbart kunne identificeres som reklame, forelå der skjult reklame i strid med god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens §1.

Sagen gav Forbrugerombudsmanden anledning til at skrive til andre udgivere af uge- og månedsblade og præciserede, at reklamer i alle medier klart skal fremstå som reklame uanset reklamens form, og at reklamer og artikler skal være skarpt adskilt.

Såfremt der kan være den mindste tvivl om, hvorvidt der er tale om en annonce, må ordet "annonce" klart og tydeligt anføres i forbindelse med annoncen, ligesom det klart og tydeligt må fremgå af annoncen, hvem der er annoncør. Brug af ord som fx "advertorial" og "promotion" er ikke tilstrækkelig. (2004-11134/5-15)

2.1.2.4. Tv- og radioprogrammer

Dagbladene havde planer om, at programoversigterne for radio og tv fremover skulle betales af radio- og tv-virksomhederne, og

at placeringen i oversigten skulle afhænge af betalingens størrelse.

Forbrugerombudsmanden skrev til relevante parter og henlede opmærksomheden på, at hvis dette koncept skulle realiseres, ville der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være tale om reklame for de enkelte radio- og tv-stationer. Dagbladene skal derfor i planlægningen af konceptet være opmærksomme på, at reklamer klart skal kunne identificeres, jf. markedsføringslovens §1 om god markedsføringsskik. Programmerne skal i givet fald fremstå klart og tydeligt som reklame i aviserne. (2004-11134/5-16)

2.1.2.5. Skjult reklame i gratis magasinet "Where2Go"?

Forbrugerombudsmanden bad magasinet "Where2Go", der ligger fremme til fri afbenyttelse fx i tøjbutikker, på caféer og i billetsalg, om at redegøre for bladets koncept.

Det fremgik af redegørelsen, at "Where2Go" både er en virksomhed og navnet på et blad. Virksomheden laver reklameproduktioner i form af fx tryksager, programmer, brochurer og magasiner til virksomheder.

På baggrund af redegørelsen bemærkede Forbrugerombudsmandens, at konceptet omkring på den ene side virksomheden "Where2Go" som reklameproducent og på den anden side bladet af samme navn samt selve konceptet omkring bladet, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse indeholdt en indbygget fare for, at der sker sammenblanding af virksomhedens, bladets og de forskellige samarbejdspartneres interesser. Aftalerne, der vedrører bladet, bærer desuden præg af en tæt - måske for tæt - samhørighed mellem bladet og dets samarbejdspartnere. Forbrugerombudsmanden havde i den forbindelse bemærket, at samar-

bejdspartnere er sikret redaktionel dækning i bladet, hvis de har nyheder, der er relevante for mediet.

Hvis fx en redaktionel artikel, omtale eller billedserie er blevet til i samarbejde med og/eller efter aftale med en virksomhed eller på baggrund af, at det er underforstået, at virksomheden og/eller dens produkter får omtale på et eller andet tidspunkt, foreligger der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skjult reklame i strid med god markedsføringsskik, jf. § 1 i markedsføringsloven og efter omstændighederne af markedsføringslovens § 2.

Opsætning og udformning af sådanne artikler, omtaler eller billedserier mv. skal ske på en måde, så ingen læser kan være i tvivl om, at der er tale om markedsføring. Det betyder, at artikler, omtaler, billedserier mv., der er markedsføring, må suppleres med ordet "annonce" på en klar og tydelig måde.

Et blad kan på eget initiativ få en idé til en artikel eller billedserie i relation til en virksomhed eller et bestemt produkt. Såfremt bladet præsenterer idéen for virksomheden/virksomheden bag produktet, for helt eller delvist at få dækket artiklens omkostninger, skal den endelige artikel/omtalen/billedserien markeres, så det klart fremgår, at virksomheden har ydet økonomisk støtte, og at der således er tale om reklame.

Da "Where2Go" tilkendegav, at det - i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens anvisninger - vil blive sikret, at der i "Where2Go" ikke vil ske sammenblanding af redaktionelt stof, afsluttede Forbrugerombudsmanden sagen. (2004-11134/5-10)

2.1.2.6. Skjult reklame i Superavisen

Kravet om en klar adskillelse mellem artikler og annoncer gælder også aviser og blade, hvor målgruppen/læserne er virksomheder.

Forbrugerombudsmanden behandlede en sag mod Superavisen, der er en avis for detailhandlere. Avisen tilbød annoncører at købe ”redaktionelle profilløsninger”, således at annoncørerne ved siden af en annonce fik redaktionel omtale i avisen. Avisen tilbød også test af produkter, som så kunne blive bragt som redaktionelt stof med fotos.

Forbrugerombudsmanden meddelte avisen, at konceptet er skjult reklame i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1. (2004-11134/5-19)

2.1.2.7. Bladet ”De små amtsborgere” var et kommercielt blad

Forbrugerombudsmanden har behandlet en sag om et gratis magasin ”De små amtsborgere”, - ”Fyns Amt”, der indeholdt oplysninger i form af artikler til børnefamilier, men det indeholdt også artikler, der omtalte virksomheder og deres børneprodukter.

Det viste sig, at det var en virksomhed, der stod bag bladet.

Forbrugerombudsmanden meddelte udgiveren af magasinet, at magasinet efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var et annonceblad, der indeholder annoncer for både det offentlige, for foreninger og for private virksomheder. De involverede parter har betalt for indlæggene og har helt eller delvist medvirket til, hvad de enkelte indlæg skal indeholde.

Et sådant magasin må markeres med betegnelsen ”annonceblad”, og de enkelte indlæg må påføres ordet

“annonce” i det omfang, en privat erhvervsvirksomhed eller en offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed, står bag.

I den forbindelse gjorde Forbrugerombudsmanden opmærksom på den øgede adgang for borgerne til frit valg ved levering af serviceydelser i kommuner og amtskommuner. Det betyder bl.a. øget frihed til selv at vælge, når det gælder offentligt finansierede ydelser som fx sygehuse, skoler, daginstitutioner og ældrehjælp.

De enkelte indlæg må endvidere være påført tydelig oplysning om, hvilken offentlig myndighed, forening eller privat virksomhed, der står bag annoncen, fx ved angivelse af navn, logo eller varemærke.

Da magasinet ikke blev udgivet af Fyns Amt, var det endvidere Forbrugerombudsmandens opfattelse, at bladets navn ”de små amtsborgere” og angivelsen ”Fyns Amt” var egnet til at vildlede læserne til at tro, at det er et magasin, som Fyns Amt udgiver. I denne sammenhæng foreligger der ligeledes en overtrædelse af god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens §1. (2004-11134/5-18)

2.1.2.8. TV2's udsendelse "Shopping" vedrørende Fields var ifølge Forbrugerombudsmanden én stor reklame

Der kan efter omstændighederne være tale om skjult reklame, hvis en tv- eller radiokanal træffer aftale med en virksomhed om, at virksomheden og/eller virksomhedens produkter får omtale i et eller flere programmer. Der kan være tale om rosende omtale eller særligt detaljerede omtaler af produkter mv., eller der kan være tale om såkaldt "product placement", hvor der sker en eksponering/fremhævelse af fx et bestemt produkt, et logo, varemærke eller et navn, eventuelt i forbindelse med sponsoring af programmer.

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på tv-serien "Shopping", der handlede om et nyt butikscenter. Centrets navn blev slået fast gennem serien, både i sproget og synsmæssigt, og seerne fik mange relevante informationer om det nye indkøbscenter og dets butikker.

Centrets administrationsselskab havde betalt for delvis dækning af produktionsomkostningerne i forbindelse med tilblivelsen af tv-serien.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at serien "Shopping" var én stor reklame for indkøbscentret "Fields" og for centrets butikker, og at visningen af serien som minimum var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, idet tv-serien ikke var identificeret som reklame. Dette meddelte Forbrugerombudsmanden Steen & Støm Danmark A/S, der er administrator for butikscentret Fields.

Radio- og Tv-nævnet tog også sagen op i forhold til programvirksomheden/tv-stationen i medfør af radio- og tv-lovgivningen. Nævnet fandt ikke, at denne lovgivning var overtrådt.

Forbrugerombudsmanden fastholdt sin opfattelse af, at visningen af serien "Shopping" er én stor reklame, som ikke er identificeret som reklame, og at visningen derfor som minimum er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Efter omstændighederne besluttede Forbrugerombudsmanden ikke at foretage videre. (2004-11134/5-13)

2.1.2.9. Internettet. "Højhuset"

Forbrugerombudsmanden rejste en sag mod firmaet bag hjemmesiden www.n.dk.

Hjemmesiden rummede et frit tilgængeligt chatrum og legested - "Højhuset" – for unge. Men Højhuset var samtidig et avanceret reklameunivers, hvor virksomheder kunne købe sig ind og være en del af chatten i form af reklamer, der med mellemrum indgik på forskellig vis. Fx dukkede der med jævne mellemrum mærkevarer op som rekvisitter i legen. Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne sammenblanding af chat, leg, spil og markedsføring på denne hjemmeside var skjult reklame i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1.

Læs også om sagen under afsnittet "Børn og unge".(2004-11109/5-48)

2.1.2.10 Kunstværker (bøger, malerkunst, musik mv.)

Det kom frem i medierne, at virksomheden "Ewire" agtede at indgå aftaler med kunstnere om reklame i kunstværker.

Dette gav Forbrugerombudsmanden anledning til at meddele Ewire, at en aftale mellem en erhvervsvirksomhed og fx en forfatter, en musiker eller en billedkunstner om, at reklame for virksomheden og/eller virksomhedens produkt eller produkter skal indgå i fx en kommende bog, et kommende musikværk eller billede, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er skjult reklame i strid med god markedsføringsskik, jf. § 1 i markedsføringsloven og efter omstændighederne af markedsføringslovens § 2, stk. 1 og stk. 3 om vildledende og utilbørlige fremgangsmåder.

Såfremt reklame indgår i kunstværker, må det fremstå klart og tydeligt, hvornår der er tale om reklame. (2004-11134/5-21)

2.1.2.11. Duftmarkedsføring

Duftmarkedsføring betyder, at dufte indgår i markedsføringen. Formålet er typisk at påvirke forbrugeren for at øge salget af en vare.

I lighed med andre markedsføringsteknikker, som påvirker forbrugernes underbevidsthed, er det i strid med god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens §1, såfremt forbrugerne ikke er klar over, at de udsættes for denne påvirkning, som er en særlig form for skjult reklame.

En sag gav Forbrugerombudsmanden anledning til at præcisere, at duftmarkedsføring ikke må finde sted på offentlige steder, som fx på gader, veje, ved busstoppesteder og i buslæskure.

Hvis en forretning ønsker at benytte dufte i markedsføringen, så må de med tydelig skiltning i forretningen oplyse herom. Det er samtidig en forudsætning, at duftene ikke vildleder forbrugerne, fx ved at dufte forleder forbrugerne til at tro, at en vare har egenskaber, den rent faktisk ikke har.

Brug af dufte der understreger eller illustrerer et produkts egenskaber - eksempelvis udsendelse af appelsinduft i frugtafdelingen - kan ikke generelt siges at være i strid med god markedsføringsetik.

En duft der modsat har til formål at fjerne grim lugt, kan også være skjult reklame. Det kunne fx tænkes i en dyrebutik for at fjerne opmærksomheden om, at der kan være duftgener ved dyrehold. (2004-1100/5-327)

2.1.3. Diskriminerende markedsføring

2.1.3.1. Reklame for TUC – kiks var ikke kønsdiskriminerende

Forbrugerombudsmanden modtog et stort antal klager over en reklame for TUC kiks. Klagerne mente, at reklamen var kønsdiskriminerende, idet kvinden i reklamen blev brugt som sexobjekt og som blikfang.

Reklamen viste en mand foran en grill med en grilltang og et glas rødvin i hænderne. Foran ham stod en nøgen kvinde med en pakke TUC i den ene hånd, mens hun fører en kiks op til munden med den anden hånd. Teksten i reklamen lød: "Nyhed! Kan spises uden noget på. Prøv en lækker ovnbagt snack med paprika eller oliven/rosmarin næste gang du skal grille. Den kan spises helt uden noget på. Velbekomme."

Det var Forbrugerombudsmandens vurdering, at sådan som mode- og medie billedet er udviklet, vil Forbrugerombudsmanden næppe i Sø- og Handelsretten kunne få medhold i en påstand om, at reklamen strider mod god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1.

Den nøgne kvinde i reklamen adskiller sig ikke fra, hvad vi dagligt ser i medierne og i modesammenhæng, hvor mere eller mindre afklædte mennesker er blikfang.

Teksten i reklamen har et klart budskab omkring kiks – produktet. Budskabet er bygget op på en måde, så det giver mulighed for et spil med ordene og ordenes betydning i forhold til billedet i reklamen. Leg med sproget og ordenes dobbeltbetydning er almindelig forekommende i samfundet, og der er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse et betydeligt spillerum for en sådan brug af sproget - også i reklamen.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var denne sammenkædning af reklamens produktoplysning og reklamens billede - med to personer i et stift, kunstigt, nærmest uvirkeligt scenari -

banal, og bevirkede ikke en overtrædelse af markedsføringslovens bestemmelser herunder af Forbrugerombudsmandens retningslinier om kønsdiskriminerende reklame. (2004-11131/5-30)

2.1.3.2. Cult Shaker reklame - kønsdiskriminerende

Forbrugerombudsmanden modtog over 100 klager over en reklame på reklamesøjler og busstoppesteder for alkoholdrikken Cult Shaker.

Reklamen viste to nøgne kvinder i en intim omfavnelser, og teksten var "Enjoy Shaker – with a twist". Den ene kvinde holdt en flaske af produktet i hånden.

Forbrugerombudsmanden skrev bl.a. til selskabet, at når en virksomhed markedsfører et produkt i det offentlige rum, må virksomheden tage hensyn til, at reklamen ses af alle befolkningsgrupper. Reklamen havde et klart seksuelt indhold, på grænsen til det pornografiske. Den var egnet til at provokere, støde og krænke mange mennesker, således som det også var sket.

Det var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse en skærpende omstændighed, at der var tale om en alkoholreklame. Ved markedsføring af alkoholholdige produkter må reklamen ikke fremtræde eller virke påtrængende og provokerende, herunder kæde sex og alkohol sammen.

Markedsføringen var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse uetisk og i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1 samt Forbrugerombudsmandens "Retningslinier for Kønsdiskriminerende reklame", hvorefter personer i reklamen ikke må reduceres til sexobjekter.

Reklamen var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse et eksempel på den tendens, man desværre ser ind imellem, hvor virksomheder prøver grænser af ved at udforme reklamer med elementer af sex, vold, død og ulykke - elementer som på den ene side støder nogle mennesker eller skaber følelser som beskrevet ovenfor eller skaber ubehag og frygt, men som hos andre skaber fx nysgerrighed og spænding.

Denne form for reklame, som det er nærliggende at tro, bevidst tilsigter at provokere, og måske også har til formål at fremkalde indgreb fra myndighederne, bevirker en betydelig medieomtale med en deraf følgende markedsføringsfordel - en ekstra og gratis reklame, en bevidst markedsføringsstrategi.

Denne form for bevidst provokerende markedsføring, som samtidig støder og krænker et større antal personer, er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse uetisk og bør ikke finde sted.

Selskabet var ikke enig i Forbrugerombudsmandens opfattelse af reklamen, men oplyste at plakaterne var nedtaget. (2004-11131/5-32)

2.1.3.3. Reklame for Næstved Ejendomsselskab. kønsdiskriminerende

Et ejendomsselskab markedsførte et lejemål af en ejendom i en avisannonce, på internettet og i en brochure, der blev sendt til virksomheder.

Annoncen, brochurens forside og hjemmesiden viste en lettere påklædt, ung kvinde med et hjortekid i snor. En herrearm havde et godt tag i kvindens jakke. Den ledsagende tekst understøttede en opfattelse af, at kvinden står til rådighed og bliver udnyttet.

Forbrugerombudsmanden fandt, at der forelå en overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1 og af retningslinierne om kønsdiskriminerende reklame, bl.a. fordi kvinden i reklamen bliver reduceret til et sexobjekt, der passivt står til rådighed og til fri afbenyttelse.

Ejendomsselskabet meddelte Forbrugerombudsmanden, at selskabet havde taget Forbrugerombudsmandens bemærkninger til efterretning og var ophørt med markedsføringen. (2004-11131/5-39)

2.1.3.4. Reklame for svineavl. Køns- og aldersdiskriminerende

I bladet "Svineproducenten" var der indrykket en annonce med overskriften "Træt af den gamle So?" og teksten "- nu er det tid til at skifte hende ud med en ny!". Halvdelen af annoncen viste et billede af en ældre, meget rynket dame.

Teksterne og billedet i reklamen var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse nedværdigende og krænkende i forhold til ældre mennesker og dermed i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1 og efter omstændigheder markedsføringslovens §2, stk. 3 om utilbørlig fremgangsmåde.

I et andet nummer af samme blad var der indrykket en annonce med overskriften "Du kender hende godt...". Herefter vises et billede af en kvindebarm iklædt en rød, nedringet bluse med påskriften "Super So". Nedenfor billedet er det anført "...Tænk hvis alle var som hende".

Reklamen var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med markedsføringslovens §1 om god markedsføringsskik samt punkt 2 i Forbrugerombudsmandens retningslinier om kønsdiskriminerende reklame. Nævnte punkt 2 har følgende ordlyd:

”Reklamer, der på nedsættende eller ringeagtende måde afbilder kvinder eller mænd, herunder reklamer, hvor personer reduceres til sexobjekter, eller hvor kønnet i øvrigt anvendes på en nedværdigende eller køns- diskriminerende måde, er i almindelighed uforenelige med for markedsføringsskik.”

Humor og ironi i reklamer er som udgangspunkt ikke problematisk set i forhold til markedsføringslovens bestemmelser. De to reklamer havde imidlertid efter Forbrugerombudsmandens opfattelse langt overskredet grænsen for, hvad der kan accepteres som humor i reklamer.

Annoncøren beklagede det skete og meddelte, at reklamerne ikke vil blive bragt igen. (2004-11131/5-41)

2.1.4. Inkasso

2.1.5. Negativ aftalebinding

2.1.6. Alkohol

2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.1.8. Samfundsmæssige hensyn

2.1.9. Børn og unge

2.1.9.1. Markedsføring af vennehvervningskoncept

Et teleselskab markedsførte et koncept rettet mod børn og unge, hvor en abonnent fik 20 kr. i rabat om måneden på sit abonnement pr. ny kunde, abonnenten kunne herve. Hvis han eller hun hvervede 6 kunder var abonnementet gratis. Konceptet blev

bl.a. markedsført direkte via SMS til telefonen, som i mange tilfælde er udleveret til børn og unge af forældrene.

Forbrugerombudsmanden mente, at konceptet var i strid med god markedsføringsskik, fordi børn og unge blev brugt til at foretage salgsarbejde.

Efter forhandlinger med Forbrugerombudsmanden erkendte teleselskabet, at fremgangsmåden var i strid med god markedsføringsskik og skrev under på et tilsagn om fremover ikke at lade børn og unge udføre salgsarbejde. Teleselskabet lovede samtidig at fjerne markedsføringsmaterialet om vennehvervningskonceptet fra forhandlere og hjemmesiden inden 8 dage efter underskriften på tilsagnet. (2004-11130/5-42)

2.1.9.2. Markedsføring på skoler

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at erhvervsdrivende bør vise særlige hensyn, når markedsføring retter sig mod børn og unge, fordi børn og unge er nemt påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans. Derfor må markedsføring som udgangspunkt ikke finde sted i skoler, i daginstitutioner og lignende steder, hvor unge færdes i dagligdagen. Der henvises i det hele til markedsføringslovens §1 om god markedsføringsskik og til Forbrugerombudsmandens vejledning "Børn, unge, markedsføring".

Sponsorering af sportsanlæg på skole

Flere virksomheder havde støttet etableringen af en multibane i skolegården på en skole mod, at hver virksomhed fik en bandedeklame på 1 x 1 meter på banens bande.

Denne markedsføring af lokale erhvervsdrivende på skolens område var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid

med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1. Forbrugerombudsmanden rettede derfor henvendelse til virksomhederne og bad dem foranledige, at bandereklamerne på skolen blev taget ned.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at erhvervsdrivende dog ikke var afskåret fra at yde støtte til fx en skole. Dette kan ske under iagttagelse af principperne i Forbrugerombudsmandens vejledning "Børn, unge og markedsføring". Det betyder fx, at sponsor i forhold til eleverne i mindst muligt omfang må blive synliggjort. I forhold til omverdenen uden for skolen er sponsor derimod ikke afskåret fra fx at synliggøre sponsoratet i virksomhedens annoncer, dog efter aftale med den pågældende skole.

Bandereklamerne blev fjernet fra banen i skolegården. (2004-11130/5-32)

Reklamer på skolefrugt

Forbrugerombudsmanden blev opmærksom på, at der i skolerne kørte en kampagne for skolefrugt, hvor der på frugten var påsat klistermærker med forskellige figurer fra børne-tv-kanalen Cartoon Network. Når børnene havde samlet tyve forskellige mærker i et hæfte, kunne de få en gave.

Denne markedsføring af tv-kanalen i skolen, hvor unge færdes i dagligdagen, var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens §1. Tv-kanalen fik på denne måde utvivlsomt en værdifuld markedsføring plantet lige midt ind i målgruppen og på en måde, der skaber betydelig interesse og kendskab til tv-kanalen, nemlig ved at bruge midler der appellerer til de unge, og som passer ind i deres legeunivers.

Klistermærkerne, der var reklame for Cartoon Network, blev på Forbrugerombudsmandens opfordring fjernet fra skolefrugten. (2004-11130/5-36)

2.1.9.3. Internettet

Børn og unge er flittige brugere af de nye medier både som arbejdsredskab og som underholdning. Når de opsøger hjemmesider med underholdning, leg og spil, vil de hurtigt blive opslugt af underholdningen/legen/spillet. Hvis de i legen/spillet bliver udsat for reklame, vil mange ikke gennemskue dette, eller de har ikke tid til at lægge mærke til det eller tænke over det.

Netstationen ”Højhuset”

Forbrugerombudsmanden tog en sag op om chatrummet ”Højhuset”, der er et frit tilgængeligt chatrum og legested for børn og unge. Samtidig var det et avanceret reklameunivers, hvor virksomheder kunne købe sig ind og være en del af chatten i form af reklamer, der ind imellem indgik på forskellig vis. Fx dukkede der med jævne mellemrum mærkevarer op som rekvisitter i legen. Grænsen mellem chatten/den interaktive leg og markedsføring var flydende og gik op i en højere enhed.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at erhvervsdrivende, når de retter deres markedsføring mod børn og unge, må vise særlig hensyn, fordi børn og unge er nemt påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans. Jo mere sofistikeret en markedsføring er, jo sværere er det for børn og unge at identificere reklamen. Brugen af levende billeder og lyd og interaktiviteten betyder en mere intens og direkte påvirkning af brugerne, og grænsen mellem reklamer og information, underholdning og spil bliver mere flydende. Derfor er det vigtigt, at der er en klar adskillelse mellem reklame/markedsføring, og underholdning, spil,

legeaktiviteter mv. i interaktive medier, når der er tale om markedsføring rettet mod børn og unge.

Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne sammenblanding af chat, leg, spil og markedsføring i ”Højhuset”, der var målrettet børn og unge, var i strid med god markedsføringssskik, jf. markedsføringslovens §1. Det var endvidere Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der var tale om skjult reklame i strid med god markedsføringssskik, jf. markedsføringslovens §1.

Den intense påvirkning blev forstærket af, at en del af legen var at optjene MoNetter, at forbedre ens ”Level” samt at erhverve eget privat chatrum. Optjeningen afhang af, hvor længe man opholdt sig i chatrummet. Samtidig var der mulighed for køb af virtuelt tilbehør via en indholdstakseret SMS.

Forbrugerombudsmanden fandt, at ikke alle unge, - som følge af deres iver og koncentration omkring chatten/legen og konkurrencemomentet - kan overskue de økonomiske konsekvenser af eventuelle køb af virtuelle ting for at forbedre deres position.

Sagen blev afsluttet ved, at konceptet blev ændret omkring ”Højhuset”. De integrerede reklame chatrum udgik af netstationen. Brugere af ”Chat i Højhuset”, der er under 18 år, skal fremover have forældres tilladelse til at købe via SMS, og der kan ikke købes for mere end 55 kr. om måneden. Systemet vil automatisk blokere, hvis brugerne forsøger at købe for mere end 55 kr. om måneden.

Sagen er også omtalt under afsnittet ”Reklameidentifikation”. (2004-11109/5-48)

2.1.10 Forbrugerombudsmandens internationale samarbejde

Forbrugerombudsmandens deltagelse i internationale håndhævelses- og samarbejdsfora vedrørende markedsføring spiller en stadig større rolle i Forbrugerombudsmandens daglige arbejde.

Ikke mindst i takt med internettets udbredelse med muligheden for E-handel og udviklingen af det indre marked i EU har internationalt samarbejde om håndhævelsen af forbrugerlovgivning fået en stigende betydning. Forbrugernes muligheder for at anskaffe varer og tjenesteydelser på tværs af landegrænserne er steget, men det er mulighederne for at vildlede forbrugerne også. Allerede i 1991 tog Forbrugerombudsmanden derfor initiativ til etablering af et netværkssamarbejde mellem de internationale håndhævelsesmyndigheder, ICPEN (*International Consumer Protection and Enforcement Network*).

Samarbejdet, der p.t. omfatter 34 lande, er åbent for organisationer fra samtlige OECD-lande og fra lande med observatørstatus i OECD. Som regel er deltagerlandene repræsenteret ved den statslige myndighed, der varetager håndhævelsen af markedsføringslovgivningen. Netværkets overordnede mål er at fremme praktiske tiltag, der kan forhindre grænseoverskridende uetisk markedsføring. Netværket skal desuden fremme udvekslingen af oplysninger, der kan udbrede kendskabet hertil, og den måde hvorpå de forskellige lande forholder sig til det. Netværkets arbejdsområde omfatter ikke produktsikkerhed eller tilsyn med pengeinstitutter. Netværket skal normalt og principielt ikke føre enkeltsager, men mellem de myndigheder, der er repræsenteret i netværket, foreligger en fælles og uformel aftale om at bistå hinanden i håndhævelsessager. Forbrugerombudsmanden deltager desuden i et særligt *europæisk forum* af ICPEN. ICPEN Europe har det samme overordnede formål som det globale netværk, men omfatter alene EU og - EØS-landene.

Betydningen af *ICPEN Europe* forventes imidlertid reduceret efter vedtagelsen i EU den 27. oktober 2004 af en forordning,

2006/2004, om *samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse* (forkortet *CPC* for Consumer Protection Cooperation).

Vedtagelse af forordningen er en naturlig og nødvendig videreudvikling af ICPEN-Europe, som – i lighed med det globale netværk - er et *uformelt og frivilligt* samarbejdsforum. Flere og flere regler på det forbrugerpolitiske område er fælles europæiske, og ledsagende og ensartede håndhævelsesforanstaltninger er derfor vigtige.

Bl.a. på denne baggrund etablerer forordningen et *formelt og bindende* samarbejde mellem de europæiske håndhævelsesmyndigheder. Forordningen finder anvendelse på overtrædelser af EU-retsakter (for tiden i alt 15), som beskytter forbrugernes kollektive interesser.

I hver medlemsstat skal der udnævnes myndigheder, der kan varetage forpligtelserne efter forslaget. Der skal være tale om offentlige myndigheder, som er beføjet til at håndhæve forbrugerbeskyttelseslovgivningen – fx ved at kræve relevante dokumenter, at anmode om supplerende relevant information, at kræve nedlæggelse af forbud mod en ulovlig handling og få beslaglagt midler mv. I Danmark vil Forbrugerombudsmanden blive udpeget som den centrale myndighed. Til nærmere fastlæggelse af CPC-samarbejdets form og indhold samt forordningens anvendelse mv. skal der desuden nedsættes en komité og udpeges et kontaktpunkt, der kan sikre behørig koordination mellem de udnævnte myndigheder. I Danmark forventes Forbrugerombudsmanden udpeget til komitémedlem og Forbrugerstyrelsen som kontaktpunkt. Rammerne om CPC-samarbejdet skal være etableret inden udgangen af 2005, og selve samarbejdet træder i kraft i slutningen af 2006.

Udover ICPEN og CPC arbejdet deltager Forbrugerombudsmanden i forskellige andre samarbejdsfora. Mellem *de nordiske Forbrugerombudsmænd* er der således indgået en egentlig og formel samarbejdsaftale om gensidig repræsentation og håndhævelse ved FO/KO-ernes respektive domstole i sager vedrørende grænseoverskridende ulovlig markedsføring. Aftalen omfatter også varetagelse af enkeltsager vedrørende den samme lovgivning som CPC-samarbejdet.

Endvidere er Forbrugerombudsmanden i *OECD-regi* udpeget som koordinator og kontaktperson for Danmark i relation til OECD's retningslinier om beskyttelse af forbrugerne for vildledende og bedragerisk markedsadfærd over grænserne ("Cross-Border Fraud Guidelines").

Desuden deltager Forbrugerombudsmanden i "London Action Plan", der består af forbruger- og databeskyttelsesmyndigheder fra 20 lande. Formålet med aktionsplanen, der blev etableret i slutningen af 2004, er at fremme samarbejdet vedrørende spam og spamrelaterede problemer, som fx on-line fup og computervirus.

Endelig deltager Forbrugerombudsmanden i CNSA (Contact Network of Spam Authorities) samarbejdet. Der er tale om et uformelt "anti-spam" håndhævelsessamarbejde blandt forbrugere, IT- og databeskyttelsesmyndigheder i foreløbig 13 europæiske lande. I samarbejdet, som ligeledes blev etableret i slutningen af 2004, er etableret en fælles procedure for behandling af klager vedrørende grænseoverskridende, europæisk spam med henblik på at identificere og forfølge spammere i hele Europa.

2.1.11. Andet

2.1.11.1. Forbrugerombudsmandens hjemmeside "hvadergodskik"

Forbrugerombudsmanden lancerede den 17. maj 2004 en ny hjemmeside. Man kan finde hjemmesiden "hvadergodskik" på www.forbrug.dk under "Forbrugerombudsmanden".

Hjemmesiden har til hensigt at give let og forståelig information om den lovgivning, som Forbrugerombudsmanden har tilsyn med. Desuden kan man læse om Forbrugerombudsmandens fortolkning og holdning til disse love og regler.

En væsentlig baggrund for oprettelsen af hjemmesiden er et ønske fra virksomheder og erhvervsorganisationer om bedre og lettere information.

Hjemmesiden bør endvidere kunne tjene virksomheder og organisationer som et redskab til bedre selvregulering, idet man på hjemmesiden bør kunne hente inspiration til at skabe bedre kundeforhold.

Opbygning/indhold

Indholdet bygger på Forbrugerombudsmandens tilsynsvirksomhed og de udtalelser og afgørelser mv., som findes på www.forbrug.dk, og som har været trykt i Juridisk Årbog. Nye udtalelser mv. vil løbende blive lagt på hjemmesiden.

Den ny hjemmeside vil på en overskuelig og let forståelig måde informere om Forbrugerombudsmandens praksis og holdninger. Man kan søge yderligere oplysninger om de enkelte områder eller emner, fx de bagvedliggende konkrete sager, domme, retningslinier, vejledninger etc.

Man kan også søge på relevante søgeord (emner/områder) og på lovene og disses paragraffer.

Hjemmesiden har hidtil indeholdt materiale om markedsføringslovens § 1 samt hertil hørende retningslinier og vejledninger.

Hjemmesiden vil være fuldt udbygget i foråret 2005 og vil blive relanceret i forbindelse med et generelt redesign af www.forbrug.dk. Herefter vil alle de love, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn efter og har afgivet udtalelser om – primært markedsføringsloven og betalingsmiddeloven, men også tobaksloven og e-handelsloven – være omtalt på hjemmesiden.

Udviklingen af markedsføringsretten – i dialog.

Markedsføringsretten er dynamisk og vil i høj grad skulle tilpasses samfunds- og erhvervsudviklingen. Nye adfærdsnormer, handelsformer, teknologier mv. vil have afgørende indflydelse på, hvad der må anses for ”god markedsføringsskik”.

Forbrugerombudsmanden vil fortsat gennem forhandlinger med organisationer og virksomheder, og ved forhåndsbeskeder, ved udstedelse af retningslinier og vejledninger give udtryk for, hvad der må anses for god markedsføringsskik inden for forskellige områder.

Oprettelsen af ”hvadergodskik.dk” vil ikke ændre på den hidtidige forhandlings- og dialogform.

”Hvadergodskik” har hidtil været udformet således, at der i tilknytning til den enkelte forbrugerombudsmands-tilkendegivelse på hjemmesiden har været mulighed for virksomheder, organisationer, forbrugere og andre elektronisk at fremsætte deres kommentarer til Forbrugerombudsmandens forståelse af markedsføringsretten.

Denne mulighed for direkte dialog om markedsføringsretten og udviklingen af denne har ikke været benyttet.

I forbindelsen med relanceringen af hjemmesiden, vil Forbrugerombudsmanden i stedet fra tid til anden give udtryk for synspunkter og meninger inden for forskellige områder af markedsføringsretten eller forbrugerområdet. Synspunkter som kan være debatskabende eller opfordringer til en ændret praksis/lovgivning på bestemte områder.

Forbrugerombudsmanden vil være indstillet på at gengive eventuelle modtagne kommentarer på hjemmesiden.

2.1.11.2. Pilotprojekt: Fokusgruppe – forbrugerdialog

Et overordnet mål med Forbrugerombudsmandens arbejde efter markedsføringsloven er bedst muligt at varetage hensynet til forbrugerne.

Forbrugerombudsmanden bygger i høj grad sit arbejde og sin prioritering af opgaverne på de henvendelser, han får fra forbrugere – både skriftligt, som e-mails og over telefonen. Forbrugerombudsmanden har også som mål på andre måder at komme i direkte dialog med almindelige forbrugere.

Som et forsøg herpå har Forbrugerombudsmanden i 2004 haft nedsat en ForbrugerFokusgruppe på 15 personer, som har deltaget i to møder hos Forbrugerombudsmanden.

Gruppen var repræsentativt sammensat med personer fra hele landet og valgt på baggrund af tilmeldinger via vor hjemmeside og opslag mv. på en række biblioteker i landet.

På de to møder præsenterede Forbrugerombudsmanden sine arbejdsmetoder og aktuelle projekter. De enkelte medlemmer af

gruppen fik mulighed for at drøfte de problemer, som de støder på i deres hverdag.

Det var Forbrugerombudsmandens konklusion, at der var en meget fin sammenhæng mellem de problemer, som forbrugerne oplever, og de prioriteringer som Forbrugerombudsmanden foretager. Forbrugerombudsmanden blev bestyrket i vigtigheden af at skride ind over for markedsføringsmetoder, som opleveres som generende af mange forbrugere, fx forkerte priser og pris-markedsføring, børn og unge, og problemer inden for telebranchen, herunder med SMS'er.

Et arbejde med fokusgrupper er tidskrævende, og Forbrugerombudsmanden vil overveje om denne metode skal fortsætte, eller om der er andre og bedre måder at komme i en direkte dialog med forbrugerne på. (2004-1107/5-29)

2.2. Lovens § 2.

2.3. Lovens § 3. Brugervejledninger

2.4. Lovens § 4. Garantier

2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn

2.6. Lovens § 6. Tilgift

2.6.1. Tilbud om lånebil under reparation af biler

En bilforhandler spurgte Forbrugerombudsmanden om det er lovligt at markedsføre et tilbud, hvor forbrugere tilbydes en gratis lånebil, mens forhandleren reparerer forbrugerens bil.

Forbrugerombudsmanden henviste indledningsvis til § 6 i markedsføringsloven om ulovlig tilgift og til Sø- og Handelsrettens dom fra 1985, der er optrykt i UfR 1985 s. 645, hvor et selskab blev dømt for at have markedsført en ordning, hvor kunder, som fik repareret biler mod betaling, fik stillet en erstatningsbil til rådighed gratis eller næsten gratis.

Han er derimod ikke afvisende over for, at der kan være sket en glidning hen imod, at fænomenet med tilbud af lånebil i forhold til tidligere er blevet et mere naturligt led i den service, der tilbydes i forbindelse med reparation.

I forbindelse med skader, der er dækket af en forsikring, yder forsikringselskaberne den service, at kunderne kan låne en bil i reparationsperioden. I denne situation er der ikke tale om ulovlig tilgift, men låne bilen er et led i den aftale, som forsikringstageren og forsikringselskabet har indgået.

Tilbud om lånebil under reparation er blevet en naturlig del af forsikringsydelsen, og vederlaget herfor er inkluderet i forsikringspremien.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er det mindre rimeligt, at forsikringselskaberne har adgang til at yde den omhandlede service, men ikke de enkelte reparatører, selvom ydelserne fremtræder som ensartede.

Derudover oplyste han, at han har forståelse for, at en ordning med lånebil er meget praktisk for forbrugerne, og er derfor af den opfattelse, at ældre retspraksis ikke bør stå i vejen for sådanne hensigtsmæssige løsninger.

Derfor tilkendegav han, at han fandt det tvivlsomt, om tilbud om lånebil under reparation fortsat vil være at anse som ulovlig til-

gift, samt at han ikke har til hensigt at forfølge eventuelle sager herom.

Afslutningsvis bemærkede han dog, at brugen af ordet ”gratis” efter hans opfattelse vil være i strid med § 2, da udgiften til lånebil naturligvis skal betales af dem, der sætter biler til reparation hos den erhvervsdrivende. Udgifterne må formodes at blive indkalkuleret i prisen for de enkelte reparationer. (2004-1139/5-8)

2.7. Lovens § 6a. Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere

2.7.1. Markedsføringslovens § 6a – Spam

Ny samlet vejledning

Forbrugerombudsmanden modtager stadig flere klager over spam (uanmodet elektroniske henvendelser) – også over danske virksomheder.

Reglen giver endvidere anledning til mange tvivlsspørgsmål fra virksomhedernes side, og Forbrugerombudsmanden har derfor fundet det nødvendigt at udarbejde en detaljeret vejledning om forståelsen af reglen.

En vejledning fra Forbrugerombudsmanden kan betragtes som en "generel forhåndsbesked", hvor Forbrugerombudsmanden informerer om sine synspunkter vedrørende markedsføringsmæssige spørgsmål på bestemte områder. Forbrugerombudsmanden har pligt til at komme med sin tilkendegivelse af konkrete forhåndsantagelser, uanset om der foreligger retspraksis eller ej.

Denne vejledning indeholder de krav, der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse som hovedregel kan stilles til markedsføringen, hvis erhvervsdrivende ønsker at rette henvendelse til nogen ved hjælp af elektronisk post mv. uden at komme i konflikt med markedsføringslovens § 6a og efter omstændighederne med reglerne om god skik efter markedsføringslovens § 1.

Samtidig med udstedelse af vejledningen ophæves Forbrugerombudsmandens orientering om markedsføringslovens § 6a fra 2000 og Forbrugerombudsmandens orientering om undtagelsen til bestemmelsen som følge af ny regulering fra 2003.

Nedenfor følger en række af de spørgsmål der har været forelagt Forbrugerombudsmanden i løbet af 2004.

2.7.2. Bladindstik

Forbrugerombudsmanden har tidligere udtalt, at bladindstik (reklamemateriale, der lægges i fx et dameblad eller et pc-blad, eller i en avis), der sendes til abonnenterne, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er omfattet af bestemmelsen, da det kan sidestilles med kuvertfyld. Dvs., at bladindstik skal respektere en notering i CPR-registeret. Forbuddet fungerer imidlertid ikke i praksis på bladområdet, og Forbrugerombudsmanden modtager aldrig klager over dette. Forbrugerombudsmanden har derfor besluttet ikke at gribe ind over for bladindstik i aviser og blade, medmindre omfanget af indstik i den enkelte avis mv. bliver for omfattende (2004-1107/5-33).

2.7.3. Politiske partiers brug af e-mail, SMS mv.

Et nyt element i en politisk valgkamp er brugen af e-mail- og SMS-kampagner. Dvs. kampagner, hvor man sender politiske budskaber til en person via mail eller SMS og/eller kampagner, hvor man opfordrer en person til at videresende politiske bud-

skaber via mail eller SMS. En kampagne kan også indeholde opfordringer til at melde sig ind i partiet eller til at donere et pengebeløb til partiet. Brugen af sådanne kampagner rejser spørgsmålet om, hvorvidt det er lovligt at sende politiske budskaber *uopfordret* til en person via mail eller SMS.

Forbrugerombudsmanden har afgivet en forhåndsbesked efter markedsføringslovens § 18 vedrørende spørgsmålet.

Konklusionen var, at forbuddet mod at udsende uanmodede e-mail og SMS i markedsføringslovens § 6a kun omfatter erhvervsdrivendes henvendelser med henblik på afsætning. Hvem der må anses for at være erhvervsdrivende, afgøres i overensstemmelse med markedsføringslovens § 1. Det betyder, at fx politiske foreninger ikke er omfattet af bestemmelsen, medmindre de tillige udøver privat erhvervsmæssig virksomhed eller offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed, og henvendelsen rettes til nogen som led i denne virksomhed.

Man skal dog være opmærksom på, at uopfordrede e-mails og SMS samt opfordringer til videresendelse af sådanne, kan være et irritationsmoment for mange personer, selvom det er juridisk tilladt. (2004-1100/5-315)

2.7.4. Køb af varer

Et teleselskab bad Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked om fortolkningen af undtagelsen i markedsføringslovens § 6a, stk. 2.

Selskabet ønskede at markedsføre sig via e-mail og SMS til eksisterende kunder, idet selskabet gjorde gældende, at den kvartalsvise betaling af telefonregningen måtte sidestilles med et køb af en tjenesteydelse, og at selskabet dermed var berettiget til at udsende markedsføringsmateriale i overensstemmelse med

undtagelsen i bestemmelsens stk. 2. Forbrugerombudsmanden var ikke enig i, at betaling af telefonregningen kunne sidestilles med køb af en vare eller tjenesteydelse, og undtagelsen i markedsføringslovens § 6a, stk. 2, kunne derfor ikke anvendes. (2004-1100/5-172).

2.7.5. Er pressemeddelelser omfattet af § 6a

En virksomhed ønskede at udsende en omarbejdet version af sit nyhedsbrev som en pressemeddelelse og spurgte Forbrugerombudsmanden, om pressemeddelelser var omfattet af markedsføringslovens § 6a.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at pressemeddelelser som udgangspunkt må sidestilles med markedsføring. En pressemeddelelse, der udelukkende sendes til forskellige medier, har imidlertid normalt ikke til formål at sælge noget direkte til modtageren (mediet). En pressemeddelelse vil derfor normalt ikke være omfattet af markedsføringslovens § 6a. Hvis pressemeddelelsen derimod udsendes til andre modtagere, skal markedsføringslovens § 6a, stk. 1 og 2 iagttages. (2004-1100/5-205)

2.7.6. Er "Bluetooth" omfattet af "elektronisk post"

Forbrugerombudsmanden blev spurgt om begrebet "elektronisk post" i markedsføringslovens § 6a, også omfattede den såkaldte "Bluetooth" teknologi (trådløs overførsel af data). Ved brug af denne teknologi kan der overføres reklamebudskaber til fx en mobiltelefon. Efter Forbrugerombudsmandens umiddelbare opfattelse er denne teknologi omfattet af begrebet "elektronisk post" i markedsføringslovens § 6a, og overførsel af reklame til fx mobiltelefoner via "Bluetooth" teknologien kræver derfor, at reglerne i markedsføringslovens § 6a iagttages, herunder kravet om samtykke. (2004-1100/5-331)

2.8. Lovens § 7. Mængdebegrænsning

2.9. Lovens § 8. Rabat

2.10. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer

2.10.1. Købsbetinget konkurrence og tilgift ved oprettelse af internetabonnement

Et internetfirma markedsførte i sommeren 2003 sine produkter under en kampagne, hvor man kunne deltage i en stor sommerkonkurrence. Det var en betingelse for at deltage i konkurrencen, at man bestilte et internetabonnement. Desuden kunne man frit vælge en musik-cd, hvis man tegnede et internetabonnement.

Forbrugerombudsmanden meldte firmaet til politiet for overtrædelse af markedsføringslovens §§ 6 og 9 om tilgift og købsbetingede konkurrencer.

Virksomheden erkendte det strafbare forhold og modtog et bødeforlæg fra politiet på 225.000 kr., som virksomheden valgte at betale. (2003-1150/5-15)

2.11. Retningslinier/vejledninger

2.11.1. Opdateret vejledning om tilgift og konkurrencer

Forbrugerombudsmanden foretog i juni 2004 en opdatering af sin vejledning om tilgift og konkurrencer fra marts 1995. Opdateringen afspejler den seneste domspraksis og Forbrugerombudsmandens praksis på de respektive områder. Samtidigt blev der foretaget visse sproglige justeringer.

Det nye i vejledningen er, at værksteders tilbud med ”lånobil i reparationstiden” efter Forbrugerombudsmandens opfattelse

ikke længere betragtes som ulovlig tilgift. Forbrugerombudsmanden finder ordningen med lånebil meget praktisk for forbrugerne og finder ikke, at ældre retspraksis bør stå i vejen for naturlige, hensigtsmæssige og praktiske løsninger.

Den nye vejledning præciserer desuden, hvad der skal forstås ved en *køpsbetiget konkurrencedeltagelse*, som er forbudt efter markedsføringslovens § 9. Sø- og Handelsretten fortolkede markedsføringslovens forbud i 2 domme fra december 2003, og fortolkningen, der modificerer Forbrugerombudsmandens hidtidige praksis, fremgår ligeledes af vejledningen.

Den nye vejledning trådte i kraft den 1. juli 2004 og var forinden udstedelse i høring hos de berørte organisationer, som hilser opdateringen velkommen. Vejledningen indeholder de krav, der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse som regel kan stilles til markedsføringen, hvis erhvervsdrivende ønsker at give gaver og afholde præmiekonkurrencer uden at komme i konflikt med markedsføringsloven. (2004-1107/5-32)

2.11.2. Vejledning om markedsføring af flybilletter hvor der er et begrænset antal billetter til salg

Forbrugerombudsmanden udsendte i 2004 en vejledning, som er udstedt efter norsk forbillede. Vejledningen udtrykker, hvilke krav Forbrugerombudsmanden efter markedsføringsloven stiller til markedsføring af flybilletter, hvor der kun udbydes et begrænset antal pladser til den annoncerede pris. Vejledningen kan betragtes som en generel forhåndsbesked til virksomhederne.

Vejledningen er inddelt efter, om der markedsføres kampagnepriser eller faste lave priser.

Fælles for begge områder er, at begrænsninger i tilbuddene skal oplyses med tilnærmelsesvis samme meddelelseeffekt som

markedsføringens hovedbudskab. Desuden skal markedsføringen ophøre eller ændres umiddelbart, eller så snart det er muligt, efter at den annoncerede pris ikke er gældende længere, eller billetterne er udsolgte. Ved markedsføring på internettet skal reklamer ændres, umiddelbart efter billetterne er udsolgte. Dette gælder også, hvis den annoncerede pris ikke længere er gældende for alle destinationer.

For kampagnepriser skal det fremgå af markedsføringen, at der er tale om en kampagne. Desuden er den væsentligste regel, at hvis der fra kampagnens start udbydes så få billetter til den annoncerede kampagnepris, at der er færre end 20 stk. pr. dag, skal dette fremgå af markedsføringen. Hvis de billetter der udbydes til den annoncerede kampagnepris er forbeholdt visse ugedage, skal dette oplyses i markedsføringen. Det skal i så fald fremgå, at tilbuddet for eksempel ikke gælder afdage på torsdage, fredag og søndage eller på nærmere angivne helligdage. Det skal også fremgå af markedsføringen, hvis billetterne til den annoncerede kampagnepris kun gælder visse af de destinationer, som flyselskabet sædvanligvis flyver til.

For markedsføring af flybilletter til faste lave priser gælder det, at de priser der annonceres med skal være repræsentative, hvilket vil sige, at der til enhver tid skal være en reel mulighed for at *finde frem* til billetter til den annoncerede pris, samt at det til enhver tid skal være muligt at få fat i billetter til den annoncerede pris *inden for en periode på 3 måneder* regnet fra annonceringstidspunktet.

Begrænsninger i tilbuddet skal fremgå af markedsføringen. Det skal således bl.a. fremgå af markedsføringen:

- Hvis der løbende kun er et begrænset antal billetter til den annoncerede pris,

- hvis den annoncerede pris kun gælder afgang på enkelte ugedage, for eksempel ikke på afgang torsdage, fredage og søndage eller ikke på nærmere angivne helligdage,
- hvis billetterne kun gælder visse af de destinationer, som flyselskabet flyver til, eller
- hvis billetterne til den annoncerede pris kun kan anskaffes ved en bestemt bestillingsmetode, for eksempel ved bestilling via internettet, eller der skal betales et tillæg til prisen, hvis de bestilles på en anden måde.

Endelig er der i vejledningen nogle regler om tilgængelighed ved bestilling. Både ved forespørgsler via telefonen og via internettet skal det på en let tilgængelig og forståelig måde oplyses på hvilke datoer og til hvilke afgang, man kan få billetter til den annoncerede pris. Forbrugeren bør ikke være nødt til at spørge om eller søge på internettet på hver enkelt dato for at finde frem til billetterne til de annoncerede priser.

Vejledningen trådte i kraft 1. oktober 2004. (2003-1100/5-38)

2.11.3. Nye retningslinier for god markedsføringskik på teleområdet

Gennem de seneste år har der vist sig et synligt behov for at forbedre forbrugerforholdene på telemarkedet, hvilket bl.a. støttes af de mange henvendelser, som Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet har modtaget, ligesom Forbrugerklagenævnet og Teleankenævnet har haft en stor tilgang af klager på teleområdet.

Markedet for telefoni er blevet stadig mere komplekst i takt med udbredelsen af nye teknologiske muligheder og har været præget af intensiveret konkurrence, komplicerede aftalevilkår og en vanskelig gennemskuelig prisstruktur, der betyder, at markeds-

føringen af teleydelser har været vanskelig at overskue for forbrugerne.

På denne baggrund blev der nedsat en mindre arbejdsgruppe med det formål at forberede et oplæg til retningslinier på teleområdet. Fremgangsmåden med nedsættelse af en arbejdsgruppe var ny og havde til formål at sikre, at der blev taget højde for, at telemarkedet er et både teknologisk, praktisk og lovgivningsmæssigt kompliceret område.

Arbejdsgruppen har været en succes, og Forbrugerombudsmanden kunne efter forhandling med bl.a. Telekommunikationsindustrien i Danmark samt relevante forbruger- og erhvervsorganisationer, i december 2004 udstede retningslinier om god markedsføringsskik på teleområdet. Retningslinierne, der trådte i kraft den 1. april 2004, skal ses som et supplement til den enhver tid gældende lovgivning på teleområdet.

Retningslinierne skal bl.a. sikre forbrugerne klar information om priser og aftalevilkår for køb af teleudstyr og teletjenester samt bedre kundeservice.

Nedenfor redegøres kort for nogle af de væsentligste punkter i retningslinierne. Retningslinierne findes på www.forbrug.dk.

Krav om samlet mindstepris

En af de vigtigste forbedringer for forbrugerne er en forpligtelse for teleselskaberne til at annoncere med den samlede pris ved køb af fx en mobiltelefon med abonnement. Den pris forbrugeren som minimum kommer til at betale, skal oplyses i annoncer mv. som ét samlet beløb. Både prisen for telefonen, abonnement i bindingsperioden, evt. oprettelsesgebyr og andre omkostninger skal være indeholdt i dette beløb.

Dette skal gøre det nemmere for forbrugerne at vurdere og sammenligne de forskellige tilbud på teleområdet.

Øvrige oplysningskrav

Hvis der annonceres med priser skal der - uanset hvilket medie der annonceres i – gives oplysninger om alle væsentlige faste og variable priser.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er ”flygtige medier” som fx radio og tv ikke velegnede til markedsføring af produkter med en så kompliceret prisstruktur, som der er på teleområdet. Hvis der alligevel annonceres med priser i sådanne medier, skal oplysningerne præsenteres på en måde, så de faktisk kan opfattes af seeren. Der stilles således *mindst* samme krav om tydelighed som ved andre former for markedsføring.

Hvis produkter sælges samlet, som fx en mobiltelefon der sælges med et abonnement, skalannoncen tydeligt fremhæve de oplysninger ved *begge* produkter, der har betydning for forbrugers valg. Produkterne bør desuden præsenteres med tilnærmelsesvis samme meddelelseseffekt.

Børn og unge

Især når det gælder mobilabonnementer, udgør børn og unge en stor målgruppe, og mange forældre vælger at udstyre deres børn med mobiltelefoner. Når der er tale om mindreårige, skal abonnementet oprettes af forældrene.

Et telefonabonnement kan i mange tilfælde sidestilles med en løbende kredit, og der er derfor en risiko for et stort forbrug eller misbrug, særligt når telefonen udleveres til et barn

En erhvervsdrivende, der ved indgåelse af en abonnementsaftale med en forbruger, bliver opmærksom på, at en telefon skal bruges af en mindreårig, må sikre, at forbrugeren er blevet vejledt

om de risici, der kan være forbundet med at udlevere en mobiltelefon til et barn, ligesom der bør vejledes om mulighederne for at sikre sig mod høje regninger, fx ved brug af forskellige spæringer eller saldokontrol.

Saldokontrol er en ordning, hvor abonnementet spærres ved en aftalt beløbsgrænse. Muligheden for at oprette saldokontrol bør fremgå tydeligt af oprettelsesblanketten, når der oprettes abonnementer, hvor der skal betales efter forbrug.

Saldokontrollen skal være effektiv, og forbrugeren bør vejledes i brug og opbevaring af koden, så fx børn ikke uden forældrenes viden kan ophæve kontrollen.

Telebranchen arbejder i øjeblikket på at forbedre informationen til forældre, der udleverer mobiltelefoner til børn.

Aftaleindgåelse og –ændringer

Aftaler om teleabonnementer er ofte ganske komplicerede for den almindelige forbruger, hvilket kan føre til misforståelser. Retningslinierne skal sikre mere gennemsækelighed og balance i aftalevilkårene.

Den erhvervsdrivende skal sørge for, at der ved indgåelse af aftaler er sikkerhed om identiteten på den, der indgår aftalen. Dette gælder også, hvis der sker ændringer i aftalen.

Alle ændringer i aftalevilkår, priser mv., der er til ugunst for forbrugeren, skal varsles.

Væsentlige ændringer bør varsles ved individuel meddelelse til abonnenten, mens ændringer af mindre væsentlig karakter kan varsles ved annoncering i landsdækkende dagblade, hvis dette er aftalt, eller ved fremsendelse af en skriftlig meddelelse, eventuelt i forbindelse med en opkrævning.

Alle ændringer bør varsles, så forbrugeren reelt har mindst 14 dage til at opsige aftalen.

Kundeservice

Teleområdet har været præget af utilfredshed med de erhvervsdrivendes kundeservice. Derfor indeholder retningslinierne også forskellige krav til behandlingen af kunderne, bl.a.:

- Skriftlige henvendelser fra forbrugere, herunder e-mails, bør besvares skriftligt inden 14 dage.
- Væsentlige aftaler der indgås telefonisk med forbrugeren, bør bekræftes skriftligt.
- Opkrævning af beløb, der er uenighed om, bør stilles i bero, og forbrugers forbindelse bør ikke afbrydes under behandlingen af en klage.
- Overflytning af kunder til et andet selskab bør som udgangspunkt ske inden 30 dage, og flytningen bør bekræftes af både det nye og det gamle selskab.
- Erhvervsdrivende bør tilstræbe gratis udlån af teleudstyr til forbrugere, der må undvære deres eget teleudstyr i mere end ti dage på grund af reparation af mangler.
- Forsinket fakturering bør kun ske indtil 6 måneder efter det tidspunkt, hvor ydelserne normalt ville have været opkrævet, medmindre forbrugeren var klar over, at der var tale om en fejl, og den erhvervsdrivende har reageret hurtigt.
- Spærring af en telefonforbindelse på grund af misligholdelse bør som udgangspunkt kun ske efter en betryggende rykkerprocedure.

Forbrugerombudsmanden vil i 2005 følge op på om retningslinierne overholdes. (2004-1104/5-5)

3. Betalingsmiddeloven

3.1. Princielle sager

3.1.1. Anmeldelser af telefonkort efter betalingsmiddeloven

Betalingsmidler omfattet af lov om visse betalingsmidler skal anmeldes til Forbrugerombudsmanden inden de må bruges/udstedes.

Et telefonkort, som kan bruges til betaling for telefonsamtaler mv., anses som et betalingsmiddel omfattet af loven. Dette gælder, uanset om kortet er købt (forudbetalt) med en vis værdi, fx 100 kr., eller om betalingen først sker senere.

Gennem årene har Forbrugerombudsmanden modtaget en del anmeldelser fra teleselskaber, som udsteder telefonkort.

Forbrugerombudsmanden har imidlertid en formodning om, at der sælges andre kort end de, som er anmeldt. Forbrugerombudsmanden har derfor i slutningen af 2004 taget initiativer for at få klarhed over omfanget af dette problem. Denne undersøgelse er endnu ikke tilendebragt.

Er et telefonkort omfattet af loven ikke anmeldt, kan der rejses straffesag mod udstederen. (2004-1170/8-417 m.fl.)

3.1.2. Visa/Dankort – oplysning på kontoudtog

PBS A/S tilkendegav i 1997/98 over for Forbrugerombudsmanden, at man inden udgangen af 1. kvartal 1999 ville udvikle en løsning, så alle pengeinstitutter på kontoudskriften kunne vise, hvor Visa/Dankort var brugt, når der var handlet i udlandet.

Det er således vigtigt, at oplysningerne på kontoudskriften let sætter kortindehaveren i stand til at efterkontrollere posteringerne på kontoudskriften.

Forbrugerombudsmanden blev i 2004 på baggrund af flere klager opmærksom på, at ikke alle pengeinstitutter tilsyneladende gav disse oplysninger til deres Visa/Dankortindehavere.

Da den etablerede løsning var valgfri for pengeinstitutterne, rejste Forbrugerombudsmanden spørgsmålet over for Finansrådet og bad om oplysning om, hvor mange pengeinstitutter der ikke havde etableret løsning.

På baggrund af Forbrugerombudsmandens henvendelse har Finansrådet tilkendegivet, at alle pengeinstitutter senest fra 1. januar 2006 vil påføre kontoudskriften oplysning om, hvor kortet har været anvendt, medmindre kortindehaveren har fravalgt oplysning om forretningssted. Samtidig vil de pengeinstitutter, som endnu ikke har etableret ordningen, ikke opkræve gebyr for henvendelser fra kortindehavere om, hvor kortet har været anvendt. (2004-1179/8-40)

3.1.3. Nyt Visa/Dankort med chip

I 2004 har bankerne udstedt nye Dankort med chips til erstatning for magnetstriber. De nye kort har dog fortsat magnetstriben, da denne teknologi fortsat skal kunne benyttes.

En overgang til chipteknologi betyder en højere teknisk sikkerhed, bl.a. da det er vanskeligere at forfalske et chipkort.

Det nye kort har imidlertid i modsætning til det tidligere Dankort hverken billede af kortindehaveren eller laserindgraveret underskrift. Disse to omstændigheder gav anledning til en del klager og bekymringer, da disse to elementer i kortet blev be-

tragtet som et væsentligt sikkerhedselement, som havde betydning for folks tillid til kortet.

Forbrugerombudsmanden tog dette spørgsmål op over for bankerne, PBS A/S og Dankort A/S, og Forbrugerombudsmanden endte med at henstille til bankerne at genoverveje disse spørgsmål. Forbrugerombudsmanden var således betænkelig ved, at man fjernede et indarbejdet sikkerhedselement, som har betydning for tilliden til systemets sikkerhed.

Der kan læses nærmere om Forbrugerombudsmandens behandling af dette spørgsmål på [www.forbrug.dk](http://www.forbrug.dk/erhverv/love-og-regler/forbrugerlove/betalingsmiddelov/sager/chipdankort/)
<http://www.forbrug.dk/erhverv/love-og-regler/forbrugerlove/betalingsmiddelov/sager/chipdankort/>.

Herudover viste det sig, at de nye korts lange gyldighedsperiode (10 år) gav en række problemer, når Visa/Dankortet benyttedes i udlandet og på internetsider. Forretningers og hjemmesiders tekniske systemer skulle således omstilles for at godkende de nye lange gyldighedsperioder. Var de ikke det, ville betalingerne blive afvist.

Der blev endvidere fra flere handicap- og patientorganisationers side rejst kritik af terminalernes indretning og brugervenlighed. Terminalerne kunne være svære at anvende for personer med gigt i fingrene og for svagtseende.

Forbrugerombudsmanden har taget disse og flere mere tekniske problemer op over for bankerne. Disse spørgsmål behandles fortsat af Forbrugerombudsmanden. (2004-1179-8-29 m.fl.)

3.1.4. Fjernsalg, betalingskort og konkurs

Efter Forbrugerombudsmandens retningslinier fra 1996 om fjernsalg og brug af betalingskort kan den kortindehaver som har

benyttet sit betalingskort ved fjernsalg/e-handel uden brug af PIN-kode eller afgivelse af underskrift i en række tilfælde gå til udstederen(banken), hvis noget går galt.

Kortindehaveren kan holde sig til banken, når købet slet ikke er foretaget af kortindehaveren, når beløbet overstiger det aftalte beløb, når den bestilte ydelse ikke er leveret eller kortindehaveren har udnyttet en lovbestemt eller aftalt fortrydelsesret ved at undlade at modtage eller afhente den bestilte ydelse. I disse tilfælde kan kortindehaveren bede banken om at tilbagebetale det omhandlede beløb.

Der har de senere år været et par tilfælde, hvor en festival- eller koncertarrangør er gået konkurs inden festivalen eller koncerten har været afholdt, og hvor billetter har været købt hos en billetformidler over internettet (fjernsalg).

Spørgsmålet har da været, om kortindehaveren kunne få banken til at refundere den betalte billetpris under henvisning til Forbrugerombudsmandens retningslinier.

Pengeinstitutankenævnet har i 2004 afvist dette (ankenævnets sag nr. 190/2004). Dette er sket ud fra en formålsfortolkning af Forbrugerombudsmandens retningslinier, idet nævnet finder, at retningslinierne først og fremmest har været at sikre kortindehaver mod tredjemandsmisbrug, ligesom retningslinierne har til formål at regulere de situationer, hvor betalingen med kort over internettet stiller kortindehaveren ringere end den forbruger, der betaler på anden måde, fx pr. efterkrav.

Det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden efter lovgivningen ikke kan tage stilling til de konkrete klager, og at disse derfor må afgøres af ankenævn og eventuelt domstole. Forbrugerombudsmanden har taget Pengeinstitutankenævnets afgørelse til efterretning.

3.1.5. Børn, unge og betalingskort mv.

I efteråret 2003 blev der lanceret nogle nye internationale betalingskort - Visa Elektron og Maestro – til unge under 18 år. Kortene var med saldokontrol, så de ikke burde kunne overtrækkes. Kortene kan samtidig benyttes til køb på internettet.

Da Forbrugerombudsmandens vejledning fra 1999 om unge og bankbøger og net-/homebanking ikke tog højde for denne type kort, fandt Forbrugerombudsmanden behov for at vurdere udstedelsen af internationale kort til unge efter reglerne i markedsføringsloven og betalingsmiddeloven.

Forbrugerombudsmandens bekymring gik bl.a. på, om unge/børn under 18 år kunne administrere et sådant kort med et meget vidt anvendelsesområde, om saldokontrolordningen var tilstrækkelig sikker, og i hvilket omfang forældre/værger skulle give samtykke til, at den unge fik et kort og i øvrigt inddrages ved problemer ved brugen af kortet.

På baggrund af de oplysninger Forbrugerombudsmanden modtog fra pengeinstitutterne, måtte Forbrugerombudsmanden lægge til grund, at de tekniske kontroller mv., der var indbygget i betalingssystemerne, ville forhindre, at en konto på grund af brug af kortet kunne overtrækkes.

Efter forhandlinger med bl.a. Finansrådet, Forbrugerrådet og Børnerådet gav Forbrugerombudsmanden udtryk for, at internationale betalingskort med saldokontrol kun bør udleveres (efter ansøgning) til unge over 15 år, hvis pengeinstituttet vurderer, at den unge er egnet til at administrere et sådant kort, at der kun er penge på kontoen, som den unge selv kan bruge, og at forældre/værge orienteres om, at den unge har fået et betalingskort.

Opstår der senere problemer, fx misbrug e.l., må pengeinstituttet inddrage forældre/værge.

Forbrugerombudsmanden udstedte i april 2004 en revideret vejledning, som tager højde for de nye internationale kort. Se denne vejledning <http://www.forbrug.dk/erhverv/love-og-regler/forbrugerlove/betalingsmiddelov/retningslinier/unge-og-betalingskort/>.

Det informationsmateriale som skal udleveres til de unge kortindehavere ved udleveringen af et kort, skal være udarbejdet i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens vejledning, og indeholder bl.a. oplysninger om i hvilket omfang pengeinstituttet kan gøre ansvar gældende over for den unge. (2004-1107/5-27)

3.2. Dispensationer

4. Prismærkningsloven

5. Tobaksloven

5.1. Lov om forbud mod tobaksreklamer

Lov om tobaksreklamer mv. trådte i kraft 1. januar 2002. Med loven er der indført et fuldstændigt forbud mod reklamer for tobaksvarer dog med få undtagelser, som er anført i lovens § 3. Det er også forbudt at sponsorere til fordel for tobaksvarer.

Efter lovens § 6 fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med lovens overholdelse. Tilsynet består i at foretage en vurdering af eventuelle klager. Forbrugerombudsmanden kan også tage sager

op af egen drift. Såfremt Forbrugerombudsmanden vurderer, at der er tale om overtrædelse af forbuddet mod tobaksreklamer, bliver forholdet anmeldt til politiet med anmodning om, at der bliver indledt en straffesag, jf. tobakslovens § 7.

Forbrugerombudsmanden har behandlet en del sager, hvor det er spørgsmålet, om tobaksloven er overtrådt. Flere sager er nu afgjort ved domstolene, og en del anmeldelser om overtrædelse af lovens forbud ligger p.t. hos politiet.

Læs mere om loven i Juridisk Årbog 2001, side 22 – 23.

5.2. Tobaksreklamer i brancheblad. Dom afsagt af Østre Landsret

Den 16. juni 2004 afsagde Østre Landsret en dom i en sag, som var rejst af Forbrugerombudsmanden, om tobaksreklamer i branchebladet NB.

Efter § 3, stk. 1 i lov om forbud mod tobaksreklamer mv. er alle former for reklame for tobaksvarer forbudt. Efter § 3, stk. 2, nr. 1 i loven gælder forbuddet dog ikke "meddelelser, der udelukkende henvender sig til fagfolk inden for branchen".

Det fremgår af dommen, at landsretten finder, at "meddelelser" i §3, stk. 2, nr. 1 i loven omfatter reklamer, og at "fagfolk inden for branchen" må anses at omfatte bl.a. detailhandlere, der forhandler tobaksprodukter.

NB er et brancheblad for Nærbutikkernes Landsforening, men bladet bliver også udsendt til en bred kreds af mindre næringsdrivende – herunder boghandlere og konfekturhandlere – der ikke handler med tobaksvarer, og heller ikke i øvrigt kan anses for fagfolk inden for branchen.

Landsretten fandt på denne baggrund, at annoncering for tobaksvarer i bladet udgjorde en overtrædelse af forbuddet mod reklame for tobaksvarer, jf. §3, stk. 1 i lov om forbud mod tobaksreklame mv. Det forhold at teksten i de omhandlede annoncer retter sig mod forhandlere af tobaksprodukter, fandtes ikke at kunne føre til et andet resultat.

På ovennævnte baggrund blev Gladsaxe Rets dom stadfæstet.

Landsretten fandt bødestørrelsen - efter overtrædelsens karakter og de i øvrigt af byretten anførte grunde - passende udmålt.

Gladsaxe Ret havde den 7. november 2003 dømt de tiltalte til hver at betale 50.000 kr. "under hensyn til, at der var tale om en nylig ikrafttrådt lov og til, at der således fra de tiltaltes side kunne være behov for at få afprøvet dens afgrænsning".

Læs omtalen af byrettens dom i Forbrugerjura 2003. (2003-1182/5-1, 2003-1182/5-2, 2003-1182/5-3)

5.3. Annoncer for tobaksvarer i reklametryksager og lokalaviser. To domme afsagt af byret

Forbrugerombudsmanden har anmeldt flere erhvervsdrivende til politiet for at have indrykket annoncer for tobaksvarer i ugeaviser eller reklameblade. Det har bl.a. drejet sig om annoncer for piber, pibetobakker og cigarer.

Der er afsagt to domme, hvor de erhvervsdrivende er blevet dømt for overtrædelse af tobakslovens forbud mod tobaksreklamer, jf. tobakslovens § 3, stk. 1, hvorefter alle former for reklame for tobaksvarer forbudt.

Den en af dommene fastslår, at forbuddet også gælder, selvom annoncernes ordlyd er holdt i generelle vendinger, fx "Stort udvalg i Piber og tobak samt tilbehør i alle prisklasser".

Bøderne er fastsat til et beløb svarende til det dobbelte af annonceprisen eksklusiv moms.

Dette bødeprincip er også fulgt i en sag, som blev afsluttet med en bødevedtagelse. (2004-1182/5-8, 2004-1182/5-9, 2004-1182/5-10, 2004-1182/5-11)

5.4. Salg af cigarer, piber, pibetobak samt tilbehør på internettet

Kræftens Bekæmpelse gjorde Forbrugerombudsmanden opmærksom på hjemmesider, der reklamerer for og sælger tobaksprodukter, med henblik på om der var tale om en overtrædelse af forbuddet mod tobaksreklamer, jf. tobakslovens §3, stk.1.

Forbrugerombudsmandens vurderede, at der ikke forligger overtrædelse af tobaksloven under forudsætning af, at en hjemmeside har en købsfunktion, dvs. salg via e-handel, og at sælger er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer. Det er således en forudsætning, at der er tale om et salgssted, jf. § 3, stk. 2, nr. 5 i lov om forbud mod tobaksreklame mv.

Lovens § 3, stk.1 og stk.2, nr.5 har følgende ordlyd:

"§ 3. Alle former for reklame for tobaksvarer er forbudt.

Stk. 2. Forbuddet gælder dog ikke:

.....

5) Reklame rettet til køberen på salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer. Dette gælder også butiksfacader. "

Selvom lovens motiver ikke udtrykkelig omtaler salg på nettet, er Forbrugerombudsmanden af den opfattelse, at salg der foregår på internettet, er omfattet af nævnte undtagelsesbestemmelse. (2004-1182-5-14 m.fl.)

5.5. Anmeldelser til politiet om overtrædelse af tobaksloven

Forbrugerombudsmanden har anmeldt flere erhvervsvirksomheder til politiet for overtrædelse af forbuddet mod tobaksreklamer, jf. tobaksloven. Sagerne er endnu ikke afsluttet. Det drejer sig om følgende forhold:

- En hjemmeside som viser en oversigt over samtlige virksomhedens cigaretter med omtale af disse og billeder af de enkelte emballager.
- En kampagne for et cigaretmærke. Kampagnen gav sig udslag på forskellig vis på cigaretemballagen og på salgsstederne.
- Annoncer, indrykket af en cigaretproducent, i dagbladene om bl.a. sundhedsfaren ved at ryge cigaretter.
- Et teleselskabs kampagne for et teleprodukt, hvor cigarer indgår i kampagnen.
- Annonce i reklameavis for en humidior, dvs. en æske til opbevaring af cigarer med affugter og fugtighedsmåler.
- Annonce i reklameavis for en cigaretklipper.
- Annonce i reklameavis for vandpibe.

6. Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

6.1. Husholdningsapparater og isenkram

6.1.1. Uanmodet telefonisk henvendelse til en forbruger

Udfyldelse af en blanket med henblik på deltagelse i en konkurrence. Blanketten indeholdt ikke en udtrykkelig og utvetydig anmodning om at blive ringet op

Et ægtepar udfyldte på en messe en blanket med diverse spørgsmål med henblik på at vinde et gavekort på 500 kr. Blanketten havde følgende ordlyd:

”Behovsanalyse af indeklima
Vind et gavekort til værdi 500 kr.

Hvor højt prioriterer i jeres indeklima ?

Ja Nej

Har i hund eller kat indendørs ? X

.....

.....

.....

Har i kendskab til XX's produkter? X

Deltag i lodtrækningen om et gavekort til værdi af 500 kr. Modtag evt. en gratis og uforpligtende fremvisning, og se hvordan jeres indeklima kan forbedres.

(Vi ringer til Dig/Jer)

_____X_____

Ja Nej

		<u>Gæt prisen</u>		
	10000	18000	24000	32000
Sæt kryds	X			
Navn.....				
Adresse....				
Telefonnummer..."				

Forbrugerne havde krydset skemaet af som anført ovenfor. Kort tid efter rettede den erhvervsdrivende (indklagede 1) henvendelse til forbrugerne med henblik på at aftale tid til en fremvisning af dennes produkter. Forbrugerne købte efter en demonstration i hjemmet en støvsuger samt en lufttenser til en pris af 24.000 kr. Lånet blev finansieret af en finansier (indklagede 2). Lånet blev indgået ved, at den erhvervsdrivende havde medbragt en låneansøgning, som den ene forbruger underskrev, hvorefter den erhvervsdrivende stod for resten. Lånebeløbet blev udbetalt direkte fra finansieren til den erhvervsdrivende.

Forbrugerne var utilfredse med produkterne og indbragte 7 måneder efter købsaftalens indgåelse sagen for Forbrugerklagenævnet, idet de gjorde gældende, at de ikke havde fået korrekte oplysninger om omkostningerne ved vedligeholdelse af produkterne, samt at aftalen var ugyldig. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

"Ifølge oplysningerne i sagen blev salgsslutsedlen og låneansøgningen underskrevet i forbindelse med indklagede 1's demonstration af støvsugeren i klagernes hjem. Den ene klager har om baggrunden for hjemmebesøget oplyst følgende:

"Jeg deltog i en konkurrence i Aalborg, hvor man skulle oplyse adresse og tlf.nr. for at deltage. Sælger ringede mig op og tilbød at komme og fremvise maskinen som ville kunne afhjælpe astmaproblemer, hvilket min far lige var død af, så jeg sagde naturligvis ja."

Efter forbrugeraftalelovens § 2 må erhvervsdrivende 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 af tilbud om indgåelse af aftale.

Det fremgår af lovens forarbejder, at en forbrugers anmodning om en henvendelse fra den erhvervsdrivende skal være udtrykkelig og utvetydig. Endvidere anføres det, at en forbrugers anmodning om yderligere oplysninger ikke er tilstrækkelig til at fastslå, at der foreligger en anmodning fra forbrugeren om at modtage personlige eller telefoniske henvendelser fra den erhvervsdrivende.

Klagerens udfyldning af en ”behovsanalyse af indeklima” med henblik på at vinde et gavekort til en værdi af 500 kr. opfylder efter nævnets vurdering ikke de krav, som må stilles for, at der kan antages at foreligge en udtrykkelig og utvetydig anmodning fra klageren om at måtte modtage en henvendelse fra indklagede med henblik på indgåelse af aftale om køb af en støvsuger og om finansiering heraf.

Nævnet lægger på denne baggrund til grund, at aftalen om, at indklagede 1 måtte foretage en salgsdemonstration under et hjemmebesøg hos klagerne, kom i stand, uden at der forelå en forudgående anmodning herom fra klagerne side. Da indklagedes telefoniske henvendelse til klagerne og det efterfølgende hjemmebesøg dermed må anses for at være foretaget i strid med forbrugeraftalelovens § 2, stk. 1, følger det herefter af forbrugeraftalelovens § 3, at der ikke er indgået nogen aftale, som er bindende for klagerne.

Klagerens krav om, at købet og finansieringsaftalen skal anses for uforbindende for dem, er derfor berettiget.

Indklagede 1 har oplyst, at indklagede 2 ydede lånet til klagerne på baggrund af en aftale indgået mellem indklagede 1 og indklagede 2 om formidling af lån. Det følger heraf, at der har foreligget et såkaldt lånekøb omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2, hvilket indebærer, at klagerne tillige kan påberåbe sig reglerne i kreditaftalelovens § 33, stk. 1 og 2 som grundlag for at gøre indsigelser og pengekrav gældende mod indklagede 2.” På den baggrund fritog nævnet forbrugerne for at betale fremtidige ydelser til den erhvervsdrivende, ligesom den erhvervsdrivende blev pålagt at tilbagebetale, hvad forbrugeren havde betalt til nogen af de indklagede. Nævnet fastslog, at finansieren, indklagede 2, hvis den erhvervsdrivende ikke opfyldte sin forpligtelse, skulle opfylde indklagede 1’s forpligtelser. Indklagede 2 var dog ikke forpligtet til at tilbagebetale mere, end hvad indklagede 2 havde modtaget af forbrugerne i anledning af lånekøbet. (2004-432/7-4)

6.1.2. Urigtige oplysninger i en tilbudsavis

Det var ikke en mangel, at der i en annonce var givet urigtige oplysninger om modelbetegnelsen for en blender, da forbrugeren ikke havde lagt vægt på oplysningen

En forbruger så i en tilbudsavis en Siemens blender model 91101 til en pris af 599 kr., hvor besparelsen blev angivet til 896 kr. Forbrugeren, som havde set blenderen med pastelfarvet lys blå tud i en anden forretning, købte den. Da han pakkede den ud opdagede han imidlertid, at tuden var pastelfarvet lys grøn.

Det viste sig, at blenderen med grøn tud, som forbrugeren havde købt, var en gammel model med modelnummeret 91100, mens den nye model havde blå tud og modelnummeret 91101. Blenderen på billedet i tilbudsavisen havde en pastelfarvet lys grøn tud, men forbrugeren oplyste, at han ikke vidste, at der fandtes en gammel model med grøn tud, og at det i øvrigt ikke var muligt på billedet i tilbudsavisen at se, at tuden ikke var blå.

Forbrugeren forlangte at få udleveret den nye model. Den erhvervsdrivende erkendte, at man havde oplyst en forkert modelbetegnelse og tilbød forbrugeren at få pengene tilbage, men nægtede at levere den nye model. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af det oplyste, at den blender, som klager har fået udleveret, er den tidligere model 91100 med grøn tud. Spørgsmålet er, om klager har et berettiget krav på levering af den nye model 91101 med blå tud.

Nævnets flertal (3 nævnsmedlemmer) lægger til grund, at det var den tidligere model, 91100, som var afbilledet i såvel annoncen som på emballagen, da klageren købte blenderen. Det fremgår således af annoncens billedgengivelse, at blenderens tud er grøn. Disse medlemmer finder på denne baggrund, at klager ikke har lagt vægt på de urigtige oplysninger i annoncen, nemlig den forkerte modelbetegnelse, og at der derfor ikke foreligger en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 1.

Et mindretal (2 nævnsmedlemmer) finder, at klager har krav på levering af den nye model, 91101. Disse medlemmer lægger vægt på, at den blender, som klager har fået udleveret (den tidligere model 91100), ikke er identisk med den model, som er anført i teksten i indklagedes annonce (den nye model 91101).” Afgørelsen blev truffet efter stemmeflertallet. (2003-412/7-23)

6.2. Radio/tv mv.

6.2.1. Stor stigning i prisen for kabel tv

TDC Kabel TV kunne hæve prisen til den normale ”listepris, selvom forbrugeren i 1989 havde betalt en merpris for tilslutningen

I 1989 indgik forbrugeren en aftale om kabel-tv. Ved tilslutningen betalte han en merpris på 7.500 kr. for ”køb af brugsretten”, hvorved han opnåede en lavere månedlig abonnementspris i forhold til de kunder, der ”lejede brugsretten”. Den 4. maj 2004 varslede den erhvervsdrivende som led i sin prisharmoniseringspolitik en månedlig prisstigning på 112 kr. over for forbrugeren med virkning fra 1. december 2004, således at forbrugeren herefter kom til at betale en abonnementspris, som svarede til TDC’s almindelige listepris. Forbrugeren mente ikke, at TDC på den måde kunne hæve prisen for hans abonnement, og han indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren indgik januar 1989 aftale om levering af kabel-tv. Han valgte i den forbindelse at betale en høj pris for tilslutningen mod til gengæld at opnå en lav abonnementsafgift. Klageren opnåede således ved en merbetaling på 7.400 kr. ved tilslutningen en årlig besparelse på ca. 1.200 kr. i forhold til de kunder, som valgte at betale et lavere beløb i forbindelse med tilslutningen.

Abonnementsaftalen – som oprindeligt blev indgået med KTAS Kabel-tv – er senere blevet overtaget af indklagede, som er blevet etableret på baggrund af en sammenlægning af kabel-tv en-

hederne i KTAS, Jysk Telefon, Fyns Telefon og Tele Sønderjylland, som hver især havde forskellige salgs- og prispolitikker.

Der er siden 1989 sket en meget betydelig produktudvikling på kabel-tv området med udbud af et meget stort antal radio- og tv-kanaler og med mulighed for valg mellem forskellige program-pakker, som udbydes til forskellige priser afhængig af program-pakkens omfang.

Den 4. maj 2004 varslede indklagede som led i sin prisharmoniseringspolitik en månedlig prisstigning på 112 kr. over for klageren med virkning fra 1. december 2004, således at klageren herefter kommer til at betale en abonnementspris, som svarer til indklagedes almindelige listepris.

Ved løbende abonnementsaftaler og andre vedvarende aftaler er det normale udgangspunkt, hvis andet ikke er aftalt, at aftalen kan opsiges eller tilpasses ændrede markedsvilkår med et passende varsel. Indklagedes opsigelsesadgang er som følge af indklagedes monopolstilling på kabel-tv området begrænset, men dette indebærer ikke, at indklagede er afskåret fra at kræve kontraktvilkårene revideret, hvis forudsætningerne for vilkårene har ændret sig væsentligt.

Nævnet finder, at det i 1989 ikke var muligt at forudse de væsentlige ændringer i vilkårene for programudbydere, som er sket i de efterfølgende år. Nævnet finder derfor, at det vil kunne være en urimelig byrde, såfremt indklagede i en uvis årrække skulle være bundet af gamle abonnementsaftalers vilkår om programudbud, abonnementsafgift mv. indgået på et tidspunkt, hvor forudsætningerne var helt anderledes.

Nævnet lægger samtidig til grund, at den af klageren valgte høje tilslutningsafgift allerede har tjent sig hjem ved, at den i 1989 indgåede aftale trods alt har været overholdt i 15 år.

Under hensyn hertil samt til, at klageren har mulighed for at vælge en billigere programpakke, finder nævnet, at klageren ikke har krav på at fastholde de oprindeligt aftalte prisvilkår, men at indklagede har været berettiget til at hæve prisen med et passende varsel som led i indklagedes almindelige prisharmoniseringspolitik.” (2004-4015/7-64)

6.2.2. Aftale om formidling af køb af musikanlæg

Formidlingsaftale blev betragtet som en fuldmagt til på forbrugerens vegne at købe et anlæg til den aftalte pris. Forbrugeren havde krav på erstatning ved manglende levering til den lovede pris

En forbruger så på en erhvervsdrivendes hjemmeside, at denne tilbød at formidle køb af et bestemt musikanlæg til henholdsvis 2.682 kr. og 12.331 kr. Ved forbrugerens henvendelse til den erhvervsdrivende blev det oplyst, at der ikke var tale om en fejl, men at forhandlerne fastholdt deres priser. Forbrugeren indgik herefter en aftale med den erhvervsdrivende om, at denne mod betaling af et formidlingsgebyr skulle formidle købet af musik-anlægget til 2.682 kr.

Da anlægget ankom, skulle forbrugeren betale 528 euro (ca. 4000 kr.) for at få det udleveret. Forbrugeren afviste at betale dette beløb for at modtage anlægget. Forbrugeren blev herefter lovet et nyt anlæg til den rigtige pris, men det kom aldrig. Den erhvervsdrivende tilbød at bestille produktet igen til en højere pris eller at returnere formidlingsgebyret. Forbrugeren fastholdt, at hun ville have anlægget til den aftalte pris og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af parternes mailkorrespondance, at klageren den 16. april 2003 rettede henvendelse til indklagede, idet klageren tilkendegav, at hun var interesseret i at købe et musikanlæg af mærket Sharp SD-SG11H, men at hun havde studset over, at anlægget blev udbudt til to så forskellige priser som 2.682 kr. og 12.331 kr. Indklagede svarede samme dag, at man var enig i, at det så underligt ud, men at ”forhandlerne holder på deres priser”.

Ved mail af 22. april 2003 bekræftede indklagede over for klageren, at man havde påtaget sig at formidle kontakt til en forhandler af et Sharp SD-SG11H-anlæg til en vejledende pris på 2.197 kr. + fragt 220 kr., idet indklagede dog samtidig tog forbehold for prisændringer hos den forhandler, som produktet skulle bestilles hos. Der må herved antages at være indgået en aftale mellem parterne om, at indklagede havde fuldmagt til at bestille et sådant anlæg på klagerens vegne til den anførte pris. Det er derimod ikke godtgjort, at klager havde givet indklagede fuldmagt til at bestille et anlæg til hende til en væsentlig højere pris.

Indklagede indhentede ikke klagerens samtykke til at bestille anlægget til en højere pris, men meddelte hende blot ved mail af 28. april 2003, at han nu havde bestilt det ønskede produkt hos (N)Digitalo. Det fremgår af klagerens mail af 12. maj 2003, at hun har afvist at modtage anlægget mod et efterkravsbeløb på 528 euro – dvs. et beløb på knap 4.000 kr. – hvilket hun var berettiget til, da indklagede ved at bestille anlægget til denne pris uden hendes samtykke havde overskredet sin fuldmagt, hvorfor bestillingen ikke var bindende for klageren.

Da indklagede i sin mail af 28. april 2003, hvori indklagede bekræftede at have foretaget bestillingen, intet anførte om prisen, var klageren endvidere berettiget til at forvente, at der var blevet afgivet en bestilling, som var i overensstemmelse med den af

hende givne fuldmagt. Indklagede – som har taget sig betalt for sin ydelse – har således ved sin mail af 28. april 2003 givet klageren en berettiget forventning om, at indklagede på klagers vegne havde indgået en bindende aftale om køb af et Sharp SD-SG11H-musikanlæg for et beløb i størrelsesorden 2.197 kr. + 220 kr. i fragt. Det følger heraf, at indklagede, når han ikke har kunnet formidle en købsaftale for klageren til den pris, som klageren havde fået stillet i udsigt, må betale klageren en erstatning svarende til det tab, som klager har lidt ved, at der ikke er blevet indgået en aftale med et indhold som lovet.

Indklagede har i sin mail af 2. september 2003 til klageren anført, at produktet normalt koster 10.000 kr. Idet nævnet lægger denne prisoplysning til grund, udgør prisdifferencen i forhold til, hvad klageren var blevet stillet i udsigt, ca. 7.500 kr., som klageren herefter er berettiget til at kræve erstattet af indklagede.” (2003-4011/7-74)

6.2.3. Sælger ikke mellemmand

Den, som har optrådt som mellemmand ved indgåelsen af en aftale, og som vil gøre gældende, at aftalen ikke er indgået på egne, men på en tredjemands vegne, har bevisbyrden herfor. Aftalen blev anset for indgået mellem forbrugeren og mellemmanden selv

En forbruger kikkede sig ind på den erhvervsdrivendes danske hjemmeside. Det var muligt direkte via hjemmesiden at købe en lang række meget forskellige produkter, og forbrugeren købte et musikanlæg.

Den 27. januar 2004 blev anlægget leveret af et tysk firma. Da musikanlægget ikke havde den lovede udgangseffekt, og da der

ikke var nogen dansk brugsanvisning til anlægget, reklamerede forbrugeren til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende afviste reklamationen under henvisning til, at han kun var formidler, og henviste til den tyske forhandler og producentens danske afdeling. Da anlægget var købt i Tyskland, ville den danske afdeling ikke tage sig af sagen. Herefter indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under sagens forberedelse kom det frem, at der ikke var givet oplysning om fortrydelsesretten på et varigt medium (fx brev eller e-mail), som krævet efter forbrugerftalelovens regler. Den erhvervsdrivende henholdt sig til, at tysk ret gjaldt for købet, og at oplysningerne om fortrydelsesret skulle have været givet af den tyske forhandler. Sidstnævnte gav i øvrigt via den erhvervsdrivende udtryk for, at tyske regler var overholdt, og at de 14 dages returret var overskredet, hvorfor man ikke ville tage anlægget retur. På Forbrugerstyrelsens forespørgsel nægtede den erhvervsdrivende ligeledes at tage musikanlægget retur, hvorfor dette ikke blev tilbagesendt af forbrugeren.

Da den erhvervsdrivende mente, at forbrugeren via hjemmesiden havde bemyndiget firmaet til at rette henvendelse til en udenlandsk sælger som fuldmægtig for forbrugeren, og at købsaftalen blev indgået mellem forbrugeren og den udenlandske forhandler, foretog Forbrugerstyrelsen en gennemgang af hjemmesiden. Ved denne gennemgang og ved en prøvebestilling blev det konstateret, at den danske erhvervsdrivendes navn stod fremhævet på hvert enkelt billede i bestillingsforløbet, mens andre erhvervsdrivendes navne ikke var nævnt. Således blev det nævnt, at forbrugeren handlede hos den erhvervsdrivende eller handlede den erhvervsdrivendes billige produkter, og forbrugeren skulle sætte produkter i indkøbskurven, der bar den erhvervsdrivendes navn. Der var stadig på intet tidspunkt nævnt andre erhvervsdrivendes navne.

I andre udsagn brugte den erhvervsdrivende ordet formidler eller formidling. Det fremgik videre, at forbrugeren - forinden, der kunne bestilles varer - skulle afkrydse: Jeg bemyndiger den erhvervsdrivende til at bestille og transportere ovenstående produkter til de listede priser på mine vegne, og jeg har læst og accepteret den erhvervsdrivende forretningsbetingelser.

Forretningsbetingelserne indeholdt et afsnit, hvori den erhvervsdrivendes rolle blev beskrevet. Det hed bl.a., at kunden ved ordreafgivelsen vil bemyndige den erhvervsdrivende til at købe et eller flere produkter på kundens vegne, og at den erhvervsdrivende er at opfatte som både en formidler og en fuldmægtig. Således er købskontrakten indgået mellem leverandør og kunden. Forretningsbetingelserne "poppede" ikke automatisk op som billede, forinden forbrugeren kunne foretage sin afkrydsning. Men forbrugeren kunne orientere sig i dem ved at klikke på dem nederst i billedet, hvor de med mindre skrift var oplistet sammen med "Leveringsbetingelser", "Garanti og Sikkerhed", "Profil" og "Ofte stillede spørgsmål".

Nævnet traf følgende afgørelse:

"Den, som har optrådt som mellemmand ved indgåelsen af en aftale, og som vil gøre gældende, at aftalen ikke er indgået på egne, men på en tredjemands vegne, har bevisbyrden herfor.

Indholdet af indklagedes hjemmeside er overordnet set egnet til at give kunderne det indtryk, at det er indklagede selv, som sælger de varer, som udbydes på hjemmesiden, hvilket da også er den måde, som klagerne har opfattet situationen på.

Indklagede findes derfor ikke at have godtgjort, at den købsaftale, som klagerne indgik, blev indgået med en tysk leverandør, hvis navn og forretningsbetingelser klagerne end ikke var bekendte med.

Nævnet lægger herefter til grund, at aftalen er indgået med indklagede selv som sælger.

Da aftalen er indgået via en hjemmeside på internettet, foreligger der en fjernsalgsaftale omfattet af kapitel 4 i lov om visse forbrugerftaler.

Klagerne har herefter været berettiget til at træde tilbage fra aftalen i indtil tre måneder efter leveringen den 27. januar 2004, da indklagede ikke har overholdt sin oplysningspligt i henhold til forbrugerftalelovens § 11 a, stk. 1, jf. herved lovens § 12 a, stk. 1, litra 2, og stk. 2. Indklagede er i hvert fald ved Forbrugerstyrelsens mail af 29. marts 2004 blevet underrettet om klagernes ønske at udnytte fortrydelsesretten, men har som svar herpå i en mail af 14. april 2004 til Forbrugerstyrelsen meddelt, at indklagede ikke er indstillet på at modtage musikanlægget retur. Det kan på denne baggrund ikke tillægges nogen betydning for sagens afgørelse, at musikanlægget ikke er blevet tilbagesendt til indklagede inden fortrydelsesfristens udløb, således som det ellers kræves efter forbrugerftalelovens § 12 a, stk. 1 og 3. Det forhold, at indklagede har nægtet at medvirke til, at klagerne kunne udøve deres lovmæssige fortrydelsesret, må således i sig selv betragtes som en væsentlig misligholdelse, som berettiger klagerne til at hæve aftalen.

Klagerne kan samtidig kræve deres krav på købesummens tilbagebetaling forrentet efter principperne i forbrugerftalelovens § 12 c, stk. 2 og 3. Indklagede blev som nævnt i hvert fald ved forbrugerstyrelsens mail af 29. marts 2004 underrettet om klagernes tilbagetræden fra aftalen, uden at dette gav indklagede anledning til at medvirke til fortrydelsesrettens gennemførelse. Nævnet finder på denne baggrund, at klagerne er berettiget til at kræve deres tilbagebetalingskrav forrentet efter en frist på 30 dage regnet fra den 29. marts 2004 med en årlig rente svarende til rentelovens morarentesats. Efter rentelovens § 5 svarer morarentesatsen til Natio-

nalbankens officielle udlånsrente pr. den 1. januar og den 1. juli det pågældende år med et tillæg på 7 %. Klagerne har derfor krav på at få deres tilbagebetalingskrav forrentet fra den 28. april 2004 med en årlig rente på 9,15 %." (2004-4011/7-106)

6.2.4. Lejeaftale var reelt et kreditkøb

En forbrugers leje af tv og video blev anset for reelt at være et kreditkøb. Det forhold, at forbrugeren først rettede henvendelse til den erhvervsdrivende ca. 15 måneder efter den aftalte købsrets udløb, kunne ikke føre til et andet resultat

En forbruger lejede den 20. juli 1995 et tv og en video med ret til efter 60 måneder at købe det lejede for 1 kr. Den 11. oktober 2001 overtog forbrugeren apparaterne. Forbrugeren forklarede, at det fra starten var meningen, at hun skulle blive ejer efter udløbet af den fem-årige lejeperiode, og at hun havde forstået, at den erhvervsdrivende ville rette henvendelse til hende, når perioden var udløbet. Dette skete ikke, og forbrugeren blev først opmærksom på, at de fem år var gået, da hun hørte omtalen af tilsvarende lejesager i dagspressen, hvorefter hun krævede det for meget betalte tilbage. Dette afviste den erhvervsdrivende, da der var forløbet mere end 63 måneder fra forbrugeren kunne have overtaget det lejede, til hun udnyttede køberetten, og at hun derfor ikke på tidspunktet for aftalens indgåelse havde til hensigt at blive ejer, hvorfor der ikke var tale om et kreditkøb omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2 .

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Sagen vedrører to aftaler – betegnet ”lejeaftaler” – vedrørende henholdsvis et tv værdisat til 4.999 kr. og en video værdisat til 1.899 kr., hvor klageren ved aftalernes indgåelse fik udleveret to

”beviser”, hvoraf fremgik, at hun efter 60 måneder kunne overtage det lejede for 1 krone. Indklagede har i sagen ikke bestridt, at aftalerne herefter er omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, hvis det ved aftalernes indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, jf. herved også Højesterets domme af 6. november 2003 gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen 2004, s. 317 og s. 329.

Klageren gjorde først sin købsret gældende 15 måneder efter udløbet af de 60 måneder, og indklagede har under henvisning hertil påberåbt sig, at det herefter ikke kan lægges til grund, at det ved aftalernes indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, idet det må have formodningen imod sig, at en forbruger, som med købs hensigt har indgået en ”lej nu og køb om 5 år for 1 kr.-aftale”, frivilligt skulle fortsætte sine lejebetaling efter købsrettens indtræden.

Nævnet finder, at det må bero på en konkret vurdering, hvorvidt det kan antages, at det ved aftalernes indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, og at det afgørende for denne vurdering må være, om det kan antages at have påvirket hendes beslutningsgrundlag, at der ved aftalernes indgåelse blev indrømmet hende ret til senere at købe det lejede for et symbolsk beløb, jf. herved bl.a. Torben Jensen, ”Afbetaling”, s. 402-403.

Klageren har forklaret, at det fra starten var meningen, at hun skulle blive ejer efter lejeperiodens udløb. Klageren fik samtidig ved aftalernes indgåelse det indtryk, at indklagede ville kontakte hende, når de 5 år var gået. Dette skete ikke, og hun blev derfor først opmærksom på, at de 5 år var gået, da hun hørte tilsvarende lejeaftaler omtalt i dagspressen.

Nævnet finder det under hensyn til de udstedte købsbeviser og klagerens forklaring antageliggjort, at det ved aftalernes indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne,

og at aftalerne dermed er omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, med den virkning, at der reelt foreligger køb med ejendomsforbehold undergivet kreditaftalelovens ufravigelige regler.

Det forhold, at klageren først rettede henvendelse til indklagede ca. 15 måneder efter den aftalte købsrets udløb, kan ikke føre til et andet resultat, da dette ikke i sig selv siger noget om, hvad der var meningen ved aftalens indgåelse, og da forbrugers beskyttelse efter kreditaftaleloven ikke ved aftale kan gøres tidsbegrænset, jf. herved lovens § 7, stk. 1, hvorefter loven ikke kan fraviges til skade for forbrugeren.

Efter kreditaftalelovens § 34, stk. 1, nr. 4, er et ejendomsforbehold i forbruger køb kun gyldigt, såfremt sælgeren ved overgivelsen af det købte er fyldestgjort for mindst 20 % af kontantprisen. Værdien af tv'et er i kontrakten angivet til 4.999 kr., og videoens værdi 1.899 kr., i alt 6.898 kr., og der blev ifølge indklagedes oplysninger ved oprettelsen betalt 264 kr. Det lægges derfor til grund, at tv'et og videoen blev solgt for en kontantpris på 6.898 kr. og med en udbetaling på 264 kr. Da klageren dermed har fået genstandene overgivet, uden at der blev betalt den nødvendige mindsteudbetaling, er den ikke solgt med et gyldigt ejendomsforbehold, og ejendomsretten over genstandene er derfor overgået til klageren, allerede da klageren fik genstandene overgivet.

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

Forbrugerstyrelsen har beregnet det samlede rentebeløb, som klageren skal betale efter § 23, stk. 1, til 995,99 kr. Udregningen er sket med udgangspunkt i, at betalingsforløbet har været som angivet af parterne.

Det lægges på denne baggrund til grund, at klageren alene har haft pligt til at betale 6.898 kr. + 995,99 kr. eller i alt 7.893,99 kr. for tv'et og videoen. Det følger heraf, at indklagede har pligt til at tilbagebetale til klageren, hvad denne har betalt derudover.

Klageren har i alt betalt 14.918 kr. for tv'et og videoen, hvorefter beløbet, der skal tilbagebetales, som udgangspunkt udgør 7.024,01 kr.

Da indklagede ikke har bestridt, at klageren har gjort sit krav gældende allerede i forbindelse med købsrettens udnyttelse, er der ikke grundlag for antage, at klagerens krav er bortfaldet som følge af udvist passivitet.

Efter 1908-loven om forældelse af visse fordringer forældes klagerens krav på tilbagebetaling af fejlagtigt betalte beløb 5 år efter, at tilbagebetalingskravet kunne være gjort gældende. Da klageren har indgivet klage til Forbrugerklagenævnet den 18. marts 2004, og da klageren herved – i hvert fald indtil videre – har afbrudt den 5-årige forældelse, jf. herved Højesterets dom af 14. juni 2000 gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen, årgang 2000, s. 1947 ff, kan der alene antages at være indtrådt forældelse i det omfang klagerens tilbagebetalingskrav vedrører beløb, som er betalt med urette forud for den 18. marts 1999.

Klagerens betaling af 264 kr. ved kontraktens oprettelse og af 198 kr. i månedlige ydelser indebar, at klageren efter ca. 41 måneder – dvs. i november 1998 – havde betalt det beløb på 7.893,99 kr., som klageren ifølge det foran anførte rettelig har

været forpligtet til at betale. Beløb betalt efter november 1998 har derfor været betalt i urigtig formening om skyld, men som det fremgår af det ovenfor anførte, må klagerens tilbagebetalingskrav, for så vidt angår beløb betalt inden marts 1999, anses for forældet. Da klageren i perioden fra november 1998 til marts 1999 må antages at have betalt 4 ydelser á 198 kr. eller i alt 792 kr., udgør klagerens tilbagebetalingskrav herefter 6.232 kr.” (2003-4012/7-426)

6.2.5. Lejeaftale var ikke kamufleret kreditkøb

En lejeaftale blev ikke anset som et kreditkøb, selvom der var givet en køberet, idet forbrugeren ved aftalens indgåelse primært havde lagt vægt på at leje de omhandlede apparater. Forbrugeren kunne således ikke kræve lejeløb, som han havde betalt, før han gjorde køberetten gældende, tilbage

En forbruger lejede den 19. januar 1996 et tv, en video og et tv-bord af den erhvervsdrivende og fik ved oprettelsen at vide, at han efter 5 år kunne overtage det lejede for 1 krone. Forbrugeren forklarede, at han ikke fandt anledning til på aftaletidspunktet at tage endelig stilling til, om han senere ønskede at blive ejer. Endvidere valgte han ikke at overtage det lejede efter fem år, idet han ikke ville risikere at stå med et reparationskrævende eller kassabelt apparat. I juni 2002 blev forbrugeren gennem pressen bekendt med, at lejeaftaler, der lignede hans, blev betragtet som kreditaftaler, og forbrugerne fik penge tilbage. På baggrund heraf rettede forbrugeren henvendelse til den erhvervsdrivende, der imidlertid afviste, at der skulle være tale om et kreditkøb, idet forbrugeren ikke havde haft den fornødne købshensigt på tidspunktet for aftalens indgåelse, og at der der-

for alene var tale om en lejeaftale. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Sagen vedrører en aftale – betegnet ”lejeaftale” – vedrørende et tv, en video og et tv-bord værdisat til i alt 7.990 kr. På kontrakten er anført, at ”Denne kontrakt oppebærer certifikat”. Klageren har oplyst, at han ikke fik udleveret noget certifikat, men at han mundtligt af ekspedienten i forretningen fik at vide, at sætningen betød, at han kunne overtage det lejede for en krone efter 5 år. Indklagede har i sagen ikke bestridt, at aftalen herefter er omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, hvis det ved aftalens indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, jf. herved også Højesterets domme af 6. november 2003 gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen 2004, s. 317 og s. 329.

Klageren gjorde først sin købsret gældende 17 måneder efter udløbet af de 5 år, og indklagede har under henvisning hertil påberåbt sig, at det herefter ikke kan lægges til grund, at det ved aftalens indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, da det må have formodningen imod sig, at en forbruger, som med købshensigt har indgået en ”lej nu og køb om 5 år for 1 kr. – aftale”, frivilligt skulle fortsætte sine lejebetalinger efter købsrettens indtræden.

Nævnet finder, at det må bero på en konkret vurdering, hvorvidt det kan antages, at det ved aftalens indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af apparaterne, og at det afgørende for denne vurdering må være, om det kan antages at have påvirket hans beslutningsgrundlag, at der ved aftalens indgåelse blev indrømmet ham ret til senere at købe det lejede for et symbolsk beløb, jf. herved bl.a. Torben Jensen, ”Afbetaling”, s. 402-403.

Klageren har oplyst, at han fandt tilbuddet om en købsret efter 5 år for interessant og tiltalende. Dette kunne tale for, at klageren havde købshensigt ved indgåelsen af lejeaftalen.

Klageren har imidlertid samtidig oplyst, at han ved aftalens indgåelse ikke fandt anledning til at tage bestemt stilling til købsretten, da der var 5 år til, at en eventuel overtagelse kunne blive aktuel, at han den 18. juni 1999 af indklagede blev erindret om købsretten, og at han bevidst er afstået fra at benytte sig af tilbuddet herom på et tidligere tidspunkt, da han frygtede at komme til at stå med et reparationskrævende eller kassabelt apparat.

Nævnet lægger på denne baggrund til grund, at klageren ved aftalens indgåelse primært lagde vægt på at leje de af aftalen omfattede apparater, og at han dermed ikke har indgået aftalen med henblik på at blive ejer af de omhandlede apparater.

Nævnet finder det herefter ikke antageliggjort, at det ved aftalens indgåelse var meningen, at klageren skulle blive ejer af de af aftalen omfattede genstande. Den indgåede aftale må derfor betragtes som en almindelig lejeaftale, som ikke er reguleret af kreditaftaleloven.

Dette ændrer dog ikke på, at indklagede ved aftalens indgåelse har givet klageren en købsret efter 5 år uden nogen angivelse af en tidsfrist for udnyttelsen af denne købsret. Da indklagede under alle omstændigheder er bundet af dette tilsagn, og da klageren ved sin henvendelse til indklagede af 10. juni 2002 må anses for at have gjort købsretten gældende, har indklagede været uberettiget til at afkræve klageren betaling af leje efter dette tidspunkt.

Indklagede skal derfor tilbagebetale leje, som klageren under protest har indbetalt fra 10. juni 2002 til 19. november 2003, i alt 3.791 kr. (17 mdr. x 223 kr.), samt de indbetalte rykkergebyrer på 400 kr. Klagerens samlede tilbagebetalingskrav udgør herefter i alt 4.191 kr.” (2003-4012/7-374)

6.2.6. Erstatning for tv som sælger kasserede

En forbruger havde købt et fjernsyn som en demonstrationsmodel til en meget fordelagtig pris. Da fjernsynet kort tid efter købet hørte op med at fungere, kasserede den erhvervsdrivende uden aftale med forbrugeren fjernsynet og ville tilbagebetale købesummen. Den erhvervsdrivende havde ikke godtgjort, at afhjælpning ville påføre ham uforholdsmæssige omkostninger set i forhold til en anden beføjelse. Forbrugeren fik erstatning svarende til, hvad prisen for en tilsvarende demonstrationsmodel måtte antages at være

En forbruger købte den 20. august 2002 et fjernsyn til en pris af 11.999 kr.. Der var tale om en demonstrationsmodel med ridser og andre smådefekter, som blev solgt med et prisnedslag på 14.000 kr.

Efter et stykke tid gik knapperne på fjernsynet i stykker, og fjernbetjeningen kunne ikke længere benyttes sammen med fjernsynet. Fjernsynet blev indleveret til reparation, og forbrugeren hørte ikke fra den erhvervsdrivende i en længere periode. Da forbrugeren rykkede for svar, oplyste den erhvervsdrivende, at det ikke var muligt at reparere fjernsynet, hvorfor forbrugeren kunne få sine penge tilbage eller mod merbetaling få et tilsvarende fjernsyn i en ny serie. Forbrugeren krævede at få fjernsyn tilbage. Dette kunne ikke lade sig gøre, idet den erhvervsdrivende havde hævet handlen og skrottet fjernsynet.

Efter en længere korrespondance mellem parterne blev det aftalt, at den erhvervsdrivende skulle levere en tilsvarende model ”kvit og frit”. Det nye fjernsyn, som blev leveret, var imidlertid ikke tilsvarende, idet der ikke var surround funktion, billedrøret var i

uorden og der i øvrigt ikke var de samme funktioner. Forbrugeren forlangte et fjernsyn, der var identisk med det oprindeligt leverede, hvilket imidlertid ikke kunne lade sig gøre, da modellen var udgået. Herefter forlangte forbrugeren erstatning svarende til købsprisen for et apparat der svarer til det kasserede. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet lægger til grund som ubestridt, at det fjernsyn, klageren købte 20. august 2002 som en demonstrationsmodel, var behæftet med mangler efter købeloven.

Klageren fremsatte ved sin reklamation krav om afhjælpning.

Efter købelovens § 78, stk. 1 har køberen, hvis salgsgenstanden lider af en mangel, valget mellem at kræve afhjælpning, levering af en anden genstand, der stemmer overens med aftalen, et passende afslag i købesummen eller ophævelse af købet, hvis manglen er ikke uvæsentlig.

Det følger af § 78, samt af bemærkningerne til denne bestemmelse, jf. herved lovforslag L 9 af 5. december 2001, s.38, at sælgeren som udgangspunkt er forpligtet til at imødekomme køberens krav om ombytning eller afhjælpning, medmindre han godtgør, at den valgte beføjelse er umulig eller vil påføre ham uforholdsmæssige omkostninger.

Da indklagede har kasseret fjernsynet, finder nævnet, at indklagede ikke har godtgjort, at afhjælpning ville påføre ham uforholdsmæssige omkostninger i forhold til en anden beføjelse. Nævnet finder derfor, at indklagede har været forpligtet til at imødekomme klagerens krav om afhjælpning, og at indklagede derfor ikke har været berettiget til ensidigt at hæve handlen og bortskaffe tv-apparatet.

Det fremgår, at klageren tog imod et andet fjernsyn, hvilket han fik leveret medio maj 2002.

Nævnet bemærker, at det i sagen omhandlede fjernsyn havde været benyttet som demonstrationsmodel i indklagedes forretning, og derfor på købstidspunktet havde ridser og defekte knapper i toppen. Fjernsynet er derfor en species genstand, hvilket indebærer, at der efter købelovens regler ikke kan ske omlevering, idet aftalen angår en individuelt bestemt genstand, jf. herved lovforslag L 9 af 5. december 2001, s. 39.

Nævnet finder imidlertid, at parterne – når forbrugeren har reklameret over en mangel – kan aftale, at der skal ske ombytning med en vare, der ikke er identisk med den oprindeligt leverede.

Klageren har gjort gældende, at han ikke accepterede omlevering til et fjernsyn, der ikke svarede til det oprindeligt leverede, og at han straks efter modtagelsen af dette reklamerede til indklagede, idet det nye fjernsyn ikke havde de samme egenskaber, herunder ”surroundsound-” og farvefunktioner, som det oprindeligt leverede fjernsyn havde.

Nævnet finder ikke, at indklagede har godtgjort, at klageren accepterede ombytning med et tv-apparat, der ikke havde samme funktioner som det oprindeligt leverede, og nævnet finder derfor ikke, at klageren er forpligtet til at tage imod dette tv-apparat.

3 nævnsmedlemmer bemærker: Indklagede har ved ensidigt at bortskaffe klagerens fjernsyn, der var i indklagedes varetægt med henblik på en udbedring af mangler, handlet ansvarspådragende, og er derfor erstatningsansvarlig over for klageren for dennes tab.

Det lægges efter den sagkyndiges udtalelse til grund, at demonstrationsfjernsyn normalt sælges med en rabat på 20%. Det fremgår, at klagerens fjernsyn er udgået af butikkernes sortiment. Den

sagkyndige oplyser, at det mest tilsvarende sammenlignelige *nye* fjernsyn i dag ville koste 27.500 kr., og klageren har den 3. november 2003 oplyst (bilag 3), at et tilsvarende *nyt* fjernsyn, selvom det er udgået af butikkernes sortiment, stadigvæk kan købes til 19.999 kr.

Medlemmerne lægger efter den af klageren oplyste pris til grund - og efter den sagkyndiges oplysning om gennemsnitlige rabatter på demonstrationsmodeller - at klageren i dag ville skulle betale 15.999 kr. for et demonstrationsfjernsyn, der stemmer overens med aftalen. Klageren har betalt 11.999 kr. for sit fjernsyn, og medlemmerne lægger efter den sagkyndiges udtalelse til grund, at klageren har gjort et særdeles godt køb. Medlemmerne finder af denne grund, at klageren har lidt et økonomisk tab, da han ikke må antages at kunne anskaffe et fjernsyn, der stemmer overens med aftalen, til den oprindeligt betalte favorable pris.

Medlemmerne finder på denne baggrund, at indklagede skal erstatte klageren fjernsynets værdi samt differencen mellem prisen for en tilsvarende demonstrationsmodel på nuværende tidspunkt og den faktisk betalte pris. Indklagede skal derfor betale 15.999 kr. i erstatning til klageren.

1 nævnsmedlem bemærker, at klageren alene er berettiget til at få købesummen refunderet.” (2003-4012/7-300)

6.3. Computere mv.

6.3.1. Køb af computer med 2 års garanti

Det var urimeligt at afvise at reparere en computer under en garanti, fordi forbrugeren ikke ved udfyldelse af en blanket havde tilmeldt sig garantien

En forbruger købte i november 2000 en computer. Forbrugeren fik mod betaling af 950 kr. 2 års ekstra garanti, således at der var i alt 3 års garanti på computeren. Computeren blev repareret to gange inden for det første år, men da computeren for tredje gang gik i stykker - 2 år efter købet - nægtede producenten at reparere uden omkostninger, da forbrugeren ikke havde ladet sig registrere hos denne inden for det første år. Det fremgik således af garantibetingelserne, at forbrugeren kunne tilmelde sig den udvidede garanti ved at udfylde en tilmeldingsblanket og sende den til producenten. Tilmeldingsblanketten kunne forbrugeren få hos en autoriseret forhandler.

Da forbrugeren blev afvist, forsøgte han uden held at lade sig registrere men blev afvist med henvisning til, at dette var sket for sent. Efter en skriftlig reklamation til producenten blev computeren dog repareret uden omkostninger for forbrugeren.

Et halvt år efter opstod der på ny problemer med computeren. Producenten henviste igen til manglende registrering og afviste at reparere. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse.

”Klageren betalte ved købet af computeren 950 kr. for 2 års ekstra garanti, og det er ubestridt, at klageren har reklameret over fejl ved computeren inden garantiperiodens udløb.

Indklagede har imidlertid afvist at være forpligtet af garantien under henvisning til, at klageren ikke har sørget for at udfylde tilmeldingsblanketten til udvidet Toshiba garanti og at returnere denne til indklagede.

Nævnet finder, at det ikke er klart fremhævet i det materiale, som klageren fik udleveret ved købet, at garantiens ikrafttræden er betinget af, at klageren har indsendt en udfyldt tilmeldings-

blanket til indklagede. Et vilkår herom er endvidere i strid med Forbrugerombudsmandens retningslinier for anvendelse af garantiudsagn til forbrugere i reklamer og aftalevilkår (fra december 1987 og juni 2003), ligesom indklagede ikke har godtgjort at have nogen berettiget interesse i at håndhæve vilkåret over for klageren.

Da det herefter må anses for urimeligt og i strid med redelig handlemåde, at indklagede har betinget garantiens ikrafttræden af, at klageren havde indsendt en udfyldt tilmeldingsblanket, jf. herved aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36, tilsidesættes vilkåret herom med den virkning, at klageren er berettiget til at få sin computer repareret under garantien.

Da indklagede burde have sørget for at reparere computeren inden rimelig tid efter klagerens reklamation i juni 2003, og da der på dette tidspunkt resterede 5 måneder af garantiperioden, som klageren ikke har fået nogen nytte af, har klageren krav på, at garantiperioden forlænges med 5 måneder regnet fra computerens udlevering fra reparation.” (2004-4031/7-666)

6.3.2. Ret til penge tilbage efter flere reparationer

Køb af computer. Efter at have afhjulpet mangler to gange og efter en gang at have forsøgt afhjælpning af en ny mangel tilbød den erhvervsdrivende ombytning. Da manglen ikke var afhjulpet inden rimelig tid, kunne forbrugeren hæve købet

En forbruger, der havde købt en computer, reklamerede inden for de to første måneder to gange over to forskellige funktions-svigt ved computeren. Den erhvervsdrivende skiftede begge

gange bundkortet. Reparationerne varede henholdsvis 2 uger og 4 uger.

Cirka 9 måneder senere opstod der fejl i harddisken, som den erhvervsdrivende skiftede. Forbrugeren fik computeren retur efter få dage. Forbrugeren konstaterede straks, at der fortsat var fejl ved computeren. Forbrugeren krævede købet ophævet, mens den erhvervsdrivende alene ville ombytte computeren. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse.

”Nævnet lægger efter den sagkyndige erklæring til grund, at den harddisk, der blev installeret i forbindelse med indklagedes afhjælpningsforsøg, var defekt på udskiftningstidspunktet, og at computeren derfor er behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 4.

Indklagede har tilbudt at afhjælpe manglen ved at foretage ombytning af computeren. Klageren har afvist dette og krævet ophævelse af købet.

Ifølge købelovens § 78, stk. 3, kan køberen ikke kræve et passende afslag i købesummen eller ophævelse af købet, hvis sælgeren tilbyder afhjælpning eller omlevering. Afhjælpning/omlevering skal dog ske inden rimelig tid og uden udgift eller væsentlig ulempe for køberen, jf. købelovens § 78, stk. 4, jf. § 79.

Henset til at indklagede to gange tidligere har afhjulpet fejl ved bundkortet, at indklagede, da der 9 måneder efter købet opstod fejl i computerens harddisk, ikke formåede at afhjælpe denne fejl, skønt fejlen ifølge den sagkyndige burde være enkel at lokalisere og afhjælpe, og at indklagede ikke i reparationsperioderne har stillet en anden computer til rådighed for klageren, finder nævnet, at indklagede har opbrugt sin afhjælpningsret,

idet indklagede ikke inden rimelig tid har sørget for, at klageren havde en mangelfri computer. Klageren er derfor berettiget at hæve det samlede køb af computeren, computertasken og forsikringen, jf. købelovens § 78, stk. 4.” (2003-4031/7-520)

6.4. Telefoner mv.

6.4.1. Fortrydelse af køb af mobiltelefon via internettet

Forbrugeren kunne fortryde, selvom telefonen var taget i brug, og selvom den var fejlbehæftet. Det var uden betydning, at telefonen ikke var returneret til sælgeren

En forbruger købte en mobiltelefon via en hjemmeside på internettet. Da forbrugeren modtog telefonen, opdagede hun straks, at den var fejlbehæftet, og hun reklamerede til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende ville ikke ombytte telefonen men bad forbrugeren sende den til reparation. Herefter meddelte forbrugeren den erhvervsdrivende, at hun ville gøre brug af sin 14 dages fortrydelsesret. Den erhvervsdrivende nægtede at tage telefonen retur, da forbrugeren havde taget telefonen i brug. Forbrugeren tilbagesendte derfor ikke telefonen til den erhvervsdrivende men indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der træv følgende afgørelse:

”Da indklagede ikke har besvaret Forbrugerstyrelsens henvendelse i sagen, afgøres sagen på grundlag af klagerens sagsfremstilling og de af klageren indsendte bilag. Det fremgår heraf, at klageren har bestilt mobiltelefonen via indklagedes hjemmeside. Der foreligger derfor et fjernsalg omfattet af forbrugeraftalelovens kap. 4, hvorefter klageren har krav på 14 dages fortrydelsesret.

Klageren har rettidigt inden for denne frist meddelt indklagede, at hun ønsker at fortryde købet og bedt indklagede om at oplyse, hvor og til hvem hun skulle tilbagesende telefonen. Da indklagede ikke har meddelt klageren disse oplysninger, men har afvist, at hun var berettiget til at fortryde aftalen, beror den manglende tilbagesendelse af telefonen på indklagedes forhold. Det kan under disse omstændigheder ikke tillægges betydning, at klageren ikke har tilbagesendt telefonen til indklagede inden fortrydelsesfristens udløb, uanset at dette ellers er en betingelse for at kunne gøre fortrydelsesretten gældende, jf. herved § 12 a, stk. 3.

Det forhold, at klageren inden fortrydelsen har taget telefonen i brug, afskærer ikke i sig selv klageren fra at gøre fortrydelsesretten gældende, jf. herved § 12 a, stk. 6, jf. § 8, stk. 1. Det afskærer heller ikke klageren fra at fortryde købet, at telefonen er blevet beskadiget eller forringet, forudsat at beskadigelsen eller forringelsen ikke skyldes uagtsomhed eller manglende omsorg fra klagerens side, jf. herved § 12 a, stk. 6, jf. § 8, stk. 2. Hvis indklagede vil påberåbe sig, at klageren har beskadiget telefonen ved uagtsomhed, påhviler det indklagede at føre bevis herfor. Da indklagede ikke har godtgjort dette, lægger nævnet herefter til grund, at klageren har fortrudt købet behørigt.

Indklagede har derfor haft pligt til at tilbagebetale købesummen snarest muligt og senest 30 dage efter, at indklagede blev givet mulighed for at undersøge salgsgenstanden, jf. herved forbruger-aftalelovens § 12 c, stk. 2. (2003-4051/7-357).

6.5. Anden elektronik

6.5.1. Fortrydelsesretten ved fjernsalg

Fortrydelsesfristen ved fjernsalg beregnes som 14 hele dage efter den dag, hvor forbrugeren fik varen i hænde, eller efter den dag, hvor forbrugeren på et varigt medium modtog oplysning om bl.a. fortrydelsesretten

En forbruger bestilte en dvd-afspiller via internettet. Han modtog ikke særskilt oplysning om fortrydelsesretten. Oplysning herom fremgik alene af den erhvervsdrivendes hjemmeside. Den 30. august hentede han varen på posthuset, og den 13. september returnerede han varen til den erhvervsdrivende, fordi han havde fortrudt købet. Den erhvervsdrivende nægtede imidlertid at tage varen tilbage under henvisning til, at fristen for at fortryde købet udløb den 12. september. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren har bestilt den af sagen omhandlede dvd-afspiller via indklagedes hjemmeside. Nævnet lægger derfor til grund, at der foreligger et fjernsalg omfattet af kapitel 4 i lov om visse forbruger aftaler. Der er mellem parterne enighed om, at dvd-afspilleren blev leveret den 30. august 2003, og at klageren forsøgte at levere den tilbage til indklagede den 13. september 2003, men at indklagede afviste at modtage varen under henvisning til, at fortrydelsesfristen på 14 dage var udløbet.

Ifølge de almindelige bemærkninger til forbruger aftaleloven begynder den 14 dages fortrydelsesret, der gælder efter lovens § 12 a, at løbe dagen efter leveringsdatoen. Det hedder således herom i de almindelige bemærkningerne pkt. 2.4.4.3. i lovforslag nr. L 213 for folketingsåret 1999/2000:

”Efter lovforslaget skal fristen ved aftaler om varer regnes fra den dag, forbrugeren fik varen, det første parti heraf eller den første levering i hænde, eller fra den dag hvor forbrugeren modtager de foreskrevne oplysninger – herunder om aftalevilkår og fortrydel-

sesret på et varigt medium. [.....]. Den foreslåede bestemmelse er udformet således, at fristen udløber 14 hele dage efter den pågældende dag.”

Ved klagerens forsøg på returnering af varen til indklagede var den 14 dages fortrydelsesfrist således ikke udløbet, og nævnet finder derfor ikke, at indklagede var berettiget til at afvise klagerens krav om fortrydelse af købet.

Af forbrugeraftaleloven følger yderligere, at indklagede har haft pligt til senest ved overgivelsen af det købte at give klageren oplysning om den 14 dages fortrydelsesret, der følger af forbrugeraftaleloven, jf. lovens § 11 a, stk. 1, nr. 3, og stk. 3. Oplysningerne herom skal efter § 11 a, stk. 1, meddeles forbrugeren læsbart på papir eller på et andet varigt medium, som forbrugeren råder over eller har adgang til. Det hedder herom i bemærkningerne til § 11 a i lovforslag nr. L 213 for folketingsåret 1999/2000 bl.a.:

”Det forudsættes, at et medium er varigt, hvis det er muligt for forbrugeren at opbevare (lagre) de oplysninger, han modtager direkte med det pågældende medium, på en sådan måde, at oplysningerne i en rimelig periode er tilgængelige for fremtidig reference og kan reproducere uændrede. Som eksempler kan nævnes disketter, CD-ROM og elektronisk post, der sendes til forbrugers computer og lagres på harddisken. En internet-hjemmeside er (med den nuværende teknologi) ikke et” varigt medium” i den anførte forstand.”

Det fremgår af sagens oplysninger, at indklagede alene oplyser om fortrydelsesretten på sin hjemmeside, hvorfor det ikke kan lægges til grund, at klager har modtaget oplysning om fortrydelsesret på et ”varigt medium”. Dette medfører, jf. forbrugeraftalelovens § 12 a, stk. 2, sammenholdt med stk. 1, litra 2, at klager har fortrydelsesret i op til tre måneder fra leveringsdatoen. Da klager har udnyttet fortrydelsesretten inden 3 måneder efter leveringen ved at returne-

re dvd-afspilleren til indklagede, er fortrydelsesretten også af denne grund udnyttet rettidigt.

Klageren har derfor krav på tilbagebetaling af den fulde købesum, inklusiv leveringsomkostninger, mod udlevering af dvd-afspilleren, jf. forbrugeraftalelovens § 12 c, stk. 2.

Beløb, som indklagede ikke har tilbagebetalt senest efter 30 dage, forrentes efter reglerne i lov om renter ved forsinket betaling mv., jf. lov om visse forbrugeraftaler § 12 c, stk. 3, jf. stk. 2. Forrentningen påbegyndes 30 dage fra den dag, indklagede havde lejlighed til at undersøge varen. Da klageren den 13. september 2003 personligt forsøgte at tilbagelevere dvd-afspilleren til indklagede, lægger nævnet til grund, at indklagede denne dato har haft lejlighed til at undersøge dvd-afspilleren. Købesummen forrentes derfor fra den 12. oktober 2003 med rentelovens rentesats. Renten efter renteloven er efter lovens § 5 fastsat til en årlig rente svarende til Nationalbankens officielle udlånsrente pr. den 1. januar og 1. juli det pågældende år med et tillæg på 7 %. Klageren har derfor krav på at få sit tilbagebetalingskrav på 1.995 kr. forrentet fra den 12. oktober 2003 med en årlig rente på 9,15 %. (2003-4012/7-335)

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

6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)

6.7.1. Afbestilling af leje af en brudekjole

Da afbestilling var sket med passende varsel og fyldestgørende grund, var forbrugeren ikke forpligtet til at betale det fulde vederlag. Tabsbegrænsningspligt

En forbruger indgik den 8. maj 2003 aftale om leje af en brudekjole, som skulle tilpasses hendes mål og leveres den 30. august 2003. Prisen for leje af kjolen var 3.200 kr., som blev betalt ved aftalens indgåelse. Forbrugeren underskrev en lejekontrakt, hvor det bl.a. fremgik, at selvom det lejede ikke blev benyttet eller blev afbestilt, ville der ikke ske nedslag eller tilbagebetaling af lejen.

Imidlertid blev forbrugers bryllup aflyst, og hun meddelte den 18. juni 2003 den erhvervsdrivende, at hun ønskede at afbestille kjolen og få pengene tilbage. Den erhvervsdrivende afviste at tilbagebetale de 3.200 kr. under henvisning til den indgåede aftale, men tilbød dog forbrugeren et tilgodebevis på det fulde beløb eller tilbagebetaling af 1.500 kr. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Parterne indgik den 8. maj 2003 aftale om, at indklagede skulle præstere en tjenesteydelse i form af udlejning af en brudekjole i anledning af klagerens forestående bryllup, idet det samtidig var aftalt, at indklagede forinden leveringen, som var aftalt til den 30. august 2003, skulle foretage en tilpasning af brudekjolen.

Klageren ønskede imidlertid den 18. juni 2003 at afbestille ydelser, idet hendes bryllup var blevet aflyst.

Spørgsmålet om, hvornår der tilkommer bestilleren af en tjenesteydelse en afbestillingsret, er – uden for de tilfælde, som er reguleret af lov om visse forbrugerftaler – ulovreguleret, og spørgsmålet har givet anledning til en del tvivl. Afbestilling kan således næppe i almindelighed finde sted, men der må efter om-

stændighederne antages at gælde undtagelser herfra, hvis afbestillingen er sket med passende varsel og af fyldestgørende grund, jf. herved betænkning nr. 1133/1988 om forbrugeraftaler om arbejder på løsøre og fast ejendom, s. 130 ff.

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

I den foreliggende sag afbestilte klageren ydelsen med et varsel på lidt over to måneder og af en fyldestgørende grund, idet klagerens bryllup var blevet aflyst. Indklagede har samtidig ikke godtgjort, at indklagede har forsøgt at udleje brudekjolen til anden side – evt. til nedsat pris – med henblik på at begrænse sit tab. Indklagede er derudover blevet fritaget for at skulle præstere den del af sin ydelse, som vedrørte brudekjolens tilpasning.

Nævnet finder, at det under disse omstændigheder ikke kan påhvile klageren at betale hele det aftalte lejebeløb på 3.200 kr. Dette gælder uanset vilkåret i lejebetingselserne om, at manglende benyttelse af det lejede eller afbestilling heraf ikke kan begrunde, at der kan ske tilbagebetaling af leje eller ske nedslag af lejebeløbet. Dette vilkår, som ikke er specielt fremhævet, og som må anses for uventet byrdefuldt for klageren, kan således ikke anses for bindende for denne, jf. herved Mads Bryde Andersen, Grundlæggende Aftaleret 1997, s. 271, samt i øvrigt aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

Indklagede har selv tidligere tilbudt klageren, at denne kunne få tilbagebetalt 1.500 kr., hvilket svarer til en nedsættelse af vederlaget fra 3.200 kr. til 1.700 kr. Idet nævnet ikke finder det

urimeligt, at indklagede ønsker betaling for den del af ydelsen, som indklagede allerede har erlagt ved at have betjent klageren og ved at have reserveret kjolen for hende i lidt over en måned, finder nævnet, at vederlaget passende kan nedsættes til 1.700 kr. svarende til indklagedes tidligere forligstilbud. Klagerens tilbagebetalingskrav fastsættes i overensstemmelse hermed til 1.500 kr.” (2003-612/7-363)

6.7.2. Tøj beskadiget ved rensning

Renseren var erstatningsansvarlig, selvom skaden skyldtes, at en jakke, der blev rensset i overensstemmelse med rensaanvisningen, smittede af på forbrugernes tøj

Tre forbrugere fik beskadiget deres tøj ved en rensning. Det viste sig, at årsagen til dette var, at en jakke, der blev rensset sammen med forbrugernes tøj, ikke kunne tåle rensbehandlingen, og derfor smittede af på det øvrige tøj.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugernes krav om erstatning, idet han ikke mente, at det kunne bebrejdes ham, at jakken havde smittet af, da rensningen var sket i overensstemmelse med den vedligeholdelsesanvisning, som den skadevoldende jakke havde været mærket med. Den erhvervsdrivende mente derfor, at den skadevoldende jakke havde været fejlmærket, og henviste derfor forbrugerne til at rette deres krav mod sælgeren af jakken eller til importøren heraf.

Forbrugerne indbragte derfor sagerne for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet har besigtiget klagerens frakke og benklæder og har konstateret, at der er en mængde små mørke pletter spredt ud

over såvel frakken som benklæderne. Nævnet kunne derudover konstatere en reparation efter en lille flænge ved venstre lomme på frakken.

Nævnet lægger, som sagen er oplyst, til grund, at flængen skyldes brugsomstændigheder, mens pletterne skyldes afsmitning fra knapperne på en anden jakke, der blev rensset samtidig. Denne jakke har efter det oplyste været mærket med "P", hvilket betyder, at den skulle kunne tåle en perclorbehandling.

Da afsmitningsskaden på klagerens tøj er sket under en sædvanlig renseprocedure og uden sammenhæng med omstændigheder, som kan henføres til egenskaber ved klagerens frakke og benklæder, er det nævnets opfattelse, at risikoen for beskadigelsen må påhvile indklagede. Nævnet har herved lagt vægt på, at det er indklagede, som har valgt renseproceduren, og som har bestemt hvilket tøj, der skulle renses sammen, idet indklagede herunder har haft mulighed for at forholde sig kritisk til vedligeholdelsesmærkning, materialesammensætning mv. Indklagede har samtidig mulighed for at sikre sig bevis for, hvorledes skaden er sket og for at gøre regres gældende mod producenten af det tøj, som har forvoldt produktskaden. De hensyn, som ligger bag mellemlandhandlerens hæftelsesansvar for produktskader, jf. herved det i retspraksis udviklede produktansvar og § 10 i produktansvarsloven, gør sig derfor også gældende i forhold til renseren i et tilfælde som det foreliggende.

Nævnet lægger på den anførte baggrund til grund, at indklagede er erstatningsansvarlig for den værdiforringelse af klagerens jakke og benklæder, som er sket som følge af den stedfundne afsmitning.

Under hensyn til tøjets alder og stand, herunder at frakken i forvejen var skadet på grund af brugsomstændigheder, fastsættes

erstatningen skønsmæssigt til 1.500 kr. inkl. rensevederlaget.”
(2004-612/7-525)

6.7.3. Skindjakkes kanter ødelagt ved rensning

Renseren burde have oplyst forbrugeren om risikoen for at kanterne, hvis de var af plast, ikke tålte en rensbehandling. Erstatningsansvar

En forbruger købte i 2001 en skindjakke til 1.700 kroner. Da jakken efter knapt 1 år blev indleveret til rensning, blev kanterne, som viste sig at være af plast, ødelagt. Jakken var mærket med, at den kunne tåle skindrens. Da den på købstidspunktet gældende 1-årige reklamationsfrist var udløbet, kunne sælgeren af jakken ikke længere gøres ansvarlig for den mangelfulde mærkning af jakken. Forbrugeren krævede jakken erstattet af renseriet samt rensevederlaget retur. Renseriets afviste forbrugers krav. Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet har besigtiget ruskindsjakken og lægger på baggrund af besigtigelsen og den sagkyndiges erklæring til grund, at jakkens påsyede plastkanter er tørret ud og knækker ved berøring. Endvidere lægger nævnet til grund, at det alene fremgår af den isyede renholdelsesanvisning, at jakken skal kemisk renses, hvilket ifølge den sagkyndiges erklæring indebærer en almindelig skindrens i perklor med olier eller i kulbrinte.

Klageren oplyser, at ruskindsjakken blev indleveret til rens for første gang.

Ifølge den sagkyndiges erklæring tåler plastkanter ikke almindelig skindrens med perklor på længere sigt, da disse vil blive

stive og hårde. Endvidere fremgår det af den sagkyndige erklæring, at det ved billigere skindvarer (som i dette tilfælde) er mere almindeligt at anvende plastkanter end skindkanter. Derudover fremgår det af erklæringen, at skind altid vil ændre farve ved rensning.

Tre nævnsmedlemmer finder, at indklagede som fagmand ved indleveringen til rens burde have oplyst klageren om risikoen for, at kanterne, hvis de var af plast, ikke ville kunne tåle en rensebehandling. Da indklagede ikke har oplyst klageren om dette, finder disse nævnsmedlemmer, at indklagede er erstatningsansvarlig over for klageren for det tab, der herved er påført hende. Erstatningen fastsættes under hensyn til jakkens alder og købspris skønsomt til 1.000 kroner inklusiv det erlagte rensevederlag.

To nævnsmedlemmer finder ikke, at der påhviler indklagede en sådan oplysningspligt, og at indklagede derfor ikke kan pålægges et erstatningsansvar. Disse to medlemmer finder derfor, at der ikke bør gives klageren medhold i det fremsatte krav.”
(2003-612/7-202)

6.7.4. Erstatning for brudekjole ødelagt i rensning

En brudekjole blev ødelagt i forbindelse med rensning. Erstatningen blev fastsat til 2.000 kr. under hensyn til, at kjolen, der havde kostet 15.000 kr., havde været brugt til sit væsentligste formål, og at den ved indleveringen til rensning havde en tilsmudsning, der ikke lod sig fjerne på tilfredsstillende måde ved rens

En forbruger købte en brudekjole, som hun efter brylluppet indleverede til rensning. Der var ingen vedligeholdelsesmærkning i

kjolen. Ved afhentning af kjolen kunne forbrugeren konstatere, at kjolen var krøbet væsentligt. Renseriets afviste at betale erstatning, idet man ved indleveringen havde oplyst, at rens/vask var på eget ansvar. Forbrugeren nægtede at have fået oplysning herom. Sælgeren afviste ligeledes forbrugers krav. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

Renseren oplyste under sagens forberedelse, at kjolen ud over rensning i perklar havde fået vådbehandling med henblik på at fjerne brugstilsmudsningen. Nævnets sagkyndige, som besigtigede kjolen, udtalte bl.a., at den tilsmudsning, en brudekjole erfaringsmæssigt har for neden, normalt kun vil kunne fjernes ved en vandbehandling. Vandbehandling indebærer dog normalt risiko for krympning og strukturændring af mange tekstiler. En renser bør foretage en nøje vurdering, før der foretages en vådbehandling af en vare af den pågældende type, ligesom det anses for at være en fagmæssig fejl, hvis der ikke tages et tydeligt forbehold for resultatet af en sådan vådbehandling.

”Forbrugerklagenævnet har besigtiget klagerens brudekjole og lægger på baggrund af besigtigelsen og de sagkyndiges erklæring til grund, at kjolen er krympet væsentligt, samt at dette med overvejende sandsynlighed skyldes, at den har været undergivet en vådbehandling, som den ikke har kunnet tåle.

Der er i kjolen hverken isyet materialeangivelse eller renholdelsesmærkning. Klageren var imidlertid klar over, at kjolen var lavet af silkesatin, og da klageren har indleveret kjolen til rens, synes hun ligeledes at have været klar over, at kjolen skulle renses. Nævnet finder det herefter ikke godtgjort, at indklagede 2, sælgeren, har forsømt at give klageren oplysning om forhold, der har haft betydning for klagerens bedømmelse af kjolen, eller at kjolen ved leveringen af andre grunde har været af en anden eller ringere beskaffenhed, end klageren efter aftalen og forholdene i øvrigt havde grund til at regne med. Da det herefter ikke findes godtgjort,

at kjolen har været mangelfuld ved leveringen, kan nævnet ikke give klageren medhold i kravet mod indklagede 2.

Da kjolen blev indleveret til rens, burde indklagede 1, renseren, ikke have foretaget en vådbehandling af kjolen uden at have kontaktet klageren herom, således at klageren efter at være vejledt om risiciene ved en vådbehandling selv fik mulighed for at tage stilling til, om hun ønskede denne behandling.

Da indklagede 1 ikke har godtgjort, at klageren har samtykket i en vådbehandling efter at være blevet vejledt om risiciene herved, er indklagede 1 erstatningsansvarlig over for klageren for den skete krympning.

Det må imidlertid ved fastsættelsen af den erstatning, som klageren har krav på, tages i betragtning, at skaden først er sket efter brylluppet, således at kjolen har været brugt til sit væsentligste formål. Det må endvidere tages i betragtning, at kjolen ved indleveringen til indklagede 1 havde en tilsmudsning, som ikke lod sig fjerne på tilfredsstillende måde ved rens, hvilket i sig selv må antages at have nedsat kjolens værdi væsentligt. Nævnet fastsætter på denne baggrund skønsmæssigt den erstatning, som klageren har krav på, til 2.000 kr. inkl. rensevederlaget.” (2003-612/7-396)

6.8. Fodtøj

6.8.1. Børnestøvler med ikke-væsentlig fejl

En mangel ved et par børnestøvler blev ikke anset for så væsentlig, at forbrugeren kunne hæve, da støvlerne havde været brugt i den væsentligste del af deres forventede brugsperiode

En forbruger købte et par børnestøvler til en pris af 699 kr. Knap et halvt år senere konstaterede forbrugeren, at lynlåsen var gået i stykker. Hendes reklamation blev afvist af den erhvervsdrivende, der mente, at forbrugers barn selv var skyld i fejlen. Sagen blev herefter indbragt herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Nævnet har ved besigtigelsen under nævnsmødet med sagkyndig bistand konstateret, at lynlåsen i den venstre støvle er defekt. Det lægges efter den sagkyndiges oplysninger til grund, at der ikke er tegn på uhensigtsmæssig brugspåvirkning.

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

Da der er reklameret over fejlen inden for de første 6 måneder, finder nævnet med henvisning til købelovens § 77 a, stk. 3, at fejlen må formodes at have været til stede på leveringstidspunktet, idet lynlåsen ikke har haft den fornødne kvalitet. Støvlerne er således mangelfulde, idet de er af en ringere beskaffenhed, end de efter aftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Da børnestøvlerne bærer præg af at have været brugt en del og af, at de er ved at være for små, er det nævnets opfattelse, at de allerede har været brugt den væsentligste del af deres forventede brugsperiode. Nævnet finder under disse omstændigheder ikke, at manglen kan betegnes som så væsentlig, at den berettiger klageren til at hæve købet. Klageren har i stedet krav på at få et passende afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 3. Dette afslag findes passende at kunne fastsættes til 300 kr.”
(2003-620/7-47)

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

6.9.1. Møbelfejl gav ret til afslag ikke ombytning

En forbrugers krav om ombytning af møbler blev anset for uforholdsmæssigt. Møblerne, der var købt til en høj pris, havde mindre kosmetiske fejl. Ombytningskravet fremkom efter et års brug. Passende afslag i købesummen

En forbruger købte den 23. april 2002 3 læderstole og en læder-sofa til en samlet pris af 43.865 kr. Den 1. oktober 2003 konstaterede forbrugeren, at der var mange smårevner og huller i møblerne og reklamerede herover. Da forbrugeren ikke hørte noget fra den erhvervsdrivende, gentog hun reklamationen i april 2003. Den erhvervsdrivende besigtigede møblerne og afviste reklamationen under henvisning til at der var tale om naturlige mærker i skindet. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med et krav om ombytning af møblerne. Den erhvervsdrivende afviste over for nævnet at have modtaget forbrugers reklamation i oktober 2002 og tilbød afhjælpning.

Nævnets sagkyndige udtalte efter en besigtigelse af møblerne, at der var mange små revner og uregelmæssigheder i læderet på alle 4 møbler. Fejlene, som ikke kunne udbedres på tilfredsstillende vis, var imidlertid vanskelige at få øje på.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse: "Klagen vedrører køb af et møblelement bestående af møbler, som hver især har kostet under 24.000 kr. Nævnet er derfor kompetent til at behandle kla-

gen, jf. § 2 i bekendtgørelse nr. 871 af 14. oktober 1994 om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde, som var gældende på tidspunktet for klagens indgivelse.

Klageren har mod indklagedes benægtelse ikke dokumenteret, at der er reklameret over mangler ved møblerne tidligere end angivet af indklagede. Det er derfor ikke godtgjort, at indklagede har modtaget klagerens reklamation over mangler ved læderet på et tidligere tidspunkt end i april 2003, dvs. ca. 1 år efter leveringen.

Af den sagkyndiges erklæring fremgår, at lædermøblerne har mange små fejl i form af revner og uregelmæssigheder, men at det for at kunne se fejlene kræver ekstra belysning selv på en sommerformiddag. Det er samtidig den sagkyndiges vurdering, at det konstaterede skyldes materiale- og fabrikationsfejl.

Nævnet lægger på denne baggrund til grund, at møblerne må anses for mangelfulde i medfør af købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, men at der dog alene er tale om mangler af mindre kosmetisk betydning.

Møblerne må samtidig på tidspunktet for klagerens reklamation et år efter købet anses for at have været udsat for en vis værdiforringelse som følge af den stedfundne brug mv.

På baggrund af det således anførte og da anden beføjelse kan gennemføres uden væsentlig ulempe for klageren, finder nævnet efter en samlet vurdering, at klageren ikke har krav på omlevering, da dette må antages at påføre indklagede uforholdsmæssige omkostninger, hvorimod klageren i stedet er berettiget til et passende afslag i prisen, jf. herved købelovens § 78, stk. 2, sammenholdt med § 78, stk. 1, nr. 3. Afslag fastsættes skønsmæssigt til 10.000 kr.” (2003-650/7-151)

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

6.11. Foto, ure, optik, smykker

6.11.1. Manglende levering af ring købt via netauktion

En e-mail, der uden forbehold bekræftede et hammer-slag, blev betragtet som en bindende accept af indgåelse af en aftale, uanset at der i auktionsvilkårene var taget forbehold

En forbruger bød på en fingerring på en internetauktion. Forbrugeren fik, kort tid efter auktionens udløb, tilsendt en e-mail, hvoraf det fremgik, at han havde fået hammerslag på fingerringen. Dagen efter overførte forbrugeren betalingen, 2.600 kr., for ringen til den erhvervsdrivende men blev samme dag ringet op af den erhvervsdrivende, der meddelte, at hammerslaget var blevet ophævet, og auktionen var blevet forlænget med 24 timer på grund af tekniske fejl ved auktionen, jf. auktionsbetingelserne. Forbrugeren protesterede mod ophævelse af hammerslaget og forlangte at få ringen for 2.600 kr. Da den erhvervsdrivende afviste dette og tilbagebetalte købesummen, klagede forbrugeren til Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af sagens oplysninger, at klageren via indklagedes hjemmeside på internettet afgav tilbud på en fingerring 3. september 2003. Indklagede meddelte samme dag, at klageren ”havde fået hammerslag”.

Nævnet finder, at der derved er indgået en bindende aftale om købet af ringen, jf. aftalelovens § 1.

Det fremgår endvidere, at indklagede den 4. september 2003 annullerede hammerslaget og forlængede auktionen i 24 timer. Efter punkt nr. 10 i indklagedes auktionsvilkår forbeholder indklagede sig ”ret til at tage en vare af auktionen, forlænge eller lade auktionen gå om, såfremt der opstår udefra kommende misbrug, tekniske eller andre forhold, der efter auktionslederens vurdering nødvendiggør dette”. Indklagede har ikke kunnet dokumentere, at klageren har været bekendt med vilkårene. På den baggrund, og da vilkåret ikke er særligt fremhævet, finder nævnet ikke, at vilkåret er en del af parternes aftale.

Nævnet finder endvidere, at selvom vilkåret var vedtaget, så bør indklagede ikke sende bekræftelsen på, at der er givet hammerslag, før det er undersøgt, om der har været tekniske problemer. Bekræftelsen er således egnet til også at bekræfte, at der ikke har været sådanne problemer, da der ellers burde være taget forbehold om dette.

Dertil kommer, at indklagede ydermere ikke har dokumenteret, at der har foreligget specielle omstændigheder, som har berettiget indklagede til at lade auktionen forlænge.

Da klageren ikke har fået leveret ringen, findes klagerens krav om erstatning berettiget. Erstatningen fastsættes som differencen mellem købesummen (2600 kr.) og vurderingen (4000 kr.), idet det dog samtidig skal tages i betragtning, at klageren ikke har haft udgifter til salær (18 %, dvs. 468 kr.) og hammerslagsgebyr (25 kr.), i alt 493 kr.” (2004-642/7-48)

6.11.2. Videokamera – repareret ikke ombyttet

En forbruger købte et videokamera, som gik i stykker efter en måned. Forbrugeren krævede ombytning. Sæl-

geren ville derimod reparere. Nævnet fandt, at sælgeren havde godtgjort, at en ombytning – der kostede sælgeren 1.623 kr. mere end at afhjælpe - ville påføre ham uforholdsmæssige omkostninger. Sælgeren havde derfor ret til at afhjælpe

En forbruger købte et videokamera til en pris af 4.495 kr. Da kameraet allerede efter lidt over en måned gik i stykker, valgte sælgeren at reparere fejlen, selvom forbrugeren krævede en omlevering. Forbrugeren klagede til Forbrugerklagenævnet og krævede en ophævelse af købet. Nævnet bad sælgeren godtgøre, at en ombytning ville påføre ham uforholdsmæssige omkostninger i forhold til en afhjælpning af fejlen. Sælgeren oplyste, at indkøbsprisen for kameraet var 4.118,75 kr., og at en reparation blev foretaget uden omkostninger af leverandøren. Sælgeren vurderede, at kameraet kunne sælges brugt til en pris af 2.495 kr. Forbrugeren fik stillet et lånekamera til rådighed i reparationsperioden, som varede 14 dage. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Klageren reklamerede ca. en måned efter købet, da kameraet lavede båndsalat og havde problemer med båndskuffen. Klageren krævede en omlevering af kameraet, da hun efter at have mistet fotodokumentation fra en ferierejse ikke længere havde tiltro til kameraet.

Indklagede foretog en afhjælpning, idet han anførte, at en omlevering ville medføre et væsentligt tab for ham, fordi leverandøren kun ville foretage en reparation.

Klager har herefter rejst krav om at hæve købet.

Det følger af købelovens § 78, stk. 1, som affattet ved lov nr. 213 af 22. april 2002, at forbrugeren som udgangspunkt kan

vælge, om der skal ske omlevering eller afhjælpning, hvis salgs-
genstanden er mangelfuld. Forbrugeren kan dog ikke kræve af-
hjælpning eller omlevering, hvis gennemførelsen af den valgte
beføjelse er umulig eller vil påføre sælgeren uforholdsmæssige
omkostninger, jf. § 78, stk. 2. Der skal ved denne vurdering ta-
ges hensyn til salgsgenstandens værdi uden mangler, manglens
betydning, og om anden beføjelse kan gennemføres uden væ-
sentlig ulempe for forbrugeren. Det fremgår samtidig af be-
stemmelsens forarbejder, at bevisbyrden for, at den af forbruge-
ren valgte beføjelse er uforholdsmæssig, påhviler sælgeren, jf.
Folketingstidende 2001-2002, Tillæg A s. 136.

Der er samme sted i lovbemærkningerne redegjort for, at ufor-
holdsmæssighedsvurderingen for så vidt falder i tre dele, idet det
skal vurderes:

om den valgte beføjelse påfører sælgeren omkostninger
om disse er højere end omkostningerne ved en anden beføjelse
og i så fald om denne omkostningsforskel er uforholdsmæssig.

Indklagede har anført, at indkøbsprisen på klagers kamera er
4.118,75 kr., at den udførte reparation er foretaget uden omkost-
ninger af leverandøren, og at kameraet ville kunne sælges brugt
for 2.495 kr. Indklagede har desuden stillet et lånekamera ve-
derlagsfrit til rådighed for klager.

Det følger heraf, at en omlevering ville koste indklagede
1.623,75 kr. i modsætning til den udførte afhjælpning, som har
været udgiftsneutral for indklagede.

Nævnet finder herefter efter en samlet vurdering, at indklagede
har godtgjort, at en omlevering ville påføre ham uforholdsmæs-
sige omkostninger set i forhold til afhjælpning, og at klager, som
har haft et kamera til brug i reparationsperioden, ikke har lidt et
urimeligt afsavn". (2003-4012/7-368)

6.12. Motorkøretøjer

6.12.1. Skift af tandrem ikke dokumenteret

Da der ikke var dokumentation for skift af tandrem, fandt nævnets flertal, at sælgeren enten burde have oplyst køberen om dette eller burde have skiftet tandremmen. Det var uden betydning, at bilen var solgt som beset

En forbruger købte en brugt Peugeot personbil fra 1992 til en pris af 31.700, som ifølge slutsedlen var solgt som beset og prøvet, uden reklamationsret af nogen art, idet der dog blev ydet 50 % reklamationsret i 3 måneder ved brud på motor og gearkasse.

Forbrugeren reklamerede efter kort tid over flere større og mindre fejl, herunder en defekt bagbro. For at fremskynde reparation heraf, indgik forbrugeren en aftale med den erhvervsdrivende om at betale halvdelen af udgifterne til reparationen.

Da forbrugeren efter 2 måneder fik bilen tilbage, konstaterede hun, at der fortsat var fejl, og at bagbroen var blevet lavet forkert. Den check, som den erhvervsdrivende havde fået som betaling, blev derfor spærret, og forbrugeren meddelte, at hun anså aftalen om udgiftsdeling for bortfaldet.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet af forbrugeren, som da fik bilen repareret på et andet værksted, og herefter krævede udgifterne hertil refunderet af den erhvervsdrivende. Under sagens behandling blev bilen undersøgt af en af nævnets sagkyndige, der i forbindelse med besigtigelsen konstaterede, at der ikke var dokumentation for den seneste udskiftning af bilens

tandrem. Den sagkyndige betegnede i sin erklæring dette forhold som en ikke forventelig fejl. Nævnet traf den følgende afgørelse:

”Det forhold, at bilen i alt væsentligt er solgt som beset og uden reklamationsret, er uden betydning, da et sådant vilkår ikke er bindende for køberen i et forbrugerkøb, jf. herved købelovens § 1, stk. 2. Vilkåret afskærer således ikke klageren fra at gøre mangelsindsigelser gældende, hvis bilen ved leveringen havde ikke forventelige eller sikkerhedsmæssige fejl. Klageren, som har købt en indregistreret bil hos en erhvervsdrivende forhandler, er således som minimum berettiget til at forvente, at bilen opfylder færdselslovens sikkerhedsmæssige krav, med mindre klageren udtrykkeligt ved købet er blevet gjort opmærksom på konkrete sikkerhedsmæssige fejl ved bilen.

Det lægges efter den sagkyndiges oplysninger til grund, at der på leveringstidspunktet har været sikkerhedsmæssige fejl ved vandpumpe, ABS-føler, bærekugle ved forhjul, strømfordelerbund og tærede benzindrør. Klagerens bil har derfor været mangelfuld, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, idet den har været i ringere stand, end den efter aftalen og omstændighederne skulle være.

For så vidt angår bagbroen skal nævnet bemærke, at da klageren reklamerede herover indenfor 12 dage fra leveringen, og idet indklagede – der ikke har besvaret sekretariatets henvendelser i sagen – ikke har afkræftet formodningen for, at denne fejl var til stede på leveringstidspunktet, har klagerens bil også på dette punkt været mangelfuld ved levering, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4, jf. § 77a, stk. 3.

Klageren har derfor været berettiget til at få disse mangler afhjulpet omkostningsfrit og inden for rimelig tid af indklagede, jf. købelovens § 78, stk. 1. Klageren fritages derfor for betaling for reparation af bagbroen. Da den indklagede heller ikke har tilbudt omkostningsfri afhjælpning af de øvrige mangler, har klageren

været berettiget til at få foretaget reparationen hos tredjemand for den indklagedes regning, jf. købelovens § 78, stk. 4. Klageren har således krav på godtgørelse for udgifterne til reparationen hos Sdr. Vissing Auto, jf. fakturaer af 28. februar og 26. marts 2003, der kan henføres til reparation af de ovennævnte mangler. Med henvisning til den sagkyndiges oplysninger herom, har nævnet skønsmæssigt fastsat denne godtgørelse til 11.000 kr.

Den sagkyndige har anført, at der ikke har været dokumentation for, hvornår tandremmen sidst er blevet skiftet, og at denne derfor er blevet skiftet sammen med remstrammerhjulet. Den sagkyndige har anført, at dette må betegnes som en ikke forventelig fejl, som har været til stede på leveringstidspunktet.

3 nævnsmedlemmer skal hertil bemærke, at sælgeren – som fagmand – i forbindelse med salg enten bør skifte tandremmen eller oplyse køberen om, at det ikke vides, hvornår denne sidst blev skiftet. Da indklagede hverken har skiftet tandremmen eller givet den anførte oplysning, finder disse nævnsmedlemmer, at der foreligger en mangel efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4, som klageren har været berettiget til at få afhjulpet uden omkostninger. Da den indklagede ikke har tilbudt afhjælpning, er klageren berettiget til godtgørelse for udgifterne til udskiftning hos tredjemand. Efter den sagkyndiges oplysninger på baggrund af faktura af 28. februar 2003 lægger disse nævnsmedlemmer til grund, at disse udgifter har været på i alt 1.700 kr.

2 nævnsmedlemmer finder ikke, at der i forbindelse med salg til en forbruger påhviler sælgeren en generel oplysningspligt vedrørende tidspunktet for sidste skift af tandremmen. Disse nævnsmedlemmer finder derfor ikke, at det kan betegnes som en køberetligt mangel, at indklagede ikke har skiftet tandremmen i forbindelse med salget eller har oplyst klageren om, hvornår remmen sidst blev skiftet. Klageren er derfor heller ikke berettiget til at få godtgjort udgifterne til udskiftningen.

Afgørelsen træffes i overensstemmelse med stemmeflertallet.”
(2003-521/7-162)

6.12.2. En gammel bil købt for 5.000 kr. blev ikke anset for mangelfuld

Det var ikke en mangel ved en 16 år gammel bil, at tændingsanlæg og startmotor var så slidt på leveringstidspunktet, at bilen efter 2.500 km ikke længere kunne starte

En forbruger betalte 5.000 kr. inkl. levering for en brugt Peugeot personbil fra 1987, der havde kørt 298.000 km. Det var i slutsedlen anført, at bilen var solgt uden garanti og reklamationsret. Efter kort tid reklamerede forbrugeren over en ladelampe, som blev ved med at lyse, ligesom bilen begyndte at sætte ud hele tiden. Sælgeren afviste forbrugerens reklamation. Forbrugeren indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under en besigtigelse ved Forbrugerklagenævnets sagkyndige blev der konstateret fejl ved starter og tændingsanlæg. Da bilen med disse fejl ikke kunne starte, ville den ikke kunne synes. Fejlene kunne dog under hensyn til bilens alder, km-stand og de øvrige omstændigheder ikke siges at ligge ud over det forventelige. Den sagkyndige bemærkede herudover, at bilen var pæn i forhold til pris og alder, og at en rimelig købesum for bilen uden de konstaterede fejl ville være 10.000-12.000 kr. Nævnet traf herefter den følgende afgørelse:

”Slutsedlens vilkår om, at bilen er solgt, som den er og forefindes uden reklamationsret, og om, at forbrugeren selv bærer risi-

køen for bilens stand, er ikke bindende for forbrugeren, jf. her- ved købelovens § 77, stk. 1, som er sålydende:

”Bestemmelser i aftalen om, at køberen ikke kan påberåbe sig mangler ved salgsgenstanden og andre almindelige forbehold, såsom at salgsgenstanden er solgt, som den er og forefindes, kan ikke gøres gældende over for køberen.”

Slutsedlens vilkår afskærer derfor ikke forbrugeren fra at gøre mangelsindsigelser gældende, hvis bilen ved leveringen havde ikke forventelige fejl såsom fejl af sikkerhedsmæssig karakter. Forbrugeren, som har købt en indregistreret bil hos en erhvervs- drivende forhandler, er således som minimum berettiget til at forvente, at bilen opfylder færdselslovens sikkerhedsmæssige krav, med mindre køberen udtrykkeligt ved købet er blevet gjort opmærksom på konkrete sikkerhedsmæssige fejl ved bilen.

Det fremgår imidlertid af sagens oplysninger, at der er tale om en 16 år gammel bil, som på købstidspunktet havde kørt 298.000 km, og som er solgt for 5.000 kr. inklusiv leveringsomkostninger på 400 kr. Forbrugeren har efter det oplyste kunnet køre i bilen i de første måneder efter leveringen og har formentlig kørt i alt ca. 2.500 km med bilen. Det kan derfor ikke lægges til grund, at bilen ikke var funktionsdygtig ved leveringen.

Forbrugeren må under hensyn til bilens alder, kørte kilometer og den aftalte pris have været klar over, at bilen uden en gennemgri- bende reovering alene havde en begrænset levetid tilbage, med- mindre forbrugeren kan godtgøre at være blevet lovet andet, hvil- ket ikke er tilfældet.

Det fremgår af den sagkyndiges oplysninger, at bilens startmotor på leveringstidspunktet har været slidt eller har haft begyndende dårlige forbindelser. Da noget sådant efter det anførte har været

forventeligt, kan dette ikke betragtes som en køberetlig mangel ved bilen.

Nævnet kan herefter ikke give forbrugeren medhold i dennes krav om køkets ophævelse eller om gratis reparation.” (2003-521/7-262)

6.12.3. Bilens masterkort var bortkommet

Det påhvilede den erhvervsdrivende at oplyse køberen om, at bilens masterkort var bortkommet, og at der således ikke uden væsentlige udgifter kunne fremstilles nye nøgler til bilen

En forbruger købte en brugt Fiat Punto til en pris af 55.500 kr. En måned efter købet ville han have lavet en ekstra nøgle til bilen, da han kun havde fået udleveret én nøgle ved købet. Det viste det sig, at masterkortet var ødelagt under en brand i den tidligere ejers ejerperiode, hvorfor der ikke umiddelbart kunne fremstilles en ny nøgle. Forbrugeren reklamerede herefter til sælgeren, der afviste reklamationen. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af oplysningerne i sagen, at klageren ikke har fået udleveret bilens masterkort, samt at klageren alene har fået udleveret én nøgle til bilen. Det fremgår endvidere, at klageren ikke uden et masterkort kan få produceret nye nøgler til bilen, og at det vil koste 8-10.000 kr. at få udskiftet låsesystemet, såfremt nøglen bliver væk.

Nævnet finder, at dette ikke har været forventeligt for klageren, og at det derfor har påhvilet indklagede at oplyse klageren herom ved

købets indgåelse. Da indklagede har forsømt dette, foreligger der en mangel ved bilen, jf. herved købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Dette ændres ikke af, at bilen ifølge slutsedlen er ”købt som afhentning uden garanti”, da bestemmelser i købsaftalen om, at køberen ikke kan påberåbe sig mangler ved sagsgenstanden og andre almindelige forbehold ikke kan gøres gældende over for køberen i forbrugerkøb, jf. herved købelovens § 77, stk. 1. Denne bestemmelse kan ikke fraviges til skade for køberen, jf. købelovens § 1, stk. 2.

Klageren er herefter berettiget til et passende afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 3.

Nævnet fastsætter afslaget skønsmæssigt til 10.000 kr.”(2004-521/7-206)

6.13. Transport og flytning

6.13.1. Transportør ansvarlig for at flyttegods bortkom under transport til Spanien

En forbruger fik sit indbo transporteret særlig billigt og uden forsikring – erstatning for en bortkommet pc blev derfor nedsat. CMR-loven gjaldt ikke for transport af flyttegods

En forbruger skulle flytte til Spanien og indgik en aftale med et speditjonsfirma om transport af sit indbo. Transporten kostede 6.375 kr. og omfattede 30 kasser med indbo. Ved ankomsten til Spanien manglede der imidlertid to kasser indeholdende en pc og dens tilbehør. Den erhvervsdrivende benægtede ikke, at kasserne var forsvundet men henviste til, at man som speditjonsfir-

ma i modsætning til et flyttefirma ikke hæftede for forbrugers indbo, og at forbrugeren godt var klar over dette. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf den følgende afgørelse:

”Det er ubestridt, at to flyttekasser er bortkommet hos den erhvervsdrivende, idet den erhvervsdrivende har kvitteret for at have modtaget 30 kasser, hvorimod der kun blev sendt 28 kasser videre til Barcelona. Det er fra den erhvervsdrivendes side uoplyst, under hvilke omstændigheder kasserne er bortkommet, og den erhvervsdrivende har således ikke godtgjort, at det ikke skyldes fejl fra den erhvervsdrivendes side.

Det er på fragtbrevet – med små bogstaver – anført, at transporten er omfattet af CMR-loven (lov om fragtaftaler ved international vejtransport), mens der er et CMR-symbol i en cirkel midt på fragtbrevet. Fragtbrevets blotte henvisning til CMR-loven kan dog ikke i sig selv føre til, at aftalen er undergivet denne lov, jf. herved CMR-lovens § 1, stk. 2, hvorefter loven ikke gælder for befordring af flyttegods.

Den erhvervsdrivende har gjort gældende, at man ikke er et flyttefirma, og at transport af personlige effekter sker på eget ansvar. Forbrugeren har ikke bestridt, at det var hendes ansvar, såfremt nogle af hendes ejendele blev stjålet eller ødelagt, men har fastholdt, at den erhvervsdrivende har begået en fejl, som den erhvervsdrivende må være ansvarlig for. Nævnet finder det herefter alene godtgjort, at det var aftalt, at forbrugeren skulle bære risikoen for hændelige skader. Da den erhvervsdrivende ikke har godtgjort, at kassernes bortkomst skyldes en hændelig begivenhed, som den erhvervsdrivende er uden ansvar for, lægger nævnet herefter til grund, at den erhvervsdrivende er erstatningsansvarlig over for forbrugeren.

Ved fastsættelse af erstatningens størrelse må der imidlertid tages hensyn til, at forbrugeren har ladet kostbart indbo transportere på den billigst mulige måde uden at tegne nogen forsikring. Nævnet finder, at forbrugeren herved har påtaget sig en vis risiko for, at indboet ville kunne blive beskadiget eller gå til grunde, uden at hendes tab ville kunne kræves erstattet af andre. Den erstatning, som det er rimeligt at pålægge den erhvervsdrivende at betale, må endvidere ses i lyset af det aftalte – relativt beskedne – vederlag. Endelig må det tages i betragtning, at det bortkomne indbo primært bestod af ikke helt nyt computerudstyr, som i sig selv er undergivet en vis teknisk forældelse og løbende prisfald. Erstatningen findes herefter efter en samlet vurdering at kunne fastsættes til 5.000 kr.” (2003-512/7-59)

6.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.

6.14.1. Manglende aflevering af en videofilm, der var lejet

Det påhvilede efter omstændighederne et videoudlejningsfirma at bevise, at en videofilm ikke var tilbageleveret

Kunderne i en videoudlejningsforretning havde mulighed for at returnere videofilmene uden for åbningstid gennem forretningens brevkasse.

En forbruger havde benyttet sig af denne mulighed, men blev mødt med et krav om erstatning på 625 kr., idet den erhvervsdrivende gjorde gældende, at videofilmen ikke var blevet afleveret.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klageren har oplyst, at hun afleverede filmen den 21. september 2003 uden for forretningens åbningstid, gennem forretningens returbrevkasse. Indklagede har bestridt, at filmen skulle være afleveret.

Det fremgår af det oplyste, at indklagede tilbyder returnering gennem forretningens brevkasse som en service til de kunder, der ønsker at aflevere film uden for åbningstid.

Nævnet finder, at indklagede er den eneste, der har mulighed for at indrette systemet således, at forbrugerne sikres en kvittering i forbindelse med en sådan returnering, og indklagede har også oplyst, at han arbejder på et sådant system. Indklagede bør – når systemet ikke sikrer forbrugerne en kvittering – orientere forbrugerne om, at de bør aflevere filmene personligt, hvis de ønsker at bevissikre sig.

Nævnet finder på den baggrund, at bevisbyrden for, at filmen ikke er afleveret, må påhvile indklagede. Da indklagede ikke har godtgjort, at filmen ikke er returneret, har klageren ingen pligt til at betale det opkrævede beløb.” (2003-571/7-22)

6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

6.16. Øvrige sager

6.16.1. Ikke afkald på fortrydelsesret vedr. fjernsalgsaftale

En forbruger kunne fortryde en aftale om udarbejdelse af en slankekur, da hun ikke havde givet sit samtykke til, at udarbejdelsen kunne påbegyndes inden fortrydelsesfristens udløb

En forbruger bestilte via en hjemmeside udarbejdelse af en slankekur til en pris af 1.599 kr. Forbrugeren modtog en ordrebekræftelse pr. e-mail, hvoraf det fremgik, at kuren normalt blev udarbejdet i løbet af 5 dage, og hvis forbrugeren fortrød inden kuren var udarbejdet, ville hun kunne få sine penge tilbage. Et par dage senere modtog forbrugeren kuren pr. e-mail. Hun meddelte den erhvervsdrivende, at hun fortrød aftalen, da hun mente, at kuren var ubrugelig for hende. Trods flere henvendelser tilbagebetalte den erhvervsdrivende ikke pengene, og forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Da indklagede ikke har besvaret Forbrugerstyrelsens henvendelser i sagen, afgøres sagen på grundlag af klagerens fremstilling og de af klageren indsendte bilag.

Det fremgår heraf, at aftalen er indgået ved brug af fjernkommunikation via indklagedes hjemmeside, hvorfra indklagede driver et system for fjernsalg. Der foreligger derfor en fjernsalgsaftale, jf. den dagældende forbrugerftalelovs § 10 a (i dag forbrugerftalelovens § 4).

Aftalen er derfor undergivet den dagældende lovs regler om fortrydelsesret. Da aftalen angår en tjenesteydelse, gælder fortrydelsesretten kun, indtil udførelsen begynder, *når* forbrugeren forinden har givet sit samtykke til, at den erhvervsdrivende kunne begynde udførelsen mv. inden fortrydelsesfristens udløb, jf. § 12, stk. 2 (den gældende lovs § 18, stk. 4).

Det hedder om kravene til dette samtykke i lovens forarbejder, jf. Folketingstidende 1999-2000, tillæg A, s. 5960:

»Fortrydelsesretten ophører kun, hvis forbrugeren har givet samtykke til, at udførelsen skulle begynde inden udløbet af fortrydelsesfristen.

Forbrugeren samtykke kan være givet i parternes aftale, men det ligger i bestemmelsen, at forbrugeren samtidig skal være gjort opmærksom på, at fortrydelsesretten ophører, når udførelsen påbegyndes.«

Det følger således af § 12, stk. 2, og bestemmelsens forarbejder, at forbrugeren, inden samtykket gives, skal være gjort bekendt med fortrydelsesretten.

Indklagede har i sin ordrebekræftelse blot anført følgende, jf. bilag 1 til sagsfremstillingen: ”Hvis du fortryder, og vi ikke er begyndt at udarbejde din kur, har du chancen for at fortryde din bestilling og få refunderet det indbetalte beløb”.

Da indklagede ikke herved kan anses for at have indhentet klagerens samtykke til at påbegynde udførelsen inden fortrydelsesfristens udløb, har klageren været berettiget til at træde tilbage fra aftalen i indtil 14 dage i overensstemmelse med den dagældende lovs § 12, stk. 1, jf. § 12 b.

Klageren, som 6 dage efter ordrebekræftelsens modtagelse meddelte indklagede, at hun ønskede at gøre brug af fortrydelsesretten, har derfor fortrudt aftalen rettidigt.

Klageren kan derfor kræve vederlaget tilbagebetalt med renter efter den dagældende lovs § 12 c, stk. 2 og 3.” (2003-7211/7-20).

6.16.2. Slankebehandlinger kunne overdrages

En forbruger kunne frit overdage sin fordring på slankebehandlinger med elektroterapi, da behandlingerne ikke var af en sådan personlig karakter, at dansk rets udgangspunkt om at fordringer frit kan overdrages kunne fraviges

En forbruger indgik aftale om 2 x 10 behandlinger med elektroterapi. Behandlingerne skulle virke slankende ved samtidig overholdelse af visse kostråd. Forbrugeren kunne ikke overholde kostrådene, og da der manglede 6 behandlinger, fik hun behandlingerne sat i bero. Samme dag ringede forbrugeren til den erhvervsdrivende, idet hun ønskede at overdrage behandlingerne til en veninde. Den erhvervsdrivende afviste dette med henvisning til at kortet var personligt og oplyste samtidig, at de sidste seks behandlinger skulle bruges indenfor 3 måneder. Forbrugeren havde ikke fået oplysning om dette, da hun indgik aftalen. På baggrund heraf indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet der udtalte:

”Det almindelige udgangspunktet i dansk ret er, at fordringer frit kan overdrages. Nævnet finder ikke, at de behandlinger, som klageren har indgået aftale om, er af en sådan personlig karakter, at dette udgangspunkt kan fraviges i en situation som den foreliggende, hvor klageren ønsker at overdrage kravet på de resterende behandlinger til tredjemand. Da indklagede over for tredjemand bevarer indsigelsen om, at det fulde udbytte af behandlingerne forudsætter, at alle behandlinger er udført på den samme person, og da klageren har betalt for behandlingerne, kan det således ikke antages at have nogen betydning for indklagede, om behandlingerne skal udføres på klageren eller på tredjemand.

Da indklagede ved at afvise at udføre behandlingerne på andre end klageren findes at have misligholdt aftalen væsentligt, er klageren herefter berettiget til at hæve den resterende del af aftalen og kræve tilbagebetaling af værdien af de resterende seks behandlinger á kr. 140.” (2004 –7244/7-3)

6.16.3. Pengene retur for en papegøje og erstatning for dyrlægeudgifter

En papegøje var uheldeligt syg. Sælger havde vildledt forbrugeren om muligheden for helbredelse og pådrog sig erstatningsansvar for forbrugers tab

En forbruger købte en papegøje til 5.000 kr. gennem en annonce i Den Blå Avis. Prisen var lav i forhold til, hvad fugle af denne race normalt kostede. Af annoncen fremgik det ikke, at sælger var erhvervsdrivende. Forbrugeren hentede fuglen på sælgers privatadresse og opdagede, at sælger fra lokalerne ved siden af drev forretning med salg af papegøjer. Forbrugeren fik en kvittering, hvor den erhvervsdrivendes forretningsadresse var påført.

Ved købet fik forbrugeren oplyst, at fuglen havde et lidt skævt ben, at dette kunne rettes ud ved træning.

Forbrugeren kontaktede få dage efter købet en dyrlæge for at få kønsbestemt fuglen. Dyrlægen konstaterede imidlertid, at fuglen var forkrøblet på ben og vinge som følge af en knoglelidelse, der enten var medfødt eller skyldtes forkert fodring. Dyrlægen anbefalede derfor, at fuglen blev aflivet.

Forbrugeren gjorde krav om ophævelse af købet både for fuglen og for det foder, som hun havde købt hos den erhvervsdrivende, foruden godtgørelse af de afholdte dyrlægeudgifter.

Den erhvervsdrivende afviste først forbrugeren, idet han gjorde gældende, at fuglen var solgt til nedsat pris, at forbrugeren ved købet var bekendt med dette, at lidelsen i øvrigt skyldtes forbrugers forhold, idet forbrugeren dels ikke havde givet fuglen de optimale burforhold med de for racens mest egnede siddepinde, dels ikke havde sørget at træne fuglen tilstrækkeligt. Efterfølgende gjorde den erhvervsdrivende endvidere gældende, at der ikke var tale om et forbruger køb, idet fuglen var solgt privat.

Klageren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der indhentede en udtalelse fra Det Veterinære Sundhedsråd. Rådet udtalte, at fuglen med overvejende sandsynlighed på leveringstidspunktet led af de af dyrlægen konstaterede lidelser. Nævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Forbruger køb er defineret i købelovens § 4 a, stk. 1, hvori det hedder:

”Ved forbruger køb forstås et køb, som en køber foretager hos en erhvervsdrivende, der handler som led i sit erhverv, når køberen hovedsagelig handler uden for sit erhverv. Sælgeren har bevisbyrden for, at købet ikke er et forbruger køb.”

Parterne har oplyst, at fuglen blev annonceret til salg gennem Den Blå Avis, og at det ikke af annoncen fremgik, at der var tale om erhvervsmæssigt salg. Det er endvidere oplyst, at klageren afhentede fuglen på indklagedes privatadresse.

Indklagede har på den baggrund gjort gældende, at der ikke er tale om et forbruger køb.

Det fremgår af det oplyste, at indklagede er registreret i Det Centrale Virksomhedsregister med dyrehandel, og at indklagede driver virksomheden xx Papegøje Center. Det fremgår ligeledes,

at der ved købet blev udstedt en faktura på indklagedes forretningspapir. Nævnet finder under de omstændigheder, salget må anses for at være sket som led i indklagedes erhvervsvirksomhed, og at der dermed foreligger et køb omfattet af købelovens § 4 a. Nævnet er som følge heraf kompetent til at behandle klagen.

Nævnet lægger på baggrund af det oplyste til grund, at indklagede ved købet oplyste, at fuglen havde et skævt ben, men at det kunne rettes nogenlunde ud ved træning.

Det fremgår af oplysningerne i Det Veterinære Sundhedsråds udtalelse, at fuglen med overvejende sandsynlighed allerede på leveringstidspunktet led af de konstaterede lidelser i form af destruktiv artrose, et deformt højre knæled og bløddelshævelse i flere led. Det fremgår endvidere af udtalelsen, at de konstaterede lidelser ikke kunne være mindsket ved træning eller anden fysisk påvirkning, og at klagerens behandling af fuglen ikke har haft nogen betydning for lidelsernes udvikling.

Efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 1, foreligger der en mangel, hvis sælgeren ved køkets afslutning har afgivet urigtige eller vildledende oplysninger, der kan antages at have haft betydning for køberens bedømmelse af salgsgenstanden.

Nævnet finder på den baggrund, at der foreligger en mangel både efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 1, og efter § 76, stk. 1, nr. 4, idet fuglen på leveringstidspunktet under alle omstændigheder var af ringere beskaffenhed, end den ifølge aftalen skulle være. Da manglen tillige er væsentlig, er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 4. Klageren er endvidere berettiget til at hæve købet for så vidt angår foderet, idet dette blev købt samtidig med fuglen og til brug for denne.

Da fuglen er død, er det ikke muligt at tilbagelevere den til indklagede, jf. købelovens § 57. Da dette imidlertid skyldes syg-

dommen og dermed salgsgenstandens egen beskaffenhed, afskærer dette ikke klageren fra at hæve købet, jf. købelovens § 58.

Nævnet finder derudover, at indklagede, der har givet klageren tilsagn om, at fuglens lidelse kunne mindskes ved træning uden at have noget belæg for disse oplysninger, er erstatningsansvarlig efter købelovens § 80, stk. 1, nr. 2, for de udgifter, som klageren har haft til dyrlæge”. (2004-590/7-70)

6.16.4. En hundehvalp var syg af Isospora Canis

En erhvervsdrivende, som havde solgt en hund for en af sine venner, hæftede i medfør af kommissionslovens § 56 for mangler ved hunden. Formodningsreglen

En forbruger købte en hundehvalp, som allerede dagen efter fik diarre og måtte behandles af dyrlæge. Hunden var trods behandlingen fortsat syg, og forbrugeren kontaktede en ny dyrlæge, der konstaterede, at hunden led af Isospora Canis og i øvrigt opererede hunden for en mulig tarmperforation, idet det frygtedes, at hunden havde slugt et fremmedlegeme. Klageren kontaktede den erhvervsdrivende og forlangte at få godtgjort sine dyrlægeudgifter. Den erhvervsdrivende tilbød forbrugeren en lille del af afholdte udgifter, under henvisning til, at der ikke forelå dokumentation for, at alle udgifterne vedrørte sygdommen Isospora Canis. Den erhvervsdrivende (indklagede 1) afviste efterfølgende at være rette indklagede, idet hun dels gjorde gældende, at hun havde solgt hunden som privatperson, dels gjorde gældende, at hun blot havde formidlet købet for en af sine bekendte (indklagede 2), der ikke var erhvervsdrivende.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der indhentede en udtalelse fra Det Veterinære Sundhedsråd. Rådet udtalte, at hunden med høj grad af sandsynlighed havde lidt af Isospora Canis på leveringstidspunktet, men at den udførte operation næppe havde noget med denne sygdom at gøre. Nævnet traf herefter følgende afgørelse:

”Hunden er ifølge købsaftalen solgt i indklagede 1’s eget navn, og indklagede 1 hæfter derfor umiddelbart over for klageren for eventuelle mangler ved hunden. Dette gælder, selvom det måtte være indklagede 2, som var ejer af hunden inden salget, således at der har været tale om et kommissionssalg, hvor indklagede 1 har solgt hunden i eget navn, men for indklagede 2’s regning, jf. herved kommissionslovens § 56, stk. 1.

Det følger samtidig af kommissionslovens § 56, stk. 1, at køberen i et kommissionskøb alene kan gøre mangelskrav gældende mod kommissionæren, og indklagede 2’s mulige ejerskab af hunden inden salget berettiger derfor ikke klageren til at gøre noget krav gældende mod indklagede 2.

Forbrugerløb er defineret i købelovens § 4 a, stk. 1, hvori det hedder: *”Ved forbrugerløb forstås et køb, som en køber foretager hos en erhvervsdrivende, der handler som led i sit erhverv, når køberen hovedsagelig handler uden for sit erhverv. Sælgeren har bevisbyrden for, at købet ikke er et forbrugerløb.”*

Det fremgår af det oplyste, at indklagede 1 er registreret i Det Centrale Virksomhedsregister med kennelvirksomhed, og at hun derudover er momsregistreret. Nævnet finder på den baggrund, at købet er omfattet af købelovens § 4 a. Nævnet er som følge heraf kompetent til at behandle klagen.

Efter købelovens § 77 a, stk. 3, formodes fejl eller kvalitetsafvigelser, der viser sig inden for seks måneder efter varens leve-

ring, at have været til stede på leveringstidspunktet, medmindre særlige forhold gør sig gældende.

Det fremgår af oplysningerne i Det Veterinære Sundhedsråds udtalelse, at det er sandsynligt, at hunden var smittet med *Iso-spora Canis* på leveringstidspunktet, men at den endnu ikke udviste symptomer herpå.

Da indklagede 1 herefter ikke har afkræftet formodningen for, at sygdomsanlægget var til stede på leveringstidspunktet, lægger nævnet til grund, at hunden var behæftet med en mangel ved leveringen, jf. købelovens § 77 a, stk. 3, sammenholdt med § 76, stk. 1, nr. 4. Nævnet finder endvidere, at manglen berettiger klageren til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, nr. 2. Dette afslag findes passende at kunne fastsættes til 2.000 kr.

Da der i sagens oplysninger ikke er belæg for, at indklagede 1 på leveringstidspunktet skulle have kendt eller burde have kendt til manglen, finder nævnet ikke, at indklagede 1 er erstatningsansvarlig efter købelovens § 80 for klagerens dyrlægeudgifter til behandling af sygdommen.”(2003-590/7-42)

6.16.5. Aftale om 12-måneders træning i et fitnesscenter

Vilkåret om 12 måneders binding blev efter en samlet vurdering lempet således, at forbrugeren kunne opsig aftalen efter 6 måneder

Efter at have tegnet en 12-måneders træningsaftale i et fitnesscenter i juni måned, ønskede en forbruger i oktober ikke at fortsætte træningen, da forbrugeren havde købt nyt hus, ligesom en del undervisning i centret var blevet aflyst på grund af syg-

dom. Forbrugeren henvendte sig derfor i fitnesscentret efter 6 måneders medlemskab for at blive løst fra aftalen, men ønsket blev ikke imødekommet af den erhvervsdrivende. Forbrugeren stoppede så betalingerne, hvorefter den erhvervsdrivende rykkede ham herfor. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

Forbrugeren oplyste under sagsbehandlingen, at det ikke havde været muligt at indgå kortere aftaler end 12 måneder. Den erhvervsdrivende oplyste, at forbrugeren havde deltaget i en uforpligtende prøvetræning, og at han efterfølgende meddelte, at han ikke ønskede at tegne aftale som følge af bindingsperioden på 12 måneder. Den erhvervsdrivende kontaktede herefter forbrugeren for at høre, om det var forbrugers endelige beslutning. Da forbrugeren stadig udtrykte bekymring for aftalens længde, gav den erhvervsdrivende forbrugeren mulighed for at fortryde i de første 3 uger. Den erhvervsdrivende mente ikke, at forbrugeren kunne have været i tvivl om aftalens indhold.

Det fremgik af indmeldelsesblanketten, at aftalen ikke kunne opsiges i de første 12 måneder, og at den automatisk fortsatte herefter, medmindre den blev opsagt af medlemmet. Efter de første 12 måneder kunne aftalen opsiges til udgangen af næste hele kalendermåned. Endvidere var det anført, at medlemskabet var personligt og ikke kunne benyttes af andre.

Nævnet traf den følgende afgørelse: ”Sagen angår en aftale indgået 20. juni 2002 om 12 måneders træning i et motionscenter til en samlet pris af 5.149 kr. inklusiv indmeldelsesgebyr mv., som forbrugeren efter knapt 4 måneder opsagde med virkning fra den 20. december 2003.

På aftaletidspunktet var opsigelse af visse aftaler om løbende tjenesteydelser reguleret i § 14, stk. 1, i den tidligere forbrugerfta-

lelov, som er videreført som § 25, stk. 1, i lov nr. 451 af 9. juni 2004 om visse forbruger aftaler. Bestemmelsen er affattet således:

” Ved aftaler om en løbende forpligtelse for den erhvervsdrivende til mod vederlag at foretage tilsyn eller vedligeholdelse af fast ejendom eller løsøre, at udføre vagt- eller redningstjeneste, at give undervisning, at udføre bogførings-, regnskabs- eller revisionsvirksomhed, at yde legemspleje eller at yde andre lignende tjenester kan forbrugeren, når der er gået 9 måneder efter aftalens indgåelse, opsige aftalen med 3 måneders varsel til udgangen af en måned.”

Da den erhvervsdrivendes ydelse består i at stille faciliteter til rådighed med henblik på genoptræning, vægttab, kondition og velbefindende, og da der gives instruktion og holdundervisning, finder nævnet, at aftalen har en sådan karakter, at den må anses for omfattet af den tidligere forbruger aftalelovs § 14, stk. 1, jf. herved at det forekommer naturligt at henføre de tilbudte ydelser under betegnelsen *undervisning, legemspleje eller andre lignende tjenester*.

Det fremgår af indmeldelsesaftalen, som forbrugeren har underskrevet, og af ”Regler for medlemskab”, at aftalen ikke kan opsiges i de første 12 måneder. Vilkåret er således ikke i fuld overensstemmelse med forbruger aftalelovens § 14, hvorefter aftalen som minimum skal kunne opsiges med 3 måneders varsel, når der er gået 9 måneder fra aftalens indgåelse.

Af bemærkningerne til § 14, jf. Folketingstidende 1977/78, tillæg A, sp. 732 og 776, fremgår det, at det er forudsat, at bestemmelsen ikke på forhånd udelukker, at forbrugeren i det enkelte tilfælde vil kunne påberåbe sig generalklausulen i aftalelovens § 36 som grundlag for tilsidesættelse af en bestemmelse

om en vis tids uopsigelighed, uanset at aftalen er forenelig med opsigelsesretten efter § 14.

Efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36, kan en aftale ændres eller tilsidesættes helt eller delvis, hvis det vil være urimeligt eller i strid med redelig handlemåde at gøre den gældende. Ved afgørelsen heraf skal tages hensyn til forholdene ved aftalens indgåelse, aftalens indhold og senere indtrufne omstændigheder, jf. § 36, stk. 2.

Spørgsmålet er herefter, om det i det konkrete tilfælde er urimeligt af den erhvervsdrivende at fastholde, at forbrugeren ikke kan komme ud af aftalen før efter udløbet af 12 måneder. Nævnet finder, at der ved denne vurdering må foretages en samlet afvejning af hensynet til begge parter.

Den erhvervsdrivende har på sin side en beskyttelsesværdig interesse i, at der tages fornødent hensyn til den erhvervsdrivendes muligheder for at indrette sin virksomhed i overensstemmelse med de af den erhvervsdrivende indgåede aftaler. Der foreligger dog ikke sådanne oplysninger vedrørende den erhvervsdrivendes virksomhed mv., at dette hensyn i sig selv gør det rimeligt at betinge medlemskab af 12 måneders uopsigelighed. Nævnet er da også bekendt med, at andre udbydere af tilsvarende ydelser tillige udbyder medlemskaber af 3, 6 eller 9 måneders varighed.

Hvad angår hensynet til forbrugeren, må det tages i betragtning, at den indgåede aftale vedrører en fremtidig ydelse, som forbrugeren ikke har haft mulighed for at bedømme på aftaletidspunktet, ligesom forbrugeren forudsætninger for at indgå aftalen let kan ændre sig i kontraktperioden som følge af, at der sker ændringer i forbrugeren behov og muligheder for at udnytte medlemskabet, uden at forbrugeren på aftaletidspunktet havde mulighed for at forudse dette. Det må endvidere tages i betragtning, at der er aftalt et ikke ubetydeligt vederlag for medlemskabet, som er personligt,

og som ikke må benyttes af andre, jf. pkt. 5 i indklagedes regler for medlemskab.

Hertil kommer, at den erhvervsdrivende har oplyst, at aftalen er indgået efter, at forbrugeren efter en uforpligtende prøvetræning i første omgang ikke ønskede at blive medlem på baggrund af bindingsperioden på 12 måneder. Den erhvervsdrivende kontaktede herefter forbrugeren telefonisk for at høre, om dette var forbrugere-rens endelige beslutning, og forbrugeren kom som følge heraf igen over i centret. Da forbrugeren fortsat udtrykte bekymring over bindingsperioden på 12 måneder, blev aftalen indgået med ”3 ugers garanti”, hvilket ifølge den erhvervsdrivende betød, at forbrugeren kunne melde sig ud inden for de første 3 uger uden at skulle betale for alle tolv måneder.

Efter § 2, stk. 1, i den dagældende forbrugerftalelov (i dag lovens § 6, stk.1), må en erhvervsdrivende ikke uden forudgående anmodning herom rette personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger på dennes bopæl med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af aftale. Den erhvervsdrivende var derfor ikke berettiget til efter prøvetræningens ophør uanmodet at ringe forbrugeren op med henblik på at overtale forbrugeren til at tegne et abonnement.

Et løfte afgivet af forbrugeren ved en erhvervsdrivendes henvendelse i strid med forbuddet mod uanmodede henvendelser er ikke bindende, jf. den dagældende lovs § 3 (i dag lovens § 7), men forbrugeren kan dog miste adgangen til at påberåbe sig aftalens ugyldighed, såfremt forbrugeren forholder sig passiv i længere tid.

Forbrugeren har i den foreliggende sag forholdt sig passiv i 4 måneder, men har herefter ønsket at komme ud af aftalen. Forbrugeren har begrundet dette med, dels at han har købt hus, hvorfor han har brug for penge til istandsættelse, dels at de hold, som han var

interesseret i, ofte blev aflyst på grund af sygdom og manglende trænere.

Under hensyn hertil samt til den erhvervsdrivendes ulovlige fremgangsmåde ved aftalens indgåelse, hvorved det lykkedes den erhvervsdrivende at overtale forbrugeren til at indgå aftalen uanset forbrugers stærke betænkeligheder ved en bindingsperiode på et år, finder nævnet det urimeligt og i strid med redelig handle-måde at fastholde forbrugeren på det aftalte vilkår om 12 måneders uopsigelighed.

Forbrugeren – som har opsagt aftalen og betalt til og med den 20. december 2002 - fritages herefter i overensstemmelse med sit krav for at betale for de resterende 6 måneder.” (2003-541/7-13)

6.16.6. Ubegrundet opsigelse af medlemskab af et fitnesscenter efter en uge

Den erhvervsdrivende tilbød forbrugeren at blive stillet som om der var indgået aftale om et 3 måneders abonnement i stedet. Ikke urimeligt at månedsprisen var højere end månedsprisen for et årsabonnement

En uge efter at en 12-måneders træningsaftale i et fitnesscenter var trådt i kraft, ønskede en forbruger uden nærmere begrundelse at opsige aftalen. Dette blev afvist af den erhvervsdrivende, der i stedet tilbød forbrugeren at blive stillet som om, hun havde tegnet en 3-måneders træningsaftale. Dette afviste forbrugeren, der herefter indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

12 måneders træning kostede samlet 4.435 kr., og træningsaftalen var uopsigelig i hele perioden og kunne herefter opsiges in-

den den 15. i en måned med virkning fra udløbet af den næste hele måned. Nævnet traf den følgende afgørelse:

”Sagen angår en aftale indgået 6. oktober 2003 om 12 måneders medlemskab af et fitnesscenter til en samlet pris af 4.435 kr. inklusiv indmeldelsesgebyr, som forbrugeren har ønsket at opsigte efter 1 uge.

På aftaletidspunktet var opsigelse af visse aftaler om løbende tjenesteydelser reguleret i § 14, stk. 1, i den tidligere forbrugerftalelov, som er videreført som § 25, stk. 1, i lov nr. 451 af 9. juni 2004 om visse forbrugerftaler. Bestemmelsen er affattet således:

”Ved aftaler om en løbende forpligtelse for den erhvervsdrivende til mod vederlag at foretage tilsyn eller vedligeholdelse af fast ejendom eller løsøre, at udføre vagt- eller redningstjeneste, at give undervisning, at udføre bogførings-, regnskabs- eller revisionsvirksomhed, at yde legemspleje eller at yde andre lignende tjenester kan forbrugeren, når der er gået 9 måneder efter aftalens indgåelse, opsigte aftalen med 3 måneders varsel til udgangen af en måned.”

Da den erhvervsdrivendes ydelse består i at stille faciliteter til rådighed med henblik på genoptræning, vægttab, kondition og velbefindende, og da der gives instruktion og holdundervisning, finder nævnet, at aftalen har en sådan karakter, at den må anses for omfattet af den tidligere forbrugerftalelovs § 14, stk. 1, jf. herved at det forekommer naturligt at henføre de tilbudte ydelser under betegnelsen *undervisning, legemspleje eller andre lignende tjenester*.

Det fremgår af indmeldelsesaftalen, som forbrugeren har underskrevet, og af ”Regler for medlemskab”, at aftalen er uopsigelig i 12 måneder fra første PBS træk. Kontraktens opsigelsesvilkår er

således ikke i fuld overensstemmelse med forbrugeraftalelovens § 14, hvorefter aftalen som minimum skal kunne opsiges med 3 måneders varsel, når der er gået 9 måneder fra aftalens indgåelse.

Af bemærkningerne til § 14, jf. Folketingstidende 1977/78, tillæg A, sp. 732 og 776, fremgår det, at det er forudsat, at bestemmelsen ikke på forhånd udelukker, at forbrugeren i det enkelte tilfælde vil kunne påberåbe sig generalklausulen i aftalelovens § 36 som grundlag for tilsidesættelse af en bestemmelse om en vis tids uopsigelig, uanset at aftalen er forenelig med opsigelsesretten efter § 14.

Efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36, kan en aftale ændres eller tilsidesættes helt eller delvis, hvis det vil være urimeligt eller i strid med redelig handlemåde at gøre den gældende. Ved afgørelsen heraf skal tages hensyn til forholdene ved aftalens indgåelse, aftalens indhold og senere indtrufne omstændigheder, jf. § 36, stk. 2.

Spørgsmålet er herefter, om det i det konkrete tilfælde er urimeligt at fastholde, at forbrugeren ikke kan komme ud af aftalen før efter udløbet af 12 måneder. Nævnet finder, at der ved denne vurdering må foretages en samlet afvejning af hensynet til begge parter.

Den erhvervsdrivende har på sin side en beskyttelsesværdig interesse i, at der tages fornødent hensyn til den erhvervsdrivendes muligheder for at indrette sin virksomhed i overensstemmelse med de af den erhvervsdrivende indgåede aftaler. Der foreligger dog ikke sådanne oplysninger vedrørende den erhvervsdrivendes virksomhed mv., at dette hensyn i sig selv gør det rimeligt at betinge medlemskab af 12 måneders uopsigelig. Den erhvervsdrivende udbyder da også tillige medlemskaber af 3, 6 eller 9 måneders varighed, og den erhvervsdrivende har rent faktisk tilbudt forbrugeren at fortsætte, som om hun havde tegnet et 3 måneders medlemskab, hvilket forbrugeren har afslået, hvorefter den erhvervsdrivende trak tilbuddet tilbage.

Hvad angår hensynet til forbrugeren, må det tages i betragtning, at den indgåede aftale vedrører en fremtidig ydelse, som forbrugeren ikke har haft mulighed for at bedømme på aftaletidspunktet, ligesom forbrugeren forudsætninger for at indgå aftalen let kan ændre sig i kontraktperioden som følge af, at der sker ændringer i forbrugeren behov og muligheder for at udnytte medlemskabet, uden at forbrugeren på aftaletidspunktet havde mulighed for at forudse dette. Det må endvidere tages i betragtning, at der er aftalt et ikke ubetydeligt vederlag for medlemskabet, som efter indklagedes regler er strengt personligt og ikke må overdrages til tredje-mand.

Nævnet finder herefter og efter en samlet afvejning af de modstående hensyn, at vilkåret om, at aftalen ikke kan opsiges de første 12 måneder, må anses for unødigt byrdefuldt, og at det derfor bør lempes i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

Det er for nævnet uoplyst, hvorfor forbrugeren har ønsket at opsi-ge medlemskabet og heller ikke har ønsket at tage imod den erhvervsdrivendes tilbud om at ændre abonnementet til et tre månede-ers abonnement. Nævnet finder imidlertid, at den erhvervsdri-venes tilbud herom fremstår som en rimelig afbalancering af parternes modstridende interesser. Nævnet finder det i den forbin-delse heller ikke i sig selv urimeligt, at månedsprisen for et tre måneders abonnement er højere end for et årsabonnement, da en erhvervsdrivende bør have mulighed for at udbyde gunstige rabat-ordninger, som er afhængig af kontraktens løbetid.

Da forbrugeren allerede har betalt 980 kr., og da prisen for den erhvervsdrivendes tremåneders abonnement efter det oplyste er 1.790 kr., skal forbrugeren herefter betale et yderligere beløb på 810 kr. til indklagede.” (2003-541/7-32)

6.16.7. Opsigelse af en aftale om træning i 12 måneder i et fitnesscenter

Efter en samlet vurdering af hensynet til forbrugeren og den erhvervsdrivende kunne forbrugeren træde tilbage fra aftalen, således at han blev stillet, som om han havde tegnet et 3 måneders abonnement

Et fitnesscenter tilbød træningsaftaler med 3, 6 og 12 måneders bindingsperiode. Ved tegning af en 12-måneders aftale fik man den billigste pris pr. måned, mens 3-måneders aftalen var den dyreste. En forbruger indgik en aftale om 12 måneders træning, og da han var under 18 år, underskrev hans mor aftalen på hans vegne. Kort tid efter at have påbegyndt træningen ville forbrugeren opsige aftalen med en måneds varsel, da han mente, at denne mulighed var blevet stillet ham i udsigt. Dette blev dog afvist af den erhvervsdrivende. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med påstand om at blive løst fra træningsaftalen. Nævnet traf den følgende afgørelse:

”Sagen angår en aftale indgået 30. oktober 2001 om 12 måneders træning i et motionscenter inklusiv op til 15 undervisningstimer til en samlet pris af 3.750 kr., som klageren efter kort tid ønskede at komme ud af.

Klageren var ved aftalens indgåelse under 18 år, men da aftalen er tiltrådt af hans mor som værge, er aftalen som udgangspunkt bindende for ham, jf. herved værgemålslovens § 1, stk. 3.

Det er mod indklagedes benægtelse endvidere ikke godtgjort, at klageren i forbindelse med aftaleindgåelsen fik stillet i udsigt, at han kunne udmelde sig med 1 måneds varsel.

Spørgsmålet er herefter, om der tilkommer klageren en ret til at træde tilbage fra aftalen på andet grundlag.

Adgangen til at afbestille en tjenesteydelse er – uden for de tilfælde, som er reguleret af lov om visse forbrugeraftaler – ulovreguleret, og spørgsmålet har givet anledning til en vis tvivl. Afbestilling kan således næppe i almindelighed finde sted, men der må efter omstændighederne antages at gælde undtagelser herfra, hvis afbestilling sker med passende varsel og af fyldestgørende grund, jf. herved betænkning nr. 1133/1988 om forbrugeraftaler om arbejder på løsøre og fast ejendom, s. 130. Dette må bl.a. antages at gælde i en situation som den foreliggende, hvor klageren efter kort tid ønsker at komme ud af en etårig aftale om præstation af en fremtidig ydelse, som klageren ikke havde mulighed for at bedømme på aftaletidspunktet. Der må dog samtidig ved vurderingen af, i hvilket omfang der bør tillægges klageren en tilbagetrædelses- eller opsigelsesret, tages fornødent hensyn til indklagedes mulighed for at indrette sin virksomhed i overensstemmelse med de af indklagede indgåede aftaler.

Det fremgår af oplysningerne i sagen, at indklagede også udbyder aftaler om tre måneders træning inklusiv op til 6 undervisningstimer for en samlet pris i størrelsesorden 1.375 kr.

Nævnet finder herefter, at der efter en samlet afvejning af hensynet til begge parter bør tilkomme klageren en delvis tilbagetrædelsesret fra den indgåede aftale, således at klageren stilles som om, klageren havde bestilt 3 måneders træning til en samlet pris af 1.375 kr. Dette gælder uanset pkt. 14 i indklagedes ”retningslinier for undervisning”, hvorefter udmeldelse ikke kan ske i kontraktperioden, da dette vilkår – i hvert fald i en situation som den foreliggende, hvor klageren er mindreårig – må anses for unødigt byrdefuldt og derfor bør tilsidesættes i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

Klageren – som efter det oplyste p.t. har betalt to månedlige afdrag á 310 kr. – har herefter alene pligt til at betale et yderlige beløb på 755 kr. til indklagede i anledning af den indgåede aftale.” (2003-541/7-2)

6.16.8. Opsigelse efter 6 måneder af en 12-måneders træningsaftale med et fitnesscenter

En forbruger mistede interessen for at træne i fitnesscentret som følge af ændrede arbejdsforhold. Aftalevilkåret blev lempet, så forbrugeren kunne opsig med 3 måneders varsel

En forbruger indgik med virkning for 1. august en 12-måneders træningsaftale i et fitnesscenter. Aftalen kunne ikke opsiges i de første 12 måneder, og den ville automatisk fortsætte herefter, medmindre den blev opsagt af medlemmet. Efter udløbet af de første 12 måneder kunne aftalen opsiges til udgangen af næste hele kalendermåned. Endvidere var medlemskabet personligt og kunne ikke benyttes af andre. Forbrugeren opsagde efter knapt 6 måneder aftalen og henviste til, at han som følge af sit arbejde ikke længere havde tid nok til rådighed. Da den erhvervsdrivende nægtede forbrugeren at blive løst fra aftalen, indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under sagsbehandlingen for nævnet bemærkede forbrugeren, at hans ønske om opsigelse ikke skyldtes utilfredshed med ydelsen. Han mente dog, at bindingsperiodens længde bevirkede, at der var en skævhed i parternes forhold. Den erhvervsdrivende svarede hertil, at han betragtede aftalen som et samlet køb, som der afdrages på. Nævnet traf herefter den følgende afgørelse:

”Sagen angår en aftale indgået 1. august 2002 om 12 måneders træning i et motionscenter til en samlet pris af 5.149 kr. inklusiv indmeldelsesgebyr mv., som forbrugeren efter knapt 6 måneder opsagde med virkning fra den 1. marts 2003.

På aftaletidspunktet var opsigelse af visse aftaler om løbende tjenesteydelser reguleret i § 14, stk. 1, i den tidligere forbrugerftalelov, som er videreført som § 25, stk. 1, i lov nr. 451 af 9. juni 2004 om visse forbrugerftaler. Bestemmelsen er affattet således:

” Ved aftaler om en løbende forpligtelse for den erhvervsdrivende til mod vederlag at foretage tilsyn eller vedligeholdelse af fast ejendom eller løsoøre, at udføre vagt- eller redningstjeneste, at give undervisning, at udføre bogførings-, regnskabs- eller revisionsvirksomhed, at yde legemspleje eller at yde andre lignende tjenester kan forbrugeren, når der er gået 9 måneder efter aftalens indgåelse, opsiges aftalen med 3 måneders varsel til udgangen af en måned.”

Da den erhvervsdrivendes ydelse består i at stille faciliteter til rådighed med henblik på genoptræning, væggtab, kondition og velbefindende, og da der gives instruktion og holdundervisning, finder nævnet, at aftalen har en sådan karakter, at den må anses for omfattet af den tidligere forbrugerftalelovs § 14, stk. 1, jf. herved at det forekommer naturligt at henføre de tilbudte ydelser under betegnelsen *undervisning, legemspleje eller andre lignende tjenester*.

Det fremgår af indmeldelsesaftalen, som forbrugeren har underskrevet, og af ”Regler for medlemskab”, at aftalen ikke kan opsiges i de første 12 måneder. Vilkåret er således ikke i fuld overensstemmelse med forbrugerftalelovens § 14, hvorefter aftalen som minimum skal kunne opsiges med 3 måneders varsel, når der er gået 9 måneder fra aftalens indgåelse.

Af bemærkningerne til § 14, jf. Folketingstidende 1977/78, tillæg A, sp. 732 og 776, fremgår det, at det er forudsat, at bestemmelsen ikke på forhånd udelukker, at forbrugeren i det enkelte tilfælde vil kunne påberåbe sig generalklausulen i aftalelovens § 36 som grundlag for tilsidesættelse af en bestemmelse om en vis tids uopsigelighed, uanset at aftalen er forenelig med opsigelsesretten efter § 14.

Efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36, kan en aftale ændres eller tilsidesættes helt eller delvis, hvis det vil være urimeligt eller i strid med redelig handlemåde at gøre den gældende. Ved afgørelsen heraf skal tages hensyn til forholdene ved aftalens indgåelse, aftalens indhold og senere indtrufne omstændigheder, jf. § 36, stk. 2.

Spørgsmålet er herefter, om det i det konkrete tilfælde er urimeligt at fastholde, at forbrugeren ikke kan komme ud af aftalen før efter udløbet af 12 måneder, når forbrugeren har mistet interessen for den erhvervsdrivendes ydelse som følge af ændrede arbejdsforhold. Nævnet finder, at der ved denne vurdering må foretages en samlet afvejning af hensynet til begge parter.

Den erhvervsdrivende har på sin side en beskyttelsesværdig interesse i, at der tages fornødent hensyn til den erhvervsdrivendes muligheder for at indrette sin virksomhed i overensstemmelse med de af den erhvervsdrivende indgåede aftaler. Der foreligger dog ikke sådanne oplysninger vedrørende den erhvervsdrivendes virksomhed mv., at dette hensyn i sig selv gør det rimeligt at betinge medlemskab af 12 måneders uopsigelighed. Nævnet er da også bekendt med, at andre udbydere af tilsvarende ydelser tillige udbyder medlemskaber af 3, 6 eller 9 måneders varighed.

Hvad angår hensynet til forbrugeren, må det tages i betragtning, at den indgåede aftale vedrører en fremtidig ydelse, som forbrugeren

ikke har haft mulighed for at bedømme på aftaletidspunktet, ligesom forbrugers forudsætninger for at indgå aftalen let kan ændre sig i kontraktperioden som følge af, at der sker ændringer i forbrugers behov og muligheder for at udnytte medlemskabet, uden at forbrugeren på aftaletidspunktet havde mulighed for at forudse dette. Det må endvidere tages i betragtning, at der er aftalt et ikke ubetydeligt vederlag for medlemskabet, som er personligt, og som ikke må benyttes af andre, jf. pkt. 5 i indklagedes regler for medlemskab.

Nævnet finder herefter og efter en samlet afvejning af de modstående hensyn, at vilkåret om, at aftalen ikke kan opsiges de første 12 måneder, må anses for unødigt byrdefuldt, og at det derfor bør lempes i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36, således at forbrugeren kan komme ud af aftaleforholdet med et rimeligt varsel. Under de foreliggende omstændigheder, hvor forbrugeren efter 6 måneders medlemskab har ønsket at opsige abonnementet på grund af ændrede arbejdsmæssige forhold, findes dette varsel passende at kunne fastsættes til 3 måneder til udgangen af en måned.

Da forbrugeren opsagde aftalen den 15. januar 2003, må aftalen herefter anses for ophørt med udgangen af april 2003.” (2003-541/7-7)

6.16.9. Privatalarm tav under hærværk

En forbruger fik ikke medhold i sit krav om tilbagebetaling af etableringsudgifter og abonnementsafgifter til en trådløs privatalarm, selvom der på grund af en indbrudstyvs hærværk mod alarmen ikke blev udløst alarm

En forbruger tegnede i marts 1998 abonnement på en trådløs privatalarm. I februar 2002 var der indbrud i forbrugerens hjem, og da tyven umiddelbart efter at være brudt ind smadrede alarmenheden, blev der ikke udløst alarm. Forbrugeren mente derfor ikke, at alarmanlægget havde levet op til et løfte i den erhvervsdrivendes markedsføringsmateriale om, at der ved indbrud øjeblikkeligt ville gå signal til alarmcentralen. Forbrugeren krævede derfor udgiften til etablering af alarmanlægget samt abonnementsafgiften for hele abonnementsperioden tilbagebetalt. Den erhvervsdrivende afviste forbrugerens krav og begrundede dette med, at det manglende alarmsignal skyldtes hærværk mod alarmanlægget, at anlægget havde fungeret frem til indbruddet og at abonnementsafgiften dækkede vedligeholdelse, alarmberedskab, døgnovervågning af signal samt eftersyn, og at disse ydelser var leveret. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Den indgåede abonnementsaftale omfatter en trådløs privatalarm, der – som andre privatalarmer – er indrettet på den måde, at man efter, at entredøren er åbnet, har 10 sekunder til at slå anlægget fra med kode. Klager, som må have været bekendt med dette, kan på denne baggrund ikke påberåbe sig, at det har været upåregneligt for ham, at en tyv i løbet af de samme ti sekunder vil kunne nå at øve hærværk mod alarmenheden og dermed forhindre denne i at sende det fornødne signal til indklagede.

Nævnet finder endvidere ikke, at klager ud fra abonnementsbetingelserne og indklagedes markedsføringsmateriale har været berettiget til at forvente, at der altid ville blive sendt et signal til kontrolcentralen, hvis forbindelsen til anlægget afbrydes, hvilket ifølge indklagede er en dyrere løsning, som typisk vælges af banker, guldsmede og andre, som har store værdier at sikre.

Nævnet finder på den anførte baggrund, at klageren ikke har godtgjort, at der har været mangler ved indklagedes ydelser, og nævnet

kan derfor ikke give klageren medhold i de fremsatte krav.” (2002-361/7-2)

6.16.10. Alarmanlæg uden kontakt til alarmcentralen

Alarmselskabet var nærmest til at bære risikoen for, at der i 7 måneder ikke havde været forbindelse mellem alarmanlægget i forbrugerens hjem og alarmcentralen, og forbrugeren havde derfor krav på tilbagebetaling af abonnementsafgiften. Forbrugeren måtte dog selv betale reparation af anlægget, selvom skaden skyldtes et lynnedslag, som alarmselskabet som ejer af anlægget som udgangspunkt bar risikoen for, idet dette udgangspunkt var fraveget ved aftale, og idet aftalevilkåret ikke blev anset for urimeligt

Ved et tilfælde fandt forbrugeren ud af, at der i 7 måneder ikke havde været forbindelse mellem hans alarmanlæg og alarmcentralen. Den erhvervsdrivende reparerede anlægget og fakturerede forbrugeren herfor, da skaden skyldtes et lynnedslag, og da sådanne skader i abonnementsaftalen var undtaget fra den erhvervsdrivendes vedligeholdelsespligt. Forbrugeren betvivlede, at skaden skyldtes et lynnedslag, og nægtede derfor at betale for reparationen. Forbrugeren krævede desuden tilbagebetaling af abonnementsafgiften for den periode, hvor forbindelsen havde været afbrudt, og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet. Under sagens behandling spurgte Forbrugerstyrelsen den erhvervsdrivende, om det var muligt løbende at føre kontrol med, om der var forbindelse mellem abonnenternes anlæg og alarmcentralen, hvortil den erhvervsdrivende svarede, at de modtager signal, når alarmsystemet til- og frakobles, men at dette signal alene logges i et edb-system. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

”Det fremgår af indklagedes servicereport, som blev udfyldt på stedet, at montøren har vurderet, at de fejlbehæftede enheder var brændt af som følge af lynnedslag. Under hensyn hertil samt til, at Forbrugerstyrelsens sagkyndige telefonisk har oplyst, at det er meget sandsynligt, at den omtvistede skade skyldes lynnedslag, lægger nævnet herefter dette til grund.

Det fremgår af pkt. 6.4 i abonnementsvilkårene, at det påhviler klager som abonnent at sørge for, at alarmsystemet er dækket af en forsikring, og at reparation omfattet af en sådan forsikring – herunder bl.a. reparationer efter lynnedslag – udføres af Dansikring for abonnentens regning.

Selvom indklagede som ejer af alarmsystemet som udgangspunkt har risikoen for dette, har parterne således ved aftale fraveget dette udgangspunkt for visse skader, herunder skader efter lynnedslag. Dette aftalevilkår kan endvidere ikke anses for urimeligt, da klager burde have anmeldt skaden til sit forsikringsselskab som oplyst af indklagede. Nævnet kan derfor ikke give klageren medhold i kravet om at blive fritaget for at betale for den udførte reparation.

På grund af den manglende forbindelse har overvågning ikke fundet sted i en længere periode, og klageren har således i denne periode ikke modtaget den ydelse, som han har betalt for.

Indklagede kunne ved hjælp af sit edb-system følge med i, hvornår alarmsystemet blev koblet til og fra. Indklagede har derfor haft mulighed for at konstatere, at klagerens alarmsystem var inaktivt i en længere periode, hvilket var et stærkt indicium for, at anlægget ikke fungerede. Klagerens eneste mulighed for at opdage dette var at gennemføre en prøvealarmering. Af abonnementsvilkårenes pkt. 4.9. fremgår, at abonnenten mindst én gang årligt bør gennemføre en prøvealarmering. Nævnet finder imidlertid ikke, at det kan be-

brejdes klageren, at han ikke har gennemført en prøvealarmering inden for netop de 7½ måned, hvor forbindelsen var brudt.

Nævnet finder herefter, at indklagede er nærmest til at bære risikoen for, at klageren i en periode ikke modtog den kontraktmæssige ydelse. Klageren har derfor krav på tilbagebetaling af abonnementsafgiften for de 7½ måned. Ifølge det oplyste har klageren betalt 1082 kr. pr. kvartal, og klagerens tilbagebetalingskrav udgør således 2705 kr.” (2002-361/7-3)

6.16.11. Nedsættelse af vederlaget for økonomisk rådgivning

En økonomisk rådgiver kunne ikke dokumentere at have foretaget sig noget reelt for at forhandle en gældspost ned. Vederlag nedsat

En forbruger indgik aftale med en økonomisk rådgiver om at forhandle en større gældspost ned. Efter at forbrugeren havde betalt et større a conto beløb to gange til rådgiveren, havde denne endnu ikke taget initiativ til at indlede forhandlinger med kreditor, der rykkede forbrugeren kraftigt. På baggrund af rådgiverens beskedne indsats, kontaktede klageren en advokat, der ligeledes opfordrede rådgiveren til at indlede forhandlinger med kreditor. Da den erhvervsdrivende stadig ikke havde foretaget sig noget tre måneder efter aftalens indgåelse, indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

”Klagerne, som havde modtaget en opkrævning på 600.000 kr. vedrørende en gammel gæld til (.....), rettede den 17. april 2003 henvendelse til indklagede med anmodning om økonomisk rådgivning. Der må således – også på baggrund af indklagedes markedsføring – antages at være indgået en aftale om, at indklagede

skulle præstere en tjenesteydelse i form af, at indklagede hjalp klagerne med at få nedforhandlet deres gæld, indgået en afdragsordning eller lignende. Det bemærkes herved, at det af indklagedes hjemmeside fremgår, at indklagede markedsfører sig på en sådan måde, at det er egnet til at give potentielle kunder det indtryk, at indklagede vil kunne gøre en forskel, hvis man har en dårlig økonomi.

Indklagede har fremlagt kopi af en kortfattet telefax af 20. maj 2003, som indklagede har sendt til en advokat i Silkeborg, men indklagede har ikke herudover godtgjort at have haft korrespondance i sagen, ligesom indklagede ikke har godtgjort, at der fra hans side har været ført seriøse forhandlinger med Dansk Kaution, eller at han har opnået nogen resultater på klagerens vegne. Det er således ikke godtgjort, at han har præsteret en ydelse, som har haft nogen værdi for klagerne, som tværtimod var nødt til at få bistand fra en advokat.

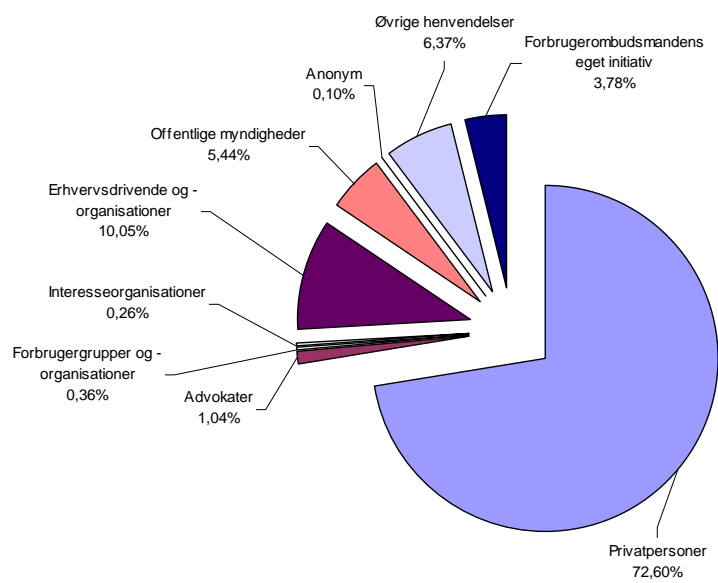
Indklagede har som dokumentation for sit tidsforbrug alene fremlagt en håndskreven liste over diverse samtaler, som indklagede skulle have ført, men det er uoplyst, hvem samtalerne er ført med, hvad der har været formålet med de førte samtaler, osv.

Nævnet finder det på denne baggrund ikke godtgjort, at indklagede har præsteret arbejde svarende til det af ham opkrævede vederlag på 7.500 kr. Som sagen er oplyst, findes indklagede således allerhøjst at have præsteret arbejde til en værdi af 1.000 kr., og klagerne findes derfor at være berettiget til at kræve tilbagebetaling af i det mindste 6.500 kr.” (2003-203/7-65)

7. Statistik

Statistik vedrørende Forbrugerombudsmandens sager i 2004

Diagram over oprettede sager fordelt efter henvendelse



Tablet over afsluttede sager¹

	2000	2001	2002	2003	2004
Markedsføringssager	593	294	450	377	451
Markedsførings-kviksager ²	458	861	1167	1986	1785
Afviste sager	376	329	147	94	225
Betalingskort	107	72	129	116	317
Tobaksreklamesager				7	31
I alt	1534	1556	1893	2580	2809
Kviksager i % af samlet antal	29,9	55,3	61,6	77,0	63,5

Markedsføringssager

Der er i årets løb afsluttet 451 konkrete markedsføringssager.

Herudover er der iværksat en række projekter og afsluttet 8 straffesager og 3 civile retssager.

Der er i årets løb afsluttet følgende projekter om:

- Fokus på håndhævelse.
- Net-og dialogbaseret udvikling af god markedsførings-skik, "Hvad-er-god-skik.dk" (fase 1) på www.forbrug.dk.
- Opdatering af Net-Tjek (e-handel) på www.forbrug.dk.
- Kvalitetstjek af Forbrugerombudsmandens kviksagsbehandling.
- Retningslinier for annoncering med billige flybilletter.
- Retningslinier på teleområdet.
- Revision af vejledning/tjekliste om MLM/pyramidespil.
- Revision af Forbrugerombudsmandens vejledning om tilgift og konkurrencer.

¹ Efter omlægning af journalkoder kan der ikke oplyses nærmere om, hvorledes markedsføringssagerne fordeler sig i kategorier

² NetTjek besvarelser indgår fra sidste halvår 2002 med 350, i 2003 med 559 og i 2004 med 387 besvarelser

- Revision af Forbrugerombudsmandens vejledning markedsføringslovens § 6a om spam.
- Revision af Forbrugerombudsmandens vejledning om unge og bankbøger, betalingskort og homebanking.

Følgende projekter er startet i 2004 og afsluttes i 2005:

- Revision af Forbrugerombudsmandens kommunikationsstrategi.
- Nordisk projekt til vejledning om indholdstakseret SMS.
- Undersøgelse af prismarkedsføring, udsalgspriser mv.
- Nordisk vejledning om etiske og miljømæssige påstande i markedsføringen.
- Fælles nordisk holdning til markedsføring på teleområdet.
- ”Hvad-er-god-skik.dk” (fase 2).

Markedsførings-kviksager

Der er afsluttet 1785 kviksager. Dette er sager, der typisk afsluttes inden en uge med ét brev til forbrugeren, og uden at der starter en egentlig sagsbehandling. Det drejer sig om brevhenvedelser (fysiske), e-mails, herunder e-mails sendt til Net-Tjek.

Betalingskort

Afsluttede sager 317, der for hovedpartens vedkommende vedrører anmeldelser af betalingsmidler eller anmeldelser af ændringer i allerede anmeldte betalingsmidler.

Tobaksreklamesager

Der er oprettet 35 sager om markedsføring af tobaksvarer, der har fundet sted enten i reklametryksager, i aviser, på internettet eller i forretninger. Heraf er 24 sager afsluttet, uden at der har været anledning til at foretage videre. De resterende 11 er oversendt til politiet med anmodning om tiltalerejsning. Af disse sager er 2 afsluttet med bøde i byretten (1800 kr. og 800 kr.), 2

er afsluttet med bødevedtagelse (5400 kr. og 5000 kr.), og 1 er afsluttet med en advarsel.

2 sager, som i 2003 blev anket, er afsluttet med en stadfæstelse af bøderne ved Østre Landsret på hver 50.000 kr.

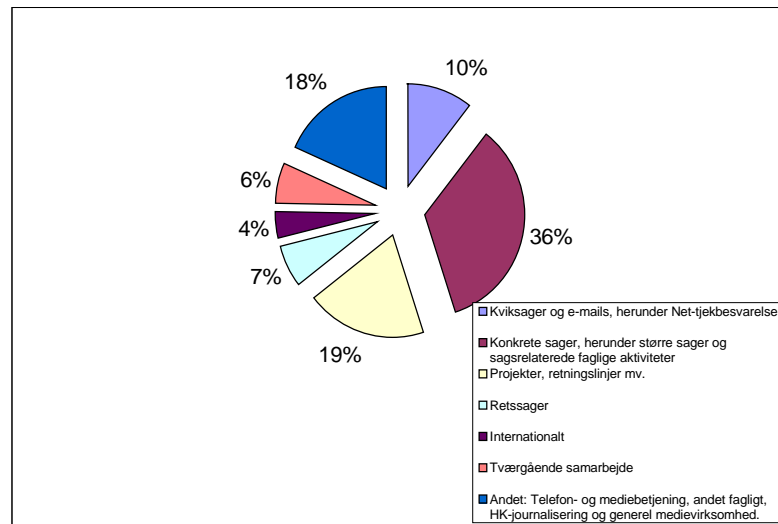
<u>Tablet over afsluttede retssager efter markedsføringsloven</u>					
	2000	2001	2002	2003	2004
Domsbehandling af					
straffesager					
a. Domsfældelse inkl. bødevedtagelse	1	1	1	4	6
b. Frifindelse	0	1	0		0
c. Andet, herunder tilbagekaldt/opgivet, advarsel	0	1	9		2
Domstolsbehandling af	1	2	3	5	3
civile sager					

Ovennævnte skema omhandler kun de sager, som Forbrugerombudsmanden selv fører. Herudover har Forbrugerombudsmanden afgivet udtalelse til politiet i 11 sager.

Ved udgangen af marts 2005 har Forbrugerombudsmanden 14 verserende retssager, heraf 3 civile sager.

Forbrugerombudsmandens ressourcer

Nedenstående diagram viser hvor meget **faglig tid i procent**, der er anvendt på Forbrugerombudsmandens tilsynsarbejde angivet i hovedkategorier:



Kviksager og e-mails, herunder Net-tjekbesvarelser	1592
Konkrete sager, herunder større sager og sagsrelaterede faglige aktiviteter	5258
Projekter, retningslinjer mv.	2939
Retssager	1027
Internationalt	611
Tværgående samarbejde	987
Andet: Telefon- og mediebetjening, andet fagligt, HK-journalisering og generel medievirksomhed.	2773
I alt timer	15187

Forbrugerombudsmandens sekretariat har i alt i 2004 brugt 15.187 faglige timer på tilsynsarbejdet.

Der henvises endvidere til tabel over årsværk for Forbrugerklagenævnet, Forbrugerombudsmanden og Forbrugerstyrelsen nedenfor.

Statistik vedrørende Forbrugerklagenævnets sager 2004

Oprettede sager fordelt på sagsgrupper	2002	2003	2004
Finansielle ydelser, betalingsmidler	32	28	41
Andre serviceydelser (undervisning, Slægtsforskning, kontaktbureauer)	20	27	17
Fast ejendom	157	56	43
Boligen	-	120	110
Vedligeholdelse fast ejendom	46	57	42
Sikkerhedsudstyr	5	11	4
Fjernsyn, radio, foto, antenneanlæg mv.	695	987	532
IT-udstyr	422	539	493
Papirmedier, abonnementer mv.	43	64	38
Telefonapparater, særlige netjenester mv.*	1.173	1.092	403
Husholdningsmaskiner, køkkenredskaber	365	212	158
Rejser og transport	112	96	71
Biler og motorcykler	197	267	390
Cykler, knallerter, sikkerhedsudstyr	126	125	83
Camping, sport, fritid, spil, legetøj og Barnevogne**	65	134	90
Musik og teater	45	43	9
Husdyr	23	54	37
Beklædning og skind	358	433	345
Fodtøj	244	225	203
Accessories (smykker, ure mv.)	65	81	59
Møbler og boligtekstiler	441	473	413
Ernæring	-	21	7
Personlig pleje - herunder briller og Kontaktlinser	115	118	108
Udfærdigelse af stævning for godkendt Nævn	-	5	5
Øvrige sagsgrupper	86	61	26
I alt	4.835	5.329	3.727

* Til og med juli 2003 dækkede tallene også tele- og datatjenester, som nu behandles i det private teleankenævn.

**I 2002 var barnevogne i kategorien ovenover sammen med cykler og knallerter

Sagstilgangen til Forbrugerklagenævnet har frem til 2004 været stigende. I 2004 skete der et fald i indkomne sager. Der indkom 3727 sager, hvilket er 1602 sager færre end i 2003. En væsentlig årsag hertil kan henføres til, at der medio 2003 er oprettet et godkendt, privat ankenævn på teleområdet. For første halvdel af 2003 udgjorde disse sager knapt 1100. Et af målene med regeringens reform af forbrugerklageområdet er, at der skal oprettes flere godkendte, private klagenævne, og at antallet af sager ved Forbrugerklagenævnet skal falde i de kommende år.

De større klageområder er fortsat områder med en hurtig teknologisk udvikling som radio og TV, digitale fotoapparater og PC. På området for TV, foto og antenneanlæg ses et fald i antallet af sager i 2004. Dette skyldes, at Forbrugerklagenævnet særligt i 2003 modtog et meget stort antal ensartede klager, 736, over samme erhvervsdrivende. I 2004 udgjorde disse sager 165. Øvrige klager på området ligger således på samme niveau og udgør dermed en stigende andel af sagerne ved Forbrugerklagenævnet. Bilområdet er i 2004 steget med 123 sager. Der er ingen entydig årsag hertil.

Oprettede FKN-sager 2000-2004

	2000	2001	2002	2003	2004
Sagsantal	4.880	4.456	4.835	5.329	3.727

Sager afgjort af Forbrugerklagenævnet

Sager afgjort af Sekretariatet	2000	2001	2002	2003	2004
Helt eller delvis medhold					50
Ikke medhold					9
Forlig	1.144	781	780	1.368	775
Afvist, udenfor FKN's Virksomhedsområde	597	608	863	793	433
Afvist, uegnet til Behandling	210	430	253	227	230
Afvist, ingen mulighed for Medhold	513	526	467	388	357
Henvisning til andet Ankenævn	72	67	57	38	132
Klagen tilbagekaldt	192	184	313	350	288
Klagers passivitet	388	388	627	475	426
Øvrige	109	89	501	352	184
I alt	3.225	3.073	3.861	3.991	2.884

Sager afgjort af nævnet	2000	2001	2002	2003	2004
Medhold	617	764	775	755	426
Delvist medhold	124	89	94	164	91
Ikke medhold	209	197	174	195	79
Afvist som uegnet/uden for kompetence					48
Øvrige	0	1	1	1	2
I alt	950	1.051	1.044	1.115	646

Forbrugerklagenævnet i alt	4.175	4.124	4.905	5.106	3.530
-----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

I 2004 afsluttede Forbrugerklagenævnet 3530 sager, heraf blev 2884 sager afgjort af sekretariatet eller ca. 81% af sagerne, hvilket er stigning på ca. 2% i forhold til 2003. Det er helt i tråd med intentionerne i regeringens reform af forbrugerklageområdet,

hvor det er et mål, at flere sager skal afgøres af sekretariatet. Således kan sekretariatet nu også træffe egentlige afgørelser. 646 sager blev afgjort af Forbrugerklagenævnet eller ca.19% af det samlede antal afgjorte sager. I 16 % af alle sagerne fik forbrugeren helt eller delvist medhold. Ca. 22% af sagerne blev forligt og i ca.13% af sagerne fik forbrugeren ikke medhold.

Efterlevelse af Forbruger-

Klagenævnets afgørelser	2000	2001	2002	2003	2004
Helt eller delvist medhold	741	853	869	919	517
Heraf registreret oplysning om Efterlevelse	594	656	526	801	433
Nævnsafgørelse efterlevet (antal)	506	498	509	687	370
Nævnsafgørelse efterlevet (%)	85,2	75,9	96,8	85,8	85,5
Ikke efterlevet og klager ønsker ikke retssag (antal)	71	120	36	80	72
Sager indbragt for retten	5	21	25	75	41
Øvrige (antal)	6	17	5	17	5

Den procentvise efterlevelseshgrad på nævnets afgørelser er opgjort som forholdet mellem antallet af nævnsafgørelser, der er registreret efterlevet og det samlede antal afgørelser, hvor der er registreret oplysninger om efterlevelse. Således vil efterlevelseshgraden i praksis sandsynligvis være lavere, da der ikke er registreret oplysning om efterlevelse på alle sager fra 2004. Et af målene med regeringens reform af forbrugerklageområdet er at få en større efterlevelse af nævnets afgørelser. Således offentliggøres nu navne på de erhvervsdrivende, der ikke efterlever en afgørelse fra Forbrugerklagenævnet, på Firmatjek, jf. nedenfor under Firmatjek.

Antal afgørelser som indbringes for domstolene

	2000	2001	2002	2003	2004
Sager indbragt for retten	5	21	25	75	41
Afsluttede retssager med Registreret dom	17	32	10	22	18
Heraf dom som FKN's Afgørelse	11	30	4	18	16
Øvrige, fx retssag hæves					2

Evt. forskelle i antallet af indbragte sager og antallet af registrerede domme skyldes kombinationen af retternes sagsbehandlingstider og domsregistreringen, fx kan en sag være afgjort ultimo 2003, indbragt for retten i 2004 med domsafsigelse i 2005.

Firmatjek

Firmatjek – ny synlighed om erhvervsdrivende, der ikke følger Forbrugerklagenævnets afgørelser.

Lov om forbrugerklager trådte i kraft den 1. januar 2004. Det samme gjorde bestemmelsen i lovens § 15, med en ny mulighed for at fastsætte regler om offentliggørelse af informationer og statistik inden for forbrugerklageområdet fx offentliggørelse af, hvilke erhvervsdrivende der ikke følger Forbrugerklagenævnets afgørelser.

Den elektroniske liste Firmatjek er tilgængelig på www.forbrug.dk. Listen blev første gang offentliggjort den 27. maj 2004.

Formålet med den elektroniske liste er, at skabe synlighed om erhvervsdrivende, der ikke følger Forbrugerklagenævnets afgørelser. Listen er tænkt som et forebyggende initiativ og for at opnå større efterlevelse af Forbrugerklagenævnets afgørelser.

Der skal gives større åbenhed på klageområdet for både forbrugere og for de erhvervsdrivende. Reklamationsbehandling er et konkurrenceparameter.

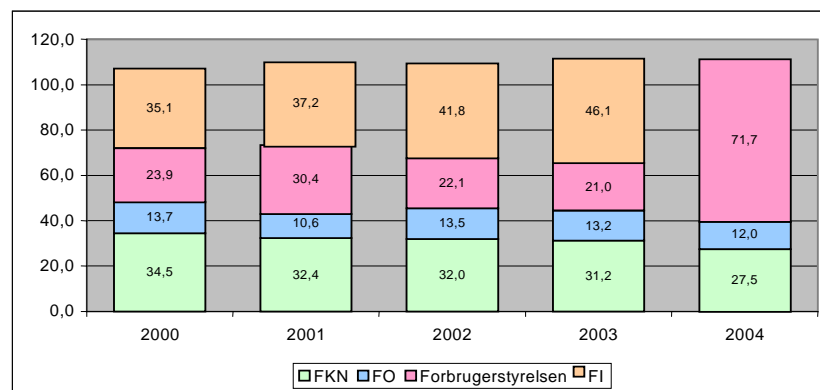
Navne offentliggøres løbende, og der udsendes altid en meddelelse herom via www.forbrug.dk.

Ved udgangen af 2004 var der 37 sager registreret på firmatjek fordelt på 27 indklagede.
4 erhvervsdrivende var gengangere.

I alt i perioden fra den 27. maj til den 31. december 2004 havde 47 sager været registreret på firmatjek fordelt på 37 indklagede.

Tallene viser at ca. 27 % af de erhvervsdrivende efterlever en afgørelse fra Forbrugerklagenævnet efter offentliggørelse på Firmatjek.

Årsværksoversigt 2000-2004



Noter til ovennævnte figur:

- Det skal bemærkes, at FI's tal for perioden 2000-2003 ikke indeholder sekretariatsoverhead.
- Faldet i ressourcer hos FO fra 2003-2004 er rent teknisk og skyldes, at sammenlægningen mellem FS og FI medførte en anden fordelingsnøgle af sekretariatsoverhead. Der er altså ikke tale om en reel ressourcenedgang. Således blev antallet af faglige årsværk hos FO fastholdt på 10,5 i 2003 og 2004. I 2002 var der 10,6 ÅV.
- Faldet i ressourcer hos FKN fra 2003 til 2004 er rent teknisk og skyldes, at sammenlægningen mellem FS og FI medførte en anden fordelingsnøgle af sekretariatsoverhead. Der er altså ikke tale om en reel ressourcenedgang. Således blev antallet af faglige årsværk hos FKN fastholdt på 23,8 i 2003 og 2004. I 2002 var der 23,9 ÅV.

Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet 1997-2004

Tallene ⁹⁷, ⁹⁸, ⁹⁹, ⁰⁰, ⁰¹, ⁰², ⁰³ og ⁰⁴ angiver i hvilken årgang af Juridisk Årbog/Forbrugerredøgørelsen emnet er omtalt.

A

- Abonnement ⁹⁹224
 - Annoncer ⁹⁹159
 - Avis ⁰²225
 - Bevis for indmeldelse ⁰⁰140
 - Bindingsperiode ⁰⁰144, ⁰¹136, 137, ⁰²184, ⁰⁴123, 128, 131, 133
 - Erhvervsdrivendes ⁰⁰105
 - Hæftelse ⁰⁰106, ⁰¹141, ⁰²177, 179, 184, 190, ⁰³72, 80
 - Downloading ⁰¹141,
 - Efterbetaling ⁰²180
 - Kontaktlinser ⁹⁷111
 - Kreditvurdering ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137, ⁰²180
 - Late billing ⁰¹138, ⁰²180, ⁰³79
 - Mangelfuld vejledning ⁰²195, ⁰³77
 - Misbrug ⁹⁹163
 - Opsigelse ⁹⁷111, ⁹⁹140, 156, 157, ⁰⁰107, 109, 144, ⁰¹121, 136, 148, 150, ⁰²152, 177, 178, 179, 180, ⁰⁴123, 128, 131, 133
 - Prisstigning ⁰¹120, 121, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62
 - Prøve ⁹⁷96
 - Saldokontrolordning ⁰⁰113, ⁰¹130, 132, 133, 139, ⁰²185, 186, 187, 189, 190
 - Sim-lock ⁰¹126
 - Sms-besked ⁰³70, 72
 - Spærring ⁰¹150, ⁰²180, 182, 185, ⁰³80
 - Telefon ⁹⁹157, 164
 - Uklar formulering (vildledning) ⁹⁹159, ⁰¹139, ⁰²184
 - Ugyldig aftale, ⁰³72
- Adækvans ⁹⁷103, 126
- Afbestilling ⁹⁸166, 171, 173, ⁰²205, ⁰⁴89, 123, 128, 131, 133

Afbetaling

Afbrydelse af forældelse

Afhjælpning

- Afhentning ⁹⁹192
- Erstatningsgenstand ⁰²175, ⁰³60
- For sælgers regning ⁹⁸158, ⁹⁹211
- Fotografering ⁹⁷110
- Inden rimelig tid ⁹⁸136, ⁹⁹151, 193, ⁰⁰104, 121, ⁰¹127, 136, ⁰²166, 174, ⁰³60, 61, 113, 118, ⁰⁴83
- Ombytning ⁰¹126
- Omkostninger ⁹⁷110, ⁹⁹193, ⁰⁰118, ⁰³115
- Periodiske fejl ⁹⁸154
- Påkrav ⁹⁹216, ⁰⁰104
- Rettidigt tilbud ⁹⁹211
- Tilbageholdsret ⁹⁸156
- Tilfredsstillende ⁰²166
- Uforholdsmæssige omkostninger ⁰²174
- Varen bortkommet , ⁰³86

Afhjælpningsret ⁹⁷127, ⁹⁸159

Aflysning

- Teaterforestilling ⁰⁰135, 136, ⁰¹126
- Koncert ⁰²222

Aftale ⁹⁹164, ⁰⁰106

- Accept ⁹⁹224, ⁰¹13, 133, 159
- Bindende ⁹⁹222, ⁰¹162, ⁰²162, 207, ⁰⁴101
- Betingelser ⁹⁹160, ⁰²237, ⁰⁴138
- Betinget ⁹⁹208
- Bevis ⁹⁸111, 161, 170, ⁹⁹142, 219, 232, ⁰²239
- Forbehold ⁰²160
- Indgåelse ⁰⁰107, ⁰²160, 162, 177, 220, 235, 238, 239
- Købsforpligtelse ⁹⁸166, ⁹⁹224
- Køberet ⁹⁹24
- Opsigelse ⁰²177, 178, 179
- Returret ⁹⁹186
- Stiltiende accept ⁰²185
- Vedtagelse af aftalevilkår ⁰⁰136, 147, ⁰¹139, ⁰³100, ⁰⁴81, 111
- Vilkår ⁹⁹148, 189, 191, ⁰¹170, 171, ⁰²146, ⁰³66

– **Ændring** ⁰⁰137, ⁰¹169, ⁰²219, 220, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62, 101,

Aftaleloven

– **§ 1** ⁹⁷101, ⁹⁹224, ⁰⁰107, ⁰²160, 210, ⁰³97, ⁰⁴101

– **§ 3** ⁹⁷101

– **§ 6** ⁰¹133

– **§ 7** ⁰²160, 210, ⁰³97

– **§ 9** ⁰²160

– **§ 32** ⁹⁷90, 112, ⁹⁸119, ⁹⁹164, ⁰⁰111, ⁰¹159, 162, ⁰³97

– **§ 36** ⁹⁷89, 96, 98, 118, ⁹⁸173, ⁹⁹13, 132, 137, 139, 157, 166, 171, 172, 174, 206, 220, ⁰⁰109, 140, ⁰¹25, 136, 137, ⁰²152, 180, 183, 220, 221, ⁰⁴123, 128, 133

– **§ 38 a** ⁰⁰134

– **§ 38 b** ⁹⁷105, 106, ⁹⁸146, ⁹⁹13, 136, 146, 159, 162, 166, 179, 191, ⁰⁰134, ⁰¹139, 174, ⁰²144, 152, 184

– **§ 38 c** ⁹⁷89, 96, 98, 118, ⁹⁸109, 110, 118, 173, ⁹⁹13, 132, 137, 139, 166, 172, 174, 220, 224, ⁰⁰109, 140, ⁰¹25, 134, 136, 137, 141, 160, ⁰²144, 180, 183, 220, 221, ⁰³56, 66, 76, 77, ⁰⁴81, 123, 128, 133

– **§ 39** ⁹⁷112, ⁰¹159, 162

Afvisning

Almindelig kendt ⁹⁸167

Analogi ⁰¹155, ⁰⁴92

Annoncer

– **Bevisbyrde** ⁹⁷93

– **Fortolkning** ⁰¹122

– **Løftevirkning** ⁰⁰119, ⁰¹13

– **Tilbudsvirkning** ⁹⁸140, ⁰⁰141

– **Vildledning** ⁹⁷104, ⁹⁸140, ⁹⁹141, 148, 159, 198

– **Urigtige oplysninger** ⁰²212, ⁰³46

Annulation ⁹⁹157, 209, ⁰⁰131

– **Berettiget** ⁹⁷127, ⁰¹159

– **Erstatning** ⁹⁹206, ⁰⁴89

– **Uberettiget** ⁹⁷118, ⁹⁸166, ⁹⁹222

– **Tabsbegrænsningspligt** ⁰⁰143, ⁰¹25, ⁰⁴89

– **Vedtagelse af standardvilkår** ⁹⁹206, ⁰¹25, ⁰⁴89

Ansvar ⁹⁹131, ⁰⁴92

Ansvarsbegrænsning

- **Adækvans** ⁹⁷102
- **Fotografering** ⁹⁷110

Ansvarsfraskrivelse ⁹⁸133, 162, ⁰⁰112, ⁰³58, 102, ⁰⁴138

- **Garanti** ⁹⁸116, 118

Ansvarsgrundlag ⁹⁹203, 209, ⁰⁰95, 127, 137, 146, ⁰³102, ⁰⁴92

Ansvarspådragende forhold ⁹⁸116, ⁰⁰128, ⁰⁴92

Anteciperet misligholdelse

Auktion

- **Bevisbyrde** ⁹⁷114
- **Hæftelse** ⁹⁷6, 114
- **Salgsbetingelser** ⁹⁸139, ⁰⁴101
- **Urigtig klassifikation** ⁹⁷114

B

Bagatel ⁹⁷100, 108

Berettigede forventninger ⁹⁹35, ⁰²212, ⁰³89

Berigelse

Bestillingskøb

Betaling

- **Condictio indebiti** ⁰⁰31, ⁰¹138
- **Efterbetaling** ⁰¹138
- **Ikke rettidigt** ⁹⁷91
- **Modregning** ⁰¹148
- **Nedsættelse** ⁰⁰125
- **Opgørelse af fordring** ⁰⁰111
- **Tilbageholdelse af** ⁹⁸156
- **Togbillet** ⁹⁷122
- **Vandforbrug** ⁰¹153

Betalingsforpligtelsens

indtræden ⁹⁹221

Betalingsfrist

Betalingskortloven

- § 21, stk. 1, nr. 3 ⁰⁰108, ⁰¹129
- § 21, stk. 3, nr. 3 ⁰¹150
- Ansvarsfraskrivelse ⁰⁰112
- Fejlregistrering ⁰⁰112
- Groft uforsvarlig ⁰¹129

Betalingsmiddeloven

- § 9, stk. 2 ⁰¹172, 173
- § 11, stk. 3, nr. 1 ⁰¹127, ⁰³65
- § 11, stk. 7 ⁰¹128

Bevis ⁹⁸163, ⁹⁹173, 232

- Bevismæssig skadevirkning ⁹⁹161
- Bortskaffelse ⁹⁷116
- For afhjælpningstilbud ⁹⁹211
- For køb ⁹⁸135, ⁹⁹139
- Leveringshindring ⁰²205
- Oprindelig mangel ⁹⁷128, ⁹⁸149, ⁹⁹146, ⁰²173
- For mangelfuld ydelse ⁰²194

Bevisbyrde ⁹⁹131

- Abonnement ⁰⁰140
- Aflevering af videofilm ⁹⁹43, ⁰⁰139, ⁰⁴113
- Auktion ⁹⁷114
- Berigtigelse af oplysninger ⁹⁷115, 119, 120
- Bestilling ⁰⁰140, ⁰²235, 238
- Betalingskortloven ⁰⁰108
- Betalingsmiddelovens § 11 ⁰¹127
- Byrdefulde vilkår ⁹⁸124
- Flytteskader ⁹⁸163
- Formidling ⁰⁴67
- Formodningsreglen ⁰²57, 58, 59, 60, 171, 197, 200, 203, 217, 218, ⁰³90, ⁰⁴97
- Garanti ⁹⁷86, ⁹⁹170, ⁰⁰100, ⁰²173
- Moms ⁹⁷124
- Passivitet ⁹⁹43
- Reparation ⁹⁸111, ⁹⁹131, 170

- **Reparationstilbud** ⁹⁷93
- **Regning kommet frem** ⁰³79
- **Saldokontrolordning** ⁰⁰113
- **Sælgers** ⁹⁸107, ⁹⁹151, 195, 196, ⁰⁰95
- **Telefonsex** ⁹⁷97
- **Udnyttelse af fortrydelsesret** ⁹⁹225

Bortfald af misligholdelsesbeføjelser ⁹⁷127, ⁹⁸159, ⁰⁰137

Bortsalg ⁹⁷108, ⁹⁸20, ⁰⁰118, 132

Branchekutyme

- **Selskabsarrangementer** ⁹⁷127, ⁹⁸173

Bristede forudsætninger ⁹⁸110, ⁰¹137, ⁰²219

Brug

- **Væsentlighedsbedømmelse** ⁹⁹187

Brugbarhed ⁹⁸106, 133

Brugsanvisning ⁹⁷85, ⁹⁸145

- **Anvendelse i strid med** ⁹⁷86
- **Betydning for mangelsbedømmelsen** ⁰²173, ⁰³88, 108
- **Fremmedsproget** ⁰⁰130, ⁰²167, ⁰³100, 124
- **Ikke betydning for mangelsbedømmelse** ⁹⁸106
- **Ikke tilstrækkelig** ⁹⁸133, ⁹⁹134, 138, 151, ⁰¹124, 163, ⁰²195, ⁰³44, 88, 100, 124

Byrdefulde vilkår

- **Bindingsperiode** ⁰⁴123, 128, 131, 133
- **Operatørlås** ⁹⁸124

- **Opsigelse** ⁹⁹13

Byttehandel ⁹⁸122, 152, ⁰⁰128

C

Caveat emptor ⁰⁰116

CMR-lov ⁰⁴111

Condictio indebiti ⁰⁰31, ⁰¹138, ⁰²180, 230, ⁰³79, ⁰⁴71

Culpa

D

Danske Lov

– **3-19-2** ⁰⁰95

– **5-8-1** ⁰⁰126, ⁰³102

– **5-8-14** ⁰¹168

Deklaratorisk

Detentionsret

Dobbeltsalg ⁹⁹223

Dækningskøb ⁰²210

Dækningssalg ⁹⁷91

Dørsalgsloven (se forbrugeraftaleloven)

E

Efterfølgende forhold

Efterkrav ⁹⁸176

Egenskaber ved salgsgenstanden ⁹⁷96, 129, ⁹⁸106, 107, ⁹⁹181, 183,
⁰⁰117

Egen skyld ⁹⁷129, ⁹⁹185, ⁰⁰145, ⁰³83

Ejendomsforbehold ⁹⁸126, ⁹⁹24, 216, ⁰²214, ⁰³115

Ejendomsret

Eksstinktiv erhvervelse

- **Forhandlergrundsætningen** ⁹⁸105

Elektricitet

Emballering

Erhvervsdrivende ⁹⁸162, ⁰¹171

Erhvervmæssig brug ⁹⁹154

Erstatning ⁹⁹209

– **Adækvans** ⁹⁷103, 126, ⁹⁹158, 180

– **Begrænset** ⁰⁰145, ⁰⁴95

– **Betalingskortloven** ⁹⁹43

– **Driftstab** ⁹⁹43

– **Egen skyld** ⁹⁷129, ⁹⁸116, ⁰⁰145

– **FDM-test** ⁹⁸158, ⁹⁹211

– **Forkert pris** ⁰²162

– **Forsendelsesomkostninger** ⁹⁸117

– **Forsinkelse** ⁰¹156

– **Forældres tilsynspligt** ⁰¹158

– **Fotografering** ⁹⁷109, 110

– **Hunde** ⁹⁸174, ⁰¹171

– **Hændelig undergang** ⁹⁹136

– **I kontrakt** ⁹⁹223

– **Lånte ting** ⁰⁰126

– **Manglende levering** ⁰¹162, ⁰⁴65, 101

– **Opbevaring** ⁹⁷126, ⁹⁸20, 110, 112, 163

– **Produktansvar** ⁹⁹229, ⁰⁰145

– **Sagkyndig erklæring** ⁹⁸116

– **Skuffede forventninger** ⁰²151

– **Specieskøb** ⁰⁴77

– **Strømafbrydelse** ⁹⁸128, ⁰³83

– **Tab** ⁹⁷18, 108, 109, 126, ⁹⁸116, 128, ⁹⁹43, 158, 212, ⁰⁰143, ⁰²151, 168, 198, ⁰³87, ⁰⁴93, 95

– **Tabsbegrænsning** ⁹⁸128, 171, ⁹⁹200, ⁰⁰143

– **Tabsbegrænsningspligt** ⁹⁹158, 212, ⁰¹25, ⁰²204, ⁰⁴111

– **Transport** ⁹⁸162, 165, ⁰⁴111

– **Varetægt** ⁰¹168

F

Fabrikationsfejl ⁹⁹149, 198

Fagmæssig viden

– **Manglende** ⁹⁹182

– **Rensning** ⁹⁷102, ⁹⁹179, 180, 182, 183, ⁰⁴93

Faktura ⁹⁹131

Farlige egenskaber ⁹⁸108, 170, ⁰⁰145

Fast forretningssted

– udenfor ⁰¹163, ⁰²206, 226

Fejl

– Fremsendelse af vare ⁹⁹226

Fejltagelse ⁹⁸119

Fixkøb

Fjernsalg ⁹⁸114, ⁹⁹35, 143, 144

– Aftaleindgåelse ⁰²162, 235, ⁰³97

– Varigt medium ⁰³70

Fjernvarme ⁹⁸127

Flytransport

– Afbestilling ⁹⁸166

Forarbejdning

Forbehold ⁹⁸144, ⁰¹13

– Afhentningskøretøj ⁹⁷113, ⁹⁸149

– Ej taget ⁹⁹219, 222

– Generelle ⁹⁷119, ⁹⁸120

– Konkrete ⁰³95

– Rensning ⁹⁹179

– Til sidesat ⁹⁸151, 162, ⁹⁹138, ⁰⁰118

Forbrugeraftaleloven

– § 1, stk. 2 ⁰²236

– § 1, stk. 3 ⁰²236

– § 2, stk. 1 ⁰²236, ⁰⁴58

– § 3 ⁰²236, ⁰⁴58

– § 4 ⁹⁹226, ⁰²179

– § 6, stk. 1 ⁹⁹199

– § 6, stk. 5 ⁹⁹199

- § 7, stk. 1 ⁰¹163
- § 7, stk. 2 ⁹⁹199, ⁰⁰117, ⁰¹163
- § 8, stk. 1 ⁰³104, ⁰⁴85
- § 8, stk. 2 ⁰¹163
- § 10, stk. 3, nr. 1 ⁹⁸114
- § 10, stk. 3, nr. 2 ⁹⁸169
- § 10 a ⁰²237
- § 11 ⁹⁸176, ⁹⁹144, ⁰²235, 237, ⁰³70
- § 11 a ⁰²233, 238, ⁰³69, 72, ⁰⁴86
- § 11 a, stk. 3 ⁰²152, 193
- § 11 a, stk. 5 ⁰³70
- § 12 ⁰²233, 235, 237
- § 12, stk. 2 ⁰²193, ⁰⁴114
- § 12, stk. 3 ⁰³104
- § 12 a, stk. 1 ⁰⁴86
- § 12 a, stk. 3 ⁰⁴67, 85
- § 12 a, stk. 6 ⁰³104, ⁰⁴85
- § 12 b ⁰²235
- § 12 b, stk. 2 ⁰²193, ⁰³72
- § 12 c, stk. 1 ⁰³72
- § 12 c, stk. 2 ⁰⁴67, 86
- § 12 c, stk. 3 ⁰⁴67
- § 13 ⁹⁸114, 169, ⁹⁹143, 144
- § 14, stk. 2 ⁰²224
- § 16 ⁹⁸114, ⁹⁹143, 199, ⁰²193, 210

Forbrugeraftaler ⁹⁹166, ⁰¹151

Forbrugerklageloven ⁰³3

Forbrugerklagenævnsloven

- § 1 ⁹⁹166, ⁰⁰105, ⁰¹171, ⁰²196
- § 3 ⁰¹141
- § 7, stk. 1 ⁹⁸127, 159, 173, ⁰⁰106, ⁰³125
- § 8, stk. 1 ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰106, 133, ⁰²214
- § 9, stk. 1 ⁰²204
- § 9, stk. 3 ⁹⁷120
- Erhvervsdrivende ⁹⁷94, 100
- Erhvervmæssig virksomhed ⁰⁰146, ⁰²196
- Kompetence ⁹⁷18, 94, ⁹⁸159, 164, 175, ⁹⁹166, 225, 226, ⁰⁰105, 112, ⁰²196
- Fogedforretning ⁹⁹216, ⁰²214

– Salg mellem private ⁹⁷94

**Forbrugerklagenævnets
forretningsorden**

– § 6, stk. 1, nr.3 ⁹⁹230

– Habilitet ⁹⁹230

Forbrugerklagenævnets virksomhedsbekendtgørelse

– § 1 ⁹⁸164

– § 2, stk. 1 ⁹⁸143, ⁰²214, ⁰³112

– § 3, stk. 1 ⁹⁹142

– § 3, stk. 2, nr. 1 ⁹⁷88

– § 3, stk. 2, nr. 3 ⁰⁰115, ⁰¹111

– § 3, stk. 2, nr. 7 ⁰⁰148

– § 3, stk. 2, nr. 10 ⁰⁰123

– § 3, stk. 2, nr. 11 ⁹⁷18, ⁰²226, ⁰³119, 121

– § 3, stk. 2, nr.13 ⁹⁷18, ⁰⁰149, ⁰²226, ⁰³119, 121

– § 3, stk. 2, nr. 14 ⁹⁷18, ⁰⁰149

– § 4 ⁰¹141

– Antikviteter ⁰⁰123

Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde

– Maskiner til kontor- og butikbrug ⁹⁹166

Forbruger køb

– Begreb ⁹⁷94, 100, ⁹⁹232, ⁰²210, 214, ⁰³112, ⁰⁴117

Force majeure ⁹⁹140

Fordringshavermora ⁹⁹232

Forfaldstid ⁰⁰115

Forholdsmæssigt afslag ⁹⁹186, 193, ⁰³46

– Beregning ⁰⁰128, ⁰³115

Forholdsordre ⁹⁹154

Forlig

– Ombytning ⁹⁸108

Formidling

- Af billetter⁰²222
- Af køb⁰⁴65, 67

Forrentning

Foringelse af salgsgenstand

Forsendelse

- Hændelig undergang⁰¹155

Forsendelseskøb

Forsikring

- Erstatning⁹⁷87, ⁹⁹35
- Krav om opfyldelse⁹⁷87, 113
- Misligholdelsesbeføjelser⁹⁷87
- Vareforsikring⁹⁸122, 123, ⁹⁹35

Forsinkelse⁹⁸165, 171, ⁹⁹140, 194, ⁰⁰99

- Betaling⁹⁷91
- Erstatning⁰¹156
- Leveringstidspunkt⁰²210, ⁰³110
- Påkrav⁰²210, ⁰³110

Fortolkning

- Aftale⁰¹122, 161
- Aftalevilkår⁹⁸166, ⁹⁹24, 136, 158, 189, 191, ⁰⁰101, 114, ⁰¹170, ⁰²146
- Annonce⁰¹122
- Garanti⁹⁷106, ⁹⁸112, ⁹⁹133, 135, 186, 205
- Kontrakt⁹⁹226
- Tilbud⁰¹161, ⁰³63

Fortrydelsesret⁹⁸113, ⁹⁹35, 191

- Afkald på⁰²193, 237, ⁰⁴114
- Afprøvning af varen⁰²162, ⁰³104, ⁰⁴85
- Betingelser for⁰³104
- Bevis for udnyttelse af⁹⁹225, ⁰²233
- Bortfald⁰⁰117, ⁰⁴114
- Fjernsalg⁹⁹143, 144
- Forkortet⁹⁹199
- Fristen⁰⁴86

- **Internetabonnement** ⁰¹141, ⁰²193
- **Omgåelse** ⁹⁹199
- **Sms'er** ⁰³72
- **Specielt bestilte varer** ⁹⁷105
- **Specielt tilpassede varer** ⁹⁸114, ⁹⁹199
- **Tilbagegivelse af varen** ⁰⁴85
- **Tilvirkning** ⁹⁸114
- **Ved butikskøb** ⁹⁹186
- **Væsentlig samme stand** ⁰²162, ⁰³104, ⁰⁴85

Forudbetaling ⁹⁹140, 199

- **Betalingsmiddel** ⁰¹173

Forældelse

- **1908-loven** ⁰⁰96, ⁰²155, 156, 199, ⁰³94
- **Afbrydelse** ⁰²199, 230
- **Købelovsbeføjelser** ⁹⁶17, ⁰¹125, ⁰²199
- **Garantibeføjelser**, ⁰³94

Fradrag for brug ⁹⁷22, ⁹⁸154

Frist

- **Fortrydelsesret** ⁰⁴86

Fuldmagt ⁹⁸105, ⁰⁴65, 67

G

Garanti ⁹⁸122, 123, ⁹⁹13, ⁰²51, 52

- **Bagatel** ⁹⁸111
- **Begrænsning** ⁹⁹189
- **Bevisbyrde** ⁹⁷86, ⁹⁸145, ⁹⁹164, ⁰⁰100, ⁰²53, 149, 173
- **Bevis for** ⁰³57
- **Bortfald** ⁹⁸116, ⁹⁹154, ⁰²196, ⁰⁴81
- **Briller** ⁹⁷111
- **Brugsanvisning** ⁹⁹151
- **Fortolkning** ⁹⁷106, ⁹⁸112, ⁹⁹186, 197, 210, ⁰²52, 144, 210
- **Forudsætning** ⁹⁹154
- **God tro** ⁹⁷108
- **Holdbarhed** ⁹⁸131, ⁹⁹186, ⁰²207
- **Madras** ⁹⁷106, ⁹⁹189
- **Overdragelse** ⁹⁷108, ⁹⁹210

- **Plombering** ⁰²196
- **Princippet i kbl. § 78, stk. 3** ⁹⁸131
- **Producent** ⁹⁷107, 108, ⁰²52
- **Reklamation** ⁹⁷92, ⁰³94
- **Selvrisiko** ⁰²144
- **Servicekontrakt** ⁰²144
- **Tilbagebetaling** ⁰²146
- **Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹153, ⁰²55, 149, ⁰³56, 102, 108
- **Urimeligt vilkår** ⁰²144, ⁰⁴81
- **Vejledningspligt** ⁹⁹190
- **Vildledning** ⁹⁷116, ⁹⁸155

Garantiperiode ⁹⁸119, ⁹⁹135, 186, 203

- **Ombytning** ⁰⁰122
- **Forlængelse** ⁰⁴81

Garantireparation ⁹⁷86, ⁹⁸116, ⁹⁹35, 135, 151, 153, 154

- **Inden rimelig tid** ⁰⁰104

Gavekort (se tilgodebevis)

Gebyr ⁹⁹76

- **Rykkergebyr** ⁹⁹137, ⁰⁰109, 115, ⁰¹148, 149
- **Manglende aflæsning** ⁰¹153
- **Udbringning** ⁰¹168
- **Undersøgelsesgebyr** ⁰²149, 165, ⁰³56, 102, 108

Genus

- **Ansvar**

Godsbefordringsreglement ⁹⁷124

God tro ⁹⁷108, 112, 122, ⁹⁹164

Grov uagtsomhed

Gyldighed

- **Begrænset** ⁹⁹232, ⁰¹172

Gældsbrevsloven

- **§ 31, stk. 4** ⁰³85

H

Handelskøb

– Afhjælpning ⁹⁷100

Holdbarhed ⁹⁹186

Hæftelse ⁰⁰106, ⁰²179

– For andres brug ⁰⁰106, ⁰²177, 191, ⁰³72

– Misbrug ⁰⁰108, ⁰¹127, 128, ⁰³65

– Utilsigtet downloading ⁰¹141

– Uanmodet levering ⁰²177, 179, 181

– Ved formidling ⁰²222

Hændelig ⁰⁰137, ⁰¹168, ⁰⁴138

Hæveadgang ⁹⁹200

– Bortfaldet ⁰³125

– Tjenesteydelse ⁰³119

Hæveadgang bortfaldet

I

Ikke-bestilte varer ⁹⁹226

Ikke erhvervsmæssig brug

Inden rimelig tid ⁹⁷92, ⁰⁰121, ⁰²166

Indeståelse

Individuelt bestemt

Inkasso ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰133, ⁰¹134, ⁰²204

– Urimelig pression ⁰²234

Internet ⁹⁷96, ⁹⁹141, 146

– Abonnement ⁹⁹140, 141, ⁰²194, 195, ⁰³76

– Aftaleindgåelse ⁰²160, 210, ⁰⁴101

– Auktion ⁰⁴101

J

Juridisk person

K

Kendskab til mangel ⁹⁷108

Kommissionslovens § 56, stk. 1 ⁰⁴121

Kompetence ⁹⁷18, 94, ⁹⁹142, ⁰¹171, ⁰²197, 204, 214, ⁰³112, 119, 121

Koncipist

– **Fortolkning imod** ⁹⁹159, ⁰²146

Konkurrenceloven ⁹⁸116, 124

Kontant betaling

Kontokøb ⁰⁰120, ⁰²230

Kopiproduct ⁹⁸138

Kreditaftaleloven ⁹⁹13

– **§ 5** ⁹⁸153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163, ⁰²214, ⁰³48, ⁰⁴58

– **§ 6, stk. 2** ⁹⁸105, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116, ⁰²155, 156, ⁰³48, ⁰⁴71, 75

– **§ 7, stk. 2** ⁰¹163

– **§ 9** ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112, 163, ⁰²170, ⁰³48, 115, ⁰⁴71

– **§ 21** ⁹⁹24

– **§ 23** ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163, ⁰²170, ⁰³48, 115, ⁰⁴71

– **§ 30, stk. 2** ⁰²214

– **§ 33** ⁹⁸153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰¹112, ⁰⁴58

– **§ 34, stk. 1, nr. 4** ⁹⁸105, ⁰⁴71

– **– Omgåelse** ⁹⁷89, 116, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116

– **– Ombytning** ⁰⁰101

– **§ 39, stk. 1** ⁰¹116, ⁰³48, 115

– **§ 48, stk. 2** ⁰¹116

– **Kompetence** ⁰²214

– **Reparationer** ⁰⁰101

– **Tilbagetagelse** ⁰²214, ⁰³115

Kreditkøb ⁹⁹24, 188, ⁰⁰97

– **Forældelse** ⁰⁰96

– **Kontoaftale** ⁰²230

– **Kreditomkostninger** ⁰¹163, ⁰²230, ⁰⁴71

– **Lånetilsagn** ⁰²170

Kreditomkostninger ⁹⁸153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112, ⁰³115, ⁰⁴71

Kreditvurdering ⁹⁸146

– **Telefonabonnement** ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137

Krympning ⁹⁷99, 100, ⁹⁸128, ⁹⁹179

Kutyme

Kvittering ⁹⁸135, ⁹⁹139, ⁰⁰139, ⁰³57

Køb

– **Kombineret med tjenesteydelse** ⁹⁷111, ⁹⁹162

Køb på prøve ⁹⁹174, ⁰¹155

Købeloven

– **§ 1, stk. 2** ⁹⁷117, ⁹⁸134, 155, ⁰¹166, ⁰²217, ⁰⁴104, 110

– **§ 4a** ⁹⁹232, ⁰⁰110, ⁰²211, 214, ⁰³112, ⁰⁴117, 121

– **§ 17** ⁰⁰110

– **§ 24** ⁹⁹140, ⁰¹156, ⁰³83

– **§ 25** ⁰¹156, ⁰²210

– **§ 28** ⁹⁷91

– **§ 30** ⁹⁷91, 118

– **§ 34** ⁹⁷91

– **§ 44** ⁹⁹151

– **§ 47** ⁰⁰116

– **§ 57** ⁹⁷22, 120, ⁹⁸134, 137, 145, 176, ⁹⁹197, 216, ⁰⁰120, ⁰¹157, ⁰²200, ⁰³92, 115, 125, ⁰⁴117

– **§ 58** ⁹⁷120, ⁹⁸152, ⁹⁹197, 216, ⁰²170, 199, 217, ⁰³115, ⁰⁴117

– **§ 60** ⁹⁹174

– **§ 72** ⁰⁰144, ⁰³121

– **§ 74** ⁹⁹194, ⁰²210

– **§ 75** ⁰⁰99

– **§ 76, stk. 1, nr. 1** ⁰³46, 88, ⁰⁴61, 117

– **§ 76, stk. 1, nr. 2** ⁰²212

– **§ 76, stk. 1, nr. 3** ⁰²208, ⁰⁴104

– **§ 76, stk. 1, nr. 4** ⁰³88, 107

– **§ 76, stk. 2** ⁹⁹214, ⁰¹13

– **§ 77** ⁹⁸151, ⁹⁹197

– **§ 78, stk. 1, 2. pkt.** ⁹⁹149

- § 78, stk. 2 ⁹⁹214, 216
- § 78, stk. 3 ⁰¹126, 165, ⁰²166, 168, 199
- § 79 ⁹⁸108, 136, 159, ⁰³60
- § 80 ⁹⁸116, ⁰⁰127, ⁰³125, ⁰⁴117
- § 81 ⁹⁷92, 106, ⁹⁸111, 130, ⁰²167
- § 83 ⁹⁷93, 115, ⁹⁸118, ⁹⁹177, 184, ⁰²199, ⁰³45
- § 84 ⁹⁹147
- § 85 ⁹⁷107

Købeloven af 22/4-02

- § 75 a, stk. 1 ⁰³44, 92, 100
- § 77, stk. 1 ⁰²217, ⁰⁴108, 110
- § 77 a, stk. 3 ⁰²57, 171, 197, 200, 203, 217, 218, ⁰³90, ⁰⁴97, 104, 121
- § 78, stk. 1 ⁰³59, 96, ⁰⁴97, 99
- § 78, stk. 2 ⁰²57, 61, 62, 63, 174, 175, 200, 201, ⁰³59, 61, 111, ⁰⁴99, 102
- § 78, stk. 3 ⁰²174, 200, ⁰³111
- § 78, stk. 4 ⁰²201, ⁰³60, 61, 89, 118

Køberet

- Leje ⁹⁷90, ⁹⁸105, ⁰⁰97, ⁰¹112, ⁰³48, ⁰⁴71, 75
- Ombytning ⁰⁰101
- Reparation ⁰⁰101

Købers særlige forventninger ⁹⁸147, ⁹⁹198

Købers tilbageholdelsesret ⁹⁹214

Købesum

- Bevis ⁹⁸135
- Urimelig ⁹⁹139
- Tilbageholdelse af ⁹⁸156, ⁹⁹214, 216

Købsaftale

- Salg ⁹⁸113

L

Leje

- Afbestilling ⁰⁴89
- Annullation ⁰⁰143
- Erstatning ⁹⁹43, ⁰⁰95

- Funktionsdygtig⁰⁰95, ⁰¹151
- Driftstab⁹⁹43
- Køberet⁹⁷90, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹13, 24, ⁰⁰97, ⁰¹112, 116, ⁰²155, 156, ⁰³48, ⁰⁴75
- – Ombytning⁰⁰101
- – Reparation⁰⁰101
- Omgåelse⁰¹116
- Hændelig undergang⁹⁹136
- Opsigelse⁹⁷89, 98, ⁹⁸109, ⁹⁹24, 132
- Service⁹⁹131
- Urimelige aftalevilkår⁹⁹137, 146, 179, 224, ⁰¹151
- Urimelige kontraktvilkår⁹⁷89, 98, ⁹⁹132
- Videofilm⁹⁹43, ⁰⁰139

- Levering**⁰⁰95
- Auktionskøb⁰⁰110
 - Hindring⁰²205

- Lovvalg**
- EF-lovvalgskonventionen
 - art. 4, stk. 4⁹⁸159
 - art. 5, stk. 3⁹⁹189
 - Søloven § 252⁹⁸159

Loyal oplysningspligt⁹⁷93, ⁹⁸106, 107, ⁰⁰130, 131

Løfte⁰⁰119

- Lån**
- Hændelig undergang⁰⁰98
 - Hændelig beskadigelse⁰³102

M

Mangelfuld vejledning⁹⁹195, ⁰⁰130, ⁰¹124, ⁰²195, ⁰³77

- Mangelsbedømmelse**⁹⁸133, 147, ⁹⁹148, 149, ⁰³89, 91, 108, ⁰⁴61, 108, 137
- Almindelig kendt⁹⁸167
 - Specielle forudsætninger
 - – Kendelige⁹⁹202

Mangelsbeføjelser⁹⁹149

- Overdragelse⁰¹123
- Afkald på rettigheder⁰¹166

Mangler

- Afsmitning⁹⁸131, ⁹⁹178, 203
- Bagatel⁹⁷108, ⁹⁸111, 145
- Brugspåvirkning⁰²200
- Computer⁹⁹35
- - - Batteri⁹⁹146
- - - Kompatibilitet⁹⁷96, ⁹⁹150
- - - Pixelfejl⁰³55
- - - Software⁹⁸120, ⁹⁹145, 148
- - - Sikkerhedskopi⁰²168
- Falmning⁹⁸144, ⁰²206
- Farlighed⁹⁸108
- Forholdsmæssigt afslag⁹⁹201
- Fugt⁰²173, ⁰³107
- Gardiner
- Gulvtæppe⁹⁹200
- Hunde⁹⁷128, ⁹⁸174, ⁰³125
- Køleskab⁹⁸105, 106, 107, 108
- Limgennemslag⁹⁸132
- Manglende egenskaber⁹⁷129, ⁹⁹178, 232, ⁰⁰117, ⁰³89
- Motorkøretøjer⁹⁷113, 120, ⁰⁴108
- - - Benzinøkonomi⁹⁷120
- - - Genopbygget⁰⁰128
- - - Manglende klargøring⁹⁷113, ⁹⁸113, ⁰⁰127
- - - Nysynet⁹⁸158, ⁹⁹214
- - - Stenslag⁰²218
- - - Tandrem⁰⁰127, ⁰⁴104
- - - Uindregistreret⁹⁷113
- - - Årgang
- Nikkel⁰³109
- Nuanceforskel⁹⁹201, 202, ⁰³95
- Pilling⁰⁰124, ⁰³94
- Smykker
- - - Materialevalg⁹⁸148
- Tilsmudsningstendens⁰⁰124
- Tæpper⁹⁹189, 190, 201
- Uhensigtsmæssig konstruktion⁰⁰120, ⁰²173
- Urigtige oplysninger om pris,⁰³46
- Uvæsentlige⁹⁹187, ⁰²201, ⁰³91

- **Vareprøve** ⁹⁹200, ⁰³95
- **Ældre model** ⁹⁷92

Markedsføring

- **Vildledning** ⁹⁷104, ⁹⁹148, 224

Markedsføringsloven ⁹⁷113

- **§ 4** ⁹⁸118, ⁰²52, 54, 55, ⁰³57
- **Negativ aftalebinding** ⁹⁷96

Markedspris ⁹⁹139

Materialefejl

- **Træ** ⁹⁹198

Mellemmand ⁰⁴65, 67

Misligholdelse

- **Købers** ⁹⁹228
- **Sælgers** ⁹⁷113, ⁰²170, ⁰³57
- **Misligholdelsesbeføjelser**
- **Undersøgelsesgebyr** ⁰²165

Modregning ⁰¹158

Moms

- **Pris** ⁹⁷124
- **Refusion** ⁹⁹142

Morarenter

Mærkning ⁹⁹184

- **CE-mærkning** ⁹⁹155, ⁰⁰103
- **Forkert** ⁹⁸129
- **Manglende** ⁹⁹182, 183, ⁰⁴93

N

Naturalopfyldelse ⁹⁹140, ⁰²151, 170

Negativ kontraktsinteresse

Negativ aftalebinding ⁹⁷96

Nytte ⁹⁷22

Nødvendighedstjeneste ⁹⁹171

O

Ombytning

- **Forventninger** ⁹⁹201
- **Garantiperiode** ⁹⁸118, ⁰⁰122
- **Bindende for sælger** ⁹⁹164
- **Mangler** ⁹⁹161
- **Med brugt genstand** ⁰¹125, 126
- **Uforholdsmæssige omkostninger** ⁰²61, 62, 63, 174, 175, 200, 201, ⁰³59, 61, ⁰⁴102
- **Umulig**, ⁰³96, 111, ⁰⁴77

Omkostninger ⁹⁷101

- **Afhjælpning** ⁹⁹192

Omkostningskrævende

- **Afhjælpning** ⁹⁷101, ⁹⁹193

Omlevering (se ombytning)

Omsorgspligt

Omvendt bevisbyrde

Ond tro

Opbevaring

- **Bortkomst** ⁹⁷126, ⁹⁸110, ⁹⁹203
- **Bortsalg** ⁹⁷108, ⁹⁸20, ⁰⁰132
- **Bortskaffelse** ⁹⁸112
- **Rensning**
- **Reparation** ⁹⁷108, ⁹⁸143
- **Vederlag** ⁹⁸143, ⁹⁹220

Opfordring til at gøre tilbud ⁹⁸140

Ophævelse ⁹⁹161, 212

- **Delvis** ⁹⁹195, ⁰¹161

- **Fradrag for brug** ⁹⁷22
- **Lejeaftale** ⁰¹151
- **Tilbagelevering** ⁹⁹216, ⁰¹157, ⁰³92

Ophævelsestidspunkt

Oplysningspligt

- **Pris** ⁹⁹165
- **Rensers** ⁹⁷102, ⁹⁸128, 132, ⁹⁹182, 183, ⁰⁴93
- **Sælgers**
 - **Briller**, ⁰³109
 - **Cykler** ⁰²209
 - **Gulvtæpper** ⁹⁹200, ⁰²206
 - **Beklædningsgenstande** ⁹⁸131, ⁹⁸133, ⁹⁹176, ⁰¹157
 - **Elektronik** ⁹⁷92, ⁹⁷93, ⁹⁸122, 123, 124, ⁹⁹150, ⁰¹124, ⁰²164
 - **Hårde Hvidevarer** ⁹⁸106, 107, 108, ⁹⁹134, ⁰³44
 - **Motorkøretøjer** ⁹⁷115, ⁹⁸149, ⁹⁹212, ⁰⁰128, 131, ⁰⁴104, 110
 - **Møbler** ⁹⁷104, ⁹⁷105, ⁹⁹195, ⁹⁹196, ⁰²208
 - **Sko** ⁹⁸133, ⁰³89, 92, 93
 - **Smykker** ⁹⁸148
 - **Stelnummer** ⁹⁹212
 - **Støvsuger** ⁹⁷85
 - **Telefon** ⁹⁸124, ⁰¹126
 - **Tæpper** ⁹⁹200

Oplysninger fra tidligere salgsled

Oprindeligt trepartsforhold ⁹⁸153, 155, ⁰⁰120, ⁰¹112

Opsigelse

- **Abonnement** ⁹⁷111, ⁹⁹140, ⁰⁰144, ⁰¹121, ⁰²152, 224
- **Filmklub** ⁹⁸166
- **Fitnesscenter** ⁰⁴123, 128, 131, 133
- **Leje** ⁹⁷89, ⁹⁸109, ⁹⁹132
- **Levering efter** ⁰²177, 178, 179
- **Skriftlighedskrav** ⁰¹150
- **Telefonabonnement** ⁹⁹156, ⁰⁰107, ⁰¹136, 137, 148

Originalemballage ⁹⁹161

Overdragelse ⁰²146

- **Garantibeføjelser** ⁹⁷108, ⁹⁹210

- Mangelsbeføjelser⁰¹123
- Fordring på personbehandling⁰⁴116

P
Pakkerejser

- Passivitet**⁹⁷102, ⁹⁸112, ⁹⁹220, ⁰⁰31, ⁰¹120
- Købers⁹⁷106, ⁹⁸141, 169, ⁹⁹191, 204, ⁰⁰101, 146, ⁰²155, 156
 - Sælgers⁹⁷88

Positiv opfyldelsesinteresse⁹⁸171

Postordresalg

Postvæsen⁹⁸164

- Pris**⁹⁷112, ⁹⁸161, 162, ⁹⁹189, ⁰³46
- Annoncer⁰¹13
 - Nedsættelse⁰⁰125, ⁰³121
 - Skiltning⁰¹13, ⁰³63
 - Stigning⁰¹120, ⁰²220, ⁰³66, 69, 76, ⁰⁴62
 - Tilbud⁰²219
 - Tjenesteydelse⁹⁹165, ⁰³70, 121
 - Urigtige oplysninger⁰³46
 - Urimelig⁹⁹139, ⁹⁹172, ⁰⁰144
 - Vand⁹⁹172

Prisgaranti

- Fortolkning⁹⁷88, 90, ⁹⁹133, 162, 205

Prisoverslag⁹⁸160, ⁹⁹190

- Berigtigelse⁹⁷123
- Vederlag⁹⁸143

Producent⁰³102

Produktansvar⁹⁸136, ⁰⁴92

- Dyrelegetøj⁹⁹234
- Hæftelse⁰²228
- Legetøj⁰⁰145
- Lystemager⁰⁰124, ⁰²228
- Rengøringsmiddel⁹⁹229

- **Solidarisk ansvar**⁹⁹234
- **Stearinlys**⁹⁷129, ⁹⁸170
- **Melleghandleransvar**⁰²228, ⁰⁴92

Produktansvarsloven

- **§ 5**⁹⁹229, 234, ⁰⁰124
- **§ 10**⁹⁸170, ⁹⁹229
- **§ 13**⁹⁸170, ⁰⁰124, ⁰²228

Præceptive regler⁹⁷116, 117, ⁹⁸155, ⁹⁹13

- **Afkald på rettigheder**⁰¹166

Påkrav⁰²210

- **Frist**⁹⁹194, ⁰⁰121
- **Rente**⁹⁸160

På prøve⁹⁸146

R

Rabatkort⁰⁰134

Redelig handlemåde⁹⁹139

Reklamation⁹⁷102

- **Garanti**⁹⁷92, 107, ⁹⁸111
- **Hotellophold**⁹⁷127
- **Inden rimelig tid**⁹⁷106, ⁹⁸111, 130, ⁰²167
- **Neutral**⁹⁸169, ⁹⁹199
- **Opfølgning**⁹⁸141, ⁹⁹204
- **Teaterforestilling**⁰⁰138
- **Tjenesteydelse**⁹⁷127
- **Vilkår**⁹⁹13

Reklamationsfrist⁹⁹177, 181, 184, 197, ⁰²199, ⁰³45

- **Bevis**⁹⁷115
- **Forlængelse**⁹⁸118, ⁰⁰119
- **Vilkår**⁰²221

Reklame⁹⁸140, ⁰¹13

Rentefod

Renteloven ⁹⁸164, ⁹⁹13, 137

Renter ⁹⁹24, 194, ⁰²170, ⁰⁴86

Reparation

- **Ansvarsfraskrivelse**, ⁰³58
- **Betaling** ⁹⁹170
- **Bortkomst** ⁹⁹203
- **Bortsalg** ⁹⁷108
- **Erstatning** ⁹⁷103, ⁰²168
- **Prisoverslag** ⁹⁸143, ⁰⁰125
- **Sletning af data** ⁰²168
- **Tilbud** ⁹⁷93, ⁹⁹152
- **Uafhængede varer** ⁹⁷108
- **Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹152
- **Unødvendig reparation** ⁹⁷94

Reserve dele

Retsforfølgning

Retshjælp ⁰²226

Rettidig betaling ⁰⁰115

Rettidig reklamation ⁹⁹184, ⁰³45

- **Returret**
- **Rimelig pris** ⁹⁸160
- **Specielt bestilte varer**
- **Supportfunktion** ⁹⁹147
- **Teaterforestillinger** ⁰⁰138

Returret ⁹⁹175, 176, 191, ⁰⁰114

- **Stilgende aftalt** ⁹⁹186

Risikoens overgang

- **Auktionskøb** ⁰⁰110
- **Køb på prøve** ⁰¹155
- **Tjenesteydelser** ⁰⁰135, 136

Rådgivning ⁹⁷18, ⁹⁸175, ⁰⁰149, ⁰²226

- **Vederlagets størrelse** ⁰⁴140

S

Sagkyndig

– **Habilitet** ⁹⁹230

Sagsomkostninger

Saldokvittering ⁰⁰111

Salgsgenstanden utilbagegivelig

Salgs- og leveringsbetingelser

Samlet køb ⁹⁹201

Skadelige egenskaber

Skrivefejl

Solidarisk ansvar ⁹⁷102, ⁹⁸163

– **Produktansvar** ⁹⁹234

Species ⁰³96, 111, ⁰⁴77

– **Ansvar**

Standard

– **Dansk Standard** ⁹⁸129

Standardvilkår

– **Gebyr** ⁹⁹76

– **Vedtagelse** ⁹⁷118

– **Fortolkning** ⁹⁸146, ⁹⁹228

– **Reklamationsfrist** ⁰²221

Stiltiende aftale ⁰²185

Stærkstrømsloven ⁹⁸128

Støvsuger ⁹⁷85, 86

Svig

Sædvane

Sælgers misligholdelsesbeføjelser ⁹⁹137

Særligt tilvirkede varer ⁹⁸137, ⁹⁹176

T

Tab

Tabsbegrænsning ⁹⁸171, ⁰³83

Taletidskort ⁹⁸124

Tidligere salgsled

– **Oplysninger** ⁹⁷120

Tilbagebetaling

– **Garanti for** ⁰²146

– **Honorar** ⁹⁷18

– **Købesummen**

– **Rabatkort**

Tilbagegivelse

– **Sted** ⁹⁹212

Tilbagegivelse af salgsgenstanden ⁹⁸122, 145, 152, ⁹⁹175, 195, 197, 216, ⁰³115

– **Efterkrav** ⁹⁸176

– **Fjernsalg** ⁹⁸169, ⁹⁹226, ⁰⁴67, 85

Tilbageholdelse

– **Købesum** ⁹⁹214

– **Ydelse** ⁰³80

Tilbageholdsret ⁹⁸156, ⁰⁰126

– **Købers** ⁹⁹214

Tilbagesøgning

Tilbagetagelse

– **af flyttegods** ⁰²220

– **af salgsgenstand** ⁹⁹195, 216, ⁰²214

Tilbud

- **Accept** ⁹⁷101, 112
- **Bindende** ⁰¹159, ⁰²151, 220, ⁰³63, 97
- **Fast pris** ⁹⁸161, ⁹⁹219
- **Forbehold** ⁰²160
- **Fortolkning** ⁰³63
- **Opfordring** ⁹⁸140, ⁰⁰127, ⁰¹13, ⁰³97
- **Svigtende forudsætninger** ⁰²219

Tilgodebevis ⁹⁸134, ⁹⁹191, 232, ⁰¹158

- **Bortkommet** ⁰³85
- **Gyldighed** ⁹⁹174, ⁰¹160
- **Urimeligt aftalevilkår** ⁰¹160

Tilsikring

- **Specialist** ⁹⁸137

Tilvirkningskøb ⁹⁸114, ⁹⁹176

- **Gardiner** ⁹⁷99
- **Gulvtæpper** ⁹⁷100, ⁹⁹199

Tjenesteydelser (se i øvrigt Reparationer)

- **Bortsalg** ⁰⁰118
- **Fjernvarme** ⁹⁹173
- **Forsinkelse** ⁹⁸165, 171
- **Kombineret med køb** ⁹⁷111
- **Kontaktbureau** ⁹⁹228, ⁰²237, ⁰³123
- **Kroophold** ⁹⁸168
- **Mangelfuld** ⁹⁹234, ⁰⁰138, ⁰¹169, ⁰³119, ⁰⁴137, 138
- **Personlig pleje** ⁹⁹230, 232
- **Påsætning af hår** ⁹⁹234
- **Retshjælp** ⁹⁷18
- **Vederlagsrisiko** ⁰⁰135, 136
- **Vilkår i takstblad** ⁹⁹172
- **Ændring af aftale** ⁰⁰137, 138, ⁰¹169, ⁰³66

Togtransport

- **Betaling** ⁹⁷122, ⁰⁰133

Transport

- **CMR-lov** ⁰⁴111
- **DSB** ⁹⁷122, ⁰⁰133
- **Emballering** ⁹⁸162, ⁹⁹151
- **Færge** ⁹⁹222
- **Gods** ⁹⁷124, ⁹⁸159, 162
- **Storebæltsbroen** ⁹⁹221
- **Taxa** ⁹⁸165

Transportdokumenter ⁹⁷124, ⁹⁸162

Trepartsforhold

- **Efterfølgende**
- **Oprindeligt**

Typeforudsætning ⁹⁸106

U

Uagtsomhed

Udenlandsk ret ⁹⁸159

Uden ugrundet ophold

Uforholdsmæssige omkostninger ⁹⁷110, ⁰²174, 175, 200, 201, ⁰³59, ⁰⁴77, 99, 102

Ufravigelige regler, ⁰²210

Ugyldighed ⁹⁸114, ⁰⁰98, ⁰⁴58

Umulighed

Umyndige (se værgemålsloven)

Undersøgelsesgebyr ⁹⁹35, 152, 153, ⁰²149, 165

Undersøgelsespligt ⁹⁷96, ⁹⁸136, ⁹⁹209, ⁰⁰116

Undersøgelsesvederlag ⁹⁹131

Uopfordret fremsendelse af varer

Urigtige oplysninger ⁹⁷105

- Kilometerangivelse
- Kopiprodukt ⁹⁸138
- Modelbetegnelse ⁰⁴61
- Motorkøretøjer ⁹⁷115
- Motorstørrelse ⁹⁷115
- Reparationsbehov ⁰⁰128
- Årgang

Urimelige aftalevilkår ⁹⁷98, 118, ⁹⁸109, 110, 173, 175, ⁹⁹13, 132, 146, 166, 179, 220, ⁰⁰136

Urimelige kontraktvilkår ⁹⁹166, 206, ⁰²183

Uvæsentlig

V

Vandforsyning

- Efterregulering ⁰¹153

Vanhjæmmel

Vareprøve ⁹⁹200, 202

Varigt medium ⁰³70, ⁰⁴86

Vederlagsrisiko ⁰⁰135, 136

Vedtagelse af standardvilkår ⁹⁷118, ⁰⁰136, ⁰⁴81

Vedvarende kontraktsforhold ⁹⁷111

Vejledningspligt ⁹⁷99, 102, ⁹⁸122, 123, 147, ⁹⁹134, 150, 152, 176, 190, 195, ⁰²187, 189, ⁰³77

- Sælgers ⁹⁹234

Veksler ⁹⁷116

Vildledende oplysninger ⁹⁷105

- Forkert betegnelse ⁹⁸141, ⁹⁹145
- Garanti ⁹⁷116
- Pris ⁹⁸141, ⁰¹159

- **Reklamationsaftale** ⁹⁷117
- **Vedligeholdelsesansvisning** ⁹⁷102, ⁹⁸129, ⁹⁹181, 184

Vinkelskriverloven ⁹⁷18, ⁹⁸175, ⁰³119

Værdiforringelse ⁹⁷22

Værgemålsloven

- **§ 1, stk. 2** ⁰⁰31, 140, ⁰³72, 80
- **§ 42** ⁰⁰99, 140
- **§ 45** ⁰²180, ⁰³80
- **§ 46** ⁹⁸122, ⁰²180
- **Pengereglen** ⁰⁰98

Værneting ⁹⁹225

Væsentlighedsbedømmelse ⁹⁸134, ⁹⁹197, ⁰⁴97

Væsentlig omkostning og ulempe

Væsentlig samme stand ⁹⁸137, 176, ⁰⁰117, 120, ⁰²162, ⁰³92, 93, 104, ⁰⁴85

Æ

Ægthedsgaranti

Ø

Økonomisk tab

- **Manglende** ⁹⁹154

Å

Årsagssammenhæng ⁰³65

Stikordsregister til afsnit 1-5

Abonnement	37, 43
Aldersdiskriminerende	22
Alkoholreklame	20
Anmeldelse	47
Betalingskort	47, 48, 50, 51
Betalingsmiddel	47
Bindingsperiode	7
Bladindstik	37
Børn og unge	23, 24, 25, 26, 33, 43, 51
Chat	25
Chip	49
CNS	27
CPC	27
CPR-Registeret	37
Dankort	49
Dialog	33
Diskrimination	18, 20, 21, 22
Duftmarkedsføring	10, 17
E-handel	5, 48, 49, 50
Elektronisk post	36, 39
E-mail	5, 37, 38
EU	27
Faktura	5
Fjernsalg	49, 50
Flybillet	41
Fokusgruppe	33
Forbrugerdialog	33
Foreløbigt forbud	6
Forhåndsbesked	36, 37, 38
Forældre/værge	51
God skik	43
Gratis	34
Gratis lånebil	34

Hjemmeside	30
Hvadergodskik	30
Håndhævelse	27
ICPEN	27
Internationale betalingskort	51
Internationalt samarbejde	27
Internet	40
Internettet	5, 25
Kampagnepris	41
Konkurrence	40
Konkurs	50
Kontoudskrift	48
Kontoudtog	48
Kontrolafgift	8
Kunstværker	10, 17
Købsbetinget	40
Kønsdiskriminerende	18, 20, 21, 22
Lejeaftale	7
London Action Plan	27
Lånebil	34, 40
Markedsføringslovens § 1	43
Markedsføringslovens § 6a	36, 38, 39
Nye prisoplysninger	43
OECD	27
Persontransport	8
Politiske partier	37
Pressemeddelelser	39
Priser	41
Reklame	43
Reklameidentifikation	10, 25
Retningslinier	43, 50
Sikkerhed	49
Skjult reklame	10, 12, 13, 15, 16, 17, 26
Skoler	24, 25
SMS	23, 33, 37, 38, 43

Spam	36
Sponsorering	24
Telefonabonnement	43
Telefonkort	47
Teleselskab	23, 38
Telexregninger	6
Tilgift	40
Tobaksloven	53, 54, 55, 56, 57
Tobaksreklamer	53, 54, 55, 56, 57
Tog	8
Ulovligt telefonsalg	9
Vejledning	41, 51
Vejledning	36
Vennehvervning	23
Vildledende	43
Vis-nummer	6

